

COMO A DISSEMINAÇÃO EFICIENTE DAS POLÍTICAS DE TI PODE INFLUENCIAR NA MELHORIA DOS SERVIÇOS PRESTADOS À CIDADE

Luiz Fernando Rocha Pombo
Instituto Municipal de Administração Pública
Curitiba - Paraná
lpombo@imap.curitiba.pr.gov.br

Ana Paula Guzela Bertolin
Secretaria de Informação e Tecnologia
Curitiba - Paraná

ABSTRACT

This article presents a proposition of disseminating both governance policy and Information and Communication Technology management from Curitiba City Hall, together with a strategic marketing communication plan which aims services enhancements for the population from Curitiba and metropolitan area. It is based on the development and awareness of civil servants from municipal public service and makes uses of accessible and available resources, technologies, and tools from known virtual environment which is used in the town government departments. The proposition is to disseminate information in an efficient way and use easy language to make all the civil servants familiar with the institutionalized policies and rules, with the intent to provide not only improvement of public services but also effective understanding of the regulations established by the City Hall.

RESUMO

O presente artigo apresenta uma proposta de disseminação da política de governança e de gestão da Tecnologia da Informação e Comunicação da Prefeitura Municipal de Curitiba, aliada a um planejamento estratégico de comunicação de marketing, que tem por finalidade a otimização dos serviços prestados à população de Curitiba e Região Metropolitana, fundamentada no desenvolvimento e na sensibilização de servidoras e servidores da administração pública municipal, fazendo uso de recursos, tecnologias e ferramentas disponíveis e acessíveis, em ambientes virtuais conhecidos e utilizados nos órgãos do município. A proposta é disseminar a informação de forma eficiente e em uma linguagem de fácil acesso para que todos os servidores tenham conhecimento das políticas e das regras que ela institucionaliza, buscando não somente a melhoria nos serviços oferecidos à população como uma efetiva compreensão sobre as normas praticadas pelo Município.

Palavras-chave: Política de governança. Comunicação. Disseminação.

1 INTRODUÇÃO

A Secretaria de Informação e Tecnologia - SIT foi criada em abril de 2014 com a finalidade de "atender a necessidade de planejar e restabelecer a governança da política de Tecnologia da Informação da Prefeitura Municipal de Curitiba, através de órgão próprio da administração". (PMC, 2014)

Em alinhamento com as diretrizes do governo, detalhadas no Plano de Governo 2014-2017, a SIT, responsável pelo Projeto denominado Tecnologia e Informação para a Gestão, projeto integrante do Programa Curitiba Participativa, objetiva implantar uma efetiva governança de TI no município, disponibilizando ao cidadão o acesso à informação e serviços de qualidade. (PPA 2014-2017)

O produto Governança de TI abrange, dentro deste projeto, dois documentos principais: a Política de Dados Abertos, que já se encontra publicada, e a Política de TI, que se encontra em processo de publicação.

Para seus efeitos, entende-se por:

1. Governança de TI: conjunto de diretrizes, estruturas organizacionais, processos e mecanismos de controle que visam a assegurar que as decisões e ações relativas à gestão e ao uso da TI mantenham-se alinhadas às necessidades institucionais e contribuam para o cumprimento da missão e para o alcance das metas organizacionais;

2. Tecnologia da Informação (TI): ativo estratégico que oferece suporte processos de negócio institucionais, por meio da conjugação de recursos, processos e técnicas utilizados para obter, processar, armazenar, fazer uso e disseminar informações;

3. Solução de TI compartilhada: conjunto formado por elementos de tecnologia da informação e processos de trabalho que se integram para produzir resultados que atendam às necessidades da instituição/organização. (CAU, 2012)

A política de TI estabelece as estratégias gerais para o uso, adoção e gestão da Tecnologia de Informação e Comunicação (TIC) pela Administração Municipal de Curitiba.

Sendo a Política de TI aplicável a todos os órgãos da Administração Municipal de Curitiba, sejam da administração direta e indireta, autarquias, fundações e sociedades de economia mista, é necessária uma efetiva disseminação destas informações para que as mesmas possam gerar conhecimento em toda a rede municipal, se tornando uma prática após sua publicação.

Disponibilizar é tornar disponível; pôr à disposição. Disponibilizar não oferece garantias quanto aos usuários atingidos, ao sucesso dos mecanismos de divulgação e à aplicação efetiva das informações.

Disseminar é divulgar; propagar; tornar amplamente conhecido. Disseminar é informar; levar a informação. É propiciar a transformação da informação em conhecimento. E o conhecimento leva à compreensão.

A partir desta ótica é fundamental que os servidores da Prefeitura Municipal de Curitiba compreendam suas políticas de governança e de gestão de TI.

