

O rumor na empresa: A dinâmica do contrapoder

“O RUMOR é a primeira Radio- Livre”

Paula Silveira

Duma maneira geral, pode dizer-se que o rumor é uma “notícia de ultima hora” – naquilo que esta tem de mobilizador e persuasivo – que atravessa uma organização através dos canais de comunicação informais, normalmente o “boca a orelha”.

Contrapondo-se às vias oficiais da empresa, o rumor, ou boato, “conversas de corredor”, “jornal da caserna”, etc., é a voz do grupo, o murmúrio expressivo de todo o corpo social da organização, o qual possui uma força e importância extremas para o quotidiano gestor.

Gerir uma empresa é, assim, gerir também o murmúrio do seu grupo.

Nesta linha, vejamos então quais as principais linhas de força do fenómeno do rumor na empresa.

Duma maneira sucinta, pode dizer-se que o aparecimento do rumor na empresa tem a ver com a sua Cultura Organizacional, sobretudo no que diz respeito à concepção de “empregado”.

Assim, existem, basicamente, dois tipos de cultura organizacional: uma, em que o empregado é visto como um “cidadão organizacional”, ou seja, como um colaborador adulto e com exigências, e outra, em que ele é visto como um “súbdito organizacional”, ou seja, como um servidor infantilizado e com deveres.

Estes dois tipos de cultura organizacional formam entre si um contínuo temporal. Tal como em termos políticos os indivíduos foram passando de Súbditos a Cidadãos de um país, num movimento de alargamento da base de participação e responsabilização nos negócios públicos, também dentro das organizações de trabalho contemporâneas se assiste hoje a um fenómeno semelhante: a passagem do empregado (súbdito) duma organização a colaborador (cidadão) dessa organização.

Assim, no século XXI e nos países desenvolvidos, o indivíduo que trabalha numa organização é cada vez menos um súbdito analfabeto, executor de uma tarefa pobre e portador de comportamentos sociais inadequados, situação que justificou (?) um sistema de liderança baseado no autoritarismo correcional. Ele também começa a não aceitar que a sua realização no trabalho seja adiada até ao momento em que possa ocupar o lugar dos seus chefes, recusando-se a

escamotear esse hipotético estímulo com uma recompensa salarial mais ou menos apropriada.

Pelo contrário, o indivíduo que entra hoje diariamente nas organizações de trabalho é um cidadão cada vez mais informado, profissionalmente cada vez mais qualificado, responsável por tarefas complexas e portador de comportamentos sociais perfeitamente adequados. Uma situação a justificar um outro sistema de liderança: a liderança sinérgica. Ele exige agora, e para além do salário apropriado, todo um conjunto de recompensas, desde recintos desportivos dentro da própria organização, e passando pela gestão individual do tempo de trabalho, pela participação nas decisões e pela formação profissional.

Ora, face a este contínuo “súbdito – cidadão”, é possível classificar a cultura organizacional de cada empresa, localizando-a mais perto ou mais longe da “cidadania organizacional” em função de critérios estabelecidos. O nível de rumor numa empresa é um dos critérios identificadores do tipo de cultura organizacional instituído: quanto maior for o nível de rumor, mais a empresa estará perto da cultura organizacional do súbdito.

Assim, quando uma empresa possui uma estrutura autoritária, autocrática e totalitária, o segredo informativo é lei. Quer isto dizer que numa empresa em que o empregado é visto não como colaborador adulto com exigências mas sim como um servidor infantilizado e com deveres, a informação necessária à vida da empresa encontra-se apenas no topo da pirâmide e não é distribuída formalmente à base.

Então, essa base, e porque precisa dessa informação para subsistir como grupo social, vai procurá-la junto de meia dúzia de pessoas que, por uma razão ou por outra, se encontram próximo do “segredo dos Deuses”. São eles normalmente, os motoristas e os contínuos da administração, alguns parentes ou companheiros de golf dos directores, etc... que, ouvindo algumas migalhas informativas, as distribuem, devidamente enfeitadas, pelo resto da organização.

A opinião pública interna da empresa forma-se, assim, à base desse rumor, ou seja, dessa informação não oficial, do “diz-se”, do “consta”, do “disseram-me que”, a qual pode ter ou não a ver com a realidade objectiva.

O rumor aparece, assim, como um saudável desafio à estrutura autoritária do poder instituído, um verdadeiro contrapoder que retira ao topo da pirâmide o exclusivo da informação. E como contrapoder que é, ele é fortemente dependente da “voz dos Deuses”, referenciando-se, continuamente, a esta.

Ora, quando por pressão do contexto sócio-político, o empregado passa de servidor com deveres a colaborador com exigências, as empresas começam a querer “democratizar-se”, procurando adaptar a sua estrutura de funcionamento a esta nova realidade. E uma das medidas que tomam é, normalmente, a distribuição formal da informação à base da pirâmide, através de comunicados, manuais, sinalizadores de toda a espécie, etc. A abertura informativa é agora a lei.

E dá-se, então, um fenómeno curioso. É a recusa dessa base da pirâmide a ler essa informação, a compreendê-la, a acreditar nela, preferindo continuar a formar a sua opinião com base na estrutura do rumor.

