



Escola de Comunicação e Artes

Departamento de Comunicação

Curso de Licenciatura em Marketing e Relações Públicas

**A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL COMO FACTOR DINAMIZADOR PARA
A ELIMINAÇÃO DA DESINFORMAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES: CASO DA
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO E ARTES**

Candidata: Rita Laura Matsinhe

Supervisor: Mestre Pascal Kande Nkula

Maputo, Setembro de 2025

Escola de Comunicação e Artes

Departamento de Comunicação

Curso de Licenciatura em Marketing e Relações Públicas

**A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL COMO FACTOR DINAMIZADOR
PARA A ELIMINAÇÃO DA DESINFORMAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES: CASO
DA ESCOLA DE COMUNICAÇÃO E ARTES**

Monografia apresentada ao curso de Marketing e Relações Públicas da Escola de Comunicação e Artes da Universidade Eduardo Mondlane, como requisito parcial para obtenção do grau de Licenciatura em Marketing e Relações Públicas.

Candidata: Rita Laura Matsinhe

Supervisor: Mestre Pascal Kande Nkula

Maputo, Setembro de 2025

Escola de Comunicação e Artes

Departamento de Comunicação

Curso de Licenciatura em Marketing e Relações Públicas

**A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL COMO FACTOR DINAMIZADOR
PARA A ELIMINAÇÃO DA DESINFORMAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES: CASO
DA ESCOLA DE COMUNICAÇÃO E ARTES**

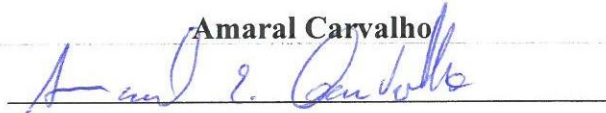
Monografia apresentada ao curso de Marketing e Relações
Públicas da Escola de Comunicação e Artes da Universidade
Eduardo Mondlane, como requisito parcial para obtenção do
grau de Licenciatura em Marketing e Relações Públicas.

Candidata: Rita Laura Matsinhe

Júri

O Presidente

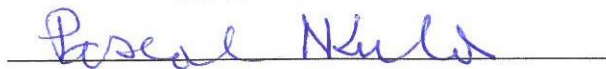
Amaral Carvalho



Escola de Comunicação e Artes

O Supervisor

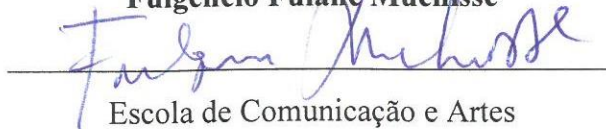
Pascal Kande Nkula



Escola de Comunicação e Artes

O Oponente

Fulgêncio Fulane Muchisse



Escola de Comunicação e Artes

Maputo: Setembro de 2025

DECLARAÇÃO DE HONRA

Declaro por minha honra que este trabalho de monografia nunca foi apresentado, na sua essência, para a obtenção de qualquer grau ou num outro âmbito e que constitui o resultado da minha investigação pessoal, estando no texto e na bibliografia as fontes utilizadas.

(Rita Laura Matsinhe)

Maputo, Setembro de 2025

DEDICATÓRIA

Dedico a presente monografia ao meu esposo Orlando Langa e aos meus filhos Taís, Tiago e Messi, pelo apoio incansável que prestaram durante os meus estudos que culminaram com a efectivação da presente monografia.

AGRADECIMENTOS

Endereço os meus agradecimentos à Deus, primeiramente pela força, saúde, sabedoria e coragem que me concedeu para atingir os objectivos a que me propus.

Os meus agradecimentos vão ao meu esposo Orlando Langa, meus filhos Taís, Tiago e Messi, colegas de serviço, amigos e a minha família em geral pelo apoio incansável durante a minha vida estudantil e incentivo determinante para o alcance dos meus resultados académicos.

Ao meu Supervisor, Prof. Mestre Pascal Kande Nkula pela paciência, seriedade, dedicação, disponibilidade e pertinência nas críticas construtivas nas orientações competentes que tornaram possível a realização desta pesquisa.

Agradeço também aos funcionários da Escola de Comunicação e Artes da UEM pela abertura e disponibilidade cedidos durante a pesquisa.

A todos que não citei, mas que directa ou indirectamente, ajudaram-me nesta longa caminhada, o meu muito obrigado.

RESUMO

A rádio corredor constitui meio informal de comunicação que pode ser benéfica se os superiores conseguirem aproveitar as vantagens que ela oferece ao processo de informação interna. É nesta senda que surgiu a pesquisa virada ao tema “A comunicação organizacional como factor dinamizador para a eliminação da desinformação nas organizações”, com o objectivo analisar o sistema de comunicação da Escola de Comunicação e Artes e problema da desinformação. O mau aproveitamento da rádio corredor, pode servir de meio de difusão de informações falsas que levam a discórdia e mau clima dentro da organização. Para a sua materialização recorreremos aos diversos métodos mas com a maior incidência a abordagem qualitativa embora sempre que necessário tenhamos recorrido ao método quantitativo. Com a pesquisa podemos concluir que na Escola de Comunicação e Artes existe problema de interacção entre os superiores e os demais colaboradores o que abre espaço para a existência de especulações e difusão de informações falsas e mau clima. Contudo, recomendou-se a criação de meios oficiais de difusão de informação e a nomeação de um responsável da área.

Palavras-chave: Comunicação Organizacional, Rádio Corredor, Desinformação

ABSTRACT

Corridor radio is an informal means of communication that can be beneficial if superiors are able to take advantage of the advantages it offers to the internal information process. It is along this path that research focused on the theme “Organizational communication as a driving factor for the elimination of disinformation in organizations” emerged, with the aim of analyzing the communication system of the School of Communication and Arts and the problem of disinformation. Poor use of radio corridor can serve as a means of spreading false information that leads to discord and a bad climate within the organization. For its materialization we use different methods but with the greatest incidence the qualitative approach although whenever necessary we have used the quantitative method. With the research we can conclude that at the School of Communication and Arts there is a problem of interaction between superiors and other employees, which leaves room for speculation and the dissemination of false information and a bad atmosphere. However, it was recommended the creation of official means of disseminating information and the appointment of a person responsible for the area.

Keywords: Organizational Communication, Corridor radio, Disinformation

LISTA DE SIGLAS

ECA	Escola de Comunicação e Artes
HM	Homem e Mulher
M	Mulher
Msg	Mensagem
UEM	Universidade Eduardo Mondlane
PEA	Processo de Ensino-Aprendizagem

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela nº 1: Distribuição da população da ECA.....	19
Tabela nº2: Distribuição da amostra.....	19
Tabela nº 3: Aspectos fundamentais da comunicação organizacional.....	24
Tabela nº 4: O tipo de clima organizacional patente na ECA	26

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico nº 1: Descrição da amostra.....	22
Gráfico nº 2: Nível de recepção de informação a partir dos superiores.....	23
Gráfico nº 3: Influência da rádio corredor na desinformação na ECA.....	28

Índice

DECLARAÇÃO DE HONRA.....	iii
DEDICATÓRIA	iv
AGRADECIMENTOS	v
RESUMO	vi
ABSTRACT.....	vii
LISTA DE SIGLAS.....	viii
ÍNDICE DE TABELAS.....	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	x
CAPÍTULO I: INTRODUÇÃO	1
1.1. Problemática	2
1.2. Hipóteses.....	3
1.3. Justificativa	3
1.4. Objectivos da pesquisa:.....	4
1.4.1. Objectivo geral:	4
1.4.2. Objectivos específicos:	4
CAPÍTULO II: ENQUADRAMENTO TEÓRICOS- CONCEITUAL.....	5
2.1. Comunicação Organizacional	6
2.2. Elementos da comunicação e suas barreiras	8
2.3. Rádio corredor ou Conversa Informal	10
2.3.1. Desinformação	13
CAPÍTULO III: METODOLOGIA	15
3.1. Tipo de pesquisa	15
3.1.1. Quanto a abordagem do problema.....	15

2.1.1. Quanto aos objectivos	16
3.2. Quanto as técnicas de tratamento de dados	17
2.2.1. População	17
2.2.2. Amostra	18
3.3. Instrumento de recolha de dados	18
3.4. Análise e tratamento de dados.....	19
3.5. Validade e Fiabilidade dos Resultados.....	19
3.6. Questões éticas	20
CAPÍTULO IV: APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE DADOS	21
4.1. Descrição dos aspectos fundamentais da comunicação organizacional	22
4.2. O tipo de clima organizacional patente na ECA face ao sistema de comunicação	24
4.3. As possíveis soluções ao problema do rádio corredor e desinformação	25
4.4. Como tornar a ECA numa organização livre da desinformação?	27
5. Conclusão e recomendações	Error! Bookmark not defined.
5.1. Conclusão	29
5.2. Recomendações	30
6. Referências bibliográficas	31
Apêndice	35
Anexos	39

CAPÍTULO I: INTRODUÇÃO

A comunicação organizacional não é um processo linear ou obsoleto como na comunicação interpessoal, esta, exige um trabalho árduo de todos actores na medida em que ela precisa de uma grande gerência das expectativas e anseios dos colaboradores. As organizações em geral, como fontes emissoras das informações para os seus mais diversos públicos, não devem ter a ilusão de que todos os seus comunicativos causam os efeitos positivos desejados ou que são automaticamente respondidos e aceitos da forma como foram intencionados. É preciso levar em conta os aspectos relacionais, os contextos, os condicionamentos internos e externos, bem como a complexidade que caracteriza todo o processo comunicativo.

