

# Aspectos positivos da comunicação informal na organização |

*Thais Azzuz*

A comunicação informal geralmente é estudada a partir da fofoca, dos ruídos e da rádio-peão, ou seja, a partir de elementos negativos. No entanto, este artigo se propõe a explorar os pontos positivos relacionados à comunicação informal, pois ela também pode tornar as pessoas mais produtivas e satisfeitas na organização. A pretensão das próximas páginas não é fechar um conceito, mas ampliar o olhar sobre os elementos que interferem ou impactam na comunicação informal. Por isso, falaremos de discurso, transparência, jeitinho brasileiro, comunicação formal e comunicação informal propriamente dita.

## O discurso

Chanlat e Bédard (1992) diz que o discurso e todo universo que o compõe são essenciais para os seres humanos, pois são indispensáveis para a compreensão do ser humano. A linguagem, então, tem sua importância no contexto das organizações para entendermos como o discurso da organização interfere na satisfação e na produtividade dos empregados.

Grize (1992) diz que não podemos nos esquecer que todo discurso (oral ou escrito) se insere na esfera do agir, do fazer, do pensar e do sentir. Os diálogos são, portanto, fundamentais e indispensáveis em qualquer rotina organizacional.

Nos grupos informais, cada um sente-se indivíduo e vê confirmar no olhar dos outros. “O prazer provém de poder falar na primeira pessoa, de dizer “eu” e de ser ouvido” (Chanlat e Bédard, 1992, p. 144).

## A transparência

Para que as informações fluam dentro de uma empresa, os empregados devem se sentir livres para falar abertamente. A liderança deve patrocinar este movimento, ou seja, permitir que a informação chegue à pessoa certa, no momento certo, e pela forma certa (Carramenha, Cappellano e Mansi, 2013, p. 62). Muitas vezes, isso quer dizer, inclusive, não tentar controlar a comunicação, pois ela é natural das pessoas e não depende de suportes (como os veículos internos) ou intermediários (como os próprios chefes).

## O jeitinho brasileiro

A cultura brasileira influencia na comunicação informal devido ao que se denomina “jeitinho brasileiro”. Esse é um dos meios que encontramos para resolver diversas situações. É um discurso bem abrangente porque define o “jeitinho” tanto como resposta criativa a uma situação de emergência quanto como forma de agilizar algum tipo de procedimento através da quebra de lei ou norma preestabelecida, coisa que nem todos os discursos irão fazer (Barbosa, 1949, p. 50).

O jeitinho se relaciona com as características brasileiras de cordialidade, alegria e simpatia. É apontado como uma forma de expressão relacionada à criatividade. Para Barbosa (1949) é uma forma de humanizar as relações, pois sem ele ficaríamos apenas regidos por métodos rígidos, impessoais e frios. O jeitinho quebra a monotonia da vida, sendo um fator positivo em relação às condições humanas.

## A comunicação interna formal

A comunicação interna é um fator de grande importância para toda a organização e tem sido estudada por diferentes autores. Para Baldissera (2011) é considerada um processo de construção das relações existentes na organização, na qual tais relações possuem um grande grau de importância.

Carramenha, Cappellano e Mansi (2013, p. 13) não definem a comunicação (que eles nominam como comunicação com empregados em vez de comunicação interna), mas defendem que ela

se constitui em um fator estratégico e vital para a sobrevivência das organizações e cada vez mais ganha relevância com a implantação de novas ferramentas e recursos tecnológicos, que ampliam a capacidade do homem em se relacionar. Apesar de todo esse aparato midiático as empresas carecem do entendimento da comunicação com empregados.

Os mesmos autores consideram comunicação eficaz aquela que possui sua origem e reconhecimento com base em seu público-alvo, pois além de executarem as atividades da empresa, os empregados são os maiores influenciadores dentro da organização. Aqui, vale lembrar, como já dissemos, que a comunicação formal muitas vezes dá espaço para a comunicação informal, especialmente quando deixa lacunas da sua proposta de comunicação ou diálogo. Como lembra o dito popular, “onde não há fato, há boato”.

## A comunicação interna informal

Tem aspectos positivos e negativos. Marinho (2004), por exemplo, sugere que as vantagens da comunicação informal podem ser observadas na qualidade da realização das tarefas, pois devido ao apoio social gerado pelas relações de amizade e aconselhamento existentes, é possível que os grupos se organizem de tal forma que possam trabalhar melhor.

Gestores, no entanto, costumam considerar a comunicação informal como “fofoca no corredor”, e estimam que ela precise ser eliminada ou reduzida.

