

As Relações Públicas e a educação corporativa¹

Jéssica Mugnatto²

Renata Calonego³

Roseane Andrelo⁴

Willy Del Valle⁵

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru, SP.

RESUMO

O trabalho aborda a implantação de um sistema de educação corporativo, estruturado no uso de recursos educacionais abertos (REA) e educação a distância, voltado à formação em competências comunicacionais, de literacia digital e informacional do público interno de organizações do primeiro, segundo e terceiro setores. Defende a atuação imprescindível do profissional de comunicação organizacional e, sobretudo, de Relações Públicas nesse processo, pois este tem como função primordial gerir relacionamentos e informações. Após o advento da internet, surgem a sociedade em rede e o consumidor Web 2.0 e, a empresa, ao adotar a educação corporativa, se adéqua ao contexto globalizado, que tem como vantagem competitiva o fator humano. Nesse cenário, foi criado o site Comunica Educação (<http://www2.faac.unesp.br/extensao/comunicaeducacao/>) com cursos destinados a funcionários de diferentes organizações.

Palavras-chave: relações públicas; público interno; educação corporativa; recursos educacionais abertos; competências comunicacionais.

1 INTRODUÇÃO

A expansão das tecnologias da informação e comunicação, principalmente a internet, trouxe novas formas de relacionamentos e comportamentos. O indivíduo se torna mais crítico, espaços para manifestações aumentaram e o acesso à informação ganhou grandes dimensões. Essa realidade exige uma readequação das organizações, pois a competitividade entre empresas é cada vez maior diante da globalização. Encontrar vantagens competitivas se tornou essencial e essa busca foi potencializada com a

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade Comunicação e Inovação;

² Estudante do 5º Semestre do Curso de Relações Públicas, email: jessicamug@gmail.com

³ Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Relações Pública, email: rcalonego@gmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Relações Públicas, email: roseane.andrelo@faac.unesp.br

⁵ Estudante do 3º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: willydelvalle@bol.com.br

valorização do homem e seu conhecimento. Assim, o público interno de organizações ganhou destaque, como nunca visto antes, e a comunicação interna recebeu novos desafios. Diante desse quadro, defende-se como solução plausível e aplicável a formação dos funcionários da empresa por meio da implantação de um sistema de educação corporativo, que compreenda o uso de recursos educacionais abertos (REA) e a educação a distância, gerando competências comunicacionais e em literacia digital e informacional, preparando os empregados às exigências do atual mercado e, ainda, promovendo um crescimento profissional, que causa o bem estar pessoal. Dessa maneira, a organização trabalha, também, com os preceitos de uma gestão socialmente responsável, garantindo sua reputação e imagem e trazendo benefícios para a sociedade, que está cada vez mais atuante.

O presente trabalho objetiva demonstrar a importância da comunicação nesse processo e a imprescindível atuação do profissional de Relações Públicas que, como gestor de relacionamentos e da informação, deve ser o responsável em formar e capacitar o público interno, exercendo uma comunicação excelente e integrada, viabilizando sua função estratégica e o “modelo simétrico de das mãos”. Para tanto, sua metodologia tem como base a pesquisa do referencial teórico; a elaboração de um site, o “Comunica Educação”, estruturado em formato de educação a distância e do REA, contendo cursos que visam a formação e capacitação em ambiente de trabalho, porém, qualquer usuário interessado pode ter acesso.

2 OBJETIVOS

O presente projeto de extensão possui os seguintes objetivos: 1) criar um repositório multimídia com mapas que guiem percursos de aprendizagem; 2) desenvolver recursos baseados na aprendizagem aberta, que permitam aos públicos estratégicos a reunião em espaços virtuais para aprender de maneira colaborativa sobre assuntos específicos, usando recursos multimídias e 3) promover a formação em competências comunicacionais do público interno das organizações participantes.