A comunicação constitui a alma da organização, principalmente do ponto de vista da motivação dos colaboradores e desenvolvimento do espírito de pertença a organização. Com a comunicação eficaz reduz ou elimina os focos negativos da rádio corredor nas organizações.

Entretanto, (Bueno, 2009, p. 107) afirma que “Rádio Peão não é não feia como pintam, o que é mais significativo, ela faz parte do processo de comunicação de qualquer organização”.

Ela é democrática, está presente no quotidiano das empresas, frequenta organizações de qualquer porte e tem a capacidade de arrebanhar ouvintes em qualquer lugar do país ou do exterior. Seria bastante aconselhável que os profissionais de comunicação organizacional a sintonizassem com mais regularidade porque há ensinamentos importantes sendo transmitidos por ela (BUENO, 2009, p.108).

Este estudo será desenvolvida na Escola de Comunicação e Artes (ECA) da Universidade de Eduardo Mondlane (UEM), com intuito de analisar o contributo que a comunicação organizacional na eliminação do fenómeno de rádio corredor nesta instituição. Na abordagem, esta pesquisa será mista mas com mais incidência na qualitativa e com recursos às técnicas de recolha de dados como questionários, entrevistas aos elementos da amostra e análise documental.

Importa referir que presente pesquisa está dividida em três capítulos, com primeiro capítulo abordando aspectos introdutórios como a problematização, justificativa para além dos objectivos que irão sustentar a presente pesquisa. No segundo capítulo encontramos referencial teórico que aborda as questões de comunicação organizacional, mas com maior incidência na organização

educacional. E no terceiro capítulo encontramos a metodologia que permitirá a melhor orientação e desenvolvimento da presente pesquisa na ECA.

1.1.Problemática

O bom clima organizacional constitui um elemento importante no desenvolvimento das actividades laborais com zelo e dedicação. Assim, para que haja esse bom clima, entre várias necessidades encontramos o fluxo adequado das informações dentro da instituição evitando todos canais que nos levem a desinformação.

De acordo com Kunsch (2003), a comunicação interna deve promover a liberdade e a abertura comunicacional, além de proporcionar um ambiente de trabalho que possibilite a integração entre colaboradores e sectores, justamente porque o colaborador é um dos porta-vozes da organização e influi directamente na imagem e conceito da empresa.

Com esta afirmação podemos perceber que a comunicação quando é usada em benefício dos colaboradores contribui para a motivação e valorização dos mesmos e consequentemente para o aumento da produção na organização.

Durante os trabalhos práticos na Escola de Comunicação e Artes, verificamos a existência de um fenómeno de veiculação de informações sem uso de canais oficiais da organização. De referir que este fenómeno “rádio corredor” tem ajudado para desinformação e propagação de boatos que cria divisão dentro da instituição laboral.

De acordo com Pimenta (2002), para que as informações cheguem a seus destinatários de forma que garanta a sua eficiência é preciso utilizar veículos ou canais de comunicação que sejam de fácil entendimento para os diferentes níveis hierárquicos. Esses canais ou veículos “são os instrumentos ou recursos utilizados para a comunicação na empresa”.

Mas para que comunicação interna formal atinja seu público-alvo, o primeiro passo é criar um clima sinérgico entre organização, políticas e colaboradores, por meio de canais e linguagem adequados às características dos diversos públicos internos. Isso porque dentro de uma mesma organização existe uma infinidade de diferentes grupos, com necessidades particulares e que

devem interagir de forma específica, exigindo da empresa uma postura crítica e aberta à comunicação permitindo a troca de informações entre todos os níveis.

De salientar que embora a instituição conte com canais oficiais para a difusão da informação, existe a prevalência da difusão de informação sem o uso de canais oficiais com mandam as regras. Muitas vezes os colaboradores tem ouvido de terceiros sobre a existência de um determinado concurso que pode beneficiar os colaboradores e vezes sem contam acabam ficando por fora. Diante deste cenário levanta-se o seguinte problema de pesquisa:

✓ *Como tornar a Escola de Comunicação e Artes numa organização livre da desinformação?*

1.2.Hipóteses

Hipótese 1: Para tornar a Escola de Comunicação e Artes numa organização livre da desinformação é preciso transferir todos colaboradores responsáveis por estes actos e instaurar processos disciplinares.

Hipótese 2: Para tornar a Escola de Comunicação e Artes numa organização livre da desinformação é necessário que os órgãos formais de difusão de informação aos colaboradores façam o seu papel;

Hipótese 3: A problemática de desinformação não precisa ser combatida porque ajuda na dinamização da instituição

1.3.Justificativa

Nos últimos anos tem sido frequente receber informações ligadas a vida profissional por terceiros, ou seja, fulano ouviu sicrano que ouviu do beltrano.

O fenómeno de rádio corredor é bastante incómodo, reduz o ânimo, o espírito de colaborador, cria-se o ambiente propicia para o assédio moral. Numa instituição hierarquicamente e formalmente organizada, haver constantemente fuga de informação, que por vezes é direccionada apenas a um funcionário, porem, este, só tomará conhecimento da mesma informação por último, o amor à

organização reduz, o colaborador já não se torna defensor da marca ou da instituição, mas sim, alguém indiferente a tudo que diz respeito à instituição a que pertence.

A pesquisa será uma valia individual na medida em que ajudará a perceber as consequências deste fenómeno de rádio corredor na ambiente organizacional. Também, será uma valia na medida em que ajudará a ampliar a percepção do fenómeno no que tange ao impacto que na produção e produtividade organizacional.

A comunicação organizacional ainda tem sido estudada das teorias já vistas, percebe-se que o clima organizacional melhora o atendimento aos clientes ou utentes, também nota-se respeito, solidariedade e amizade verdadeira, não amizade, solidariedade e respeito por conveniência, isso porque os funcionários foram-lhes tirados o desgaste de estar sempre pensar na veracidade da informação obtida.

De referir que a nível social, a pesquisa ajudará perceber a relação existente entre os comportamentos sociais e a sua transposição para dentro das organizações, visto que, nenhum comportamento surge do nada, mas sim tem uma base sólida e bem definida.

A presente pesquisa reveste-se de uma capital importância académica visto que contribuirá a trazer a tona as reais motivações deste fenómeno e por conseguinte ajudar a traçar um perfil ideal para um profissional comprometido com a difusão de informação credível, distanciando da perpetuação do rádio corredor. De salientar que quando há fluidez de informação existe uma melhoria na motivação dos colaboradores e dos estudantes da Escola de Comunicação e Artes (ECA).

1.4.Objectivos da pesquisa:

1.4.1. Objectivo geral:

- Analisar o sistema de comunicação da Escola de Comunicação de Artes (ECA) e problema da desinformação na Escola de Comunicação e Artes - UEM.

1.4.2. Objectivos específicos:

- Descrever aspectos fundamentais da comunicação organizacional;
- Identificar o tipo de clima organizacional patente na ECA face ao sistema de comunicação;

- Propor as possíveis soluções ao problema do rádio corredor e desinformação.

CAPÍTULO II: ENQUADRAMENTO TEÓRICOS- CONCEITUAL

Neste capítulo, interessa-nos analisar a literatura sobre temática da comunicação organizacional como factor dinamizador para a eliminação da rádio corredor na Escola de Comunicação e Artes (ECA). Assim, para a materialização do presente capítulo recorreremos aos estudos de PIMENTA (2002), ROBBINS (2002), KUNSCH (2003), etc.

2.1. Comunicação Organizacional

O período entre 1990 e 2000 foi marcado por um grande número de estudos que buscavam ampliar o olhar em torno da comunicação com base em novos métodos e novas percepções teóricas, passando a adquirir uma forma mais abrangente. Não bastava somente informar, era preciso que as informações estivessem em harmonia com os propósitos da organização.

Comunicar é, como sabemos, tornar comum uma realidade, uma informação, uma ideia, um pensamento ou uma atitude, através de um qualquer meio efectivo. Como tal exige a presença de um conjunto de elementos: um emissor ou fonte, um receptor ou destinatário, uma mensagem, um canal, uma situação ou circunstancia e uma intenção, propósito ou necessidade, (THAYER, 1976).

O termo Comunicação Organizacional foi conceituado pela primeira vez em 1950 pelo teórico Peter Burke, como a utilização da linguagem, como um meio simbólico para a cooperação entre os seres que, por natureza, respondem aos símbolos (TOMPKINS, 1987 apud CORELLA, 1998).

Segundo Goldhaber (2001, p. 25) citando Kunsch (1997, p. 68):

“A comunicação organizacional é considerada como um processo dinâmico por meio do qual as organizações se relacionam com o meio ambiente e por meio do qual as subpartes da organização se conectam entre si. Por conseguinte, a comunicação organizacional pode ser vista como fluxo de mensagens dentro de uma rede de relações interdependentes”.

Para Corella (1998, p. 159) a comunicação organizacional é responsável pela administração de esforços dos colaboradores de uma empresa, pois abre espaços para que problemas sejam discutidos na busca de soluções colectivas que beneficiem o sistema, tornando-a o mais produtivo, além de contribuir para a criação, a promoção e a manutenção da imagem de uma empresa.

Assim, segundo Oliveira (2003, p. 2), “a comunicação ganha notoriedade, pela sua função de conhecer, analisar e direccionar esses fluxos informacionais para o objectivo geral de organização, dando um sentido estratégico à prática comunicacional.