Uma pesquisa publicada pela revista *Época Negócios*, em 2009, relatou que 68% das pessoas de alguma forma dão ouvidos às conversas do corredor. Apontou ainda que 46% dos entrevistados prestavam atenção nas fofocas do trabalho, pois viam algum sentido nela. Apenas 32% disseram que não, “quem faz fofoca pode estar muito mal informado”. “A comunicação informal se faz interessante e garante seu espaço.” (Carramenha, Cappellano e Mansi, 2013, p. 38).

Um dos meios de a empresa se relacionar com a comunicação organizacional informal é criar os Conselhos de Comunicação. Constituídos por grupos de empregados que representam suas áreas e colocam em pauta assuntos de interesse dos colegas e da empresa, os conselheiros podem manter a relação entre a área de comunicação e os empregados, auxiliando o setor formal a delimitar as devidas abordagens para realização ações mais assertivas.

Para Dejours (1992), os executivos deveriam refletir sobre as formas de prazer que

existem no trabalho, e observariam a posição de destaque que a comunicação informal possui. Como exemplo as greves, que geram discussões na qual suas origens são de falas que por um longo período foram reprimidas. E se não houver abertura da empresa para que esses funcionários expressem suas palavras haverá um maior número de grupos informais.

Define-se que a segmentação de grupos ocorre devido à relação com a onipresença e o “falar dos outros”, comportamentos que resultam em segmentação dos membros da empresa. Na segmentação dos indivíduos além da fala, seus comportamentos são fatores de grande relevância para tal segmentação.

A segmentação em grupos dentro das organizações assim como a rede informal sempre existirá. Portanto a rede informal é considerada um fator natural dentro das organizações.

Como pontos positivos resultantes da comunicação informal determina-se a criatividade, espontaneidade e estreitamento das relações dos empregados. Conforme os indivíduos participam da comunicação organizacional, os sentimentos e relações existentes conduzem seus atos e atitudes em relação à organização. Portanto por mais que seja eficiente a rede formal, a rede informal sempre irá existir, sendo um fator determinando por ser uma relação do próprio ser humano, sendo considerada essencial nas organizações.

## Considerações finais

A comunicação informal, embora seja vista como um fator negativo para o ambiente de trabalho, também tem seu lado positivo, pois tem o potencial de aproximar os empregados, envolve-los, alargar a criatividade e a espontaneidade dos grupos.

Relacionar-se é do humano. O diálogo, neste processo, é fundamental na vida dos homens. O estilo brasileiro de se relacionar (muitas vezes estudado por meio do jeitinho) auxilia e reforça o estereótipo de acolhedor, amoroso, receptivo e amigável, utilizando de manobras informais para auxiliar a resolução de problemas tanto pessoais como de outros colegas, gerando o sentimento de coleguismo e segmentação de grupos por afinidade.

A empresa precisa ter consciência de que não pode formalizar essa troca de informações entre os funcionários, mas pode se aproximar dela quando possível. Uma das formas de fazê-lo é criar oportunidades de estar perto das pessoas e ouvir o que elas têm a dizer, como o que acontece por meio dos conselhos de comunicação.

Assim, a comunicação informal ganha reconhecimento e força perante os empregados e o que antes era considerado ruim, tornam-se essencial e indispensável não apenas na organização, mas em toda rotina do ser humano, pois o diálogo é a base de toda a comunicação e conhecimento existentes na empresa.

## Referências

BALDISSERA, Rudimar. **Comunicação Organizacional na perspectiva da complexidade.**

BARBOSA, Livia. **O jeitinho brasileiro: a arte de ser mais igual que os outros.** Rio de Janeiro: Campus, 1992.

CARRAMENHA, Bruno; CAPPELLANO, Thatiana; MANSI, Viviane Regina. **Comunicação com os empregados: a comunicação interna sem fronteiras**. Jundiaí, SP. In House 2013.

CAVEDON, Neusa Rolita. **Antropologia para administradores**. Porto Alegre, RS: UFRGS, 2003.

CHANLAT, Alain; BEDARD, Renéé. Palavras: a ferramenta do executivo. In: CHANLAT, Jean François & TORRES, Ofélia de Lanna Sette (Org.). **O indivíduo na organização**. Volume 1. São Paulo: Atlas, 1992.

MARCHIORI, Marlene (Org.) **Faces da cultura e da comunicação organizacional**. 2a ed. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2008.

MARINHO, S. "Comunicação Informal nas Organizações: um estudo de caso em I&D". Comunicação apresentada ao **VII ALAIC – Congresso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación**, La Plata – Buenos Aires (Argentina), 11 a 16 de Outubro de 2004.