



Política de Comunicação da Secretaria Municipal de Educação de São Luís - Maranhão (SEMED)¹

Keity Lilian Barbosa MARTINS²
Carla Ferreira AZEVEDO³
Luciana Saraiva de Oliveira JERÔNIMO⁴

Universidade Federal do Maranhão, São Luís, MA

RESUMO: Apresenta-se a Política de Comunicação para a Secretaria Municipal de Educação (SEMED), um documento norteador da comunicação interna, pautado nas necessidades comunicacionais, princípios e valores da instituição, que considera de maneira significativa o público interno e tem como objetivo produzir regras para as suas práticas cotidianas, de forma produzir um discurso único referente à comunicação organizacional.

PALAVRAS-CHAVES: Relações Públicas; Política; Política de Comunicação; Comunicação Interna; SEMED.

1. INTRODUÇÃO

A Secretaria Municipal de Educação (SEMED) é um órgão público responsável pela viabilização da educação nos níveis infantil e fundamental e nas modalidades de educação especial (voltada para pessoas com deficiência), e de jovens e adultos que não concluíram o ensino fundamental. A SEMED foi instituída nos termos da Lei nº 1.847 de 10 de janeiro de 1996. Após ocupar diversos prédios da região central de São Luís, a Secretaria Municipal de Educação fixou sede à Rua 7 de Setembro, nº 238, Centro, no ano de 2003. A denominação Inicial da Secretaria, segundo Maria do Socorro Tavares, coordenadora da Inspeção Escolar, era *Instrução Pública Municipal*, por volta da década de 1910. Ao longo dos anos, a secretaria obteve as seguintes denominações sucessivamente: *Departamento de Educação*, *Secretaria de*

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Relações Públicas. Modalidade: Projeto de assessoria de comunicação governamental.

² Aluna líder do grupo e recém-graduada no Curso Comunicação Social – habilitação Relações Públicas da UFMA, email: keitylmartins@yahoo.com.br

³ Estudante do 6º semestre do Curso Comunicação Social – habilitação Relações Públicas da UFMA, email: alracazevedo@hotmail.com

⁴ Orientadora do trabalho. Prof.^a Ms do Curso Comunicação Social da UFMA, email: l-jeronimo@hotmail.com.



Educação e Ação comunitária, Secretaria de Educação e Cultura e por fim, com o desmembramento de educação e cultura, passou a se chamar *Secretaria Municipal de Educação (SEMED)*, em 2006.

Atualmente, a SEMED é administrada pela professora Sueli Tonial, apoiada por assessorias, coordenações e superintendências. No que tange ao público interno da organização, estes englobam servidores públicos (professores exercendo atividades de coordenação e magistério), servidores terceirizados por meio de uma cooperativa de trabalho (profissionais de nível técnico e superior, motoristas e agentes de limpeza), serviços prestados (estão inseridos em alguns setores, como na comunicação, cedidos pela Secretaria de Comunicação do Estado - SECOM) e estagiários.

Sobre as condições da comunicação interna da SEMED: Esta se efetiva de forma oral, por telefone, por e-mails, intranet, através de documentos: enviados de um setor para o outro (memorandos) e de um setor para outra instituição (ofícios), por protocolos (impresso ou online) e através de murais.

Os murais estão dispostos em algumas salas, no entanto, a utilização destes não segue um padrão. Existe um jornal mural localizado na entrada de um dos prédios da SEMED, o qual é alimentado pela secretaria municipal de Comunicação (SECOM), que envia o material à assessoria de comunicação da SEMED (ASCOM) para atualização deste. A proposta é que ele tenha a frequência semanal, mas nem sempre é fornecido. O jornal possui as seguintes editorias: *Notícias da Prefeitura*; *Para Refletir* (geralmente são frases em datas comemorativas), *Bem – Estar* (dicas de saúde); *Trabalho e Você* (dicas de trabalho); *Programas* (da SEMED ou da Prefeitura).

Em relação à comunicação aproximativa, há poucas programações organizadas pela secretaria em datas comemorativas que envolvam os servidores como confraternizações, convivências ou outras dessa natureza.

Existe também a intranet, onde estão presentes modelos de documentos, tais como ofícios, memorandos, circulares, planilhas e protocolos, bem como *links* com outras informações pertinentes aos servidores.