Para Kunsch (2003, p. 73) citando Kunsch (2000, p. 16) a comunicação organizacional pretende analisar [...] o sistema, o funcionamento e o processo da comunicação entre a organização e seus diversos públicos.

Tanto Corella (1998, p. 159) assim como Kunsch (2003), a comunicação constitui um meio de interação e circulação de informação entre os diferentes públicos. É o meio fiável de conhecer uma organização e o meio a sua volta.

A comunicação nas organizações pode estar relacionada aos aspectos interpessoais, organizacionais e sociais, bem como aos processos, pessoas, mensagens e significados (Marchiori, 2011).

Neste sentido, Kunsch (2003) destaca as relações construídas no contexto das organizações.

Trata-se de um processo relacional entre indivíduos, departamentos, unidades e organizações. Se analisarmos profundamente esse aspecto relacional da comunicação do dia-a-dia nas organizações, interna e externamente, percebemos que elas sofrem interferências e condicionamentos variados, de uma complexidade difícil até de ser diagnosticada, dado o volume de diferentes tipos de comunicação existentes que actuam em distintos contextos sociais (pp. 71-72).

Neste contexto, a comunicação permite a interação interpessoal e uma maior colaboração entre os intervenientes da organização. Também, na perspectiva deste autor, a comunicação garante uma boa relação entre os intervenientes através da troca de informações e impressões no seu dia-a-dia.

Para Deetz (2010, p. 29), a comunicação é, muitas vezes, tratada como uma ferramenta das actividades organizacionais, nas quais se observa a transmissão de significados e informações, bem como os efeitos diferentes da mensagem.

Na sua concepção, a comunicação vem sendo reconhecida como “processo fundamental pelo qual as organizações existem e como ponto central da produção e reprodução organizacionais” (Ibidem).

Na visão de Curvello (2009, p. 31) a comunicação organizacional precisa ser analisada como um fenómeno, um processo que constitui e reconstitui a organização. No entanto, o autor ressalta que a qualidade da comunicação nas organizações só ocorrerá, quando sua direcção dispuser as informações para todos, tendo como princípio a verdade, o respeito as diferenças individuais, prezando sempre a gestão participativa e propiciando oportunidade de mudanças necessárias a todos.

Kreps (1995, p. 28), ao defender a comunicação como um processo de organização, enfatiza a importância da comunicação humana nas relações das pessoas no ambiente organizacional, afirma:

A comunicação é um processo dinâmico e contínuo. É o processo que permite aos membros da organização trabalhar juntos, cooperar e interpretar as necessidades e as actividades sempre mutantes da organização. A comunicação humana não começa e nem termina. As pessoas estão envolvidas constantemente com a comunicação consigo mesmas e com outras, especialmente na vida da organização. A vida da organização proporciona um sistema de mensagens especialmente rico e variado. Os membros da organização devem ser capazes de reconhecer e interpretar a grande variedade de mensagens disponíveis, para que lhes permitam responder de maneira apropriada a distintas pessoas e situações. Não pode existir sem comunicar-se. A comunicação é uma realidade inevitável de pertinência a uma organização e da vida da em geral.

Scrofernecker (2000, p. 21), nesta senda da comunicação organizacional, destaca três modelos ou perspectivas para a comunicação organizacional apresentados por Daniels, Spiker e Papa, que se caracterizam pelo **modelo tradicional, o interpretativo e crítico**.

No **modelo tradicional**, a comunicação pode ser medida, padronizada e classificada e está relacionada directamente com a eficiência organizacional.

O **modelo interpretativo** entende as organizações como cultura e espaço em que as pessoas podem compartilhar significados, concentrando-se no processo simbólico em que a realidade organizacional é socialmente construída.

No **modelo crítico**, a organização é vista como instrumento de opressão e a comunicação, instrumento de dominação.

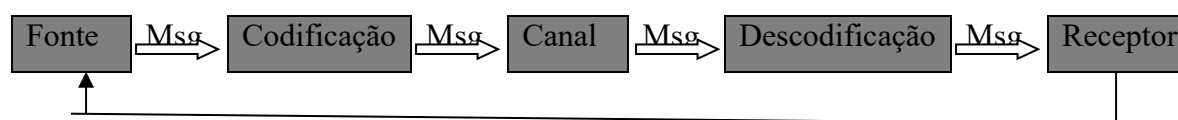
2.2. Elementos da comunicação e suas barreiras

Para melhor compreensão, a seguir vão os elementos de comunicação na visão de Martins (2005, p. 19) citando Berlo (1999, p. 108):

- Fonte ou emissor: elemento que possui os elementos da mensagem e seus objectivos;

- Mensagem: conjunto de símbolos articulados que representam o que esta sendo transmitido;
- Codificação: elemento que formula a mensagem adequando a mesma ao canal e os objectivos desta;
- Canal: meio pelo qual a mensagem será transmitida ate o receptor;
- Descodificação: habilidade de descodificação e assimilação da mensagem;
- Receptor: alvo da mensagem.

Figura nº 1: Esquema da mensagem da mensagem desde a fonte ate ao receptor.



Fonte: ROBBINS (2002, p. 78)

O processo de comunicação normalmente sofre bloqueios que aparecem entre os emissores e os receptores. E Chiavenato (2004, p. 315), denomina estes problemas como barreiras à comunicação, que servem como obstáculos ou resistências à comunicação entre as pessoas. Quando isso acontece, a comunicação não chega ilesa ao receptor, pois a mensagem original sofre distorções. Para o autor, há três tipos de barreiras à comunicação humana:

- Barreiras pessoais: as interferências decorrentes das limitações, emoções e valores de cada pessoa. No ambiente de trabalho as mais comuns são a deficiência para ouvir, as percepções, as emoções e os sentimentos pessoais.
- Barreiras físicas: as interferências presentes no ambiente onde ocorre o processo de comunicação, ruídos de portas que, no decorrer de uma aula ou palestra, se abrem, a distância física, um canal congestionado etc.
- Barreiras semânticas: as limitações decorrentes dos símbolos, por meio dos quais a comunicação é feita. Estas barreiras podem ser verificadas não só por palavras, mas também por gestos, sinais etc., os quais podem ter diferentes sentidos para as pessoas envolvidas no processo.

Para Cohen e Fink (2003) são barreiras da comunicação: as características da linguagem, os diversos canais utilizados para se comunicar, o estado mental das partes que se comunicam e as diferenças de género (p.225).

Para os autores, a própria natureza da linguagem constitui uma barreira na comunicação, pois muitas palavras são imprecisas. A falha na comunicação ocorre quando as duas partes (emissor e receptor) aplicam diferente interpretação.

2.3. Rádio corredor ou Conversa Informal

A comunicação organização ocorre de diversas formas, podendo ser por vias formais ou informais. Contudo, o ideal é que ocorra a partir de meios oficiais da organização, porém devido a deficiência no seu funcionamento, os colaboradores e os demais atores da organização são obrigados a recorrer a vias menos aconselhadas.

De referir que, as vias descritas acima, desempenha varias funções e com a designação de rádio corredor/ peão.

Para Pimenta (2009):

A Rádio Peão é um meio de comunicação que vem sendo muito valorizado nas empresas. Há administradores que consideram sua existência como maléfica, uma extensão ou herança de fofoca de vizinhos. Mas, existem ainda aqueles que aceitam com tranquilidade e até procuram utilizá-la para ampliar sua percepção dentro da empresa, melhorando sua relação com as pessoas e com os grupos e ainda a melhor compreensão de interpretações de determinados fatos (Pimenta, 2009, p. 99).

Portanto, por mais que seja preciso que se tenha um olhar crítico sobre a Rádio Peão é também necessário reconhecer que ela integra a comunicação das organizações e que suas manifestações revelam o real estado da transmissão de informações dentro da empresa.

A Rádio Peão ou Rádio Corredor representa os comunicados não oficiais da empresa, que circulam através da rede informal. São boatos ou comentários, que partem dos funcionários da organização, e que tem por objectivo se contrapor a comunicação oficial. Muitos profissionais da comunicação renegam, ou enxergam a rádio corredor como uma ameaça a ser enfrentada.

A Rádio corredor/ peão tem uma função importante nas organizações. Ela sintetiza, por vias informais, as vulnerabilidades e fraquezas dos processos de gestão e de comunicação das empresas. É preciso que tenhamos ciência da diferença entre a rádio corredor e boatos organizacionais.

Boatos Organizacional são aqueles comentários que correm por fora das redes formais, já comentadas neste capítulo. Podem ser feitos em qualquer local da organização, a qualquer momento, sem que exista nenhum meio formal regulador da mensagem. Grando (2008) define o boato organizacional como uma informação distorcida, que mesmo a partir de um factor real, passa de pessoa para pessoa, sem meios que possam comprovar sua veracidade e credibilidade alta de informações e transparência nas organizações cria uma condição de ambiguidade que se torna terreno fértil para os surgimentos de boatos.

Para Gandini (2007) “boato é a Informação anónima, suspeita, blefe, ameaça, trucagem, defesa prévia a um suposto ataque de crítica, ensaio, maldade ou, simplesmente, fofoca”. Estas são algumas das adjectivações mais frequentes que acompanham a materialização discursiva de um boato.