3 JUSTIFICATIVA

O projeto justifica-se pela atualidade e relevância do tema, conforme discorrido anteriormente. Pela própria natureza, há aplicação dos resultados, oferecendo às organizações interessadas um programa de educação corporativa. Além disso, são

disponibilizados parâmetros para a promoção de competências em comunicação e em literacia digital, em ambientes organizacionais.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A metodologia do projeto vem sendo desenvolvida em quatro momentos: 1) com base em documentos, livros e sites, foi avaliado o estado da arte da educação corporativa; da aprendizagem aberta; do papel das relações públicas na implementação de programas de relacionamento focado no modelo simétrico de duas mãos e dos preceitos de comunicação educativa; 2) foi desenvolvido um *website*, que possui o seguinte link de acesso <http://www2.faac.unesp.br/extensao/comunicaeducacao/>, baseado na abordagem da educação aberta com conteúdo específico à comunicação corporativa. Nele, foram agregadas ferramentas que permitem o diálogo entre os usuários; 3) foram desenvolvidas aulas voltadas à formação de competências comunicacionais, em linguagem multimidiática, e postadas no site; 4) três grupos (alunos de graduação; professores universitários e profissionais de diversas áreas) foram convidados a analisar o site, cursar as aulas disponíveis e participar de uma pesquisa para avaliar a proposta; 5) os dados levantados serviram de parâmetro para a produção de outros cursos (fase atual do projeto); 6) os recursos serão colocados à disposição para organizações do primeiro, segundo e terceiro setores.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A comunicação interna possui papel estratégico dentro de qualquer organização, uma vez que é uma ferramenta capaz de harmonizar os interesses dos funcionários e da empresa, estabelecendo o diálogo. Afinal, com o acesso às mídias sociais, sabe-se que as pessoas interagem com muitas outras e que, nessa interação, é difícil diferenciar o que é assunto pessoal de assunto corporativo. (MAIA, 2011, p. 76).

Soma-se a isso a noção de multiprotagonismo, ou seja, os públicos assumem diferentes papéis de acordo com o espaço e o local em que se encontram. Isso faz do empregado, antes mero receptor das mensagens da alta direção, um potencial emissor, já que, a qualquer momento e com uso das tecnologias cada vez mais acessíveis e portáteis, poderá tornar-se porta-voz de importantes mensagens para dentro e para fora do universo da organização, viajando os quatro cantos do mundo (FREIRES, 2011, p. 32).

Desta forma, sabe-se que as relações públicas também devem atuar na formação dos públicos internos para que saibam selecionar e utilizar as informações mais relevantes em determinados ambientes organizacionais. Com base nesses preceitos e na proposta de aprendizagem aberta, foi escolhido o site (<http://www2.faac.unesp.br/extensao/comunicaeducacao/>) como ferramenta do projeto, por permitir o retorno rápido dos participantes e por garantir mecanismos de interação.

A partir disso, foi elaborado o primeiro curso, voltado ao desenvolvimento de habilidades para a comunicação oral. As aulas foram construídas em várias linguagens, com base no depoimento de especialistas: um texto, indicando a importância da escolha das palavras; áudios com uma fonoaudióloga abordando o papel da entonação; e vídeo com um jornalista demonstrando como os gestuais contribuem para o processo comunicativo.

