

A CI deve assumir-se como catalisador de uma nova imagem de escola, mais adequada a este mundo global, evocando novos públicos, perdendo esta imagem, redutora, de unidade educativa periférica e circunscrita a uma área geográfica

Comunicação Interna

Escola Secundária de Vila Verde

Diretor: João Graça

Índice

Introdução	3
Objetivos.....	4
A comunicação na escola	5
Comunicação Interna na ESVV	8
Regulamento da utilização dos suportes de comunicação	10
Monitorização do Plano de Comunicação Interna	13
Bibliografia.....	14

Tendo por base o Projeto de Intervenção do Diretor que contempla a elaboração de um plano de Comunicação Interna e a constituição de uma Equipa de Comunicação e Marketing que visam adequar, dirigir, orientar e difundir a comunicação interna e externa da unidade educativa, torna-se essencial a elaboração de um plano de comunicação interna eficaz e capaz de satisfazer as necessidades comunicacionais da escola, assentando a sua elaboração de num diagnóstico da comunicação atual, resultado da auscultação dos diversos atores educativos. É, portanto, desta forma que se assevera que um plano de comunicação é essencial ao desenvolvimento da comunicação organizacional desta unidade educativa.

Como refere Graça, citando Oliveira e Rocha:

“A Comunicação Interna numa organização visa informar sobre os objetivos da organização, difundindo em toda a organização as principais mensagens, temas e notícias de interesse geral relacionados com os objetivos prosseguidos com a organização, motivar os membros da organização, já que a existência de uma comunicação bem estruturada ajuda a satisfação dos seus membros, ajuda na tomada de decisão, porquanto a tomada de decisão supõe informação, facilita a mudança organizacional, difundindo novos valores, proporciona e cria as condições para uma boa imagem externa à organização.” (2007, p.96) A

A escola apesar da sua pequena dimensão, é burocraticamente, profissionalmente e politicamente uma organização complexa (Telem,1996), como tal, e no seu espectro, a comunicação interna informa, cria relações e reforça a imagem da organização perante os colaboradores e o exterior, assumindo-se como catalisador de uma nova imagem de escola, mais adequada a este mundo global, evocando novos públicos, perdendo esta imagem, redutora, de unidade educativa periférica e circunscrita a uma área geográfica.

Objetivos

A implementação do presente Plano de Comunicação Interna visa:

- Agilizar a comunicação interna e externa;
- Potenciar e dotar a escola de ferramentas que viabilizem uma comunicação mais eficiente, eficaz e célere entre os intervenientes da comunidade escolar;
- Potenciar dispositivos para uma melhor e mais rigorosa divulgação da informação e da comunicação entre a comunidade escolar;
- Desenvolver a colaboração e a cooperação entre os atores educativos;
- Criar relações de proximidade entre as diversas estruturas intermédias;
- Envolver todos os atores escolares e membros da comunidade educativa na inventariação dos problemas e na partilha de responsabilidade e sua resolução;
- Melhorar as relações da escola com o meio local;
- Projetar a escola no exterior com a divulgação de notícias e eventos escolares;
- Reforçar a participação ativa e esclarecida dos vários atores da comunidade educativa na Escola;
- Envolver diretamente a comunidade na construção de instrumentos de autonomia: projeto educativo; regulamento interno e plano anual de atividades;
- Desmaterializar procedimentos administrativos e pedagógicos.

A comunicação na escola

Numa política de comunicação global de uma organização o envolvimento de todos os membros da organização num projeto comum é fundamental para que não exista um sentimento de desmotivação e de não pertença à organização. Assim, uma política de comunicação, centrada na partilha de informação, valores e objetivos, ajudará ao desenvolvimento de um sentimento de pertença e de comprometimento com o projeto da organização.

Segundo Sousa, nos últimos 60 anos, “a comunicação organizacional tem vindo a ser entendida como o conjunto de sinais emitidos pela organização em direção aos diferentes ‘públicos’ com os quais ela se relaciona, englobando um vasto conjunto de atividades comunicacionais” (2010. p.86).

As organizações estruturam-se em rede, em que as relações hierárquicas se diluem e se substituem por mecanismos de conexão e dependências mais funcionais. O fluxo de comunicação que prevalece é o diagonal, em que todos se relacionam.

Maria Teresa Sáenz apresenta três objetivos na definição de políticas e práticas de comunicação interna:

- Transmitir a informação e assegurar a sua difusão a todos os indivíduos da organização e que a obtenham em primeira mão para eliminar os rumores. Aquilo que se diz deve ser coerente e credível.
- Proporcionar os meios e as estruturas necessárias para canalizar as propostas e sugestões a todos os indivíduos. A estrutura tem que permitir que as sugestões se materializem em soluções concretas e operativas.
- Criar uma imagem corporativa. (cit. in Beltrán, 2007, p.78).