No que diz respeito à gestão da comunicação, a secretaria possui uma assessoria de comunicação que não existe oficialmente na estrutura do órgão, sendo assim, não faz parte do organograma da instituição. Até o momento, a SEMED através de sua assessoria de comunicação, não desenvolveu qualquer política de comunicação, mesmo efetivando ações táticas e operacionais de: clipping, produção de notícias, organização de eventos, pesquisas organizacionais e assessoramento da Secretaria. A



ausência de um documento norteador dificulta a construção de projetos e planos de comunicação que desenvolvam a comunicação e promovam os relacionamentos dentro da instituição.

2. OBJETIVO

A política visa direcionar a comunicação interna da SEMED por meio de diretrizes que promovam uma comunicação coerente e efetiva dentro da Secretaria, produzindo um discurso único referente à comunicação organizacional, facilitando o fluxo das informações e considerando significativamente os seus funcionários, de forma que estes colaborem com o cumprimento da missão da organização.

3. JUSTIFICATIVA

Entendendo as Relações Públicas como algo abstrato, despersonalizado, contido na própria existência organizacional, percebida como sistema ou estrutura, as ações de gestão organizacional por meio de uma política de comunicação, assegurarão unicidade às mensagens e representarão todas as facetas da organização, de forma clara e objetiva, facilitando na demarcação do conceito da organização e no andamento dos objetivos organizacionais por todos.

Quando as Relações Públicas exercem sua função política dentro de uma organização, são as filosofias e normas da organização que contribuem com a legitimação do poder decisório no ato de troca de interesses comuns e específicos junto aos seus públicos, afim de que este intercâmbio seja benéfico para ambos. Logo, tal poder “não é coisa ou a sua posse, mas uma relação entre pessoas”.⁵ O poder não é algo palpável, trata-se de um bem simbólico que é exercido ao se tomar decisões as quais partes estão envolvidas neste processo.

Diante da falta de orientação e de normas para as ações de comunicação interna da SEMED, torna-se fundamental a criação de uma política de comunicação – um documento norteador, pautado nas necessidades comunicacionais da organização, produzindo regras e princípios para suas práticas cotidianas.

⁵ BOBBIO In SIMÕES, 1995. p. 110.



A iniciativa de se criar uma política de comunicação interna para a SEMED, além de dar um caráter formal e legal à assessoria, definindo sua atuação, a partir de uma resolução interna, pode tornar os processos comunicacionais mais claros e eficazes na instituição, de forma que sejam respeitados também os princípios básicos da administração pública: da legalidade, moralidade, impessoalidade, publicidade e eficiência dos serviços públicos. Sem um documento direcionador, as atividades não são entendidas, nem percebidas, ficando “soltas” e confusas, interferindo na eficiência da gestão interna do órgão.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para o desenvolvimento da política de comunicação foram realizadas pesquisas internas na SEMED para o conhecimento da situação comunicacional do órgão. Dentre estas estão: entrevistas nos setores, a identificação dos produtos e veículos de comunicação e também a aplicação de 80 questionários junto ao público interno da instituição. A partir dos questionários foram levantadas informações referentes aos pontos a serem melhorados e potencialidades da organização, o que proporciona o conhecimento dos contextos e possibilita a criação de estratégias coerentes ao desenvolvimento organizacional.

Os questionários continham as seguintes perguntas: *Você acha importante o desenvolvimento de uma boa comunicação dentro de uma instituição? Você conhece a função de cada setor ou departamento na SEMED? Para você, quais os problemas de comunicação existentes na SEMED? Quais suas sugestões para melhorar a comunicação na SEMED? Você se sente motivado em seu ambiente de trabalho? Você gostaria que houvesse eventos culturais de integração e confraternização na SEMED? Você utiliza o protocolo digital da SEMED?*

Alguns dos problemas mais comuns descritos foram: a falta de comunicação entre os setores e entre chefias e funcionários; a lentidão e falta de clareza no fluxo de informações para dar eficácia ao trabalho; a falta de ferramentas necessárias para a realização de um serviço público eficaz; a falta de cursos de capacitação e treinamento de funcionários, bem como eventos de confraternização que incentivem a harmonia dentro da instituição.



5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A política de comunicação proposta para a SEMED contém: princípios da política de comunicação interna (gênese do formato de comunicação), valores que a SEMED deve respeitar conceitos de comunicação próprios desta política, modelo de comunicação para a SEMED, ações de comunicação e procedimentos referentes à política, proposta de avaliação da política.