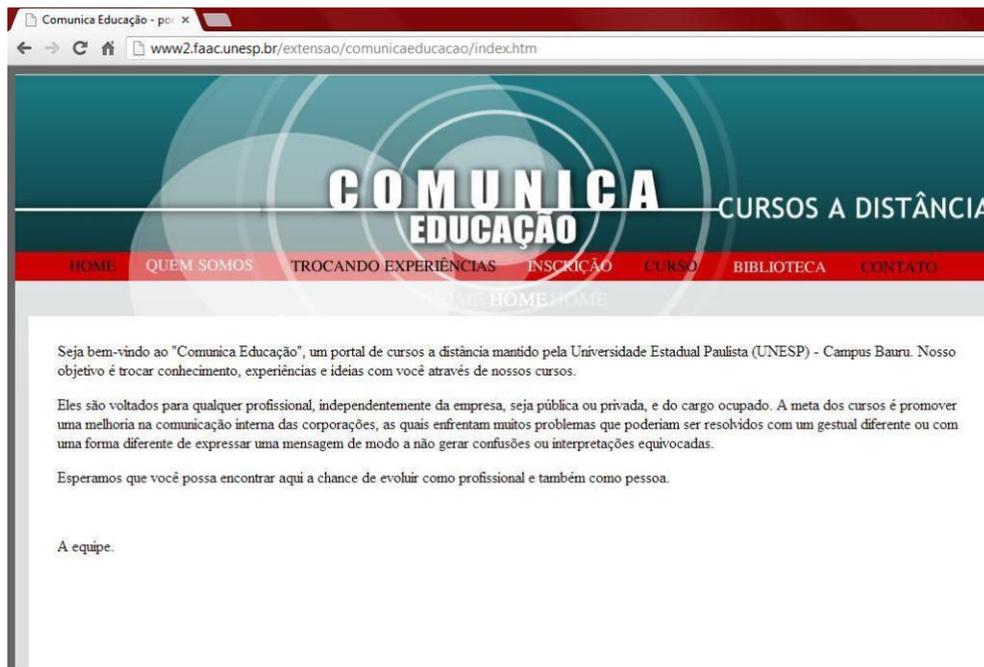
Esse material foi avaliado por três grupos distintos de pessoas e obteve retorno positivo, na proposta, no site e na aula. A principal indicação dada pelos respondentes diz respeito à necessidade da utilização de material multimidiático para a criação das aulas.

O site⁶, portanto, foi a ferramenta escolhida como base da análise, pois permite o retorno rápido dos participantes e garante mecanismos de interação. Ademais, fundamenta-se nos preceitos acima citados, uma vez que permite a aprendizagem aberta, a educação a distancia e promove competências comunicacionais e em literacia digital.

O nome dado ao site foi “Comunica Educação”, pois transmite o conceito de educar através e para a comunicação. Entre os itens do site, encontram-se: “home”, “quem somos”, “trocando experiências”, “inscrição”, “curso”, “biblioteca” e “contato”.

A página “home” consiste na abertura do site e tem por objetivo apresentar a proposta do “Comunica Educação”, evidenciando a associação com a Universidade Estadual “Júlio de Mesquita Filho” e o curso a distância destinado a qualquer interessado em aprender.

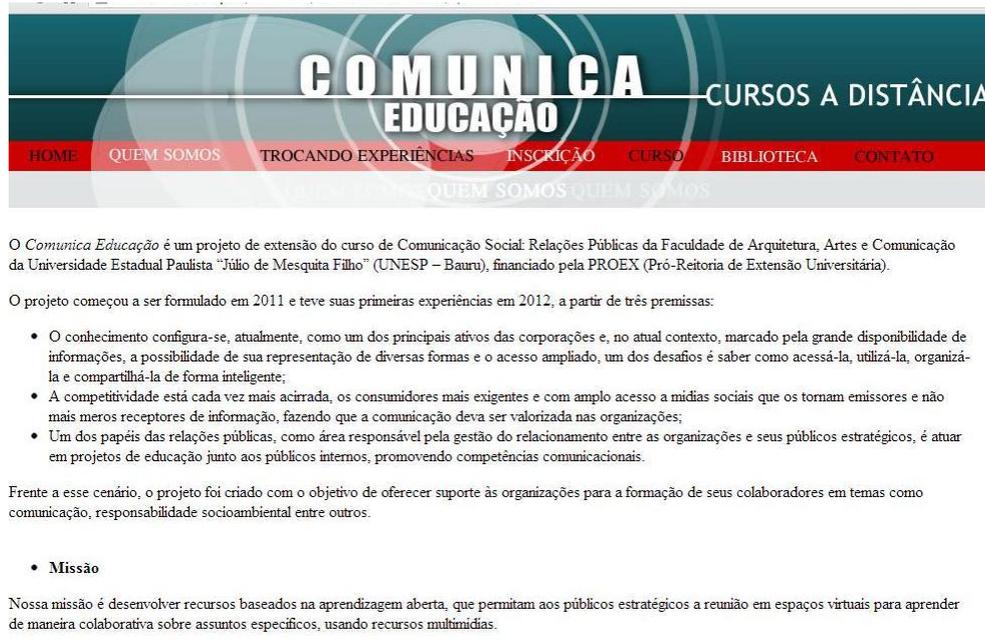
⁶ Endereço de acesso do “Comunica Educação”:
<<http://www2.faac.unesp.br/extensao/comunicaeducacao/index.htm>>.



