

La gestión de intranet: acción y formación del profesional de Relaciones Públicas¹

André Quiroga Sandi²

Universidade Federal de Ouro Preto – RS – Brasil

quirogasandi@hotmail.com

Esta comunicação busca reconhecer algumas questões que gestão de sistemas de intranet (LAFRANCE, 2001 e FRONKOWIAK, 1998), tem trazido ao trabalho do profissional de Relações Públicas (KUNSCH, 1997; CABRERA, 1996). Os dados da pesquisa foram obtidos à partir de entrevistas qualitativas com profissionais da área de Comunicação Social e com o aporte teórico, para a compreensão do papel dos Relações Públicas e das tecnologias, especificamente a intranet. Buscou-se o reconhecimento do processo de construção da gestão da intranet nas organizações para posteriormente obter a demanda da prática profissional y dos conhecimentos que devem fazer parte da formação.

Palavras-chaves: Relações Públicas, intranet, formação profissional

Esta comunicación busca reconocer algunos temas que la gestión de sistemas de intranet (LAFRANCE, 2001; FRONKOWIAK, 1998) se presentan para la acción y formación profesional del profesional de Relaciones Públicas (KUNSCH, 1997; CABRERA, 1996). Los datos de la investigación fueran obtenidos por medio de entrevistas cualitativas con profesionales de la Comunicación Social y por el aporte teórico, para la comprensión del rol de los Relaciones Públicas y de la tecnologías, en específico intranet. Se buscó reconocer el proceso de construcción de la gestión de intranet en las organizaciones para después obtener las demandas de la práctica profesional y los conocimientos que deben hacer parte en su formación.

Palabras clave: Relaciones Públicas, Intranet, formación profesional

¹ Artículo presentando en el VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social - Mesa de debate: "Relaciones públicas, en la actualidad" – Tenerife – España – 2014

² Doctor en Ciências de la Comunicación - Universidad Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), Rio Grande do Sul - Brasil. Graduación en Comunicación Social / Relaciones Públicas - Pontificia Universidad Católica de Minas Gerais (PUCMinas); maestría en Ciencias de la Comunicación - UNISINOS. Coordinador del Grupo de investigación: Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional de la Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios de Comunicación – INTERCOM (2010-2014). Profesor del *Departamento de Ciências Sociais, Jornalismo e Serviço Social* en la Universidad Federal de Ouro Preto (UFOP) – Minas Gerais – Brasil.

Sumario / Sumario

1. Introdução / Introducción
2. A comunicação frente às tecnologias da informação / La Comunicación frente a las tecnologías de la información
3. Conceitos e percursos de pesquisa / Conceptos y trayectos de investigación
4. O gerenciamento da intranet: uma nova competência do Relações Públicas / La gestión de intranet: una nueva competencia de Relaciones Públicas
5. Considerações finais / Consideraciones finales
6. Referências / Referencias

1. Introdução / Introducción

Na totalidade do desenvolvimento que vem ocorrendo na sociedade, o tecnológico talvez seja o que acontece em um ritmo mais acelerado de renovação, correspondendo à necessidade de responder às novas exigências de produtividade e competitividade que o mercado vem colocando. Assim, com esta emergência, a complexificação das estruturas sociais e, por conseqüência, a necessidade de atualização constante da tecnologia, os fluxos de informação e comunicação ganham novas características e exigem renovadas estratégias para sua criação, produção e gestão.

Os novos parâmetros que daí emergem demandam recursos que ajudem a realização destas estratégias e exigências. Nas organizações diversas modificações vêm ocorrendo, com a introdução de conceitos e novas máquinas, tanto para a produção material, como para a intelectual. Entendê-los, de forma a contribuir para as mudanças requeridas na extensão e profundidade, envolve uma série de variáveis que

devem ser contempladas pelos profissionais e que passam desde a formação à atuação profissional; desde o entendimento das organizações em si até a compreensão do lugar dos profissionais de Comunicação Social em seu interior. A pesquisa³ realizada, sintetizada neste artigo, traz duas vertentes. A primeira, relacionada ao macro contexto, de cunho teórico, refere-se à sociedade de uma maneira geral e às organizações nela inseridas (CASTELLS, 2000; 2001 e LEVY, 2001, 2000, 1999, 1998, 1996) . A segunda, pertencente ao micro contexto e de cunho empírico, está referida a processos próprios das organizações (KUNSCH, 1997) e, especificamente, à intranet (LAFRANCE, 2001 e FRONKOWIAK, 1998), enquanto instrumento de informação e comunicação interna, bem como às questões relacionadas ao profissional de Comunicação Social.