[...] é o mais antigo dos meios de comunicação de massa. Antes mesmo de existir a escrita, o ouvi-dizer (bouche-à-oreille) era o único veículo de comunicação nas sociedades. O boato veiculava as informações, fazia e desfazia as reputações, precipitava os motins ou as guerras. O aparecimento da imprensa, em seguida o do rádio e, enfim, a explosão do audiovisual não conseguiram, entretanto, fazê-lo desaparecer. Apesar das mídias, o público continua a buscar informações através do ouvi-dizer. A emergência dos mídias, longe de suprimir o boato, contribuiu para torná-lo mais especializado: a partir desse momento cada mídia tem seu próprio território de comunicação” (Kapferer, 1993, p. 4).

Dessa maneira, Gandini diz que o boato vive também, diante da propagação de informações oficiosas, que geralmente possuem mais visibilidade. E ainda assim, os boatos continuam a existir e preocupar gestores que deveriam responder pelo interesse colectivo, dando diferentes margens de interpretação de sentido sobre um mesmo acontecimento ou situação.

Para Bueno (2005) os boatos demonstram que as coisas não andam bem, funcionando como um sistema de alerta para as ameaças iminentes. Para ele, os boatos, não são frutos de geração espontânea, mas plantados pelas próprias organizações que os combatem pois, na maioria das vezes o autoritarismo e a falta de valorização do funcionário são pontos que levam aos “chefes” não enxergarem os descontentamentos seus públicos, gerando uma serie de conflitos.

A existência da rádio corredor é influenciada por alguns factores que de acordo com Kunsch (1986) estão fragmentados em quatro (4) níveis de problemas de comunicação organizacional:

- No nível intra-pessoal: a preocupação maior é o estudo do que se passa com o individuo enquanto este adquire, processa e consome informações. Conhecer o que se passa dentro do indivíduo requer um conhecimento maior sobre a sua profissional, social e cultural, através de questões que devem ser realizadas para o mesmo desde que possibilita esta análise.
- No nível interpessoal: se analisa a comunicação entre os indivíduos, como as pessoas se afectam mutuamente e, assim, se regulam e se controlam, uns aos outros. Ou seja, avalia a adequação do canal utilizado e sua pertinência ao que esta sendo comunicado, levando em consideração: o que, como, por que, onde, quando e, por quem está sendo utilizado a comunicação.
- No nível organizacional: se trata das redes de sistemas de dados e dos fluxos que ligam entre si os membros da organização e desta com o meio ambiente, é analisada a comunicação entre o cliente interno e externo, assim como a comunicação utilizada para fornecedores, prestadores de serviços e outros que necessitem de informação da organização em evidência.
- No nível tecnológico: o centro de atenção recai na utilização dos equipamentos mecânicos e electrónicos, nos programas formais para produzir, armazenar, processar, traduzir e distribuir informações.

Há que levar em consideração os componentes que envolvem os quatro (4) níveis da comunicação apresentadas, pois só assim terá maiores chances de obteres resultados esperados, evitará possíveis desvios de informação, e o maior problema de todos, a desinformação de seus públicos,

principalmente o público interno. É um perigo ter o público interno desinformado, pois são o elo de ligação entre a organização e o público externo, a desinformação dificulta o alcance dos objectivos estabelecidos pela organização.

Para Kunsch (1986, p. 32), “ao dispor de um sistema de comunicação, não deve, em nenhum momento, deixar de considerar esses níveis, tanto no seu contexto formal como no informal”.

Nesta senda, para Bueno (2005, p.30) não é justo nem inteligente atribuir a culpa pela incomunicação interna e pelas crises organizacionais à Rádio Peão. As empresas precisam assumir as suas fragilidades e enxergar os sinais que se escancaram à sua frente. O autor afirma que a Rádio Peão, “ao contrário do que se postula, não é por si, um adversário traiçoeiro, uma cobra armada para dar o bote. Ela está geralmente visível, funciona como um som em bom volume e só não percebe quem não quer”.

Com isto podemos perceber que o fenómeno de rádio corredor/ peão é necessário mas do ponto de vista clarificar as fragilidades da instituição e garantir a mudança dos mecanismos de comunicação organizacional.

2.3.1. Desinformação

A posse desinformação constitui um elemento crucial para a tomada de quaisquer decisões no processo de comunicação. Contudo, essa informação deve estar carregada de verdade sob pena de constitui um elemento desestabilizador do processo comunicativo.

Para Chiavenato (1998, p.97) no processo e na comunicação humana podem ocorrer, aquilo que designa por chuvas e tempestades. Estas correspondem a “barreiras que servem como obstáculos ou resistências à comunicação entre os interlocutores”. São variáveis que intervêm no processo de comunicação e que o afectam profundamente, fazendo com que a mensagem tal como é enviada se torne diferente da mensagem tal como é recebida. Assim, devido a esta má percepção da mensagem podemos acreditar que a informação foi mal percebida.

A desinformação equipara-se a veiculação de boatos ou informações que não constituem a verdade. Existem diversos factores que influenciam as barreiras que existem na comunicação

dentro das organizações: o espaço, o tempo, o clima relacional, o humor, bem como, factores físicos ou contextuais. A nível interpessoal, podemos descrever, de acordo com (Freire, 1975), “uma estrutura de variáveis que condicionam as interações, derivadas do emissor, designadamente: falta de à vontade e espontaneidade provocada pelas convenções sociais ou pressões morais; dificuldade de expressar de forma clara, simples e concisa, determinada ideia; inadequação da linguagem ao universo sociocultural do interlocutor, utilização de termos desconhecidos pelo receptor (ex: estrangeirismos, abreviaturas e siglas), falta de consideração pelos valores políticos, culturais, sociais, religiosos, étnicos, entre outros”.

De certa forma Bueno (2005) levantou uma questão importante, pois afirma que empresas “saudáveis” não convivem com boatos, pois são administradas com competência. Grando (2008, p. 232) afirma que “a partir do momento em que se tem pessoas convivendo num mesmo espaço, cujos papéis, funções e tarefas são mutuamente dependentes, e que se utilizam desses espaços para atenderem suas necessidades pessoais e sociais, ter-se uma rede informal em pleno funcionamento”. Nesse caso, Bueno (2005) afirma que é preciso se ter em mente que a desinformação trata-se de informações geralmente distorcidas, quando na comunicação informal, não necessariamente as informações precisam ser negativas.

Já para Matos (2009) é preciso que se tenha um ambiente de cooperação, por essa razão não devemos criticar os canais informais como mera fonte de desinformação, mas reconhecê-las e valorizá-las como expressão dos valores e da cultura da organização.

Para Gandini (2007):

É, entretanto, fundamental considerar que, habitualmente, um boato circula sem autoria explícita, ou ao menos tende a se apresentar com autoria não identificada - seja sob a alcunha de fofoca, comentário displicente e não comprovado ou ainda pelo artifício do off (“isso em off, pois não se pode afirmar” ou, também, “em off, sabe-se que isso aconteceu”), quando a fonte prefere não ser publicamente identificada.

CAPÍTULO III: METODOLOGIA

Metodologia é conjunto de procedimentos que tem como finalidade esclarecer o caminho percorrido para chegar aos objectivos propostos (Cervo & Bervian, 1996, p. 96).

A metodologia consiste em apresentar todas as especificações técnicas, materiais e dos equipamentos empregados; indicar como foi seleccionada a amostra e a percentagem em relação à população estudada; apontar os instrumentos de pesquisa utilizados (questionário, entre outros); mostrar como os dados foram tratados e como foram analisados.

3.1. Tipo de pesquisa

A pesquisa de qualquer trabalho científica pode ser de campo ou de laboratório, isto é, ela pode ocorrer no campo ou mesmo no laboratório.

Segundo Marconi e Lakatos (2003, p. 185), pesquisa de campo é aquela utilizada com o objectivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema, para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese, que se queira comprovar, ou, ainda, descobrir novos fenómenos ou as relações entre eles.

Segundo as mesmas autoras, a pesquisa de campo pode ser quantitativo-descritivo, exploratórios e experimentais.

A pesquisa de laboratório é um procedimento de investigação mais difícil, porém mais exacto. Ela descreve e analisa o que será ou ocorrerá em situações controladas. Exige instrumental específico, preciso, e ambientes adequados.

De referir que a presente pesquisa científica, iremos usar a pesquisa de campo do tipo exploratório, visto que pretendemos explorar máximo deste fenómeno.

3.1.1. Quanto a abordagem do problema

Por se tratar de uma pesquisa exploratória, pois, procura-se analisar um fenómeno educativo que ocorre na Escola de Comunicação e Artes que afecta no presente o decurso normal das actividades,

também, afectará no futuro a continuidade das actividades cruciais para o desenvolvimento social e económica.

De acordo com Marconi e Lakatos (2003, p. 187), método de pesquisa exploratória, consiste são investigações de pesquisa empírica cujo objectivo é a formulação de questões ou de um problema [...] empregam-se geralmente procedimentos sistemáticos ou para a obtenção de observações empíricas ou para as análises de dados (ou ambas, simultaneamente).

Segundo Richardson (1999, p. 71), se dividem em qualitativos e quantitativos. É quantitativo aquele que emprega a quantificação nas modalidades de colecta de dados, assim como no tratamento deles por meio de técnicas estatísticas, e qualitativo é aquele que não emprega um instrumento estatístico como base de análise de um problema.