Home: conhecendo o projeto.

Fonte: <<http://www2.faac.unesp.br/extensao/comunicaeducacao/index.htm>>

O tópico seguinte, “Quem Somos”, explica a origem do site e de sua história, apresentando o projeto de extensão universitária ao qual o site está vinculado, assim, contextualiza a importância da construção da educação corporativa a distância e exemplifica a missão, visão e valores do trabalho pela equipe, que são, respectivamente: “desenvolver recursos baseados na aprendizagem aberta , que permitam aos públicos estratégicos a reunião em espaços virtuais para aprender de maneira colaborativa sobre assuntos específicos , usando recursos multimídias”; “ O projeto *Comunica Educação* tem a pretensão de oferecer às organizações programas de educação aberta que colaboram para a formação de seu público interno em temas essenciais ao ambiente corporativo. Também pretende ser um suporte a pesquisas científicas na área de comunicação organizacional”; “responsabilidade social, ética e criatividade”.



The screenshot shows the website for 'Comunica Educação' with a navigation menu and introductory text. The navigation menu includes: HOME, QUEM SOMOS, TROCANDO EXPERIÊNCIAS, INSCRIÇÃO, CURSO, BIBLIOTECA, and CONTATO. The main text describes the project as an extension of the 'Comunicação Social: Relações Públicas' course at the Faculty of Architecture, Arts and Communication of the Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (UNESP – Bauru), funded by PROEX (Pró-Reitoria de Extensão Universitária). It mentions the project started in 2011 and lists three premises: 1) Knowledge configuration, 2) Competitiveness, and 3) Roles in public relations. A mission statement is also present.

COMUNICA EDUCAÇÃO CURSOS A DISTÂNCIA

HOME QUEM SOMOS TROCANDO EXPERIÊNCIAS INSCRIÇÃO CURSO BIBLIOTECA CONTATO

O *Comunica Educação* é um projeto de extensão do curso de Comunicação Social: Relações Públicas da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (UNESP – Bauru), financiado pela PROEX (Pró-Reitoria de Extensão Universitária).

O projeto começou a ser formulado em 2011 e teve suas primeiras experiências em 2012, a partir de três premissas:

- O conhecimento configura-se, atualmente, como um dos principais ativos das corporações e, no atual contexto, marcado pela grande disponibilidade de informações, a possibilidade de sua representação de diversas formas e o acesso ampliado, um dos desafios é saber como acessá-la, utilizá-la, organizá-la e compartilhá-la de forma inteligente;
- A competitividade está cada vez mais acirrada, os consumidores mais exigentes e com amplo acesso a mídias sociais que os tornam emissores e não mais meros receptores de informação, fazendo que a comunicação deva ser valorizada nas organizações;
- Um dos papéis das relações públicas, como área responsável pela gestão do relacionamento entre as organizações e seus públicos estratégicos, é atuar em projetos de educação junto aos públicos internos, promovendo competências comunicacionais.