2 OPORTUNIDADE E/OU SITUAÇÃO PROBLEMA

As servidoras e servidores da Prefeitura de Curitiba desconhecem a existência de políticas de governança que orientem a gestão da Tecnologia da Informação nos órgãos municipais. A Secretaria de Informação e Tecnologia – SIT preparou um “manual”, onde as políticas relacionadas à governança de Tecnologia da Informação são descritas e elencadas. O documento aborda acesso ou restrição de conteúdo na internet, uso dos dados abertos da PMC, provimento de soluções em TI, desenvolvimento, aquisição, instalação e manutenção de equipamentos, softwares e periféricos, termos de referência dentre outros temas relacionados. O documento, após sua aprovação e publicação, será disponibilizado no Portal Administrativo do Município – PAM, para consultas.

Pode-se dizer que existe, hoje, um número significativo de canais de informação à disposição dos órgãos e dos servidores, mas não estamos certos quanto à extensão de seu alcance. Qual é o número de servidores que tem acesso à Internet? Quem utiliza as informações disponibilizadas? Com que facilidade e nível de compreensão? Qual é o significado dessas informações para o servidor e seu órgão de lotação? Qual é a relação entre as informações divulgadas e as demandas informacionais da população? Que aplicação é feita dessas informações?

Disponibilizar informações, simplesmente, não garante a geração de conhecimento. Informação são fatos e dados que encontramos nas publicações, na Internet e até mesmo em diálogos informais que as pessoas trocam entre si. Conhecimento é o produto construído, a partir do processamento, da interpretação e da compreensão da informação. (VALENTE, 2014).

VALENTE (2014) ainda nos sugere que essa distinção entre informação e conhecimento nos impõe alguns desafios. A informação disponível e acessível não significa pessoas com mais conhecimento e, se o conhecimento é produto do processamento e compreensão da informação, é possível incentivar esse processamento? De que forma esse incentivo acontece? Pode acontecer espontaneamente, por iniciativa do próprio indivíduo, ou o auxílio de pessoas mais experientes para estimular e facilitar o processamento da informação se faz necessário?

Observa-se que a espontaneidade é bastante ineficiente como meio gerador de conhecimento, portanto torna-se um desafio. Se a espontaneidade não é eficiente como meio gerador de conhecimento, disponibilizar simplesmente a informação não trará resultados expressivos. Existe um significativo número de publicações e normas, disponíveis no Portal Administrativo do Município, como o Plano de Governo, Relatórios de Gestão, Manual de Escrita Oficial, Termos de Uso do Webmail, Jornal do Servidor, Manual da Marca da PMC. A maioria dos servidores desconhece a existência destes documentos na web. O motivo, aparentemente, é falta de interesse.

Segundo a pesquisa Retratos da leitura no Brasil, feita pelo Instituto Pró-livro de São Paulo, a leitura está em 9º lugar na preferência do brasileiro; 44% da população não lê; 30% dos brasileiros nunca comprou um livro; 73% dos entrevistados não lê porque prefere assistir televisão, usar o WhatsApp ou ouvir música; 53% dos brasileiros afirmam não ter tempo para ler; e 23% considera a leitura uma atividade entediante, que exige grande esforço, produz cansaço e toma muito tempo.

Não podemos “confiar” no interesse do potencial leitor em buscar a informação e acessá-la. É preciso despertar o interesse do servidor em conhecer a informação, facilitar o acesso, criar mecanismos para incentivar a leitura, processamento, compreensão e assimilação do conteúdo, permitindo o entendimento e o uso eficaz da informação disponibilizada.

O bom entendimento das políticas de governança e de gestão de TI elaboradas pode influenciar na qualidade dos serviços prestados à população de Curitiba e Região Metropolitana. O servidor desconhece a importância das políticas de governança em TI para o bom desempenho de suas atribuições, seja nos órgãos de área meio ou fim.

3 METODOLOGIA DE DESENVOLVIMENTO DO TRABALHO

O procedimento metodológico adotado, em conformidade com os objetivos pretendidos, concebeu-se em uma pesquisa de abordagem descritiva e explicativa, por meio de pesquisa bibliográfica e de campo. A investigação de caráter descritivo busca essencialmente a enumeração e a ordenação dos dados, sem o objetivo de comprovar ou refutar hipóteses exploratórias (ALYRIO, 2008). O caráter explicativo pretende identificar os fatores que determinam ou que contribuem para a ocorrência dos fenômenos. (GIL, 2008).

O objetivo da pesquisa é entender os motivos que levam a informação disponibilizada no Portal Administrativo do Município de Curitiba - PAM não chegar ao conhecimento dos servidores da PMC. Os textos, trabalhos e autores pesquisados e referenciados neste artigo apontam, todos, na mesma direção.