A pesquisa é qualitativa, a escolha do método qualitativo justifica-se pelo facto de se mostrar adequado para colher opiniões, factos, sentimentos, sensibilidade e emoções bem detalhadas dos significados e características situacionais relacionadas com o recrutamento e selecção do pessoal.

2.1.1. Quanto aos objectivos

A pesquisa é bibliográfica porque utiliza material escrito já existente (Barbosa, 2004, p. 37). Neste contexto este estudo recorre a livros e artigos científicos que abordam a temática da importância da afectividade no processo de ensino e aprendizagem para fundamentar os dados a serem recolhidos no campo de pesquisa.

A pesquisa será descritiva, segundo Gil (2002, p. 42), “este tipo de pesquisa tem como objectivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenómeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis.”

Neste caso a pesquisa procurara analisar a comunicação organizacional como factor para eliminação da rádio corredor na Escola de Comunicação e Artes (ECA).

A pesquisa utiliza técnicas padronizadas de colecta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática e permite verificar a forma pela qual as variáveis levantadas se relacionam no campo de pesquisa em consonância com o problema proposto.

3.2.Quanto as técnicas de tratamento de dados

Método científico é o conjunto de processos ou operações mentais que se devem empregar na investigação. É a linha de raciocínio adoptada no processo de pesquisa (Lakatos e Marconi, 2001, p. 208).

Neste sentido, os dados individuais colectados no campo de pesquisa são tabulados e categorizados o que destas constatações particulares permitem a construção dum corpo de conhecimento da realidade estabelecida pelas variáveis encontradas no campo de pesquisa.

2.2.1. População

Antes de se avançar com a pesquisa é fundamental que se defina a sua finalidade, quem é o grupo-alvo por ser estudado. Entende-se por população a totalidade de indivíduos que possuem as mesmas características definidas para a pesquisa (Cervo & Bervian, 1996, p. 109).

Para o efeito, a pesquisa conta com um universo populacional composto por 134 funcionários da Escola de Comunicação e Artes (ECA), sendo 36 funcionários de CTA, destes, 15 são mulheres e 21 são homens. Também, há 72 docentes a tempo inteiro, dos quais 19 mulheres e 53 homens. Por fim temos 26 docentes a tempo parcial, sendo 3 mulheres e 23 homens.

Tabela nº 1: Distribuição da população da ECA

Descrição	População		
	M	H	HM
Funcionários de CTA	15	21	36
Docentes a tempo inteiro	19	53	72
Docentes a tempo parcial	3	23	26

Total	37	97	134
-------	----	----	-----

Fonte: Adaptado pela autora

2.2.2. Amostra

A selecção da amostra é feita com base no método de amostragem não probabilística, o qual considera que todos elementos da população não possuem mesmas possibilidades de serem incluídas na investigação (Barbosa, 2004, p.65).

A técnica de selecção é aleatória simples onde se faz sorteio de modo a respeitar a vontade das pessoas por investigar, isto é, só responde quem se predispõe a participar no estudo. Assim sendo, escolhemos de forma aleatória 38 funcionários da ECA, sendo 8 mulheres e 30 homens. E para melhor percepção, a seguir vai a tabela ilustrando a sua distribuição.

Tabela nº2: Distribuição da amostra

Descrição	Amostra		
	M	H	HM
Funcionários de CTA	3	6	9
Docentes a tempo inteiro	4	17	21
Docentes a tempo parcial	1	7	8
Total	8	30	38

Fonte: Adaptado pela autora a partir da população

3.3. Instrumento de recolha de dados

Para a recolha de dados aos docentes e funcionários da Escola de Comunicacao e Artes da Universidde Eduardo Mlondlane, em Maputo Campus principal, iremos usar um questionário.

Segundo Severino (2007, p. 46), questionário é uma série ordenada de perguntas que devem ser respondidas por escrito pelo informante enquanto para os funcionários é aplicado a entrevista semi-estruturada, dado estes serem informantes secundários.

A escolha do questionário deve se ao facto de ser menos dispendioso, exige menos habilidade para a aplicação, além disso, podem ser frequentemente aplicados a um número grande de pessoas ao mesmo tempo, outro aspecto a reter é natureza impessoal do questionário, frases padronizadas ordem padronizada de perguntas, (Selltiz et. al, 1967, p. 89), sublinha que as pessoas podem ter maior confiança em seu anonimato e por isso, se sentem mais livres para exprimir opiniões que temem ver desaprovadas ou que poderiam coloca-las em dificuldades.

3.4. Análise e tratamento de dados

De realçar que embora o estudo seja de natureza qualitativa, recorre-se aos procedimentos estatísticos para a representação das variáveis qualitativas nominais, pois o programa SPSS possibilita a tradução destas variáveis nominais em tabelas de frequência e posteriormente diagramas ilustrativos em números, o que de algum modo não confere a outra natureza ao presente estudo.

Neste contexto, a confrontação de dados é através de programa estatístico *Microsoft excel* que facilita a construção de tabelas, gráficos bem como o cruzamento entre as variáveis. Os dados são analisados indutivamente, isto é, os dados recolhidos em situação natural e particular depois de tratados discutidos e generalizados.

3.5. Validade e Fiabilidade dos Resultados

A validade é a demonstração de que um determinado instrumento particular mede o que é suposto medir, onde há adequação entre o que se pretende fazer e o que faz realmente. Neste contexto, a validade será expressa em termos da escolha apropriada dos instrumentos de recolha de dados, escolha criteriosa e bem definidas as amostras, garantia de que os respondentes escolhidos para a amostra são apropriados (Lakatos e Marconi, 2001, p. 169).

A fiabilidade é sinónima de consistência ao longo do tempo de vários instrumentos e sobre diversos grupos de respondentes (Barbosa, 2004, p. 79). Está ligada a precisão e exactidão dos instrumentos de recolha de dados. Ainda os mesmos autores afirmam que para a investigação ser fiável, tem de demonstrar que se fosse levado a cabo um grupo similar de respondentes e num contexto também similar, seriam obtidos resultados também similares.

3.6. Questões éticas

No processo da pesquisa são observados todos os aspectos de preservação do respeito da integridade dos informantes e que pauta pelos princípios do serviço social a confidencialidade, o sigilo, a participação e a impessoalidade.

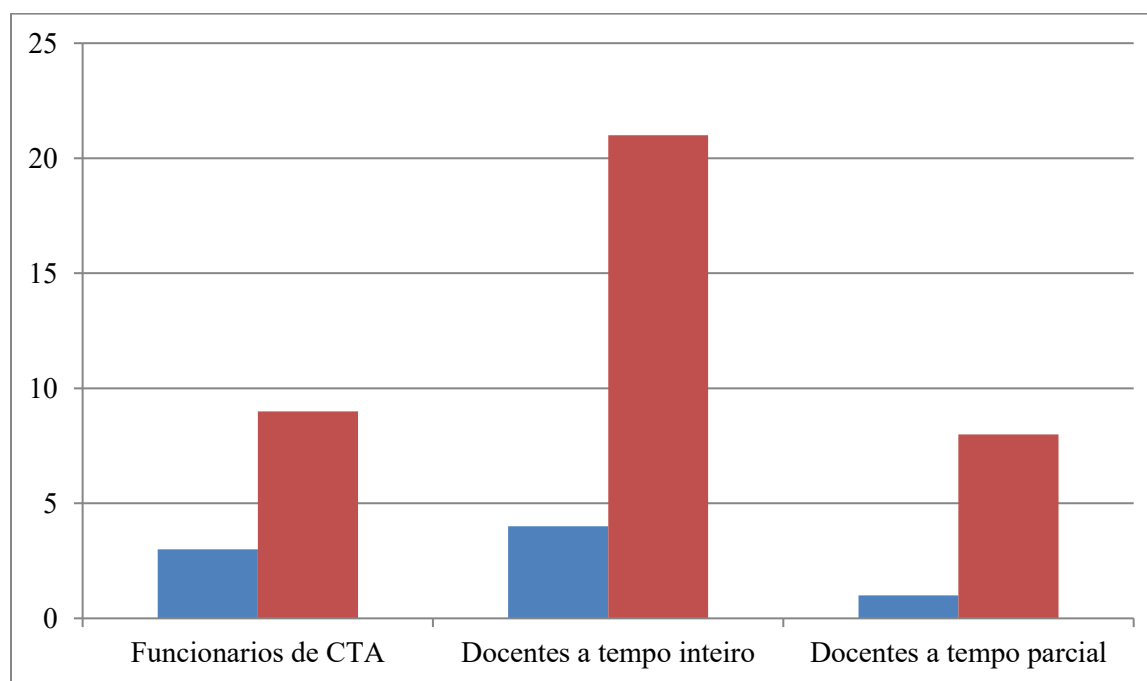
CAPÍTULO IV: APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE DADOS

Neste capítulo encontram-se arrolados os resultados da pesquisa que foram levantados no terreno e cruzados com os conteúdos da revisão da literatura, o que permitiu dar respostas às questões de pesquisa relativo ao tema: **A Comunicação Organizacional como Factor Dinamizador para a Eliminação da Desinformação nas Organizações: Caso da Escola de Comunicação e Artes.** Com este trabalho pretendia-se analisar um sistema de comunicação da Escola de Comunicação e Artes (ECA) e problema da desinformação na Escola de Comunicação e Artes - UEM.

Deste modo, as respostas foram cruzadas com obras de Chiavenato (1998), Kunsch (2003), Pimenta (2009), entre outros.