5.1 Princípios da Política de Comunicação interna

Iniciam-se as orientações sobre o processo de comunicação interna pelos seguintes princípios:

- A política de comunicação da SEMED deve ser compreendida e exercida pelos gestores e servidores da secretaria de tal forma que eles alcancem a eficiência;
- A política de comunicação da SEMED defende uma comunicação clara, objetiva e coerente às atividades do órgão;
- A missão, a visão e os valores da SEMED devem ser conhecidos e disseminados, de forma a produzir um discurso único dentro da instituição;
- A prática comunicacional da SEMED enquanto órgão público deve respeitar os princípios básicos da administração pública: da legalidade, moralidade, impessoalidade, publicidade e eficiência dos serviços públicos

5.2 Valores que a SEMED deve respeitar

A comunicação da SEMED deve fundamentar-se em valores que respeitem a razão de ser da secretaria, e que valorizem o seu público interno, tais como:

- **Transparência:** Adotar a transparência como valor, através de uma comunicação clara e verdadeira, favorece um melhor fluxo de informações no âmbito organizacional e tem como consequência um melhor desempenho das atividades, bem como a diminuição dos conflitos e ruídos das mensagens, favorecendo um ambiente de trabalho eficiente e harmonioso.
- **Ética:** Uma organização é ética quando age em conformidade com os seus princípios morais e das pessoas que a compõem.



• **Responsabilidade Moral:** As ações de comunicação desenvolvidas na SEMED devem ser pautadas pelo Código de Ética do Servidor Público Federal, de forma a serem respeitados os seguintes princípios constitucionais:

- *Legalidade:* O servidor deve pautar suas ações dentro da SEMED em fundamentos legais, deve fazer apenas o que a lei autoriza.

- *Moralidade:* O servidor deve respeitar o conjunto de regras oriundas da disciplina interior da administração da SEMED.

- *Impessoalidade:* As atividades dos funcionários devem ter como objetivo o bem comum, ou seja, o interesse público, pois a SEMED trata-se de um órgão público e suas ações repercutem sobre o interesse da sociedade.

- *Publicidade:* Os atos de interesse público desempenhados na instituição devem ser transparentes e divulgados.

- *Eficiência:* As atividades devem ser realizadas de forma eficiente, não havendo procrastinação dos serviços.

• **Valorização do público interno:** Dirige-se a todo agente público existente na organização que faz parte do desenvolvimento e manutenção desta, por isso precisam ser considerados e valorizados, sendo percebidos em suas necessidades e potencialidades.

5.3 Conceitos de comunicação próprios desta política

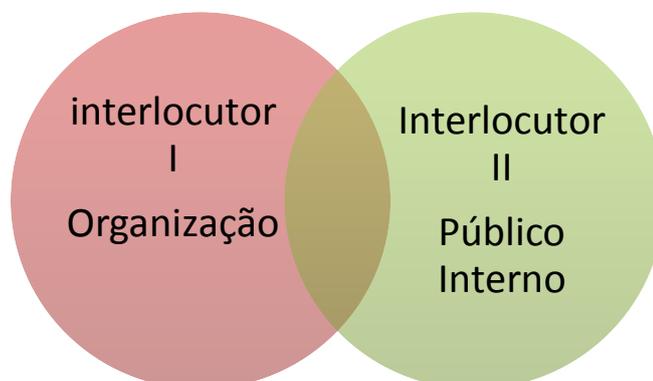
a) **Público interno:** Refere-se a todo potencial humano existente na organização, ou seja, às pessoas, que tem contato direto e frequente com a instituição, fazendo parte de seu cotidiano, desenvolvendo atividades-fim;

b) **Comunicação Interna:** Tipo de processo de comunicação que contém sistemas, fluxos, e veículos que são utilizados em vários níveis, produzindo acesso à informação, experimentação, interação e participação no ambiente interno de uma organização, através de seus atores.

c) **Comunicação institucional:** A Comunicação Institucional visa formar imagem e conceitos positivos em torno da organização.

5.4 Modelo de comunicação para a SEMED

A política de comunicação da SEMED assinala para o modelo comunicacional que dever ser entendido e respeitado por toda instituição. É baseado no modelo criado por OLIVEIRA e PAULA (2007), chamado *Modelo de Interação Comunicacional Dialógica*.



Este modelo retrata a organização interligada ao público interno. A parte em que ambos se fundem é chamada de *espaço comum* que aponta a comunicação processada no âmbito da organização. Refere-se a um espaço de interlocução, interação, influência mútua e produção de sentido entre essa organização e o seu público interno. Configura um lugar de negociação em que se valoriza a comunicação intersubjetiva, pautada nas exposições dos pensamentos, na interação e no envolvimento das partes nos processos internos da organização.

