

Tema 5 – ESTUDOS ORGANIZACIONAIS

COMPREENDENDO O CONSTRUCTO FOFOCA NO AMBIENTE ORGANIZACIONAL: UMA ANÁLISE DE CONTEÚDO.

Resumo

O objetivo do artigo foi levantar, na literatura nacional, os principais trabalhos analisando a definição do constructo e o impacto da fofoca organizacional no ambiente empresarial. Para isso foi realizada uma análise de conteúdo dos principais trabalhos, nos últimos 20 anos, nos principais sites de buscas de pesquisa na área de ciências sociais aplicadas: Scielo, Scopus, Google Acadêmico, Portal de Periódico CAPES e Anpad Spell. Como resultado obteve-se apenas 6 trabalhos relacionando a fofoca ou boato no contexto organizacional, chamando a atenção para a importância de se realizarem pesquisas acadêmicas em profundidade sobre esse construto. A análise de conteúdo elegeu-se como categorias de análise do construto três dimensões: particularidade (falar de alguém na ausência desse), independência de outros conceitos (como boato e rumor) e impacto (positivo ou negativo).

Palavras-Chaves: Fofoca Organizacional; Rumores organizacionais; Boato organizacional.

Abstract

The objective of the article was to survey, in national literature, the main works analyzing the definition of the construct and the impact of organizational gossip in the business environment. To this end, a content analysis was carried out on the main works, over the last 20 years, on the main research search sites in the area of applied social sciences: Scielo, Scopus, Google Scholar, Portal de Periódico CAPES and Anpad Spell. As a result, only 6 studies were obtained relating gossip or rumor in the organizational context, drawing attention to the importance of carrying out in-depth academic research on this construct. The content analysis chose three dimensions as categories for analyzing the construct: particularity (talking about someone in their absence), independence from other concepts (such as rumor and rumour) and impact (positive or negative).

Keywords: Organizational Gossip; Organizational rumors; Organizational rumor.

Introdução

O constructo fofoca é visto na literatura como sendo um dos componentes da rede de rumores, sendo considerada uma forma de comunicação informal (ROBBINS, 2002) e que deve ser estudada pelas organizações.

A Rede de rumores, é, então, a forma de se comunicar através de canais não oficiais dentro de uma organização. Ela é caracterizada pelas mensagens baseadas em especulação, imaginação ou certos desejos, que não têm base fatural (BOWDITCH, 2002). Ela, ainda tem como características: não é controlada pela direção da empresa, é considerada pela maioria dos funcionários como a mais confiável e fidedigna e é muito utilizada para servir aos interesses próprios daqueles que fazem parte dela (ROBBINS, 2005).

Já a fofoca, propriamente dita, pode ser definida de acordo com Kurland e Pelled (2000), enquanto uma conversa informal e avaliativa em uma organização sobre outro membro da organização que não está presente. A rede de rumores não deve ser alimentada pelas fofocas, mas quando existe ambigüidade e ansiedade nas pessoas da organização, funciona como mecanismo de filtragem e de feedback (ROBBINS, 2005).

É inegável o impacto da fofoca, principalmente a de caráter negativo, no ambiente empresarial. Em um país onde é comum que os empregados se queixem das longas horas passadas no escritório, a consultoria de recursos humanos Office Angels disse que foi "surpreendente" descobrir que tais desperdícios chegam a uma média individual de 13 dias úteis de trabalho por ano – quase três semanas da jornada de trabalho (BBC BRASIL, 2007).

Dos cerca de 28,9 milhões de trabalhadores britânicos, um porcentual equivalente a 13% admitiu gastar pelo menos duas horas semanais fofocando com os colegas, revelou a pesquisa. Nos cálculos da consultoria, os britânicos gastaram 7,4 milhões de horas semanais nesta atividade. Como o salário médio na Grã-Bretanha era de 11,71 libras por hora, o estudo concluiu que as empresas perderam mais de 86 milhões de libras por ano, cerca de R\$ 345 milhões, em 2007 (BBC BRASIL, 2007).