Desta forma e para melhor compreensão dos dados que aqui estão contidos, importa apresentação do gráfico referentes a população e a amostra da presente pesquisa científica.

Gráfico nº 1: Descrição da amostra



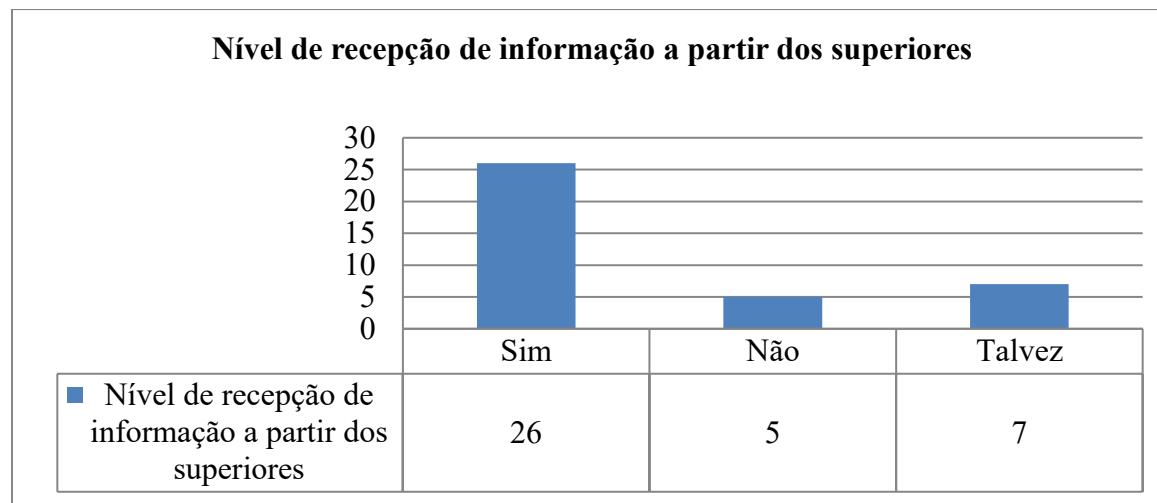
1	Mulher
2	Homem

Fonte: Elaborado pela autora

4.1. Descrição dos aspectos fundamentais da comunicação organizacional

O processo da comunicação organizacional tem no seu epicentro a interacção entre os actores. É nesta senda que procuramos saber da amostra se tem recebido as informações dos seus superiores?

Gráfico n° 2: Nível de recepção de informação a partir dos superiores.



Fonte: Elaborado pela autora

Mais do que difundir a informação, é necessário que ela chegue ao público com eficiência e eficácia causando mudança de comportamento nos intervenientes.

Assim sendo, podemos verificar, 26 dos 38 inqueridos confirmam que recebem a informação dos seus superiores hierárquicos, o que corresponde a 38,4%.

Para Corrado (1994, p. 5):

O sistema de comunicação é bom quando não se nota que ele existe. Uma organização comunica-se de forma perfeita, quando os empregados se comunicam de maneira contínua e informal com os escalões superiores, inferiores e de mesmo nível da organização; e quando os empregados e gerentes contam a mesma história da empresa para os clientes, os accionistas, o governo, a comunidade e outros públicos.

Na mesma senda procuramos saber:

- i. Sente que recebe toda a informação que necessita para realizar bem o seu trabalho?
- ii. Está satisfeito com o tipo de informação que a empresa lhe fornece, sobre tudo aquilo que lhe diz respeito?
- iii. Recebe as informações que necessitas para progressão na carreira?
- iv. Recebe a informação a tempo útil sobre os concursos de bolsas de estudos e outros benefícios?

Assim, a seguir vai o quadro ilustrativo das respostas de acordo com os inqueridos na ECA:

Tabela nº 3: Aspectos fundamentais da comunicação organizacional

Nº	Questão	Amostra		
		Sim	Não	Talvez
i	Sente que recebe toda a informação que necessita para realizar bem o seu trabalho?	12	19	7
ii	Está satisfeito com o tipo de informação que a empresa lhe fornece, sobre tudo aquilo que lhe diz respeito?	12	7	19
iii	Recebe as informações que necessitas para progressão na carreira?	21	12	5
iv	Recebe a informação a tempo útil sobre os concursos de bolsas de estudos e outros benefícios?	19	14	5

Fonte: Adaptado pela autora

Como ficou evidente no gráfico 50% dos 19 inqueridos não sente que recebe toda a informação que necessita para a realização do seu trabalho com máxima eficácia. Na mesma senda, 50% dos inqueridos são indiferentes a satisfação que a informação que recebem dos seus superiores hierárquicos e 31,6% dizem que estão satisfeitos com a informação que recebem.

A comunicação funciona, assim, como um aparelho circulatório que facilita a resolução de diversos problemas organizacionais, que pode levar ao aproveitamento de muitas oportunidades (Rego et al., 2007).

Isto significa que ela deve circular de forma contínua e ininterrupta de forma a causar impacto positivo nos colaboradores. Na ECA, como verificamos, a comunicação é deficitária e por algum momento causa um desconforto nos colaboradores da organização. Neste sentido, a comunicação apresenta várias abordagens e perspectivas cuja importância é determinante face a cenários globalizados e cuja relevância para as organizações tem sido um assunto cada vez mais estudado e destacado.

Quanto a recepção da informação que lhes ajuda na sua progressão na carreira, 21 dos 38 inqueridos responderam positivamente correspondendo a 55,3% do total dos inqueridos. E tivemos 50% dos inqueridos a responderem positivamente a recepção em tempo útil da informação relativa aos concursos de bolsas e outros benefícios.

4.2. O tipo de clima organizacional patente na ECA face ao sistema de comunicação

O Clima Organizacional está directamente relacionado com o grau de satisfação e colaboração dos actores e quando há elevada motivação entre os mesmos, os resultados melhoram e se traduzem em relações de satisfação e colaboração.

Para Bennis (1996, p. 6), “clima significa um conjunto de valores ou atitudes que afectam a maneira pela qual as pessoas se relacionam umas com as outras, tais como sinceridade, padrões de autoridade, relações sociais, etc.”

Assim, as diferentes relações típicas de uma dada organização vão definir o tipo de clima de uma organização específica e a seguir vão algumas questões feitas a amostra e a sistematização das respostas:

Tabela nº 4: O tipo de clima organizacional patente na ECA

		Sim	Não	Talvez
I	Aqui na ECA existem desentendimentos?	19	7	12
ii	Os rumores são frequentes na ECA?	19	12	7
iii	Aqui na ECA os colaboradores podem dar livremente a sua opinião ou são censuradas se o fizerem?	19	12	7

iv	Parece-lhe que o modo como se interage na ECA incentiva os colaboradores a trabalharem melhor?	5	21	12
----	--	---	----	----

Fonte: Adaptado pela autora

O ambiente de trabalho nas organizações é influenciado por factores de diversa ordem que podem impactar positivamente criando motivação e negativamente criando desmotivação dos colaboradores. Na ECA existem muitos desentendimentos segundo 19 elementos da amostra, correspondente a 50% dos inqueridos. De igual modo, todos inqueridos estão de acordo que os conflitos não ocorrem apenas por pessoas ou serviços, mas sim por ausência de comunicação eficaz aliado a defunção de informação não oficial entre os colaboradores.

Para Silva (1994) o clima organizacional tem impactos nos processos de comunicação, tomada de decisões, solução de problemas, manejo de conflitos, atitudes e motivação, satisfação e execução. Deste modo, se modificarmos através da intervenção, o clima de uma organização, ou se introduzirmos trocas em elementos que interferem no clima, poderá incidir nos resultados em forma de inovação, aproveitamento assim como no processo de ensino-aprendizagem (PEA).

De referir que também são frequentes os rumores de desinformação na ECA, como evidenciam as repostas dos inqueridos, onde segundo os mesmos inqueridos, 50% acreditam na sua existência e 31,6% falam da sua ausência. Contudo, os inqueridos afirmam que todos colaboradores podem dar sugestões no que refere ao seu parecer e sem censuras.