Traçar um perfil exato para o profissional de Comunicação Social, em um contexto de redirecionamentos do seu trabalho, que atenda às diversas demandas que vêm sendo apresentadas, não somente pela entrada de tecnologias que modificam as ações e funções, como também pelas transformações sociais e seus reflexos diretos e indiretos na organização, é um exercício bastante complexo. Na verdade, um perfil traçado acabaria constituindo um modelo ideal, que só existe no pensamento, pois envolveria tantas áreas e temas impossíveis de serem contemplados com a profundidade necessárias para o exercício da atividade profissional.

Contudo, alguns pontos referentes à ação e às características do profissional frente à intranet podem ser enumerados e discutidos, de forma mais ampla, por diversas pessoas envolvidas na construção do campo de atuação da Comunicação Social, e aqui apresento alguns parâmetros e dimensões significativas.

2. A comunicação frente às tecnologias da informação / La Comunicación frente a las tecnologías de la información

³ Os dados aqui apresentados são um recorte da pesquisa realizada durante o mestrado, com dissertação intitulada “No limiar da comunicação organizacional: a intranet e o redirecionamento da ação profissional”

Actas – VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – VI CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2014

A última década foi marcada por uma significativa transformação e ampliação no campo tecnológico que aponta na direção de uma *sociedade informacional* no sentido dado por Castells (2000) cujo entendimento “indica o atributo de uma forma específica de organização social em que a geração, o processamento e a transmissão da informação tornam-se as fontes fundamentais de produtividade e poder devido às novas condições tecnológicas (...)” (CASTELLS, 2000: 46). Em todas as áreas a tecnologia trouxe grandes contribuições, assim “las nuevas tecnologías de la comunicación y las tecnologías complementarias de los ordenadores y de la información afectaron profundamente nuestra estructura social. Existe también una creciente interdependencia entre la tecnología, la información y la sociedad” (MIRABITO,1998:23), neste sentido pode-se afirmar que “a tecnologia é a sociedade e a sociedade não pode ser entendida ou representada sem suas ferramentas tecnológicas” (CASTELLS, 2000:25).

Conclamada por muitos autores, em seus vários textos - ver NEGROPONTE (1995) e LÉVY (2001, 2000, 1999, 1998, 1996), entre outros -, como uma revolução, as mudanças no campo tecnológico vêm alterando, significativamente, as organizações nas quais os profissionais estão inseridos. Referenciais históricos como *capital-trabalho* vêm se modificando para referentes como *informação-conhecimento*, onde o mero saber técnico não mais supre as demandas geradas pelas organizações (GARCÍA, 1997 e DRUCKER,1997).

Com o crescimento da competitividade no mercado, os investimentos organizacionais na criação/implantação de sistemas de gerenciamento de informação vêm progressivamente aumentando. “O ritmo da produtividade se incrementa cada vez mais com o uso de novas tecnologias” (TRIVINHO, 2001:219). Este aumento busca manter a organização dentro dos níveis de competição e leva à necessidade de informações que possam aportar mudanças nos produtos, estabelecer sistemas e facilitar decisões administrativas. O retorno desses investimentos é obtido através de informações precisas sobre a atuação das mesmas no mercado, da criação de estratégias de comunicação e de transmissão da informação, no momento certo para

o público certo, contribuindo para viabilizar e manter competitivas as organizações e suas ações.