A proposta surgiu a partir de diálogos informais com servidores da PMC onde foram verificadas as necessidades de informações acerca do Manual de Escrita Oficial ou do Relatório de Gestão. Fez-se perceber que, de modo geral, os servidores da PMC desconhecem que estes e outros documentos estão disponíveis no PAM, verificando-se então, a necessidade de comunicar a existência das políticas de governança em TI da PMC.

Foi realizada uma pesquisa informal, verificando-se o total desconhecimento sobre a existência de tal documentação. Alguns entrevistados responderam que sabiam da existência das regras, mas não sabiam quais eram, embora tivessem a consciência de que deveriam conhecê-las. Outros responderam que, quando tinham dúvidas, recorriam ao gestor de TI do seu órgão. Alguns servidores também responderam que desconheciam a existência do documento e que o mesmo deveria interessar somente aos profissionais da área de TI.

A partir desta constatação foram coletados dados sobre políticas de governança em TI, estatísticas sobre o desempenho do leitor brasileiro, níveis de compreensão e absorção dos conteúdos lidos, a importância da disseminação do conhecimento dentro das empresas, a disseminação de conhecimento em órgãos governamentais, cultura informacional e comportamento informacional, projetos de plano de comunicação e marketing, gerência de projetos e gestão de TI para compor a ideia desenvolvida neste trabalho.

4 REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

O estudo de LARA e CONTI (2003) sobre a disseminação da informação e usuários, comenta que as tecnologias de informação e comunicação disponíveis permitem intensificar o universo de disseminação das informações governamentais, mas julga prudente verificar em que proporção a transmissão de informação acontece efetivamente, de que forma ela atinge verdadeiramente a sociedade e se atinge de fato à população.

O estudo afirma ainda que não obstante a afirmação de que existe, atualmente, uma generosa quantidade de canais de comunicação à disposição das instituições e do público, não existe certeza sobre o alcance da informação compartilhada e disponibilizada. Não se sabe dizer quem utiliza as informações, com qual grau de facilidade, qual o nível de compreensão, o que essas informações significam para o público ou como essas informações são aplicadas por quem faz uso delas.

O estudo também sugere que é imprescindível questionar tais fenômenos para que se possa aperfeiçoar a extensão das realizações concretas de disseminação e que muitos são válidos até mesmo em situações em que métodos tradicionais de disseminação são utilizados. Isso tudo porque, segundo os autores, não se pode compreender informação por um único conceito, pois seu entendimento é ambíguo. A concepção de seu significado difere conforme os aspectos selecionados.

Se a informação estiver relacionada à alteração de um estado de conhecimento, podemos entendê-la como “processo”; se entendermos a informação como o que é comunicado, o que diz respeito a algum fato, evento ou tema específico, pode-se defini-la como “conhecimento”; e se damos a ela atributo de objetos, como documentos, dados descritos como informação por serem considerados "informativos", é possível conceituar por "coisa". (BUCKLAND, 1991)

Ainda sobre a ótica dos autores, pode-se dizer que a informação, enfatizando o conhecimento será intangível, uma vez que depende de crença, opinião, concepções e conhecimentos anteriores ou de referências subjetivas e, ainda evidenciando o conhecimento, pode depender da existência de documentos informativos, entre outros recursos, pois nos sistemas de informação, ela, ainda conhecimento, estará atrelada à sua materialidade, assumindo um estatuto tangível. A soma dos conceitos de informação observados no "conhecimento" (intangível), "coisa" (documentos informativos) e "processo" (sistemas de informação de fluxos formais e informais), ainda que trabalhem em conjunto, não implica necessariamente em retenção da informação ou geração de conhecimento.

Ainda sobre a geração de conhecimento, DAVENPORT e PRUSAK (1998), teóricos que dissertam sobre ecologia da informação, conceito bastante abrangente que elucida o estudo sobre a influência da informação em diferentes sistemas ecológicos, afirmam que se faz necessário mudar a maneira como as pessoas usam a informação e, para tanto, é preciso administrar a cultura e o comportamento informacionais. Para os autores, comportamento informacional é o como os indivíduos encaram a informação. Discorre sobre as atitudes em relação ao que é informado, levando-se em conta a disseminação, busca, acúmulo, recuperação, filtragem e uso. Cultura informacional é o como a instituição se comporta no tangente à informação e determina se os envolvidos valorizam e se compartilham este ativo. Simplificando, enquanto o comportamento envolve atos individuais, a cultura abrange grupos ou organizações.