Fica claro que a fofoca pode impactar nas variáveis que compõem o ambiente organizacional. Nesse sentido esse trabalho buscou levantar, nas plataformas de pesquisas online (google acadêmico, Scielo, Scopus e Portal de periódico CAPES) o que vem sendo publicado, no Brasil, sobre esse tema, analisando como o construto foi empregado e quais os impactos dele no contexto organizacional. Nas próximas seções desse artigo serão apresentadas as bases teóricas que fundamentam a pesquisa, o método de investigação, seus respectivos achados, as conclusões e as considerações finais.

Referencial Teórico

A comunicação pode ser definida como o processo através do qual as pessoas tentam compartilhar significados por meio da transmissão de mensagens simbólicas (STORNER; FREEMAN, 1999) e esse processo pode se dar formalmente ou informalmente.

A comunicação formal opera-se por meios dos canais oficiais dentro e fora das organizações (DUBRIN, 2001) e pode ocorrer de forma descendente, da gerência até a classe operária; ascendente, fluindo dos níveis mais baixos para os mais altos na hierarquia da organização; e horizontal que é a troca lateral ou diagonal de mensagens entre departamentos do mesmo nível hierárquico e colegas de trabalho (DAFT, 1999).

Já a comunicação informal é a rede de comunicação não-oficial que complementa os canais formais (DUBRIN, 2001). Esse tipo de comunicação exerce um papel importante no fluxo da informação, onde segundo Megginson et al (1998) tem por finalidade: a) satisfazer as necessidades pessoais, como a de interagir com os outros; b) contra balançar os efeitos do tédio ou da monotonia; c) tentar influenciar o comportamento dos outros; d) ser uma fonte de informação relacionada ao trabalho, que não está disponível pelos canais formais.

Roman (2001), discutindo os espaços organizacionais disponíveis para a comunicação oficial (formal) e não oficial (informal) afirma existir três modalidades de discursos: bem-ditos, mal-ditos e não-ditos. Os discursos bem-ditos são aqueles institucionalizados, controlados e divulgados pelos canais formais ou informais. Os discursos mal-ditos são produzidos pelos canais não oficiais e tem um caráter de clandestinidade. São geralmente desautorizados, inconsequentes e irresponsáveis e aparecem normalmente nas denominadas “rádios peão”. Já os discursos não-ditos são aqueles que foram impedidos de serem expressos, foram abafados, mas que permeiam o imaginário dos indivíduos.

Seria no espaço do não-dito que são fomentadas as formas interativas e descompromissadas de comunicação que geram grandes incertezas, mas também, grande satisfação a quem delas participa: as fofocas, boatos, rumores e disse que disse (IASBECK, 2005).

Apesar de serem utilizados como sinônimos, há diferenças em rumores, boatos e fofocas. Para Kapferer (1993) o rumor seria um sinal ou estágio inicial de um boato. Uma notícia não autenticada e que ainda foi oficialmente confirmada pelos canais oficiais. O boato seria a informação propriamente dita e que não foi checada e normalmente é divulgada por fontes não oficiais, informais. Já a fofoca, para Difonzo (2009), seria um objeto focal do rumor, girando em termos de assuntos corriqueiros e particulares, sem fundamentos e que auxilia na manutenção de laços sociais.

As pessoas têm o hábito de falar sobre outras pessoas. Em muitas conversas informais, grande parte do tempo é dedicada a discutir indivíduos que não estão presentes na conversa (LEVIN; ARLUKE 1985). Essa prática de falar sobre terceiros ausentes, de forma não obrigatória, é conhecida como fofoca. A fofoca ocorre quando uma pessoa (ego) fornece informações sobre um terceiro ausente (tertius) a outra pessoa (alter). Como pelo menos três pessoas estão envolvidas, a fofoca é uma atividade intrinsecamente social. Ela estabelece uma ligação entre o fofoqueiro e o ouvinte e pode ter efeitos nos relacionamentos deles com a pessoa sobre a qual estão falando (WITTEK; WIELERS, 1998).

A dinâmica da fofoca começa com um assunto e uma vítima, ou seja, a origem da fofoca. Em seguida, o fofoqueiro, que teve conhecimento da origem do assunto, espalha a fofoca para um receptor. O receptor, por sua vez, pode repassar a fofoca a um novo receptor, e assim por diante. Essas redes de fofoca se expandem ou se dissolvem dependendo da natureza do assunto em questão (SHAW et al, 2011). Nesse artigo a fofoca, será então tratada, no âmbito organizacional, de acordo com a definição de Kurland e Pelled (2000) que a trata como uma conversa informal e avaliativa, dentro do contexto empresarial, sobre outro membro da organização que não esteja presente.