Por outro lado, Lite (1998) refere seis as funções da comunicação interna:

- Desenvolver uma política que sinta o clima social interno da organização
- Sensibilizar para determinados aspetos da organização que esta considere importante para a sua gestão;
- Desenvolver uma política de informação;
- Constituir uma rede de responsáveis que informe sobre o ambiente de trabalho;
- Organizar campanhas e sessões de comunicação interna;
- Formar os indivíduos para aperfeiçoar as capacidades de comunicação interna.

Face a estas perspetivas sobre a comunicação interna, Beltrán (2007) refere que a comunicação interna está ao serviço da gestão enquanto funciona como veículo de cultura corporativa/colaborativa, ferramenta de direção e administração e instrumento de comunicação externa

A Comunicação Interna visa potenciar uma cultura de cooperação/ colaboração que orienta a ação das organizações. A gestão moderna de uma organização assenta numa cultura de colaboração, que recorre a uma comunicação interna eficaz, para fazer cumprir os seus objetivos.

No que diz respeito às funções da comunicação numa organização, Brault (1992) refere que se deve fomentar a comunicação ao nível de sete funções:

- a função informativa, transmitir o conhecimento de uma organização, essencial para não conduzir a mal entendidos;
- função de integração, criar sentimento de pertença nos colaboradores;
- função de retroação, permitir o diálogo entre os colaboradores de vários níveis hierárquicos, onde a comunicação se torna uma relação de retorno e os colaboradores expressam o seu descontentamento ou satisfação;

- função sinal, imagem da empresa (logo, cores, discursos, palavras-chave, comportamentos, atitudes, valores), transmissão da sua cultura;
- função comportamental ou argumentista, ordens claras e fundamentais, pedir explicitamente que se encaminhe numa direção específica;
- função mudança, possibilita a mudança de imagem, mentalidades, atitudes e relações, motiva os colaboradores, cria retroação e motiva as relações, promove o diálogo entre o interior e o exterior da organização, fator favorável à mudança;
- função imagem, transmitir ao público interno e externo uma imagem favorável da organização.

Pode-se afirmar que a implementação de uma política de comunicação interna visa a criação de um sentimento de pertença à organização, que exprima uma preocupação individual e coletiva perante a envolvente interna e externa.

Os instrumentos de comunicação interna da Escola Secundária são os seguintes:

1- Comunicação oral e escrita

- Telefone – A escola possui um sistema de comunicação constituído por telemóveis e telefones fixos permitindo contactos imediatos com interlocutores com responsabilidade na organização e na sua gestão.
- Reuniões – As reuniões das diferentes estruturas é um instrumento que junta os diversos interlocutores da comunidade escolar, estabelece a comunicação nos dois sentidos, permitindo a divulgação de informação, solicita novas ideias, motiva e comunica a cultura corporativa;
- Placares – Todos os placares disponibilizados encontram-se organizados segundo as necessidades das diversas estruturas e temáticas da unidade educativa.
- Avisos e despachos internos – Apresenta-se como sendo mais formal e exata, limitando a retroação.

2- Comunicação eletrónica

- Office 365 – Tratando-se de uma plataforma de aplicativos que faculta o acesso a vários serviços e softwares assume-se como ferramenta primordial da comunicação da escola. Esta ferramenta pode, e deve, assumir o papel de intranet, sendo que Almeida (2000) refere as seguintes vantagens na sua utilização:
 - Informação disponível de forma simples e acessível;
 - Sendo uma rede interna, também permite comunicar através da internet fornecendo, assim, informação exterior à organização;
 - Pode agregar correio eletrónico, automação de processos, gestão de informação e conversação on-line;
 - O tempo e espaço são vencidos. Em tempo real podem-se reunir colaboradores separados geograficamente, seja a nível nacional, ou internacional;
 - Fomenta e viabiliza o espírito de trabalho em grupo,
 - Também é possível pôr em circulação, impressos para requisições, inquéritos de opinião, boletins informativos, manuais técnicos, entre outros.

Assim, numa primeira fase, a escola rentabilizará as seguintes ferramentas:

- Correio eletrónico
 - Calendário
 - OneDrive
-
- Facebook – A disseminação das redes sociais assume um papel fundamental na replicação da informação/ comunicação, bem como na divulgação célere e com maior capacidade de abarcar o público alunos.
 - Site da escola/página da escola - Apesar de assumir uma vertente de divulgação externa da escola, ele é uma referência no que concerne a informações prementes e de documentos orientadores.
 - Moodle – Ocupará o papel de repositório de documentos dos departamentos.

3- Comunicação áudio visual

- Rádio – A rádio deve assumir uma componente informativa, no que concerne às atividades do Plano Anual de Atividades, com divulgação, durante os intervalos, de iniciativas relevantes.
- Circuito interno de televisão – Este sistema permite a veiculação de informações e orientações relevantes aos discentes e visitantes da escola, uma vez que se encontra localizado no polivalente da escola.