Assiste-se, assim, à manutenção duma opinião pública interna formada a partir de migalhas informativas enriquecidas com as expectativas dos indivíduos, com os seus “fantasmas” pessoais e grupais e estruturada, basicamente, a partir da experiência passada ou de modelos importados.

E é aqui que se formam as “soluções” para os problemas da empresa, pontos de vista que, certos ou errados, percorrem a organização em todos os sentidos, sedimentando-se e criando uma barreira forte a quaisquer outras hipóteses. Toda a empresa julga conhecer, então, o modo de sanar as suas crises:

“ o que esta empresa precisa é de...”,

“ a solução é informatizar...”,

“ é preciso despedir os tarefeiros...”,

“ é preciso privatizar / nacionalizar ...” etc...

A recusa em integrar a informação oficial é, por vezes, tão acentuada, que surgem contestações individuais e grupais a regras e formulas que já deixaram de existir, tal como se o pensamento colectivo da empresa vivesse ainda no passado.

Todo este discurso é também acompanhado por sinais claros de que esta opinião pública interna não é autónoma, mas sim fortemente dependente da “voz dos Deuses”:

“ Eles não definem...”,

“ Eles não dizem o que se passa...”,

“ Eles não nos dão directrizes...”,

“ Eles não dizem o que vai acontecer...” etc...

Como vemos, subsistem, ainda, nas organizações de trabalho de hoje, estruturas de rumor que contrariam o esforço informativo formal, e que têm mantido as empresas dentro da cultura do “súbdito”. E o mais grave é que estas estruturas acabam por favorecer a chamada “opinião pública neurótica”, ou seja, a formação de correntes de opinião que, colocando-se fora da realidade objectiva contemporânea, baseia-se normalmente em pontos de vista e soluções que pertencem a um passado sócio-tecnológico irreversível.

As organizações de trabalho que vivem nestas condições têm, normalmente, a sua imagem interna muito deteriorada e o moral do seu corpo social muito em baixo. Toda a energia dos grupos é canalizada para a estrutura do rumor,

mantendo um alto nível de desgaste físico e emocional. Isto é tanto mais violento quanto maior for o grau de crise interna e externa, ligado a mudanças e convulsões mais ou menos previsíveis e necessárias.

Com base nesta observação, é possível, então, pôr a hipótese de o centro da existência do rumor ultrapassar a mera distribuição de grandes quantidades de informação e remeter-nos para fenômenos mais complexos.

Assim, o rumor como contestação ao poder informativo formal da empresa pode ser um sintoma de discurso abafado, preso, não porque seja proibido falar, mas sim porque não se é ouvido. O problema estaria então, num corpo social que não é considerado como fonte emissora válida.

Se fôr assim, distribuir informação a toda a empresa é validar o seu corpo social como receptor dessa informação, mas não chega para abarcar todo o fenômeno. O problema não estará só na validação do corpo social como receptor, ele estará também na validação deste como emissor importante para a empresa. O problema é, portanto, de comunicação.

Então, e neste caso, o papel do rumor seria o de manter vivo e actuante um grupo social, o qual se vê ameaçado na sua sobrevivência por uma cultura de gestão que lhe nega a parceria na comunicação.

O que a estrutura do rumor mostra com clareza é que o corpo social das organizações possui uma energia vital enorme, ultrapassando as falhas comunicativas da empresa com uma estrutura de comunicação informal.

Esta estrutura informal é, como se viu, um poder a temer, dado o grau de destruição que pode infligir à imagem da empresa. Porém, ela é também uma fonte inesgotável de criatividade e de inovação, da qual depende hoje a sobrevivência das organizações.

A gestão autoritária esvaziou o papel dos indivíduos como fonte e receptor informativo, circunscrevendo a estrutura comunicativa ao topo da pirâmide. Na grande maioria das organizações democráticas contemporâneas o empregado é já considerado como um cidadão, mas as estruturas que o acolhem ainda só o vêem como tendo direito a receber informação. Não estão montados os mecanismos que completam o ciclo comunicativo: o cidadão fala mas ainda não é ouvido.

Assim, uma cultura de cidadania organizacional necessita de espaços de comunicação em que a informação circulante na empresa possa ser formalmente enriquecida com as perspectivas do futuro, debatida nos seus pressupostos, compreendida e assimilada. Tem que despenalizar o desacordo e instituir em todo o corpo social da empresa, o “direito à pergunta” e o “dever da resposta”.

Trata-se, então, de combater o “senso comum” naquilo que este tem de paralizante dos pontos de vista, de combater a dependência da “voz dos Deuses” e a neurose da opinião pública interna.

O sucesso da empresa contemporânea baseia-se no grau de sinergia colectiva que consegue instituir. O nível do seu fracasso pode medir-se pela diferença entre o silêncio nas suas reuniões de trabalho e o brua...brua... nos seus corredores.

A memória colectiva de uma empresa, a sua cultura organizacional é um peso grande, enorme, na velocidade da mudança. Mudar uma empresa, mudar a sua imagem interna, democratizar a sua liderança não é só distribuir informação: é sim criar espaços de comunicação. Não basta dar alimento; é preciso fazê-lo digerir. Disso depende a opinião pública interna, o clima social da empresa e, em última análise, a motivação de todos os seus colaboradores.