Smith (2014) enumera diversas perspectivas sobre a fofoca que têm sido discutidas desde a década de 1990. Essas perspectivas são as seguintes: (a) Controle social: Nessa perspectiva, a fofoca é vista como uma forma de controle social, na qual ela é tratada como uma violação de questões éticas, normas ou premissas culturais de um determinado grupo. A propagação da fofoca tem um efeito didático, diminuindo

a probabilidade de que a violação ocorra novamente. O autor argumenta que a fofoca contribui para a compreensão do conteúdo normativo dentro de um grupo ou organização, além de fornecer conhecimento sobre os indivíduos e suas atitudes; (b) Ferramenta de cooperação: Nessa perspectiva, a fofoca é considerada uma ferramenta de cooperação, pois promove a conexão entre as pessoas e a coesão do grupo envolvido no tema da fofoca. Isso requer uma ação coordenada entre os participantes; (c) Exercício de poder no grupo: Nessa perspectiva, a fofoca é vista como um veículo para o exercício de poder dentro do grupo. Ela envolve a transmissão informal de conteúdos positivos, atribuídos aos "amigos", ou negativos, atribuídos aos "inimigos". A fofoca pode ser usada como uma maneira de fortalecer alianças ou minar a reputação de outras pessoas; e (d) Atividade lúdica: Nessa perspectiva, a fofoca é considerada uma atividade lúdica, realizada em momentos de relaxamento ou como puro divertimento. Ela pode servir como uma forma de entretenimento para os envolvidos. Essas perspectivas oferecem diferentes visões sobre a fofoca e seus efeitos dentro de grupos e organizações. Cada uma delas contribui para uma compreensão mais ampla desse fenômeno social complexo.

A fofoca, como um fenômeno social, pode ser observada dentro das organizações, conforme descrito por Ellwardt (2011). Ela ocorre em um cenário com três participantes: o fofoqueiro, o receptor e o objeto da fofoca (o terceiro ausente). No entanto, para que a fofoca ocorra de fato, é necessário que existam relações de confiança interpessoal entre esses três participantes. Esse esquema permite inferir sobre a dinâmica do fenômeno: por exemplo, a fofoca nociva ocorre quando tanto o fofoqueiro quanto o receptor compartilham laços de amizade que não são compartilhados com o objeto da fofoca, que é a vítima. No entanto, como a fofoca cria laços entre o fofoqueiro e o receptor, pode-se dizer que, nesse nível, há uma relação de colaboração.

No artigo seminal sobre fofoca, intitulado "*Gossip and Organizational Behavior*" de Rosnow e Fine (1976), os autores discutem como a fofoca pode afetar os comportamentos dentro das organizações. Eles destacam que a fofoca pode ter tanto consequências positivas quanto negativas. Algumas das formas pelas quais a fofoca pode influenciar o comportamento organizacional incluem:

- Fornecimento de informações contextuais: A fofoca pode fornecer informações relevantes sobre indivíduos, eventos e situações dentro da organização, ajudando as pessoas a entenderem o contexto em que estão inseridas.
- Estabelecimento de normas sociais: A fofoca pode ajudar a comunicar e reforçar as normas sociais e culturais da organização, influenciando o comportamento dos membros do grupo.
- Construção de laços sociais: A fofoca pode promover a formação de laços sociais entre os membros da organização, fortalecendo as relações interpessoais e o senso de pertencimento ao grupo.
- Influência na reputação e imagem das pessoas: A fofoca pode afetar a reputação e a imagem de indivíduos dentro da organização, o que, por sua vez, pode influenciar como as pessoas interagem e se relacionam com esses indivíduos.
- Propagação de boatos e informações imprecisas: Por outro lado, a fofoca também pode levar à disseminação de informações imprecisas, boatos e rumores, o que pode gerar confusão, desconfiança e impactar negativamente o ambiente organizacional.