Para BARRETO (1994), pesquisador titular do MCT - Ministério da Ciência e Tecnologia e do IBICT - Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, a informação, quando adequadamente assimilada, produz conhecimento, modifica o estoque mental de informações do indivíduo e traz benefícios ao seu desenvolvimento e ao desenvolvimento da sociedade em que ele vive. BARRETO (1994) qualifica a informação como instrumento modificador da consciência e da sociedade, como dispositivo transmutador do homem e do grupo ao qual pertence, deixando de ser um indicador de organização para ser a organização em si. Para o autor, as questões que se sobrepõem atualmente referem-se a como trabalhar a informação enquanto estruturas significantes, no sentido de direcioná-la ao seu propósito de produzir conhecimento para a sociedade e como organizar, controlar e distribuí-la de forma apropriada, política e socialmente, considerando sua interferência na produção do conhecimento. O pesquisador entende que a produção da informação, definida como estruturas significantes, instrumentaliza-se através de práticas bem definidas e se respalda em um processo de transformação orientado por uma racionalidade técnica que lhe é peculiar e que representa operações relacionadas à reunião, seleção, codificação, redução classificação e controle de estoques de informação, orientando para a organização e controle de estoques de informação, para uso imediato ou futuro. Considerando que tal conjunto de informações seja um estoque potencial de conhecimento, julga-o imprescindível para este se realize no contexto de transferência de informação. BARRETO (1994) ainda considera que, por ser estático, este repositório não produz, por si só, qualquer conhecimento, que se torna possível somente a partir de uma ação de comunicação entre a fonte e o receptor.

A abordagem de VALENTE (2014) trata a informação como fatos e dados que são encontrados em publicações impressas, internet e até mesmo em diálogos formais ou informais, enquanto conceitua o conhecimento como o que cada indivíduo edifica como consequência do processamento, da interpretação e da compreensão da informação, se traduzindo numa interpretação individual da realidade. A partir desta distinção entre informação e conhecimento pode-se observar uma série de desafios, pois o grande volume de informação disponível nesses tempos não implica obrigatoriamente em pessoas com mais conhecimento. O autor afirma que com o auxílio adequado de especialistas é possível atingir graus de excelência cada vez maior no trabalho por meio da informação e, dessa maneira, melhor e maior quantidade de conhecimento. Isso implica em criarmos meios para os cidadãos terem chance de construir conhecimento e, portanto, aumentarmos a demanda por mais e melhor educação.

Além disso, ao observar que o conhecimento é construído através do processamento e compreensão da informação, cabe às organizações encontrar maneiras de estimular esse processamento e promover condições para que ele aconteça, buscando auxílio de sistemas e

indivíduos para torná-lo mais acessível, pois tudo indica que a espontaneidade é bastante ineficiente como mecanismo gerador de conhecimento.

A afirmação de VALENTE (2014) se verifica, repetidamente, desde a primeira edição da pesquisa Retratos da Leitura no Brasil, estudo cujo objetivo principal é conhecer o comportamento do leitor e do não leitor, mensurando a intensidade, forma, limitações, motivação, representações e as condições de leitura e de acesso ao livro, impresso e digital, pela população brasileira. A pesquisa, que já está em sua quarta edição, é de autoria do Instituto Pró-Livro - IPL, possui caráter quantitativo e sua abrangência geográfica cobriu todo o território nacional.

A referida pesquisa traz números assombrosos acerca do perfil leitor da população brasileira. 44% dos entrevistados foi considerada não leitor. Na região sul, a estimativa de não leitores é de 50%. Os motivos apontados pela pesquisa elencam falta de tempo, preferência por outras atividades, não gostar de ler, falta de paciência e cansaço, entre outros motivos. 23% dos pesquisados está satisfeito em ser não leitor e não almeja ler mais do que já leu. A pesquisa ainda aponta que em resposta à pergunta "o que você gosta de fazer em seu tempo livre?", a leitura aparece em 9º lugar, onde 73% prefere assistir televisão, ouvir música, reunir-se com amigos, usar Facebook, Twitter ou Instagram e também usar o WhatsApp, que tem a preferência de 43% dos entrevistados. A pesquisa revela também que 30% dos brasileiros nunca comprou um livro, 14% considera a leitura uma atividade entediante, que exige grande esforço, produz cansaço e toma muito tempo e 1% acredita que a leitura não serve para nada. Os estudantes representam 56% dos leitores brasileiros.

A pesquisa considera, acerca da motivação e hábitos de leitura, que o tempo livre dos brasileiros está cada vez mais ocupado por uma vasta gama de atividades, com ênfase para o uso da internet e outras atividades em computadores, *tablets* ou telefones celulares. Tal fenômeno é observado em leitores e não leitores, embora os primeiros ocupem seu tempo livre de forma mais variada que os últimos, e que isso está associado à escolaridade e ao perfil de renda. Entre as barreiras para a leitura, a falta de tempo é o principal motivo mencionado por não leitores e também por leitores que gostariam de ter lido mais e também se destacam os não leitores que mencionam falta de gosto pela leitura. A cada edição da pesquisa percebe-se um aumento da escolaridade média da população e, em contrapartida, diminui o número dos que afirmam não ter nenhuma dificuldade para ler, enquanto se destacam motivos como falta de paciência e de concentração. Boa parte acredita que o hábito da leitura se restringe ao período escolar, não necessitando continuá-lo após terminar os estudos.