Tendo este quadro organizacional como perspectiva, o profissional de comunicação convive hoje com uma exigência de aproximação com tecnologias, que estão em constante atualização, mostrando a necessidade não somente de um controle técnico-instrumental mas o domínio de novas relações que se desenvolvem a partir da emergência e utilização das mesmas, em seu contexto de trabalho. Esta necessidade de estar mais qualificado, de estar apto para enfrentar as transformações e de saber coordenar o novo quadro que se instala nas áreas de comunicação das empresas tem gerado a necessidade de novas competências⁴. Traz, também, uma série de novos sintomas, destacando na visão de Trivinho (2001) o aparecimento da “dromoaptidão própria”, que seria um termômetro para medir a “capacidade de sintonia com a velocidade estrutural das mudanças cuja falta, cria o desemprego infotecnológico” (p.221). Se os saberes, por muito tempo, eram um “bem” que não se alterava, ou tinha um ciclo de alteração mais lento, hoje esses saberes são, incessantemente, mutáveis. O autor Pierre Lévy (1996) nos aponta que:

“até a segunda metade do século XX, uma pessoa praticava no final de sua carreira as competências adquiridas em sua juventude(...). hoje, esse esquema está em grande parte obsoleto. As pessoas não apenas são levadas a mudar várias vezes de profissão em sua vida, como também, no interior da mesma “profissão”, os conhecimentos têm ciclo de renovação cada vez mais curto. (...). Passou-se portanto da aplicação de saberes estáveis, que constituem o plano de fundo da atividade, à aprendizagem

⁴ "Nos assuntos comerciais e industriais, a competência é o conjunto de conhecimentos, qualidades, capacidades e aptidões que habilitam para a discussão, a consulta, a decisão de tudo o que concerne seu ofício...Ela supõe conhecimentos fundamentados... geralmente, considera-se que não há competência total se os conhecimentos teóricos não foram acompanhados das qualidades e da capacidade que permitem executar as decisões sugeridas" (Tanguy, 1997:16). Etimologicamente competência vem do latim *competere* significando competir, concorrer, buscar a mesma coisa que outro. Também tem a ver com *competentia* no sentido de proporção, simetria, posição relativa a. Ainda faz parte de seu entendimento a representação mental que se tem de competência no sentido de – dar conta de, habilidades, atribuições, capacidade de solucionar problemas, autoridade em um ramo do saber e do fazer. (HOUAISS, 2001). Todas estas significações trazem uma contribuição interessante para compreender a idéia de competência enquanto algo relativo à campos circunscritos onde são realizados atos definidos baseados em conhecimentos próprios. Campos esses nem sempre construídos sem confronto, disputas e conflitos.

permanente, à navegação contínua num conhecimento que doravante se projeta em primeiro plano” (p.54).

Dentro do cenário que se apresenta, o que se vê, atualmente, são redefinições dos contextos/processos de trabalho e das demandas colocadas aos profissionais, ou seja, da estrutura organizacional e das configurações do profissional, em sua realidade cotidiana, em função da entrada e avanços dessas tecnologias a serviço da comunicação. Em seu livro *“Las relaciones públicas en la empresa”*, Cabrera (1996) aponta que a incorporação de tecnologias tem imposto demandas à gestão da informação, devendo ser (re)pensado, com certa urgência, o papel dos profissionais de comunicação e, de modo particular, o do Relações Públicas, cujo espaço de atuação tem sido, muitas vezes, absorvido por outros setores no interior das instituições/empresas.

Entre as várias questões que o desenvolvimento das tecnologias de informação tem trazido para o cotidiano de trabalho do profissional de comunicação, algumas merecem ser destacadas e, em linhas gerais, passam:

- pela velocidade de criação dos meios tecnológicos. Esta leva a uma superação permanente dos mesmos, ainda recém criados, e que, muitas vezes, não chegam a ser assimilados pelo profissional. Como resultado existe uma constante sensação de atraso e da necessidade continua de atualização para minimizar seus efeitos;

- pelo crescimento da exigência de eficiência dos profissionais. Este provoca, frequentemente, um sobre-trabalho, e não, o que era de se esperar, a realização do trabalho em tempo reduzido, significando a liberação do tempo, ou seja, o aumento de horas livres para outras vinculações. Esse sobre-trabalho é gerado em duas vias. A primeira dentro do local de trabalho com o aumento do volume e demanda de tarefas a serem cumpridas, com recursos mais sofisticados tendo como suposto que “o computador ajuda a realizar” e a segunda, por uma falta de preocupação, por parte das empresas, em gerar ou incentivar possibilidades de espaços para a capacitação, cabendo ao profissional encontrar, por conta própria, mecanismos para sua realização.