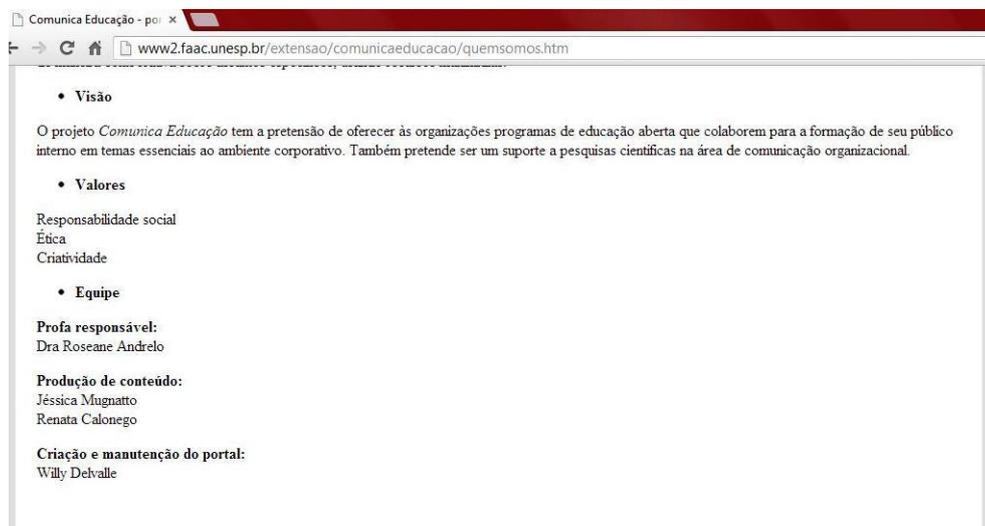
Frete a esse cenário, o projeto foi criado com o objetivo de oferecer suporte às organizações para a formação de seus colaboradores em temas como comunicação, responsabilidade socioambiental entre outros.

- **Missão**

Nossa missão é desenvolver recursos baseados na aprendizagem aberta, que permitam aos públicos estratégicos a reunião em espaços virtuais para aprender de maneira colaborativa sobre assuntos específicos, usando recursos multimídias.

Quem Somos: apresentando a missão, visão, valores e a equipe

Fonte: <<http://www2.faac.unesp.br/extensao/comunicaeducacao/quemsomos.htm>>



The screenshot shows the 'Quem Somos' page of the website. It includes sections for Vision, Values, and Team. The Vision section states the project's goal is to provide open education programs for organizational formation. The Values section lists social responsibility, ethics, and creativity. The Team section lists the responsible professor, content producers, and portal creator.

- **Visão**

O projeto *Comunica Educação* tem a pretensão de oferecer às organizações programas de educação aberta que colaborem para a formação de seu público interno em temas essenciais ao ambiente corporativo. Também pretende ser um suporte a pesquisas científicas na área de comunicação organizacional.

- **Valores**

Responsabilidade social
Ética
Criatividade

- **Equipe**

Profa responsável:
Dra Roseane Andrelo

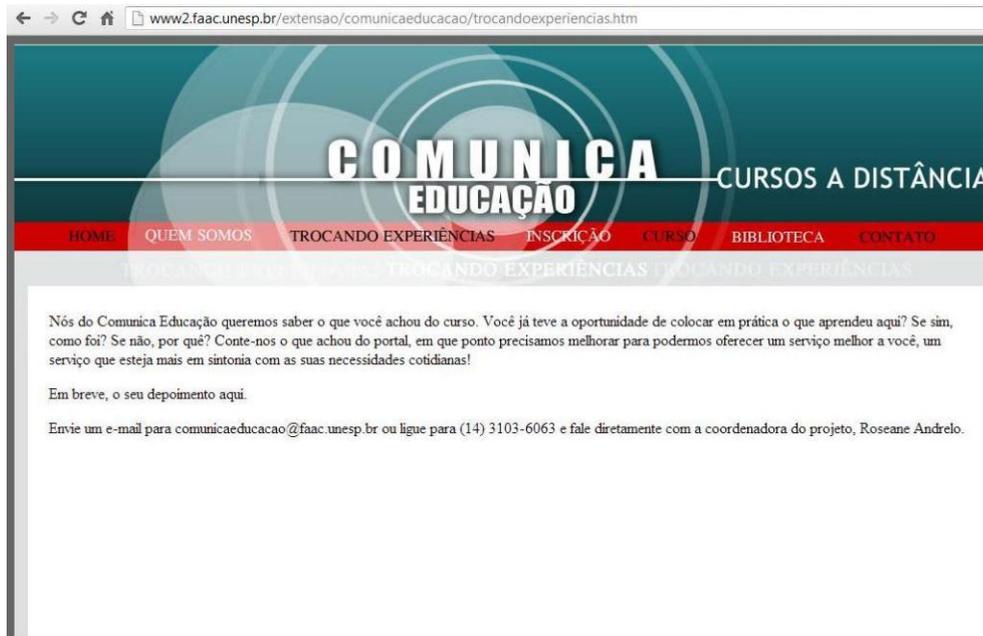
Produção de conteúdo:
Jéssica Mngnatto
Renata Calonego

Criação e manutenção do portal:
Willy Delvalle

Quem Somos: apresentando a missão, visão, valores e a equipe.