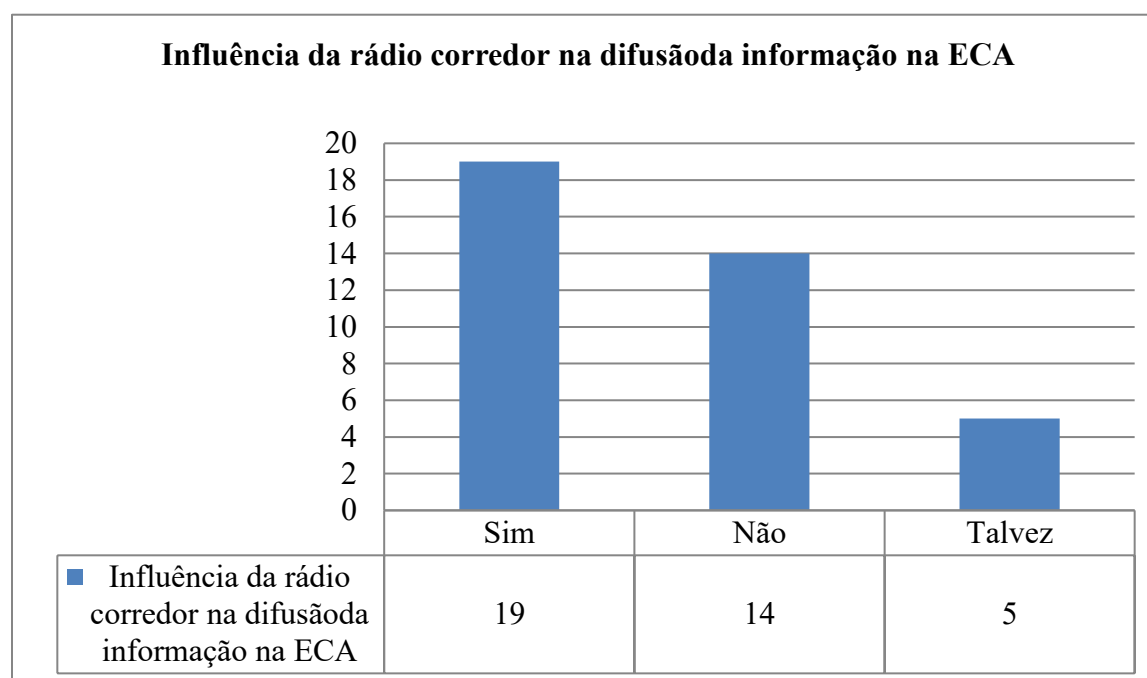
O conhecimento do clima organizacional, afirma Silva (1994) proporciona uma visão do estado da organização e de suas relações com outras variáveis organizacionais e individuais, o que possibilita ajustar as necessidades entre estas duas dimensões, tornando mais provável a execução das metas de trabalho. Assim, 21 inqueridos correspondentes a 55,3% acreditam que o modo de interacção na ECA não incentiva os colaboradores a trabalharem melhor.

4.3. As possíveis soluções ao problema do rádio corredor e desinformação

A Rádio Peão ou Rádio Corredor representa os comunicados não oficiais da empresa, que circulam através da rede informal. São boatos ou comentários, que partem dos funcionários da organização,

e que tem por objectivo se contrapor a comunicação oficial. Muitas vezes a rádio corredor constitui a fonte de desinformação. Porém, nem sempre a rádio corredor é responsável pela desinformação, por isso, questionamos aos inqueridos, se o uso de rádio corredor na difusão da informação ajuda acelerar o acesso a informação pelos colaboradores? E 50% acreditam que influencia na desinformação na medida em que a informação é difundida por meios não oficiais como podemos verificar no gráfico a seguir:

Gráfico n° 3: Influência da rádio corredor na desinformação na ECA



Fonte: Adaptado pela autora

Angeloni (2010) comenta que todo ser humano tem a capacidade de se comunicar, trocar informações, mas, muitas vezes esse processo comunicacional com vários elementos, deixa a desejar. Comprometendo significativamente a qualidade das relações interpessoais, assim como os resultados da organização. Desta forma, a autora aponta que um dos caminhos a seguir seria a reflexão, a análise e a identificação das barreiras existentes e o desenvolvimento de habilidades para superá-las em busca de uma comunicação eficaz.

Como pode-se verificar no gráfico acima, 19 elemento da amostra acreditam que a rádio corredor influencia na difusão da informação na ECA e que propicia a existência da desinformação nesta instituição de ensino. Na mesma senda, 14 elementos acreditam que não influencia a rádio corredor na difusão da informação bastando que os colaboradores façam o uso adequado desta ferramenta de comunicação. Esta ideia foi reforçada pelos inqueridos ao afirmar que a rádio corredor só é problema quando os colaboradores não confiam nos seus superiores, de acordo com 50% dos inqueridos.

A desinformação só ocorre quando os superiores não são democráticos na gestão da informação?

Na verdade, os colaboradores são influenciados pela abertura que os seus superiores têm.

Em funcionamento essa forma de comunicação informal pode indicar uma série de situações, apontando as dificuldades que se encontra o processo de comunicação de uma organização, colocando as questões que geralmente são deixadas de lado, no centro das discussões. Bueno (2009, p. 106) acredita que a “rádio corredor” não entra no ar por geração espontânea, ou seja, “ela só é activada quando algo está acontecendo dentro da organização. Podemos perceber que a participação activa dos colaboradores é influenciada pelo tipo de gestão adoptado pelos superiores hierárquicos. Assim, importa referir que na ECA, 26 elementos do total dos inqueridos acreditam que a desinformação é influência pela gestão não democrática dos superiores correspondente a 68,4% da amostra total. Contudo, 21 elementos da amostra, afirmaram que os superiores garantem a existência de uma gestão de informação em tempo útil, pese embora, as respostas anteriores demonstrem que os colaboradores não têm muito acesso a informação sempre que precisarem, por um lado pela gestão não democrática e por outro pelo clima caracterizado pelo desentendimento constante entre os colaboradores.

4.4. Como tornar a ECA numa organização livre da desinformação?

A desinformação acompanha o desenvolvimento das organizações principalmente quando o sistema de comunicação interna não é eficaz e nem abrangente.

Para Grando (2006):

O encorajamento da rede informal, ou seja, da Rádio Peão, dentro das empresas se dá pelo fato de que os meios formais, que são oficiais, não conseguem atender aos gostos e necessidades do público interno de uma organização. É preciso que os administradores compreendam que os processos de comunicação informal são fato natural em toda e qualquer organização dita sadia. “A morte desse sistema tornaria impraticável o desenvolvimento do espírito de equipa, das motivações e da identificação do pessoal com a empresa (GRANDO, 2006, p. 230)

Como tornar a ECA numa organização livre da desinformação?	Nº
Existência de um sistema de comunicação que obedece o fluxo de informação nas organizações;	14
Difusão da informação aliada democracia participativa e cultura de trabalho;	7
Comunicação efectiva aliada a difusão da informação em tempo útil e dentro das plataformas criadas na ECA;	7
Comunicação estratégica;	5
Criação de equipa multidisciplinar para ser responsável pela difusão da informação;	5

Fonte: Adaptação da autora

Como podemos ver, os inqueridos apoiam a criação de um sistema de informação que obedece o fluxo de informação nas organizações, na medida em que 14 dos 38 inqueridos acreditam que pode constituir uma grande valia para a instituição. E sete (7) acreditam que a difusão da informação aliada democracia participativa e cultura de trabalho pode tornar a escola livre da desinformação,

A informação deve estar disponível sempre que o colaborador necessitar de acordo com 18,4% do total dos inqueridos.

Portanto em linhas gerais, por mais que seja preciso que se tenha um olhar crítico sobre a rádio corredor é também necessário reconhecer que ela integra a comunicação das organizações e que suas manifestações revelam o real estado da transmissão de informações dentro da empresa.

5. Considerações finais

5.1. Conclusão

Depois da análise e interpretação de dados recolhidos, procede-se de forma muito breve, às considerações sobre os resultados obtidos com esta monografia científica. De acordo com o objectivo macro da pesquisa que consistia em analisar o sistema de informação na escola de comunicação e artes e o problema da desinformação. Contudo, este trabalho nos confirmou através das entrevistas que a rádio corredor está sempre presente nas organizações e que o som que se propaga vindo de sua direcção deve ser considerado positivo, porque a rádio corredor está no ar o dia todo, cabendo aos profissionais da comunicação saber ouvi-la e tirar melhor proveito, pois é um meio de se medir como andam as coisas dentro da empresa, se os comunicados oficiais estão transmitindo as mensagens de maneira correcta, e ainda avaliar como essa mensagem está sendo interpretada pelo público interno.

Dessa forma, a rádio corredor não pode ser considerada como maléfica para as organizações, pois ela só poderá ser usada contra a organização se os gestores e profissionais da comunicação permitirem, e assim, se as organizações continuarem a fingir que a rádio corredor não existe, poderão causar sérios danos a sua reputação.

Ressaltado o aprendizado obtido neste estudo, percebe-se que a comunicação na organização, principalmente a direccionada ao público interno, ainda precisa ser vista pelos administradores não somente como um sistema de informações e sim como uma compreensão de todo o fluxo de mensagens que constrói a rede de relações nas instituições.

Portanto, a comunicação quando realizada de maneira transparente, plural e ética é a melhor maneira de prevenir repercussões negativas geradas pela rádio corredor.

Com o estudo, podemos concluir que a hipótese 2 é que procede, segundo a qual para tornar a Escola de Comunicação e Artes numa organização livre da desinformação é necessário que os órgãos formais de difusão de informação aos colaboradores façam o seu papel.

Outrossim, o problema da desinformação na Escola de Comunicação e Artes é resultado da fraco poder de articulação entre os gestores e os demais colaboradores da organização. Percebemos que

a gestão da informação constitui um mecanismo que deve ser levada em consideração obedecendo uma gestão participativa.

5.2.Recomendações

O ambiente de trabalho é vital para a motivação dos seus membros. Assim o clima tem o papel crucial relativamente à eficácia das acções das pessoas pertencentes à escola. Desta forma, a análise do clima é por si só bastante importante, sendo fundamental perceber-lo para intervir de forma adequada. O clima pode ser medido e até alterado através de uma ajustada intervenção, por isso é conveniente estudá-la, perceber-lo e acima de tudo melhorá-lo, fomentando boas práticas e potenciando os factores positivos de uma organização. E como podemos verificar durante a pesquisa, a desinformação resulta da má articulação e funcionamento dos sectores responsáveis.

