



O CONHECIMENTO COMO FONTE DE PROPÓSITO

Por **Daniela Campos**

Se todos falam, quem escuta? Ouvi essa frase há pouco tempo em uma aula magna do sociólogo francês Dominique Wolton e me lembrei imediatamente de Rubem Alves, grande pensador da educação no Brasil, quando disse: “Sempre vejo anunciados cursos de oratória. Nunca vi anunciado curso de escutatória. Todo mundo quer aprender a falar. Ninguém quer aprender a ouvir. Pensei em oferecer um curso de escutatória. Mas acho que ninguém vai se matricular. Escutar é complicado e sutil...”

Na área de Gestão do Conheci-

mento, a escuta é preciosa e pode ser fonte de geração de propósito dentro de uma companhia. Os colaboradores, seja em que área ou nível estiverem, têm algo que dominam, uma competência bem desenvolvida, uma habilidade que os outros reconhecem. Quando a empresa é capaz de identificar quais são essas contribuições, ganha relevância como ambiente catalisador de realização profissional.

Como afirmou Viktor Frankl, reconhecido como um dos maiores psiquiatras da história, uma das principais fontes de realização do indiví-

duo está em seus valores criativos: o que ele faz para o mundo, sua marca, sua obra, seu legado. Vale para a vida, vale profissionalmente. Porém, o trabalho só se torna fonte de sentido quando a pessoa encontra aquilo que pode fazer e que exprime sua unicidade, a sua missão diante da vida. Algo em que ela possa dar sua melhor contribuição, de forma única, especial.

Sempre foi um grande desafio da área de Recursos Humanos e das lideranças correlacionarem maximamente os pontos fortes, habilidades e competências de alguém com de-

terminada posição: aquela função que gere igualmente resultado para a empresa e realização para o profissional. Parece simples, mas na prática sabemos que é um exercício complexo. A pesquisa realizada pelo aplicativo Survey Monkey com mais de 300 profissionais, de 21 estados brasileiros e 14 países, revelou que 36,52% dos profissionais estão infelizes com o trabalho que realizam e, 64,24% gostariam de fazer algo diferente do que fazem hoje para serem mais felizes.

Encontrar a pessoa certa para uma determinada posição ou encontrar a função correta para cada pessoa depende da nossa capacidade de desenvolver a alteridade, de olhar o outro e percebê-lo como uma pessoa singular e subjetiva. Da mesma forma é com o conhecimento. Conseguir olhar para as pessoas ou times que colaboram na sua empresa, escutar, reconhecer e validar o conhecimento que empregam no dia a dia e que pode ser compartilhado passa pelo exercício da alteridade.

Vejo muitas áreas de gestão do conhecimento centradas em entregar informações, cursos e treinamentos padronizados, mas poucas dedicadas a construí-los a partir da diversidade de insumos que têm na própria organização. É claro que é importante buscar conhecimento de vanguarda, trazer especialistas, oxigenar pensamentos com fontes externas, mas misturar e complementar, para mim, é ainda melhor, porque gera propósito. Quando valido o conhecimento do meu colaborador, coloco luz no seu valor criativo, na sua marca, na sua melhor contribuição e, como vimos com Frankl, isso é fonte de sentido.

Conhecimento e reconhecimento formam um círculo virtuoso. Se retroalimentam. Uma palavra cabe dentro da outra. Com origem etimológica no latim *recognoscere*, reconhecer significa tomar conhecimento, trazer à mente de novo, certificar. De RE-, "outra vez", mais COGNOSCERE, "saber, saber juntos". Que belo insight



Daniela Campos é publicitária, especializada em Estratégia de Comunicação, Conhecimento e Pessoas ([linkedin.com/in/dani-campos](https://www.linkedin.com/in/dani-campos))

linguístico: quando reconhecemos, estamos sabendo juntos mais uma vez.

A gente se enxerga através do olhar do outro. Encontramos identidade no que o olhar do outro nos atribui. Ser visto é receber uma qualificação. E nela pode-se encontrar o propósito, aquilo que dá sentido para o que fazemos. Se já sabíamos por autoconhecimento, nos ajuda a confirmar; se não, nos ajuda a descobrir. Uma escuta atenta e o olhar sensível de um bom observador por vezes pode surpreender.

Ter uma área de Gestão do Conhecimento – e de (Re)Conhecimento – orientada por essa filosofia aumenta o engajamento, desenvolve o sentimento coletivo e espírito de cooperação entre as pessoas e times, torna o ambiente mais propício à

inovação e criatividade e estimula o desenvolvimento profissional individual e coletivo. Do ponto de vista do colaborador que compartilha seu conhecimento, traz pertencimento, realização, comprometimento, gera novos aprendizados e melhores relações.

Todos têm o que aprender e ensinar. Momentos em que devem ser aprendizes ou podem ser professores. Seus espaços de oratória e escutatória, como dizia Rubem Alves. Criar um ambiente que favoreça esse exercício, essa possibilidade de transição entre papéis, independentemente de cargo ou área, cria uma rede de conexão potente. Precisamos trazer mais colaboradores para coabitarem o lugar do conhecimento nas organizações em que estamos. Por propósito, de propósito. 