Fonte: <<http://www2.faac.unesp.br/extensao/comunicaeducacao/quemsomos.htm>>

O espaço “Trocando Experiências” busca criar um ambiente de integração e compartilhamento de aprendizagens e conteúdos entre os participantes dos cursos *onlines*. Ademais, constitui-se em um meio que proporciona *feedback* a equipe da Comunica Educação, pois opiniões e sugestões estão abertas nesse item.



Trocando Experiências: incentivando a participação e o compartilhamento de opiniões.
Fonte: <<http://www2.faac.unesp.br/extensao/comunicaeducacao/trocandoexperiencias.htm>>

O *link* “inscrição” redireciona para outra página da *web*, onde o internauta preencherá dados pessoais e específicos, de maneira a colaborarem para um *feedback* futura da equipe e para a realização da avaliação.

Na aba “curso” é onde serão encontradas todas as aulas do “Comunica Educação”, sendo que o aluno poderá escolher o curso desejado ao clicar em seu respectivo link que o conduzirá para o plano de atividade, que indicará: o público-alvo, o título da atividade, a proposta, o conteúdo, o material, o tipo de avaliação e a carga horária daquele curso. Essa explicação não tem obrigatoriedade de leitura, podendo o indivíduo ir direto a aula. Então, ao acessar o guia da aula, o internauta terá acesso ao conteúdo específico daquele tema. O “curso 1: comunicação oral” é o que está atualmente disponível. Ressalta-se que o acesso ao material é aberto, não sendo imposta a inscrição, porém, quem optar por esse modo, não compreenderá a avaliação e retorno da equipe. No final das aulas, será pedida a avaliação, juntamente a explicação do desenvolvimento desta. E então, outra caixa será aberta e seu

conteúdo deverá ser enviado ao email do “Comunica Educação”:

comunicaeducacao@faac.unesp.br.



Curso: plano de atividade

Fonte: <<http://www2.faac.unesp.br/extensao/comunicaeducacao/curso.htm>>



Curso: conteúdo

Fonte: <<http://www2.faac.unesp.br/extensao/comunicaeducacao/curso.htm>>

O item “Biblioteca” dispõem de textos, documentos, artigos e livros de assuntos relacionados à comunicação e, portanto, podem acrescentar na aprendizagem do aluno.

Encontra-se, por exemplo, links para: *download* do livro “Opinião Pública- *Empowerment e Interfaces*”, artigo “REA e a educação aberta corporativa: formação do relações públicas para atuar com literacia digital em ambiente organizacional”, redirecionamento para a biblioteca virtual do Portal de Relações Públicas e, *download* do livro didático interativo “Mídia na Educação”.

6 CONSIDERAÇÕES

A informação, sobretudo quando transformada em conhecimento, é considerada um produto econômico e, ao ser associada às novas tecnologias, chega ao usuário em abundância, representada em diversas formas, com acesso fácil e podendo ser compartilhada por diversos atores sociais e não mais meramente transmitida de um emissor para um grupo de receptores. Este é o cenário que norteia o projeto “As Relações Públicas e a educação corporativa” e que dará base para a produção dos próximos cursos. O objetivo dos cursos são ir além da formação tecnicista ao acesso às Tecnologias da Informação e Comunicação, o intuito é privilegiar a formação do cidadão, preocupando-se com a apreensão do conteúdo e seu compartilhamento. Ou seja, sustenta-se a integração entre educação, tecnologia e cidadania.