Nesse sentido, fica complexo afirmar que a fofoca tem um lado positivo ou negativo, isso irá depender de muitas variáveis (MUNIZ, 2017). A distinção entre fofoca positiva ou negativa é uma questão de perspectiva e não pode ser completamente associada a aspectos colaborativos ou prejudiciais. Essa classificação dependerá dos diferentes envolvidos, como o fofoqueiro, o receptor, a vítima e até mesmo a própria organização. Ou seja, o que pode ser considerado colaboração por um agente pode ser prejudicial para outro (MUNIZ, 2017). Um exemplo disso é o estudo realizado por Piazza e Bering (2008), que sugere que a fofoca pode gerar sentimentos de generosidade quando melhora a reputação da pessoa mencionada, estabelecendo assim laços entre quem recebe a fofoca e a pessoa em questão. Por outro lado, quando a fofoca ataca a reputação da pessoa, ela cria uma conexão negativa entre o fofoqueiro e quem recebe a fofoca.

Isso não quer dizer que a fofoca não traga prejuízos às organizações. Um estudo conduzido por WITTEK e WIELERS (1998) mostrou duas implicações importantes: Primeiro, a fofoca prospera em ambientes socialmente segmentados, especialmente em locais de trabalho altamente competitivos, onde compartilhar informações negativas sobre concorrentes contribui para a formação de coalizões. Segundo, a estrutura formal da organização influencia a fofoca, com os supervisores sendo alvos preferenciais. Essas implicações têm relevância tanto para o estudo do comportamento de fofoca e redes informais, quanto para o design e desenvolvimento de organizações.

Shaw et al. (2011) conduziram pesquisas com o objetivo de avaliar o modelo geral do efeito da fofoca, que descreve como a fofoca afeta as relações sociais. De acordo com os autores, quando a fofoca ocorre em uma estrutura social específica, ela fortalece as relações entre as pessoas envolvidas. Eles observaram que a dinâmica e a disseminação da fofoca tendem a se dissipar quando ocorre em triângulos isolados, mas se fortalecem quando inseridas em grupos mais densos. Em outras palavras, a fofoca tende a desaparecer em redes menos conectadas, mas se torna mais prevalente quando existem muitos grupos interligados.

Em um país onde os funcionários frequentemente reclamam das longas horas no escritório, a consultoria de recursos humanos Office Angels ficou "surpresa" ao descobrir que isso resulta em um desperdício médio de 13 dias de trabalho por ano para cada indivíduo - quase três semanas de trabalho (BBC BRASIL, 2007). De acordo com a pesquisa, aproximadamente 13% dos 28,9 milhões de trabalhadores britânicos admitiram gastar pelo menos duas horas por semana fofocando com os colegas. Isso se traduziu em um total de 7,4 milhões de horas por semana gastos nesta atividade, de acordo com a consultoria. Levando em consideração o salário médio na Grã-Bretanha de 11,71 libras por hora, o estudo concluiu que as empresas perderam mais de 86 milhões de libras por ano, o equivalente a cerca de R\$345 milhões, em 2007 (BBC BRASIL, 2007).

Apesar disso, a fofoca no local de trabalho não tem tido, tradicionalmente, um papel de destaque no âmbito dos estudos da Psicologia Organizacional (CONDENÇAS, 2020). Acrescenta-se a essa questão o fato da produção nacional ser relativamente tímida. O trabalho de Schröter (2020) investigou a presença da fofoca em dissertações de mestrado e doutorado sobre organizações em Programas de Pós-Graduação, publicadas entre 1995 e 2018. Foram encontradas apenas 11 referências. Nesse trabalho foram analisadas as áreas de estudo, as definições de fofoca e suas consequências. Os resultados revelaram que: (1) Administração e Psicologia surgem como as áreas mais abordadas; (2) a fofoca é geralmente retratada como algo negativo, com efeitos prejudiciais para o ambiente organizacional; (3) poucas

referências teóricas da comunicação sobre fofoca no contexto organizacional foram utilizadas.

Não se encontrou, na literatura nacional, nenhum trabalho que investigasse a publicação de artigos acadêmicos sobre o tema, o que motivou a pesquisa nesse sentido.

Metodologia

Tratou-se de uma pesquisa qualitativa por meio de levantamento de publicações científicas (ensaios, artigos, dissertações e teses) sobre o fenômeno da fofoca no ambiente organizacional. Para isso foi realizada uma análise de conteúdo dos principais trabalhos, nos últimos 20 anos, nos principais sites de buscas de pesquisa: Scielo, Scopus, Google Acadêmico, Portal de Periódico CAPES e Anpad Spell. Os descritores utilizados foram: “fofoca”, “rumores”, “boatos”, “Gossip” acrescentados das palavras: “empresariais”, “organizacionais”.