Estes mecanismos, por serem externos às empresas, tomam um tempo que, freqüentemente, não é computado como horas relativas ao trabalho, geralmente utilizando o período de descanso e recuperação do profissional em detrimento de sua dedicação à atividades de outras naturezas;

- pelo aumento do volume e da velocidade de acesso e de transmissão das informações. Estes, se por um lado, facilitam a captação dos dados e sua veiculação, podem dificultar sua abordagem seletiva e, muitas vezes, gera uma possível superficialização no tratamento das mesmas;

- pela formação profissional oferecida, por algumas escolas de comunicação. Nestas, a questão das novas tecnologias é, por vezes, desenvolvida periféricamente ou fica reduzida a um enfoque como técnica, não criando aportes para uma compreensão mais ampla, onde a técnica não pode estar desvinculada de uma reflexão teórica sobre seu significado, uso e as novas relações que gera no entorno do trabalho profissional. Incluir em seus quadros, docentes solidamente formados, com uma possibilidade de reflexão ampliada sobre as novas tecnologias, constitui hoje uma necessidade das escolas.

Sinteticamente pode-se dizer que este é o panorama constato na pesquisa que, de certo modo, vem inquietando o profissional em sua atuação cotidiana. Se considerarmos o caráter recente da revolução tecnológica na comunicação é possível que muitos profissionais, hoje atuando no mercado de trabalho, não tenham tido, em sua formação acadêmica, um suporte teórico-prático que, mostrando a importância e a necessidade de estar refletindo sobre o impacto dessas novas técnicas, tenha oferecido subsídios para o seu enfrentamento.

3. Conceitos e percursos de pesquisa / Conceptos y trayectos de investigación

Entre as questões mais amplas que têm sido trazidas pelas novas tecnologias em sua utilização pelos profissionais de comunicação em geral e o Relações Públicas em

Actas – VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – VI CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2014

particular, o uso da intranet⁵ tem gerado desafios novos em sua atuação na comunicação interna das empresas.

A opção feita com relação à pesquisa realizada teve por base uma abordagem qualitativa que se expressou no tratamento que foi dado ao objeto de estudo, buscando uma compreensão, menos extensiva e mais aprofundada do fenômeno estudado. O levantamento dos dados aqui apresentados foi realizado através de oito entrevistas com profissionais de comunicação social, vinculados a grandes organizações, em suas diversas habilitações - Relações Públicas, Jornalismo, Publicidade e Propaganda - todos envolvidos com a implantação, estratégia e utilização de dispositivos tecnológicos de comunicação, mais especificamente a intranet.

As entrevistas em profundidade, realizadas individualmente e gravadas, estavam baseadas em roteiro elaborado com 88 perguntas em quatro blocos de questões, sendo um primeiro bloco ligado à contextualização da organização, do setor de Comunicação Social, do profissional entrevistado - sua formação e envolvimento com a intranet.

O segundo bloco de questões esteve vinculado ao reconhecimento dos processos internos de comunicação organizacional antes da implantação da intranet. Buscou entender o significado dos instrumentos “tradicionais” e sua relação com os atuais, principalmente com a intranet, bem como o que representaram e representam no estabelecimento de um fluxo comunicacional interno. Um terceiro conjunto de questões, presentes no roteiro de entrevistas, esteve relacionado à criação e gestão da intranet propriamente dita.

O último bloco de questões referiu-se ao redirecionamento que vem sendo dado às rotinas de trabalho frente a intranet, modificações que vêm ocorrendo na ação dos profissionais da Comunicação Social e, mais especificamente, do Relações Públicas,

⁵ De forma simplificada "quando a tecnologia da Internet é usada dentro de uma corporação, e é aberta apenas a seus empregados, ela é referida como intranet" (Gralla, 1996:xi).

demandando um novo perfil para os mesmos.

