



Relações Públicas aplicada à Gestão do Conhecimento¹

Simone Cyrineu Miranda²
Priscila Bernardo Pescara³

Universidade Metodista de São Paulo

Resumo

Este trabalho tem como objetivo estimular novos estudos sobre a utilização de ferramentas de outras áreas como a Gestão do Conhecimento, muito utilizada pela Administração, na função de Relações Públicas e agregar novos estímulos à profissão. Este estudo se tornou possível ao consultar fontes bibliográficas consagradas das áreas envolvidas e ao analisar esse intercâmbio de conhecimentos como uma nova estratégia para a função de Relações Públicas. A partir dessa introdução ao tema é possível inovar teorias, conceitos e práticas para uma melhor colocação da profissão no panorama organizacional.

Palavras-chave

Relações Públicas; Gestão do Conhecimento; Inovação; Teoria de Relações Públicas; Comunicação Organizacional.

Comunicação e Relações Públicas

Comunicação é o processo permanente e contínuo de transmissão e compreensão de informações, gerando assim um *feedback*. Comunicar significa tornar comum, compartilhar, implica, portanto, em diálogo e bom entendimento. É um processo altamente complexo, pois envolve as diferenças de conhecimento e códigos entre quem emite a mensagem e quem a recebe e tenta compreendê-la, envolve os ruídos do ambiente onde a comunicação se deu, envolve o interesse despertado e as expectativas envolvidas. É por meio da comunicação que construímos (e destruímos) relacionamentos, que damos visibilidade a nossas idéias, que nos tornamos (re)

¹ Trabalho apresentado ao XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, na Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, Intercom Júnior.

² Graduanda em Relações Públicas pela Universidade Metodista de São Paulo, atuou mais de um ano com Consultoria em Gestão do Conhecimento e é técnica em *Web Design* pelo SENAC, e-mail: simonecyrineu@gmail.com

³ Graduanda em Relações Públicas pela Universidade Metodista de São Paulo, e-mail: pripecara@hotmail.com

conhecidos tornando-se fundamental para o convívio social e sobrevivência das organizações.

“De fato, vence na vida aquele que é o mais capaz de ouvir, ler, de falar e escrever, de assimilar, de receber e transmitir conhecimentos, idéias e estímulos. Não existe uma área da vida social, na qual a comunicação não tenha influência decisiva. É nesse cenário que aparecem os homens de RR.PP., alimentando e estimulando o fluxo das comunicações, com a responsabilidade imensa de mostrar a todos os seres humanos a paisagem, quase imperceptível, desse intercâmbio de palavras e mensagens, de pensamentos e de opiniões. E a responsabilidade torna-se maior ainda se lembrarmos que a manipulação desonesta dos meios de comunicação pode colorir esse quadro, trazendo-o para a realidade, num aspecto falso e perigoso.”⁴

Uma das formas de entendermos a função de um relacionista é dizer que esta profissão existe baseada pelas controvérsias, conflitos e má comunicação. Relacionista é o profissional responsável pelo gerenciamento de toda comunicação de uma organização, voltada para seus públicos essenciais e não essenciais, realizada por meio de um conjunto de atividades envolvidas num processo contínuo e intrínseco da organização com seus propósitos e objetivos definidos.

Como função da alta administração, Relações Públicas busca um constante equilíbrio entre os interesses da organização e todos aqueles que com ela estão envolvidos, é apto para antecipar e corrigir impressões falsas, ajudar a administração a interpretar as novas tendências para preparar-se para eventuais mudanças e a demonstrar a importância de assumir a responsabilidade social junto aos seus públicos entre tantas outras coisas que tornam esse profissional generalista o de atuação mais ampla da área, por conter em sua formação conceitos de todas as demais áreas da Comunicação.

É fato que há uma lacuna entre as teorias e entre as diferentes áreas, que se complementam, porém, muitas vezes não atuam juntas gerando um relacionamento de indisposição e prejudicando a comunicação tanto organizacional como profissional. Uma vez que os próprios processos organizacionais estão cada vez mais integrados e interdependentes deveria haver uma (re) organização das funções para que estas trabalhassem em conjunto e em constante renovação de suas teorias incentivados pelo mesmo propósito de uma comunicação excelente e maior sobrevivência das organizações.

Relações Públicas como uma função estratégica deve tentar preencher essa lacuna entre as comunicações por ser uma profissão emergente e capaz de manter relacionamentos mutuamente benéficos tanto dentro das áreas de Comunicação, como entre as

⁴ ANDRADE, Teobaldo de. *Para entender Relações Públicas*. São Paulo: Edições Loyola, 1993, p.104

organizações e no sistema organização-público onde é utópico tentar suprimir o conflito, mas é fundamental monitorá-lo.

“A atividade de Relações Públicas é um esforço planejado e sistemático para ajudar as pessoas a compreenderem as possibilidades próximas e para fornecer-lhes uma motivação para fazer uso sensível daquelas possibilidades. A crise de nossa civilização contemporânea é resultante da falta de equilíbrio, que é devido ao fato de que o progresso técnico da humanidade não é contrabalançado pelo progresso moral... Relações Públicas são o meio para preencher esta profunda necessidade de renovação espiritual... Relações Públicas são acima de tudo uma atividade espiritual... esta idéia tem um longo caminho a percorrer antes de ser completamente aceita, dando assim às nossas empresas a quarta dimensão que elas requerem. As Relações Públicas na União Soviética são compreendidas em largos termos, elas significam relações entre homens, classes de pessoas que vivem no campo da economia, e também no da ciência, da tecnologia, da ideologia, da moral e da cultura. Enquanto no ocidente, elas são entendidas como um meio para mercados e questões das várias tendências de população técnica e informação comercial”.