Até este ponto, pressupõe-se que as tecnologias de informação e comunicação ofertados nos dias atuais possibilitam fortalecer o ambiente informacional, mas sem garantias acerca da abrangência da informação compartilhada e disponibilizada. Entende-se que se faz necessário mudar como as pessoas usam a informação, uma vez que esta, assimilada adequadamente, produz conhecimento; sugere-se que devemos criar meios para oportunizar aos indivíduos a construção de conhecimento, observado que a espontaneidade não se traduz como meio gerador de ativo intangível, e que as pessoas passam mais tempo navegando na internet do que lendo.

Este quadro de dificuldades frente ao dever de criar meios de aprendizagem propicia a disseminação através de educação a distância (EAD), modalidade de ensino em que professores e alunos não precisam estar fisicamente no mesmo ambiente e ao mesmo tempo, para que ocorra

a aprendizagem. Segundo a Wikipédia, o modelo de ensino a distância teve início no século XIX, através de cursos por correspondência, mas somente nas últimas décadas passou a compor o elenco de atenções pedagógicas. A EAD surgiu da necessidade de promover a formação profissional e cultural de pessoas impossibilitadas de frequentar cursos presenciais e desenvolveu-se a partir das modernizações disponíveis em cada período da história, influenciando o ambiente educacional e a sociedade. É considerada um recurso que contempla as necessidades de desenvolvimento da autonomia do aluno.

Atualmente, sua característica mais marcante é o uso da tecnologia, pois é através da internet que alunos e professores se comunicam, acessam conteúdos, assistem aulas e efetuam avaliações, onde e quando quiserem. A educação a distância se traduz em poderosa ferramenta de aprendizagem, atingindo grande número de aprendizes, ultrapassando a abrangência do modelo de ensino presencial tradicional.

O emprego desta modalidade de ensino se justifica, frente às dificuldades elencadas e circunstâncias apuradas.

Após elucidar as possíveis causas do fenômeno, voltamos à perspectiva de VALENTE (2014), que sugere a disseminação da informação através de educação a distância como resposta às dificuldades elencadas. O autor esclarece, no entanto, que existem diferentes maneiras de engendrar educação a distância e, decorrente da abordagem empregada, pode-se ou não colaborar para o processo de construção de conhecimento. Discorrendo brevemente sobre as diferenças entre as metodologias, a abordagem conhecida como "*broadcast*" utiliza meios tecnológicos para transmitir informação aos aprendizes sem interagir com eles; o "estar junto virtual" permite a construção de conhecimento contemplando o acompanhamento e assessoramento constante do aluno, buscando entender o que faz e ser capaz de propor desafios e ajudá-lo a conferir significado ao que está fazendo; a abordagem compreendida como "virtualização da escola tradicional" busca implementar a sala de aula convencional no ambiente virtual de aprendizagem, onde o processo educacional é centrado no professor ou instrutor, que é detentor da informação e a transmite interagindo com o aluno, que pode simplesmente armazená-la ou processá-la, convertendo-a em conhecimento.

É fundamental analisar os prós e contras de cada abordagem e configurar o aprendizado por educação a distância da forma mais eficaz e consonante com os propósitos e recursos da organização.

Deve-se, ainda, aliar a disseminação por educação a distância a um planejamento estratégico de comunicação de *marketing*, tendo por objetivo apresentar o curso de capacitação por ambiente virtual de aprendizagem e, ao mesmo tempo, despertar o interesse dos servidores municipais em conhecer a política de governança em gestão de TI.

LOBASSI (2007) discorre sobre as estratégias com mídias eletrônicas, afirmando que o comunicador deve primar pela simplicidade, clareza, interesse e repetição da mensagem, para obter melhores índices de compreensão do que é comunicado, pois o indivíduo ajusta a mensagem percebida a suas opiniões, crenças e valores, se permitindo acrescentar ou distorcer a informação, somando à mensagem ideias que não estão expressas, fenômeno conhecido por "ampliação", ou não percebendo conceitos que estão presentes, episódio conhecido por "nivelamento", dando origem ao que os profissionais de comunicação chamam de "distorção

seletiva". Dá-se o nome de "retenção seletiva" à parcela de todas as informações e coisas que acontecem no dia-a-dia e são preservadas na memória, dependendo da reação positiva ou negativa do indivíduo frente aos argumentos recebidos.