Ao se optar por entrevistas em profundidade, com a preocupação de explorar ao máximo os depoimentos obtidos é possível a explicitação da realidade dos profissionais entrevistados e mostra que análise aqui realizada. A análise realizada, não sendo generalizável enquanto padrões gerais universalizantes, aponta tendências de compreensão do complexo universo existente. A partir de situações e exemplos trazidos pelos profissionais entrevistados e envolvidos com a intranet, mostra questões que podem ocorrer em diversas situações de implantação/utilização de tecnologias de informação.

A extensão do roteiro de entrevista realizada e o envolvimento dos profissionais em suas respostas geraram um significativo volume de informações recebidas. Estas foram codificadas, obtendo-se de cada conjunto de respostas a idéia central transmitida pelas falas dos entrevistados.

A escolha da intranet, para uma abordagem, nela centrada, no presente trabalho, deve-se, fundamentalmente, ao fato de ser um instrumento tecnológico, cujo crescimento de seu uso está em expansão fazendo parte dos instrumentos de comunicação interna nas empresas. Cabe indicar que a escassez de estudos direcionados ao assunto é evidente, ainda que as publicações vêm aumentando significativamente.

Do ponto de vista técnico, “o termo ‘intranet’ começou a ser usado em meados de 1995 por fornecedores de produtos de rede para se referirem ao uso dentro das empresas privadas de tecnologias projetadas para a comunicação por computador entre empresas” (BENETT, 1997: 4).

Atualmente, utilizando os mesmos protocolos da Internet, a intranet não pode ser vista ou entendida como uma versão corporativa da Internet. Esta confusão entre os termos, no senso comum e na linguagem coloquial, muitas vezes ainda ocorre, contudo as estratégias de uso e funções são bem diferenciadas entre elas. O autor

Lafrance (2001) nos indica algumas diferenças básicas ao dizer que a “intranet está exclusivamente consagrada a la organización interna de la empresa, mientras que el sitio Internet está más bien dedicado a su imagen y sirve de interfaz con el mundo exterior” (p. 17).

Para a comunicação social, a intranet tem como potencial a possibilidade de “publicar informações corporativas; fornecer acesso ao correio eletrônico; promover encontros virtuais; oferecer acesso fácil a bancos de dados centralizados e distribuir as notícias e informações mais recentes sobre a empresa a todos os computadores da rede ao mesmo tempo” (FRONKOWIAK,1998:11).

Especificamente, como instrumento de trabalho do Relações Públicas, a intranet pode ser utilizada para repassar interativamente os “*clippings* eletrônicos; informes especiais para gerentes e diretores (bem como para os funcionários); assessoria de informações (texto, imagens, sons e vídeo); organização do histórico da empresa e outras informações institucionais; promoção de eventos, etc” (MICHEL,2000:48).

4. O gerenciamento da intranet: uma nova competência do Relações Públicas / La gestión de intranet: una nueva competencia de Relaciones Públicas

Na realidade observada, foi constatado, em algumas situações, que a intranet foi criada e gestada dentro de um planejamento estratégico maior e, em outras, foi sendo vivida e testada no dia-a-dia. Na primeira situação, como indica uma entrevistada – publicitária, “existe um planejamento estratégico para a área da comunicação interna e por ser a intranet uma ferramenta, ela está aí desenhada. Tem finalidades definidas, alguns objetivos que tem que alcançar, como ferramenta. Tem tudo planejado: como vai ser feito, quando entra, quando sai, periodicidade. Ela tem toda uma programação”. Na outra situação, foi sendo criada e assumida pelos setores organizacionais que com ela tiveram maior proximidade inicial.

O profissional de Relações Públicas tem a seu dispor uma gama muito grande de

Actas – VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – VI CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2014

instrumentos que podem ser usados em suas ações de comunicação externa e interna. No entanto a utilização de instrumentos clássicos, como o mural, o boletim, a revista, o jornais, entre outros, ainda supera os da comunicação "moderna", que utiliza o e-mail, as apresentações multimídia, a Internet e a intranet. Esta não utilização dos recursos, mais recentemente, pode indicar uma disparidade nos investimentos na comunicação entre as diversas empresas e, quando disponíveis pode ser indicadora de dificuldades de seu domínio, em parte devido aos limites de sua formação profissional. "Por isto, o profissional deve estar preparado para mesclar as técnicas e os métodos de trabalho, utilizando-os de acordo com as possibilidades e necessidades das organizações" (MICHEL, 2000:47).

