

## COMUNICAÇÃO NAS ESCOLAS PÚBLICAS: UM ESTUDO DE CASO COM BASE NA APLICAÇÃO DE METODOLOGIA REFLEXÃO-AÇÃO-REFLEXÃO

RAFFAELLO S. STORINO<sup>1</sup>, EDUARDO C. CATANOZI<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Graduando em Engenharia Civil, Bolsista PIBIFSP, IFSP, Câmpus Votuporanga, rsstorino@gmail.com.

<sup>2</sup> Doutor em Letras, Professor do IFSP, Câmpus Votuporanga, eduardocatanози@ifsp.edu.br.

Área de conhecimento (Tabela CNPq): 6.09.02.04-3 Jornalismo Especializado (Comunitário, Rural, Empresarial, Científico)

Apresentado no  
8º Congresso de Inovação, Ciência e Tecnologia do IFSP  
06 a 09 de novembro de 2017 - Cubatão-SP, Brasil

**RESUMO:** A comunicação é essencial para o crescimento, quantitativa e qualitativamente, de uma instituição ou empresa, tanto com relação à comunicação externa quanto interna, visto que, atualmente, as unidades estão cada vez mais setorializadas. Este trabalho se ocupa, especificamente, da comunicação de instituições de ensino da rede pública. Para tal, elegeu-se uma delas como estudo de caso, na qual se aplicou a metodologia reflexão-ação-reflexão. Após uma pesquisa de satisfação junto a alunos e servidores com relação à comunicação, identificaram-se as principais virtudes e desafios a serem vencidos. Em parceria com a direção e o setor responsável pela comunicação, foram estabelecidas ações com a intenção de minimizar os problemas e melhorar a comunicação da instituição. Os efeitos dessas atuações foram analisados com o intuito de se obterem dados que permitam a comprovação ou refutação de sua efetividade. Portanto, esta pesquisa possui como ponto de partida a hipótese de que o aprimoramento da comunicação entre os setores de uma instituição pública de ensino solidifica as relações internas entre servidores e os diferentes setores, maximizando a qualidade dos serviços prestados. No âmbito externo, espera-se que o conhecimento da comunidade sobre as atividades acadêmicas desenvolvidas por servidores, professores e alunos fortaleça a marca da instituição, uma vez que se divulgarão os resultados advindos de ações de ensino, extensão e pesquisa.

**PALAVRAS-CHAVE:** comunicação; pesquisa; informação; ensino

## COMMUNICATION IN PUBLIC COLLEGES: A CASE STUDY BASED ON THE APPLICATION OF THE REFLECTION-ACTION-REFLECTION METHODOLOGY

**ABSTRACT:** The communication is essential for the development of a determined institute or a company, related both to the internal and external communication, given that the units are increasingly sectorized. This work aims specifically the communication of public educational institutes. For that, one of those was picked for a case study, applying the reflection-action-reflection methodology. After a poll about the satisfaction of the students and laborers in relation of the communication, was found the main virtues and problems. Actions were settled in partnership with the direction and the responsible sector for the communication with the intention to minimize the problems. The effects of those actions are being analyzed with the objective to get data that prove or refuse your effectiveness. Therefore, this research departs from the hypothesis that the upgrade of the communication between the sectors of a public educational institute will solidify the internal relations between the laborers and the different sectors, maximizing the quality of the services given. About the external communication, is awaited that the knowledge of the community about the academic developed activities by the laborers, teachers and students fortify the brand of the institute, once that the results of the teaching actions, extension and research will be disseminated.

**KEYWORDS:** communication; research; information; education.

## INTRODUÇÃO

Segundo Borges e Peixoto (2008), a comunicação é muito importante para todos os seres humanos. Constitui ferramenta indispensável na integração, instrução, troca mútua e desenvolvimento entre as pessoas, independente das atividades que realizam. Isso significa que, para sermos comunicadores eficazes, temos de nos aperfeiçoar nesse processo. Toda organização, seja ela prestadora de serviços, ou da área de vendas, necessita da comunicação. Nas instituições de ensino, uma vez que não há comercialização ou produção de um produto tangível, o processo de comunicação exige um olhar diferenciado, pois objetiva a promoção da qualidade de ensino e a divulgação de conhecimento, motivo pelo qual carecem de ações próprias de comunicação.

As unidades escolares públicas, objeto de estudo deste trabalho, costumam ser divididas em setores diversos, dependendo de sua natureza e organograma. De acordo com Arashiro (2008), uma característica comum entre elas é a hierarquia, que controla o diálogo e as informações que circulam no ambiente escolar, o que pode comprometer o processo de comunicação e não permitir sua fluidez. Por isso, toda instituição pública deve possuir um programa de comunicação organizado, ampliando o grau de pertencimento entre os servidores e melhorando o trabalho em equipe. A consequência disso é o aumento de produtividade e da qualidade de seus serviços.

A fim de propor melhoras na comunicação, a pesquisa aplicou a metodologia ação-reflexão-ação, realizando uma análise do grau de satisfação dos colaboradores de uma instituição pública e, a partir dos resultados, juntamente com a direção, traçou-se um plano de ação, o qual foi executado. Por fim, realizou-se, novamente, a verificação do grau de satisfação a fim de mensurar os impactos das ações.

## MATERIAL E MÉTODOS

Os materiais utilizados para a realização do projeto são livros e publicações em revistas científicas à disposição *online*.