O autor salienta que a comunicação pode produzir mudanças mais efetivas em questões menos comuns e perceptíveis, que não estão no centro do sistema de valores do público-alvo e que seus efeitos são mais eficazes quando a mensagem está alinhada com as opiniões, crenças e disposições deste mesmo público. Ainda sobre a ótica de LOBASSI (2007), pode-se entender que o contexto social e o grupo de pertinência ou referência vão mediar a comunicação e influenciar na aceitação ou descarte da comunicação.

Portanto, para atender ao propósito da disseminação da política de governança e gestão de TI e de dados abertos, embasaremos a proposta na *expertise* do autor, somando as abordagens de promoção de vendas, apresentando incentivos de curto prazo para encorajar a experimentação ou "compra" ou aceitação da ideia ou do produto, à do *marketing* direto, fazendo uso de comunicação direta com o indivíduo (servidor da administração municipal) para obter uma resposta imediata. Os objetivos de comunicação, verificados nos estágios de resposta do consumidor, ambicionam conscientização, conhecimento, simpatia, preferência, convicção e "compra" ou aceitação da ideia ou do produto.

O planejamento de comunicação de *marketing* é um sistema complexo, cujos principais objetivos são planejar, acompanhar e implementar o processo de comunicação; desenvolver um programa de comunicação eficaz; estabelecer o *mix* de comunicação de *marketing* adequado ao propósito, que neste caso pressupõe o impacto na comunicação; gerenciar e coordenar a comunicação integrada, que abrange mídia eletrônica, mídia impressa e internet.

LOBASSI (2007) também pontua que para a organização gerar uma imagem percebida de seus produtos e serviços, deve integrar seu *mix* de comunicação de forma a obter sinergia em todas as suas ações de comunicações junto aos seus diferentes públicos, internos e externos. Quanto mais complexa a estrutura organizacional, a distribuição geográfica de seus estabelecimentos e o número de departamentos, maior a preocupação com a integração das informações, evitando os desvios provocados pela comunicação pessoal e não pessoal.

Vale ressaltar que, em tese, todo o efetivo de uma organização se comunica com o mercado (neste caso, cidadãos), formadores de opinião, fornecedores, clientes, amigos, família, imprensa, etc. Quanto mais integrada sua comunicação, melhores são os resultados na imagem percebida pelo cliente e qualidade das informações expostas junto aos seus públicos interno e externo.

5 SOLUÇÃO PROPOSTA

A proposta é desenvolver um planejamento estratégico de comunicação de *marketing*, com o intuito de sensibilizar o servidor sobre a importância de conhecer as políticas de governança e gestão de Tecnologia da Informação, aliado a um plano de disseminação do conteúdo, onde a informação possa circular, ser apresentada, processada, compreendida e assimilada, indo além da ideia de deixar a informação disponível simplesmente. O planejamento estratégico de comunicação de *marketing* teria como embasamento ações de divulgação sobre a publicação e disponibilização das políticas de governança e gestão de TI da Prefeitura de Curitiba e uma campanha de orientação e sensibilização dos servidores, objetivando conscientização sobre a importância de conhecer a informação, tanto para os servidores da administração pública municipal quanto para os munícipes e intencionando despertar o interesse do servidor pelo tema. É necessário tornar a informação atraente para agregar valor à intenção do aprendizado organizacional. Propõem-se uma campanha simples e clara, buscando apresentar a política de TI do município, e despertar o interesse do público alvo (servidores da Prefeitura Municipal de Curitiba), com mensagens breves, chamativas e repetidas periodicamente, intencionando alcançar uma melhor compreensão da informação. Mesclando as possibilidades de canais de comunicação em mídias impressas e internet, a mensagem chegaria aos servidores através de cartazes fixados nos órgãos municipais, *e-mail marketing*, texto no contracheque, *banners* eletrônicos no PAM - Portal Administrativo do Município, no RH 24 horas - Portal de Recursos Humanos da Prefeitura de Curitiba, e outras mídias disponíveis e acessíveis aos servidores da administração municipal.

O plano de disseminação aconteceria, através de educação a distância (EAD), em parceria com o Programa SEMEADOR, o ambiente virtual de aprendizagem do Instituto Municipal de Administração Pública - IMAP, conhecido e utilizado em cursos e capacitações ofertados aos servidores da PMC e à comunidade de Curitiba e Região Metropolitana.