A técnica escolhida foi a Análise de Conteúdo, pois de acordo com Bardin (2007) é uma abordagem que engloba diversas técnicas com o objetivo de descrever o conteúdo presente no processo de comunicação, seja através de fala ou de texto. Essa técnica envolve procedimentos sistemáticos que permitem a identificação de indicadores, sejam eles quantitativos ou não, viabilizando a inferência de conhecimento.

A etapa inicial da organização da Análise de Conteúdo é conhecida como Pré-Análise. É nessa fase que o pesquisador começa a organizar o material para torná-lo útil para a pesquisa. Na Pré-Análise, os estudiosos devem sistematizar suas ideias preliminares em quatro etapas: leitura flutuante, seleção dos documentos, reformulação de objetivos e hipóteses, e formulação de indicadores. Essas etapas visam preparar o material como um todo (BARDIN, 2004).

Em seguida, temos a exploração do material, que envolve a categorização ou codificação no estudo. Nessa fase, a descrição analítica aprimora o estudo aprofundado, guiado pelas hipóteses e referenciais teóricos (MOZZATO; GRZYBOVSKI, 2011). Durante essa etapa, são definidas as categorias que identificam os elementos constituintes de uma analogia significativa na pesquisa. A análise categorial consiste em desmembrar e agrupar (ou reagrupar) as unidades de registro do texto. A repetição de palavras ou termos pode ser uma estratégia utilizada no processo de codificação para criar as unidades de registro e, posteriormente, as categorias de análise iniciais (BARDIN, 2010).

A terceira fase refere-se ao tratamento dos resultados, inferência e interpretação. Essa etapa tem como objetivo buscar o significado das mensagens por trás da mensagem original. É o momento da intuição, da análise reflexiva e crítica. O tratamento dos resultados visa capturar e compreender os conteúdos presentes em todo o material coletado por meio dos instrumentos utilizados. Essa fase é a "operação lógica pela qual uma proposição é admitida devido à sua conexão com outras proposições já aceitas como verdadeiras" (BARDIN, 2010, p. 41).

Análise dos resultados

Na pré-análise foram levantadas as principais publicações científicas nos sites relacionados à pesquisa acadêmica em ciências sociais: Scielo, Scopus, Google Acadêmico e Portal de Periódico CAPES. Foram encontrados 6 trabalhos relacionando a fofoca ao contexto organizacional, sendo 1 (um) artigo científico na

plataforma Scielo e outro no Portal de Periódico CAPES; Nenhum artigo foi encontrado na plataforma Scopus e na plataforma do Google acadêmico foram encontrados 4 (quatro) trabalhos no formato de dissertação ou tese, mas nenhum artigo científico. O Quadro 1 traz uma síntese dos trabalhos encontrados nas referidas plataformas de pesquisas.

Quadro 1 – Trabalhos Científicos sobre Fofoca Organizacional

Base de Dados	Título do Trabalho Científico	Formato	Autores
Portal Periódico Capes	Espaços comunicativos do imaginário: fofocas e boatos no cenário organizacional.	Artigo Científico	Assis lasbeck, Luiz Carlos (2005)
Google Acadêmico	Impacto da fofoca organizacional negativa na intenção de turnover e produtividade do colaborador: o papel mediador da fobia do local de trabalho.	Tese	Condenças, Alexandre Jose Catanho (2020)
Google Acadêmico	A fofoca como fonte de sofrimento na vida organizacional: um estudo com base na psicodinâmica do trabalho.	Tese	Muniz, Alexandre (2017)
Google Acadêmico	Comunicação organizacional informal: boatos e fofocas nas mídias digitais.	Dissertação	Bueno, Jacqueline da Costa (2012)
Google Acadêmico	A Rádio-peão no ar: um estudo sobre a comunicação informal e a comunicação formal face a face no ambiente organizacional.	Dissertação	Perez, Katia (2010)
Scielo	Escala de atitude frente à fofoca: evidências de validade e confiabilidade.	Artigo Científico	Valdiney V. Gouveia; Deliane Macedo Farias de Sousa; Andréa Xavier de Albuquerque-Souza; Roseane Christhina da Nova Sá-Serafim; Clênia Maria Toledo de Santana Gonçalves (2011)