- Deve-se procurar uma fonte oficial de difusão de informação e um responsável pela vinculação da mesma;
- Deve-se existir um livro de reclamação do sector onde todos os colaboradores podem depositar as suas reclamações;
- Os colaboradores devem ser tomados como elementos cruciais da organização e todas as informações relativas as oportunidades de desenvolvimento profissionais devem ser tomados como uma fonte edificação da aprendizagem colectiva e individual;
- Deve ter a rádio corredor como medidor das fraquezas do sistema de comunicação interna na ECA e procurar mecanismos de correcção de todos erros ou falhas na difusão da informação.

6. Referências bibliográficas

Angeloni, Maria Terezinha (2010). **Comunicação nas organizações na era do conhecimento**. São Paulo: Atlas.

Barbosa, Christian (2004). **A teoria do tempo: A evolução da produtividade pessoal. Como gerencial melhor o seu tempo**. (2ª ed.). Rio de Janeiro;

Bennis, W. (1996). **A Formação do Líder**. São Paulo: Atlas, 162 p,;

Bueno, Wilson da Costa (2009). **Comunicação Empresarial: Políticas e estratégias**. São Paulo: Saraiva;

Bueno, Wilson da Costa (2005). **Comunicação Empresarial: no Brasil uma leitura crítica**. Editora All Print;

Cervo, Amando Luiz; Bervian, Pedro Alcino. (1996). **Metodologia científica**. São Paulo: Makron Books,;

Chiavenato, Idalberto (2004). **Comportamento Organizacional: A dinâmica do sucesso das organizações**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning

Chiavenato, Idalberto (1998). **Administração Nos Novos Tempos**. São Paulo: Ed. Campus;

Corella, Rebeil (1998). **Perfiles de la comunicación en las organizaciones**. México: Plaza y Valdés Editores/Universidade Iberoamericana, p.159-191.

Corrado, Frank M. (1994). **A força da comunicação: quem não se comunica**. São Paulo: Pearson Education do Brasil;

Cohen, Allen R. Fink, Stephen L. (2003). **Comportamento organizacional: Conceitos e estudos de casos**. (Tradução da 7ª ed. Americana). Rio de Janeiro: Campus;

Curvello, João José Azevedo (2009). **Comunicação interna e cultura organizacional**. São Paulo : Scortecci;

Deetz, Stanley (2010). **Comunicação Organizacional: fundamentos e desafios**. In: marchiori, Marlene. (Org.) Comunicação e organização: reflexões, processos e práticas. São Caetano do Sul: Difusão Editora;

Gil, António Carlos (2002). **Como elaborar projectos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas;

Gandini, G. and Oldenbroek, K. (2007). **Strategies for moving from conservation to utilization**. In: Oldenbroek, K., Ed., Utilisation and Conservation of Farm Animal Genetic Resources. Wageningen Academic Publishers, Wageningen, 29-54.

Goldhaber, G. (2001). **Timescale Stretch Parameterization of Type Ia Supernova B-Band Light Curves**. The Astrophysical Journal;

Grandini, N.A. e Kobayashi, M.C. M. (2007). **A Concepção dos Professores das Séries Iniciais do Ensino Fundamental sobre o Ensino de Ciências**. São Paulo: USC. In: I CONGRESSO BRASILEIRO DE EDUCAÇÃO.

Grando, Regina Célia (2008). **O Jogo e a Matemática no Contexto da Sala de Aula**. (2ª ed.). São Paulo: Paulus;

Freire, Paulo (1975). **Educação como prática de liberdade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra. 148p.

Kapferer, J.-N. (2005). **The post-global brand**. *Brand Management*, 12(5), 319-324

Kunsch, Margarida Maria Krohling (1986). **Planeamento de relações públicas na Comunicação Integrada**. (3ª Ed.). São Paulo: Summus;

Kunsch, M. (1997). **Relações públicas e modernidade. Novos paradigmas na comunicação organizacional**. São Paulo: Summus Editorial;

Kunsch, Margarida. (2003). **Planejamento de Relações Publica na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summus,

Kreeps, Gary L. (1995). **La Comunicación en las Organizaciones**. (2ª ed.). Buenos Aires: Addison-Wesley Iberoamericana;

Lakatos, E. M.; Marconi, M. A. (2001). **Fundamentos metodologia científica**. (4.ed.). São Paulo: Atlas;

Lakatos, Eva Maria e Marconi, Marina de Andrade. (2003). **Fundamentos de Metodologia Científica** (5ª ed). Atlas editor. São Paulo;

Marchiori, Marlene (2011). **Faces da comunicação organizacional**. (2ª ed.). São Paulo: Difusão;

Martins, A. F. P. (2005). Ensino de ciências: desafios à formação de professores. *Revista Educação Em Questão*, 23(9), 53–65.

Matos, Gustavo Gomes (2009). **Comunicação Empresarial sem complicação**. (2ª ed.). São Paulo: Manoele;

Oliveira. Tiago Mainieri de (2003). **Apostar na comunicação é estratégico?** Disponível em <<http://www.comtexto.com.br/artigotiamainieri.htm>>. Acesso em 15 de Maio de 2023;

Pimenta, Maria Alzira (2009). **Comunicação Empresarial**. (6ª Ed.). São Paulo: Alínea;

Pimenta, Maria Alzira (2002). **Comunicação Empresarial**. 3 ed. São Paulo: Alínea;

Richardson. L. (1999). **Pesquisa Social – Métodos e Técnicas**. (3ª Ed). São Paulo editora;

Robbins, S. P. (2002). **Comportamento organizacional**. (7ª ed.). São Paulo: Prentice Hall;

Ribeiro, Lair (1993). **A magia da comunicação**. Rio de Janeiro, objectiva;

Richardson. L. (1999). **Pesquisa Social – Métodos e Técnicas**. (3ª Ed.). São Paulo editora;

Rego et al (2007). Citado: “**O Compromisso organizacional como resultado da percepção dos benefícios da Formação**”. ISPA, Lopes;

Scroferneker CA. (2000). **Os (des)caminhos da comunicação na implantação do Programa de Qualidade Total na Universidade Brasileira** Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo;

Selltiz, Claire (1967). **Métodos de pesquisa nas relações sociais/** Sellitz... [et al.]. Edição revista e nova tradução de Dante Moreira Leite. São Paulo: Herder, EDUSP;

Severino, António Joaquim (2007). Metodologia do trabalho científico. (23ª Ed.). São Paulo. Cortez Editoras;

Silva, M. (1994). **Intervención sobre el clima organizacional**. Em: Peiró, J. M. Organizaciones: nuevas perspectivas psicosociológicas. Barcelona: PPU;

Taylor, James R. e Casalli, Adriana Machado (2010). **Comunicação: o olhar da Escola de Montreal sobre o fenómeno organizacional**. in: Marchiori, Marlene. **Comunicação e organizacao: reflexões, processos e práticas**. São Caetano do Sul. São Paulo. Difusão editora,

Thayer, L. (1976). **Comunicação: fundamentos e sistemas**. São Paulo: Atlas

Apêndice

Apêndice 1

Guião de entrevista

Com a finalidade futura de produzir a sua monografia científica cujo tema é “**A Comunicação Organizacional como Factor Dinamizador para a Eliminação da Desinformação nas Organizações: Caso da Escola de Comunicação e Arte - UEM**”, apresentamos a seguir o questionário de 9 questões entre fechadas e abertas. De salientar que os dados que prestará, serão estritamente usados para efeitos de pesquisa e garantindo a confidencialidade das identidades. Também, os dados serão analisados de forma global, não individual, sigilosa, e estamos à disposição para responder a quaisquer dúvidas. E Considera-se a resposta ao guião de entrevista como concordância em participar da pesquisa.

Objectivo Geral: Analisar um sistema de comunicação da Escola de Comunicação de Artes (ECA) e problema da desinformação na Escola de Comunicação e Artes – UEM.

Parte I: Dados Pessoais

1.1. UEM: Escola de Comunicação e Artes

1.2. Género: _____

1.3. Anos de experiencia. _____

1.4. Nível académico. _____

Parte II: Guião de entrevista

Objectivo	Questões	Sim	Não	Talvez
Descrever aspectos fundamentais da comunicação organizacional;	Tem recebido as informações dos seus superiores?			
	Sente que recebe toda a informação que necessita para realizar bem o seu trabalho?			

	Está satisfeito com o tipo de informação que a empresa lhe fornece, sobre tudo aquilo que lhe diz respeito?			
	Recebe as informações que necessitas para progressão na carreira?			
	Recebe a informação a tempo útil sobre os concursos de bolsas de estudos e outros benefícios?			
Identificar o tipo de clima organizacional patente na ECA face ao sistema de comunicação	Por aqui (na ECA) existem muitos desentendimentos?			
	Com que serviços ou pessoas ocorrem mais conflitos?			
	Os rumores ou desinformação são frequentes na ECA?			
	Aqui na ECA os colaboradores podem dar livremente a sua opinião ou são censuradas se o fizerem?			
	Parece-lhe que o modo como se interage na ECA incentiva os colaboradores a trabalharem melhor?			
Demonstrar as possíveis soluções ao problema do rádio corredor e desinformação.	O uso de rádio corredor na difusão da informação ajuda acelerar o acesso a informação pelos colaboradores?			
	A desinformação só ocorre quando os superiores não são democráticos na gestão da informação?			
	O rádio corredor só é problema quando os colaboradores não confiam nos superiores?			

	Os superiores garantem a existência de um sistema de gestão de formação em tempo útil e seu responsável?			
--	--	--	--	--

2.1. Como tornar a Escola de Comunicação e Artes numa organização livre da desinformação?

Observações

Anexos