Somente o tempo irá demonstrar como se deu a convivência entre os processos tradicionais de comunicação, a exemplo do face a face, e os tecnológicos, com exemplo a intranet. A possível substituição, nos dias de hoje, não tem se dado, elas se complementam como bem indica uma entrevistada - Relações Públicas: "não acho que a intranet vá substituir a comunicação face a face. Ao contrário, ela desburocratiza muita coisa, quebra muitos mitos e deixa espaço para a comunicação face a face fluir naquilo que realmente precisa fluir. Eu acho que a intranet, pode substituir reuniões intermináveis e chatérrimas, para coisas mais objetivas que a comunicação face a face deve fazer, entre as equipes, entre chefias". Nessa mesma linha as autoras Lipnack e Stamps (1992) descrevendo a integração das reuniões com os meios digitais, apontam que "a participação em networks eletrônicos é mais bem-sucedida quando combinada com reuniões face a face periódicas. Se as reuniões ao vivo enriquecem os intercâmbios 'on-line', as conferências por computador garantem a continuidade e o contato que as reuniões não podem oferecer" (LIPNACK e STAMPS, 1992:145).

Se por um lado a formação profissional tem repassado, de modo incipiente, subsídios para este domínio tecnológico, hoje necessário, são também poucas as empresas que tentam suprir, de modo consistente, o distanciamento existente entre a tecnologia e a capacitação de seus profissionais e funcionários. No entanto, a demanda está posta e alguns esforços têm sido feitos. "Algumas empresas instalam quiosques

computadorizados no 'chão de fábrica' para familiarizar aos poucos o funcionário com os recursos de uma intranet” (FLORES, 2001).

Apontada pelos entrevistados como instrumento importante de comunicação interna, nos dias de hoje, pela sua agilidade no fluxo de informação e facilidade de controle (*feedback* das ações) de programas implementados, a intranet ainda é considerada sub-utilizada, no interior de grande parte das empresas, seja por não haver essa modalidade fundamental para o bom direcionamento das ações desenvolvidas, seja por não haver uma divulgação das potencialidades do instrumento.

Outra questão colocada foi relativa à fragmentação das informações veiculadas, “onde cada área publica o que acha mais interessante”, alerta um dos entrevistados, não havendo um acompanhamento dos fluxos de comunicação. Mas é outro entrevistado que resume muito bem o fato ao colocar que “a intranet é facilitadora das relações entre os públicos, mas sua implantação necessita de estudos e estratégias que contemplem a cultura institucional. Cada instituição tem características específicas, públicos diferenciados e necessidades próprias e os instrumentos devem estar adequados às suas necessidades comunicativas. Os modismos e a implantação de instrumentos sem pesquisa prévia, podem invalidar iniciativas de interação com os públicos. A implantação de qualquer instrumento deve ser pesquisada, planejada e avaliada pelos profissionais da área. São investimentos que devem ter sua implantação e seu retorno estudados, devidamente registrados”.

Enfim, a implantação de uma intranet não tem sido e não deve se restringir à responsabilidade única do setor de comunicação da empresa. Seu projeto deve reunir o conjunto organizacional como um todo, buscando assim potencializar a sua possibilidade de comunicação interna de modo a atender a todos de uma forma otimizada. Porém a gestão das informações deve estar a cargo do setor de comunicação, em especial do profissional de Relações Públicas, que trabalha a comunicação organizacional integrada e deve ser visto como um estrategista, um gerente informacional. “O RP deve estar em sintonia com as diretrizes estratégicas da

organização para ser capaz de gerenciar a grande capacidade de produção de informação trazida pela informatização da comunicação, cuidando para que o excesso (ou a falta) de informação não sufoque a organização” (Roman apud: AZZOLIN, 2000:131).