Gestão do Conhecimento

Várias empresas já adotam práticas de Gestão do Conhecimento (GC) apesar de ser um conceito muito recente dentre as organizações e ainda pouco difundido no Brasil.

TERRA, pioneiro nessa área no Brasil e um dos principais autores sobre o tema diz que:

“Gestão do Conhecimento significa organizar as principais políticas, processos e ferramentas gerenciais e tecnológicas à luz de uma melhor compreensão dos processos de geração, identificação, validação, disseminação, compartilhamento e uso dos conhecimentos estratégicos para gerar resultados econômicos para a empresa e benefícios para os colaboradores”.⁵

TERRA se baseia em uma obra fundamental e pioneira sobre o tema que é a obra “Criação de Conhecimento na Empresa”, de Ikujiro Nonaka e Hirotaka Takeuchi que classificam o conhecimento humano em dois tipos: o explícito e o tácito e propõem métodos de interpretação e transformação do tácito em explícito. Segundo esses autores o conhecimento explícito pode ser articulado na linguagem formal, já o conhecimento tácito é difícil de ser articulado nessa linguagem por ser mais incorporado e envolver experiência individual e fatores como crenças pessoais, perspectivas e sistema de valor. Essas duas formas de conhecimento é a principal dinâmica da criação do conhecimento na organização de negócios e mostra que o indivíduo é o principal agente que possui e processa o conhecimento e interage com a organização dessa maneira e afirma que o sucesso das empresas japonesas provém da habilidade técnica e na capacidade de criar

⁵ GALITZINE, Yurka. *The philosophy of Public Relations*. Londres, 1960.



conhecimento, disseminá-lo na organização e incorporá-lo a produtos, serviços e sistemas.

Pode-se entender Gestão do Conhecimento como um conjunto de técnicas, posturas e condutas dedicadas à preservação do saber organizacional com o intuito de alavancar, multiplicar e gerar riquezas através do capital intelectual constituído pelos seus públicos essenciais e não-essenciais, este capital que vem sendo cada vez mais valorizado pelo mundo corporativo e globalizado que está atento às novas mudanças comportamentais das organizações.

Aplicação RP x GC

É difícil buscar referências ao tratar de Comunicação e Gestão do Conhecimento juntos, alguns autores apenas citam a relação existente entre as duas áreas, apesar da GC tratar a Comunicação como uma de suas principais ferramentas de implementação o que é perceptível, sendo uma de suas bases a disseminação do conhecimento.

Se a função da administração é gerenciar a organização e a função do relacionista é gerenciar a comunicação porque não utilizar desses resultados e suas ferramentas para melhorar o desempenho das organizações?

Ao comparar a definição de TERRA sobre Gestão do Conhecimento com o papel de um relacionista é fácil perceber que é um conceito completamente aplicável, assim sendo, Relações Públicas busca resultados econômicos e positivos para a organização conciliado com os interesses de seus colaboradores gerando benefícios mútuos e uma relação de confiança. Essa aplicação depende ainda de um processo de conscientização dos relacionistas e construído pouco a pouco como afirma BUENO em seu livro de leitura crítica às organizações:

“Comunicação Estratégica, Comunicação Integrada, Gestão do Conhecimento não são processos que caem do céu, ou que se compram em pacotes oferecidos por agências de comunicação ou consultorias de RH. Eles precisam ser efetivamente construídos”.⁶

Conclui-se que é mais que viável a utilização dessa ferramenta de Administração no âmbito das Relações Públicas e Comunicação e que outros estudos mais aprofundados devem ser realizados sobre o tema para incorporarmos um novo conceito em nossa teoria.

⁶ BUENO, Wilson da Costa. *Comunicação Empresarial no Brasil: uma leitura crítica*. São Paulo, All Print Editora, 2005.



O relacionista como generalista será ainda um gestor do conhecimento, pois além da difícil missão de manter ativo o relacionamento entre os públicos envolvidos com a organização, este terá ainda que disseminar o conhecimento para e por todos dessa organização, mantendo seus ativos tangíveis e intangíveis vivos e gerando riquezas. É preciso inovar e estar atento às mudanças rápidas decorrentes da globalização.

Referências bibliográficas

- ANDRADE, Teobaldo de. *Para entender Relações Públicas*. São Paulo, Edições Loyola, 2001.
- BUENO, Wilson da Costa. *Comunicação Empresarial no Brasil: uma leitura crítica*. São Paulo, All Print Editora, 2005.
- DAVENPORT, Thomas; PRUSAK, Laurence. *Conhecimento Empresarial*. São Paulo, Publifolha, 1999
- FRANÇA, Fábio. *Públicos: como identificá-los em uma nova visão estratégica*. São Caetano do Sul, Yendis Editora, 2004.
- GALITZINE, Yurka. *The philosophy of Public Relations*. Londres, 1960.
- NONAKA, Ikujiro; TAKEUCHI, Hirokata. *Criação de conhecimento na empresa: como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação*. Rio de Janeiro: Campus, 1997
- KUNSCH, Margarida Maria Krohling. *Relações Públicas e Modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional*. São Paulo, Summus, 1997.
- SIMÕES, Roberto Porto. *Relações Públicas: Função Política*. São Paulo, Summus, 1995.
- TERRA, José Claudio C. *Gestão do Conhecimento: o grande desafio empresarial*. São Paulo, Negócio Editora, 2001.