A educação a distância (EAD), segundo VALENTE (2014), é baseada na ideia de tutoriais computacionais ou em livros de instrução programada. Os professores do curso organizam as informações de acordo com seu entendimento sobre a forma mais adequada para assimilação e aprendizado e essa informação é enviada e entregue aos alunos através de recursos da Internet. O conteúdo se apresentaria dividido em módulos de aprendizagem, que contemplariam vídeo aulas, apresentações eletrônicas, exercícios, textos e vídeos complementares. As configurações de educação a distância sugeridas abrangeriam as abordagens “*broadcast*” e “estar junto virtual”, pois a existência de acompanhamento periódico por tutoria virtual e presencial pode ser de grande valia no processo de retenção, compreensão e transformação da informação, considerando que a espontaneidade não configura resultados satisfatórios como meio gerador de conhecimento.

Os servidores da administração municipal fariam cadastro e inscrição pelo Portal Aprender, site destinado a gerenciar e divulgar as ações de formação e capacitação ofertadas pela Prefeitura Municipal de Curitiba, possibilitando o cadastro, inscrições e emissão de certificados aos servidores municipais de Curitiba e população em geral. O elenco de cursos ofertados pelo portal é promovido pelo Instituto Municipal de Administração Pública - IMAP, Secretaria Municipal da Educação - SME e Secretaria Municipal da Saúde – SMS.

6 CONSIDERAÇÕES COMPLEMENTARES

Os referidos estudiosos sugerem que disponibilizar a informação e aguardar até que ela seja acessada e compreendida não é de grande valia para os propósitos do plano. A informação adequadamente compreendida produz conhecimento e traz benefícios ao desenvolvimento da sociedade, porém tornar a informação disponível apenas amplia o estoque informacional, mas não produz conhecimento sem a interação entre a fonte e o receptor. Os estudos evidenciam que a espontaneidade do indivíduo se revela ineficiente como meio gerador de conhecimento. A propósito da magnitude da informação a ser assimilada, faz-se necessário intervir nos processos informacionais para ampliar o número de indivíduos atingidos e, por conseguinte, intensificar a compreensão da mensagem.

A intervenção mais acertada, averiguando os parâmetros observados, seria a capacitação de todo o efetivo do município para a disseminação da informação e o desenvolvimento do conhecimento pretendido.

Considerando que a Prefeitura Municipal de Curitiba é formada por secretarias, autarquias, fundações, sociedades de economia mista e administrações regionais e, pensando na quantidade de servidoras e servidores da administração pública municipal que precisam conhecer a política de governança e de gestão da Tecnologia da Informação e a política de dados abertos do município, considerando a infraestrutura física disponível, o provável número de instrutores e as dificuldades de conduzir todo este efetivo a uma ação de capacitação presencial, constata-se que a educação a distância se apresenta como solução bastante viável para o problema.

Além das vantagens percebidas em dispensar espaço físico dedicado e configurado, atingir simultaneamente um expressivo número de pessoas que o ambiente físico não comporta, afora a liberdade de horário para acessar os conteúdos, esta modalidade de ensino é um ambiente já conhecido pelos servidores de Curitiba, que já fazem uso de educação a distância em ações de desenvolvimento de competências gerais ou específicas, através do Programa Semeador.

Qualquer ação de formação ou capacitação deve ser entendida com a finalidade de renovação. A disseminação para transferência de informação e utilização, diferentemente da disseminação como divulgação, ambiciona mais fortemente o processo do que o objeto e intenciona, antes de tudo, criar familiaridade com as informações, para que o servidor público municipal seja por si próprio o promotor de sua formação e crescimento. Outrossim, é também uma possibilidade de aprimorar a oferta de informações produzidas e os serviços prestados à Curitiba e Região Metropolitana.

7 CONCLUSÃO

A propagação da informação e sua transformação em conhecimento é imprescindível ao desenvolvimento da sociedade. O problema tratado neste artigo se resume em transmitir eficientemente uma informação essencial para o bom entendimento da governança e gestão de tecnologia da informação da administração pública municipal, traduzindo-se em informação e serviços de qualidade acessíveis ao cidadão. Todavia, fica evidente o desafio de provocar estímulos que conduzam os servidores e a população rumo ao desenvolvimento cultural, profissional, social e até educacional, uma vez que se caracteriza a falta de interesse do brasileiro em aprender, apresentado na pesquisa Retratos da leitura no Brasil.

A solução apontada para o desafio descrito neste artigo foi um planejamento estratégico de comunicação, aliado à capacitação através de educação a distância. Seria esta a solução para educar e levar cultura à população? Será possível estimular a busca pela informação e pelo conhecimento, utilizando a mesma proposta fora da esfera pública municipal?

Pode-se dizer que o indivíduo que busca a informação e dela se apropria, transformando-a em conhecimento, transforma também sua maneira de enxergar o mundo. O conhecimento é o passaporte para o desenvolvimento, desde as noções mais rudimentares, como hábitos de higiene, saneamento básico, linguagem escrita e tabuada, passando por percepções cívicas, convicções políticas, ética e valores morais, e indo até seus horizontes mais longínquos, tais os estudiosos que pesquisam e produzem novas descobertas.