O trabalho de geração, manutenção e atualização das informações também deve ser realizado de forma a integrar outros setores da empresa. A intranet tem um forte potencial para criar essa integração. Cabe ao profissional da comunicação e em particular ao Relações Públicas, o papel fundamental de contribuir no estabelecimento e administração das relações nas organizações, no bom gerenciamento das informações e notícias, que constituem o elo fundamental de integração dos funcionários com os objetivos da empresa.

São atividades que também devem ser assumidas por esses profissionais o lançamento da intranet, que deve ser considerado uma ação também de marketing, de modo a criar interesse nos funcionários para acessá-la; a pesquisa para verificar a satisfação com o uso e as informações encontradas e a atualização das informações que competem ao setor de comunicação divulgar, cabendo a cada departamento atualizar o seu espaço, mas com a ajuda do profissional de comunicação que visa criar uma comunicação integrada.

São, assim, múltiplos os desafios que a atualização, diversificada e incessante, presente nas tecnologias de informação e comunicação, e especificamente a intranet, trazem aos profissionais da comunicação social, exigindo, cada vez mais, a incorporação de novas demandas de trabalho.

“No habiéndose definido aún con exactitud el papel de los profesionales de la comunicación (de la Relaciones Públicas, sobre todo) en la empresa, en las presentes circunstancias, ya debemos empezar a interrogarnos - incluso con alguna premura - sobre si este papel no há de cambiar sustancialmente, si no está cambiando ya, con la incorporación de estas tecnologías que imponen otras maneras en la gestión de la información” (CABRERA, 1996:57).

Considerando que a entrada da intranet nas organizações cria possibilidades de mudanças em vários níveis, é, pois, a partir deste momento que o profissional de Relações Públicas tem a possibilidade de repensar suas atitudes, não somente para estar “em dia” com seus instrumentos, *“saindo da passividade para a administração ativa do processo comunicacional, posicionando-se como um estrategista e não apenas como mero reprodutor de recados da organização”* (KUNSCH, 1997:146), como também para reposicionar a área frente às questões que surgem.

5. Considerações finais / Consideraciones finales

Ao referir-se às tecnologias de informação e comunicação, como é o caso da intranet neste estudo, uma questão ficou evidenciada, imediatamente, não somente na literatura como nas entrevistas realizadas junto aos profissionais de Comunicação Social. Trata-se do entendimento de que não pode haver um endeusamento destas tecnologias, tanto por parte das organizações, quanto dos profissionais, baseado na “crença” de que, estas, por si, serão “a solução”. É preciso, compreendendo suas potencialidades e seus limites - tanto positivos, quanto negativos -, entender a força que tem a sua inserção nas mais diversas e complexas esferas sociais, de que fazem parte as organizações, sem subestimar ou sobrevalorizar estas tecnologias.

Dentro da comunicação interna, a intranet ainda não tem sido, freqüentemente, contemplada em seus planos estratégicos e, quando presente, não é, muitas vezes, utilizada em sua potencialidade máxima, ficando reduzida ao seu uso enquanto um instrumento de armazenamento de dados e repassador de informações. Este fato está ligado à própria visão reduzida e o pouco conhecimento que a organização pode ter deste instrumento, não criando assim condições de uso em sua plena capacidade.

O que se viu na realidade pesquisada é que as organizações encontram-se em diferentes níveis com relação à compreensão da potencialidade e usos que este instrumento tecnológico traz. Mesmo havendo um maior entendimento da evolução do conceito dado - comunicação, isto não tem refletido, muitas vezes, em mudanças

nas áreas que estão “à frente” da gestão da intranet, ainda predominantemente vinculadas aos setores administrativos das organizações. A visão de que a gestão da intranet é de responsabilidade de um setor está ainda vinculada confusamente àquele que repassa um significativo número de informações através dela.

Considerando o caráter recente do tema, muitas foram as questões e resistências apresentadas, contudo o leque pode ser ainda mais amplo e complexo. O que se pode notar é que na base de várias das questões elencadas está o desconhecimento do instrumento tecnológico. Esta é uma questão que somente o profissional pode resolver, estando atento, sempre que possível, aos movimentos de mudanças tecnológicas e buscando o aperfeiçoamento pessoal e profissional.