Correio eletrónico

- Meio de comunicação privilegiado para veiculação da informação na escola.
- Os utilizadores devem procurar aceder à sua caixa de correio num período de 24 horas.
- Não é autorizado o uso do email para utilização de carácter pessoal, bem como para divulgação de iniciativas que não sejam de índole profissional.
- Não são consideradas as informações veiculadas por endereços que não pertençam ao domínio esvv.edu.pt .

Placares

O presente regulamento destina-se a articular procedimentos que facilitem a afixação de informação – através de cartazes, posters, panfletos, suportes publicitários, etc... - e pretende atuar como facilitador de uma a veiculação correta das mensagens;

- Compete ao Diretor e à sua equipa gerir a utilização de todos os painéis de informação da escola;
- O Diretor e a sua equipa são as únicas entidades autorizadas a proceder à autorização da afixação de qualquer tipo de material nos espaços comuns;
- Todos os conteúdos destinados a afixação nos espaços comuns, com origem nos serviços, departamentos ou entidades externas deverão ser entregues, com antecedência, à secretária do Diretor e da Equipa, para publicação;
- Os placares destinam-se à afixação de conteúdos devidamente autorizados, por forma a evitar ruído à comunicação;
- Os placares são dispostos estrategicamente, segundo o plano de comunicação interna;
- Não é permitida a afixação de qualquer material nas paredes, vidros, portas ou janelas;

- O material afixado à margem das diretrizes deste Regulamento será considerado como não autorizado e será, por consequência, prontamente removido.

Site da Escola e Facebook

À Equipa de Comunicação e Marketing caberá a gestão do site da escola.

- Decidirá sobre a pertinência da publicação (eventos e atividades mais marcantes, trabalhos criativos em diferentes áreas, iniciativas e ações desenvolvidas de acordo com o projeto educativo), tendo em atenção a linha editorial definida, que engloba a divulgação e a promoção da dinâmica da escola, nas suas múltiplas vertentes.
- Os artigos devem ser remetidos para comunicação@esvv.edu.pt;
- O título do artigo e o corpo do texto, em documento *word*, anexo ao email, deve estar formatado à esquerda com tipo de letra "calibri", tamanho 11;
- O documento, no fim do texto, deverá contemplar sugestões de legendas de eventuais imagens;
- As imagens (no máximo 3 fotografias, reservando-se à equipa editorial o direito de não publicação de fotografias de baixa resolução), *pdf* ou vídeos que ilustrem a notícia deverão ser enviadas isoladas (fora) do documento *word*, também em anexo;
- À equipa editorial cabe decidir sobre o maior número de imagens a publicar, em função da importância que a atividade representa para a comunidade educativa.
- Os artigos devem contemplar a assinatura do(s) autor(es); em caso dos alunos, apenas o primeiro e o último nome, turma e estabelecimento de ensino.

Sistema telefónico

- O uso de telefones pessoais não está autorizada no decurso das atividades letivas, salvo situações excecionais, devidamente justificadas.
- No decurso das atividades letivas os telemóveis ou outros dispositivos móveis podem ser autorizados como ferramentas de uso pedagógico.

- O recurso aos telemóveis institucionais por parte dos professores e diretores de turma deve ser efetuada em local próprio, gabinetes de atendimento aos Encarregados de Educação e Sala de Reuniões, para preservar a confidencialidade das comunicações.
- Comunicações internacionais podem ser efetuadas com autorização prévia do Diretor.

Depois do que foi referido anteriormente, depreende-se que é de extrema importância efetuar avaliações ao estado da comunicação interna uma vez que os responsáveis pela mesma não pretendem ser meros transmissores de informação ou simples intermediários entre os vários órgãos ou pessoas.

Qualquer monitorização à política de comunicação interna de uma organização é efetuada através de ferramentas e métodos indiretos que permitam aferir o grau e efetividade dos veículos comunicacionais junto do público-alvo:

- Inquérito online;
- Análise de dados das comunicações de email através da plataforma de administração do Office 365;
- Contador de acesso da página/ site da escola.

Bibliografia

Beltrán, F. (2007). Lá gestión de la nueva comunicación interna. Tese de Doutorado, Universitat Jaume.

Brault, L. (1992). A Comunicação da Empresa para além do Modelo Publicitário.

Graça, J. (2011). Plataforma de comunicação do Agrupamento de Escolas de Vila Verde – Comunidade de Prática Docente. Tese de Mestrado. Universidade Católica Portuguesa.

Graça, J. (2013). Liderança distribuída numa Comunidade de Prática Docente. Tese de Mestrado. Universidade Católica Portuguesa.

Marchiori, M. (2010). Desafios da Comunicação Interna nas organizações. Conexão – Comunicação e Cultura, UCS, Caxias do Sul.

Oliveira e Rocha (2007). Gestão de Recursos Humanos na Administração Pública. Escolar Editora.

Sousa, A. (2005). Investigação em Educação. 1ª Edição. Livros Horizonte.

Vila Verde, 4 de setembro de 2017

O Diretor

(João Manuel Lopes Graça)