É necessário e urgente levar ao povo informação de qualidade, estimulando sua transformação e possibilitando seu crescimento.

8 REFERÊNCIAS

Agência de Notícias da Prefeitura de Curitiba, **Câmara vota LDO e recursos para nova secretaria**. Tecnologia da Informação, 26 jun 2014. Disponível em:

<<http://www.curitiba.pr.gov.br/noticias/camara-vota-ldo-e-recursos-para-nova-secretaria/33381>> Acesso em 24 maio 2016.

ALYRIO, R.D. **Metodologia Científica**. PPGEN: UFRRJ, 2008. Disponível em:

<http://www.faflo.com.br/faf/index.php?option=com_rokdownloads&view=file&task=download&id=52%3Ametodo-de-abordagem&Itemid=136> Acesso em 25 maio 2016.

BARRETO, A.A. **A questão da informação**. São Paulo em Perspectiva, v.8, n.4, out./dez. 1994. Disponível em:

<sites.google.com/site/joelcienciainformacao/questao.informao.pdf>. Acesso em 12 maio 2016.

BUCKLAND, M. **Information and information systems**. New York; London: Praeger, 1991. Disponível em:

<https://books.google.com.br/books?id=xOqaFMA9Kh4C&lpg=PR5&ots=JlohnOtUg&dq=BUCKLAND%2C%20M.%20Information%20and%20information%20systems.%20New%20York%3B%20London%3A%20Praeger%2C%201991.&lr&hl=pt-BR&pg=PR12#v=onepage&q&f=false>. Acesso em 25 maio 2016.

CONSELHO DE ARQUITETURA E URBANISMO – CAU. **Manual de Política de Governança e de Gestão da Tecnologia da Informação do Centro de Serviço Compartilhado do Conselho de Arquitetura e Urbanismo**. Disponível em: <http://www.caubr.gov.br/wp-content/uploads/2012/07/Res71_Anexo1-Manual-CSC_Versao-Aprovada.pdf>. Acesso em: 7 maio 2016.

DAVENPORT, T. H; PRUSAK, L. **Ecologia da informação: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação**. Tradução Bernadette

Siqueira Abrão. São Paulo: Futura, 1998. Disponível em:

<http://amormino.com.br/livros/20141114-ecologia-informacao.pdf>. Acesso em 25 maio 2016.

FAILLA, Z. **Retratos da leitura no Brasil 3**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo: Instituto Pró-Livro, 2012. Disponível em:

<<http://prolivro.org.br/images/antigo/4095.pdf>> Acesso em 14 maio 2016.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008. Disponível em:

https://professores.faccat.br/moodle/pluginfile.php/13410/mod_resource/content/1/como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf. Acesso em 26 maio 2016. https://professores.faccat.br/moodle/pluginfile.php/13410/mod_resource/content/1/como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf. Acesso em 26 maio 2016.

Instituto Pró-Livro. **Pesquisa retratos da leitura no Brasil 4ª edição**. São Paulo: Instituto Pró-Livro, 2016. Disponível em:

<[http://prolivro.org.br/home/images/2016/Pesquisa Retratos da Leitura no Brasil - 2015.pdf](http://prolivro.org.br/home/images/2016/Pesquisa_Retratos_da_Leitura_no_Brasil_-_2015.pdf)>. Acesso em 14 maio 2016

LARA, M. L. G.; CONTI, V. L. **Disseminação da informação e usuários**. São Paulo em Perspectiva, vol.17 no.3-4 São Paulo July/Dec. 2003. Disponível em:

<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-88392003000300004>. Acesso em 12 maio 2016.

LOBASSI, E. W. **Plano estratégico de comunicação e marketing**. Estratégias com mídia eletrônica. Aula 2, São Paulo. Julho 2007. Disponível em:

<[http://www2.anhemi.br/html/ead01/estrategias com midia eletronica/aula2.pdf](http://www2.anhemi.br/html/ead01/estrategias_com_midia_eletronica/aula2.pdf)>. Acesso em 12 maio 2016.

VALENTE, J. A. **Diferentes abordagens de educação a distância**. NIED-UNICAMP & CED-PUC/SP. 2014. Disponível em:

[http://www.ufjf.br/grupar/files/2014/09/Diferentes-abordagens EaD Valente siteMEC.pdf](http://www.ufjf.br/grupar/files/2014/09/Diferentes-abordagens_EaD_Valente_siteMEC.pdf). Acessado em 25 maio 2016.

WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. **Educação a distância**. Flórida: Wikimedia Foundation, 2016. Disponível em:

<https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Educa%C3%A7%C3%A3o_a_dist%C3%A2ncia&oldid=45756316>. Acesso em: 31 maio 2016.