Inicialmente, foi feita a organização, leitura e fichamento da bibliografia sobre a comunicação nas Instituições de Ensino Superior utilizada para estudo.

Em seguida, realizou-se uma análise sobre o processo de comunicação interna e externa na instituição de ensino observada.

Na sequência, em conjunto com a Comissão de Comunicação Social e com a Comissão Própria de Avaliação (CPA), elaborou-se uma pesquisa de opinião composta por 18 perguntas, de contribuição espontânea e sem identificação, com o objetivo de verificar como servidores e alunos analisam a comunicação interna e externa da instituição. Houve apenas a verificação sobre a função de cada um na organização (aluno, professor ou técnico-administrativo).

Os respondentes tinham a opção de emitir sua opinião a caneta, por computador ou por *smartphone*. A pesquisa de campo foi respondida por 80 alunos, 35 professores e 13 técnico-administrativos, que estudam em períodos ou cursos diversos ou trabalham no câmpus.

Os dados da pesquisa foram compilados e geraram 54 gráficos com as respostas das perguntas de cada tipo de respondente (aluno, professor ou servidor).

As respostas das questões foram analisadas pelo aluno, orientador e equipe gestora da instituição, momento em se traçaram planos de ação para melhorar os pontos fracos localizados, com definição dos atores envolvidos no processo e o prazo de execução de cada ação.

Após a execução do plano de ação, realizou-se nova pesquisa a fim de verificar o impacto das ações implementadas.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

As análises do atual processo de comunicação interna e externa da instituição apontaram pontos positivos e negativos.

Dentre os pontos positivos, destaca-se a comunicação externa do câmpus nas redes sociais. A ação pensada para aprimorar esse resultado foi a de estimular ainda mais as pessoas a acessarem esse canal e ampliar a divulgação em redes sociais ainda não utilizadas pela instituição.

Porém, nos pontos negativos se sobressai a falta de divulgação das oportunidades de bolsas de iniciação científica, de projetos de extensão e de monitoria. As ações traçadas para tentar minimizar esse problema foram: visitar as salas de aula a fim de explicar as definições de cada uma e as diferenças entre os tipos de bolsas; intensificar a divulgação dos processos seletivos dessas oportunidades por meio dos canais disponibilizados pela instituição, como os murais nos corredores e nas salas de aula e no site institucional, por exemplo; criar um evento interno com a divulgação dos resultados de projetos de pesquisa e iniciação científica do câmpus.

Cada aspecto (positivo ou negativo) da comunicação ganhou pelo menos uma ação para ser executada, visando ao aprimoramento da circulação de informações no câmpus e na comunidade externa.

## CONCLUSÕES

Conclui-se que, com a metodologia aplicada (ação-reflexão-ação), por meio de pesquisas de satisfação e planejamento junto à diretoria, a Comissão de Comunicação e a Comunicação Própria de Avaliação, foi possível interferir, positivamente, na comunicação de uma instituição pública. Com base na primeira pesquisa de satisfação, traçaram-se planos de ação com o intuito de ampliar a circulação de informações. Posteriormente, as ações foram implementadas.

O prazo estipulado para a execução das ações variou conforme as estratégias indicadas e a disponibilidade de recursos.

Quando se tratou de dinamizar a comunicação interna, propuseram-se e realizaram-se reuniões periódicas entre a diretoria, coordenadorias e representantes dos alunos; criação de um evento, no próprio câmpus, para divulgar os resultados internos da pesquisa e da extensão; ampliação da divulgação das oportunidades de bolsas de estudo de pesquisa, extensão e ensino; melhoras no *site* da instituição.

A fim de maximizar a comunicação externa da instituição nos jornais e em redes sociais, a estratégia de ação traçada foi a de estimular os servidores a encaminharem notícias relacionadas à sua produção acadêmica com o intuito de intensificar a produção de *releases* e publicá-los no *site* institucional, nas redes sociais e nos jornais da região, como mídia espontânea.

Em síntese, houve a necessidade de traçar uma estratégia de ação diferente para cada ponto da comunicação a ser melhorado. A consequência dessa melhora, nos diversos pontos da comunicação externa e interna da instituição pública estudada, foi o aumento do grau de satisfação e harmonia entre os funcionários e os alunos do câmpus, gerando maior produtividade e fortalecendo, dessa forma, a marca da instituição externamente. A pesquisa aplicou, pois, uma metodologia que poderá ser desenvolvida em outras instituições públicas de ensino.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (IFSP) pela bolsa de pesquisa e ao orientador pelo conhecimento compartilhado para a elaboração do projeto de iniciação científica.

## REFERÊNCIAS

ARASHIRO, Leda Márcia. *Criando laços: a gestão da comunicação e da educação em instituições de ensino privadas. Comunicação & Educação: Revista do Departamento de Comunicação e Artes da ECA/USP*. v. 13, n. 2 (2008). Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/comueduc/issue/view/3486>> Acesso em 15 jun. 2017.

BORGES, Ana Carla Caetano; PEIXOTO, Elza Rodrigues Barbosa. Um olhar sobre a comunicação em instituições de ensino superior: um estudo de caso na Faculdade Católica Dom Orione. *Revista São Luis Orione*, v. 1 - n. 3 - p. 185-206 - jan./dez. 2009.