5.4 Ações de comunicação e procedimentos referentes à política

✓ A SEMED, com o apoio da ASCOM se empenhará na divulgação da política de comunicação para o conhecimento e entendimento do público interno a respeito de suas diretrizes;

✓ A otimização da comunicação entre gestores e servidores será constantemente aperfeiçoada, através de correções feitas com base em pesquisas organizacionais, diagnósticos e planejamentos e execução de atividades em prol desse objetivo;

✓ ASCOM prestará assessoria à SEMED no que tange aos processos comunicacionais de âmbito interno, definindo as ferramentas mais coerentes às necessidades de seus agentes, aprimorando a qualidade e fazendo o controle e avaliação destas;



✓ Serão aplicadas estratégias de comunicação que valorizem o público interno, bem como ações de integração e participação dos funcionários que favoreçam a harmonia no ambiente de trabalho e sejam alcançados os objetivos organizacionais;

✓ A SEMED promoverá campanhas institucionais que agreguem conhecimento e valores ao público interno;

✓ A assessoria de comunicação está apta à pesquisar, planejar, executar e avaliar as ações de comunicação institucional, tais como os produtos e veículos coerentes às necessidades da secretaria.

5.5 Proposta de avaliação da política

A política descrita versa sobre questões pertinentes ao desenvolvimento da SEMED, e será atualizada sempre que necessário para o aperfeiçoamento dos processos comunicacionais e dos relacionamentos no âmbito interno da secretaria. Para isso, serão feitas as análises dos resultados a partir de pesquisas que levantem informações sobre os contextos, sobre as situações críticas e também referentes a novas possibilidades. Algumas pesquisas a serem utilizadas:

Pesquisas quantitativas – que mensurem o número de pessoas alcançadas pelos objetivos e diretrizes da política.

Pesquisas qualitativas – para levantar os pontos positivos e negativos da experiência de comunicação vivida pelo público interno ou de um fenômeno intangível.

Pesquisa institucional – para saber como o público percebe a organização de forma que seja possível melhorar sua construção simbólica (discurso).

Auditoria de opinião – para conhecer a opinião que o público interno tem sobre a política implementada.

Vale ressaltar que outras metodologias também poderão ser utilizadas no levantamento de informação e avaliação da política. Isto será definido de acordo com as necessidades do contexto e do fenômeno observado.

CONSIDERAÇÕES

Considerando que uma organização vive em constante troca e compatibilização de interesses com seus públicos, as várias relações decorrentes deste processo devem ser sempre gerenciadas, a fim de que possíveis conflitos sejam previstos e minimizados, estimulando a integração entre as partes.



Políticas e estratégias de comunicação são elaboradas a partir dos valores e objetivos da instituição e das expectativas e demandas dos atores sociais ligados a ela. Repercutem, portanto, nos resultados da organização, quando esta se define perante a sociedade através de suas decisões e ações; contribuindo para a estabilidade do sistema social do qual faz parte, ou mesmo para sobreviver perante as constantes influências no ambiente em que está inserida.

Por isso, esta Política de Comunicação tem como propósito assegurar uma identidade comunicativa para SEMED, ajudando-a a posicionar-se de forma legítima por meio de suas práticas cotidianas em constante interação com seu público interno, que atuará como interlocutor ativo nas relações sociais da organização a qual pertencem. Esta política irá nortear ações vindouras, possibilitando a elaboração de planejamentos e estratégias comunicação coerentes com a realidade da instituição e provocando um trabalho eficiente em benefício da coletividade.

REFERÊNCIAS

- Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d1171.htm>. Acesso em 22/04/11
- EMBRAPA. Empresa Brasileira de Agropecuária. **Política de Comunicação**, 2ª Ed. Revista e ampliada. 2002. Disponível em: <<http://www.embrapa.br/publicacoes/institucionais/polcomembrapa.pdf>>. Acesso em: 22/04/11
- FORTES, Waldir Gutierrez. Relações Públicas – processo, funções, tecnologia e estratégias. 2. ed. rev. e ampl. – São Paulo: Summus, 2003
- MEIRELLES, Hely Lopes. **Direito Administrativo Brasileiro**. 36ª Ed. Malheiros Editores, 2010.
- OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; PAULA, Maria Aparecida de. **O que é comunicação estratégica nas organizações?** São Paulo: Paulus, 2007.
- SERPRO. Serviço Federal de Processamento de Dados. **Política de Comunicação**. Disponível em: <<http://www.serpro.gov.br/imprensa/publicacoes/politica-de-comunicacao-do-serpro-pcs/Politica%20de%20Comunicacao%20-%20Serpro.pdf>>. Acesso em: 22/04/11.