Para o desenvolvimento desse processo, defende-se o uso do REA, que garante o desenvolvimento de competências comunicacionais e em literacia digital e, ainda, estão de acordo com a comunicação interna integrada e excelente estratégias, pois permitem a integração total e incentivam a participação dos colaboradores por meio de assuntos de interesses da organização, a qual educa para aperfeiçoar seus recursos humanos, mas ao mesmo tempo forma um cidadão consciente e crítico, viabilizando o modelo simétrico de duas mãos desenvolvido pelas Relações Públicas e a gestão socialmente responsável.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRELO, R. ; CALONEGO, R. **REA e a educação aberta corporativa: formação do relações públicas para atuar com literacia digital em ambiente organizacional**. In: Alexandra Okada. (Org.). OPEN EDUCATIONAL RESOURCES AND SOCIAL NETWORKS: CO-LEARNING AND PROFESSIONAL DEVELOPMENT. 1ed.Londres: Scholio Educational Research & Publishing, 2012.

ASHLEY, P. A. (Org.), (2005), “**Ética e Responsabilidade Social nos Negócios**”. 2ª ed. São Paulo: *Saraiva*, v. 1. 368p.

CABESTRÉ, S. A.; BELLUZZO, R. C. B. (2008), “**Desenvolvimento e inovação no cotidiano do profissional de relações públicas**”. In: *Anuário Unesco Metodista de comunicação Regional*. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, v.12, p. 141-158.

DAINEZE, M. A. (2004), “**Códigos de ética empresarial e as relações da organização com seus públicos**”. In: *Responsabilidade Social das Empresas; a contribuição das universidades*. São Paulo: Editora Petrópolis, v.3, p.75-117.

DUARTE, C.; TORRES, J. (2005), “**Responsabilidade Social Empresarial: dimensões históricas e conceituais**”. In: *INSTITUTO ETHOS. Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades*, v. IV. São Paulo: Peirópolis. p. 15-60.

FERRARI, M. A. ; GRUNIG, J. E. ; FRANÇA, F. (2011), “**Relações Públicas: teoria, cotexto e relacionamentos**”. 2. ed. São Caetano do Sul: *Difusão Editora*, v. 1, 319p.

FREITES, L.C.M. COMUNICAÇÃO INTERNA E INTEGRADA. In: NASSAR, P. (org). **Comunicação interna** – a força das empresas. Vol 5. São Paulo: Aberje, 2011.

KUNSCH, M. M. K. . (2003), “**Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**”. 4ª ed. São Paulo: *Summus Editorial*, v. 1. 424 p.

MAIA, O.V. VEÍCULOS INTERNOS: gestão voltada para o público. In: NASSAR, P. (org). **Comunicação interna** – a força das empresas. Vol 5. São Paulo: Aberje, 2011.

MELO, N. F. P.; FROES, C. (2004), “**Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro**”. 2ª ed. Rio de Janeiro: *Qualitymark*, 229p.

OKADA, A.; MIKROYANNIDIS, A; MEISTER, I; LITTLE, S. (2012). “**Coaprendizagem através de REA e Mídias Sociais**”. In: *Recursos Educacionais Abertos & Redes Sociais: coaprendizagem e desenvolvimento profissional*. London: Scholio Publishers, p. 1-16.

PINHO NETO, J. A. S.. (2009), “**A importância do trabalho de Relações Públicas para o público interno como fundamento das políticas de responsabilidade social das organizações**”. BOCC. *Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação*, v. 4, p. 01-10. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-neto-importancia.pdf>>. Acesso em: 17 dez. 2012.

TARAPANOFF, K. M. A.. (2005), “**Responsabilidade social das empresas e educação corporativa**”. In: *O futuro da Indústria: Educação corporativa. Série Política Industrial, Tecnológica e de Comércio Exterior*, 20p. Disponível em <www.educor.desenvolvimento.gov.br>. Acesso em: nov. 2012.

TURBAN, E; McLEAN, E; WETHERBE, J. (2004), “**Tecnologia da Informação para Gestão**”. 3.ed. Trad. de Renate Schinke. Porto Alegre: *Bookman*, 660p.