Assim, para poder estar assumindo, contribuindo na gestão da intranet, de forma mais estratégica, o profissional de Relações Públicas precisa ampliar seu conhecimento sobre as tecnologias que envolvam passagens digitais, sem perder o foco que é dado em sua formação que inclui um amplo entendimento da organização, de contato e fluidez com os diversos setores, além de estar atento às novas relações que se desenvolvem a partir das ações de comunicação.

Estas considerações mostraram um pouco algumas questões sobre o impacto que as tecnologias têm trazido para a cotidiano de trabalho dos profissionais de comunicação e, em especial, o Relações Públicas. No atual estágio em que se encontram os estudos sobre estas questões e, principalmente, a situação de implantação de instrumentos tecnológicos nas empresas que, com todo o seu desenvolvimento, ainda se efetiva em pequena escala, é difícil fazer afirmações precisas sobre as repercussões com relação aos profissionais da comunicação. Contudo é possível dizer que a intranet, quando implementada e implantada, de modo articulado, altera as rotinas empresariais e os fluxos comunicacionais existentes. Estas alterações têm tido influência na atividade do profissional de Relações Públicas, demandando novas competências, e indicando que ele deve assumir um papel de gerenciador desse novo quadro que se apresenta.

6. Referências / Referencias

- AZZOLIN, Maria Lisabete Terra. (2000). O Relações Públicas no contexto do comunicação globalizada. In: *Anais da I Semana de Relações Públicas de Santa Catarina*. Itajaí: UNIVALI.
- BENETT, Gordon. (1997) *Intranets: como implantar com sucesso na sua empresa*. Rio de Janeiro: Campus.
- CABRERA, Juan. (1996) *Las relaciones públicas en la empresa*. Madri: Acento.
- CASTELLS, Manuel. (2000) *A sociedade em rede. 3ª ed. São Paulo: Paz e Terra*.
- CASTELLS, Manuel. (2001) *A galáxia internet: reflexiones sobre Internet y sociedad*. Barcelona: Plaza & Janés / Areté.
- DAVENPORT, Thomas H. (2000). *Ecologia da informação: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação*. São Paulo: Futura.
- FRONKOWAIK, John. (1998). *Intranet para leigos*. São Paulo: Berkeley Brasi.
- GARCIA JIMÉNEZ, Jesús. (1998). *La comunicación interna*. Madri: Díaz de Santos.
- GARCÍA, Víctor M. (1997). La edad de la información, la cibersociedad. In: *Documentación social: revista de estudios sociales y de sociología aplicada*, n.108. Madrid: Cáritas Española.
- GRALLA, Preston. (1996). *Como funcionam as intranets*. São Paulo: Quark.
- KUNSCH, Margarida Maria Krohling. (1997). *Relações Públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional. 2ª ed. São Paulo: Summus*.
- LACASA, Antonio S. (1998). *Gestión de la comunicación empresarial*. Barcelona: Gestión 2000.
- LAFRANCE, Jean-Paul. (2001). *Intranet ilustrada: usos e impactos organizacionais de intranet en las empresas*. Montevideu: Trilce.
- LÉVY, Pierre. (1996). *O que é o virtual?* São Paulo: Editora 34.
- LIPNACK, Jessica, STAMPS, Jeffrey. (1992) *Networks: redes de conexões*. São Paulo: Aquariana.
- MICHEL, Margareth. (2000). As novas tecnologias: as Relações Públicas no ritmo das mudanças. In: *Anais da I semana de Relações Públicas de Santa Catarina*. Itajaí: UNIVALI.
- MIRABITO, Michael M. A. (1998). *Las nuevas tecnologías de la comunicación*. Barcelona: Gedisa.
- NEGROPONTE, Nicholas. (1995). *A vida digital. 2.ed. São Paulo: Companhia das letras,*.
- TANGUY, Lucie (org.). (1997). *Saberes e competências: o uso de tais noções na escola e na empresa*. Campinas: Papirus.
- TRIVINHO, Eugênio. (2001). *O mal-estar da teoria: a condição da crítica na sociedade tecnológica atual*. Rio de Janeiro: Quartet.