Fonte: Dados da Pesquisa

Frente ao baixo número de trabalhos encontrados foi ainda pesquisada, como tentativa de maior abrangência de resultados, a base de dados da Associação Nacional de Pós-Graduação em Administração (ANPAD), denominada de Anpad Spell e não foram encontrados nenhum registro sobre fofoca organizacional na referida base de dados. Infere-se, com isso, que, nas plataformas de dados investigadas, a produção nacional sobre o tema é ainda incipiente, isso é, pouco investigada na academia brasileira.

Na fase de categorização foram realizadas as leituras sobre o material encontrado, sendo que o Quadro 2 retrata os principais objetivos investigados por cada trabalho científico.

Quadro 2 – Principais objetivos dos Trabalhos Científicos.

Título	Objetivo
Espaços comunicativos do imaginário: fofocas e boatos no cenário organizacional	Analisar o espaço do "não-dito" como uma estrutura comunicativa que conhecemos como fofocas e rumores, constituindo, assim, um fenômeno estudado no campo científico da comunicação organizacional.
Impacto da fofoca organizacional negativa na	Procura-se, neste estudo, avaliar o impacto, no sujeito, da percepção de ser vítima de fofoca negativa organizacional

intenção de turnover e produtividade do colaborador: o papel mediador da fobia do local de trabalho	através das intenções de turnover e da produtividade percebida, pelo interesse organizacional que estas duas variáveis acarretam.
A fofoca como fonte de sofrimento na vida organizacional: um estudo com base na psicodinâmica do trabalho	Avaliar em que medida a fofoca no ambiente de trabalho é fonte de sofrimento, propondo-se investigar a sua associação com os achados da teoria psicodinâmica do trabalho.
Comunicação organizacional informal: boatos e fofocas nas mídias digitais	Neste trabalho, ressalta-se a possibilidade de a comunicação informal ter um lugar mais destacado e estratégico na organização. Uma das metas principais da pesquisa é verificar alguns dos “desvios” dessa modalidade de comunicação nas mídias digitais, especialmente aquelas que influenciam direto ou indiretamente os resultados organizacionais.
A Rádio-peão no ar: um estudo sobre a comunicação informal e a comunicação formal face a face no ambiente organizacional	A rádio-peão é estudada nos Estados Unidos desde o período pós II Guerra Mundial. No Brasil, este processo comunicacional ganhou relevância no final da década de 1970 com os movimentos operários que buscavam formas democráticas de diálogo, durante o regime militar. Já a comunicação formal face a face começou a ser praticada nas organizações brasileiras em meados dos anos 1990, com a chegada de novos modelos internacionais de gestão empresarial.
Escala de atitude frente à fofoca: evidências de validade e confiabilidade	considerando a relevância desse construto e a ausência de medida específica no contexto brasileiro, decidiu-se adaptar a Escala de Atitudes frente à Fofoca (EAFF) para, especificamente, conhecer evidências de sua validade fatorial e de sua consistência interna.

Fonte: Dados da Pesquisa

Como objetivo central para compreensão do construto foi adotado o modelo descrito por Ellwardt (2011) que diz que a fofoca ocorre em um cenário com três participantes: o fofoqueiro, o receptor e o objeto da fofoca (o terceiro ausente) e que difere dos construtos de rumor e boato. Para Kapferer (1993), o rumor pode ser considerado um sinal ou estágio inicial de um boato. Trata-se de uma informação não autenticada que ainda não foi oficialmente confirmada pelos canais oficiais. O boato, por sua vez, corresponde à própria informação que não passou por verificação e é normalmente divulgada por fontes não oficiais e informais. Quanto à fofoca, de acordo com Difonzo (2009), ela se torna o objeto central do rumor, abordando assuntos cotidianos e pessoais, sem fundamentos concretos, mas que contribuem para a manutenção dos laços sociais. Nesse sentido a fofoca tem um caráter específico e independente de outros conceitos.

O conceito adotado, então, nesse artigo é o que afirma que a fofoca é, de acordo com a definição de Kurland e Pelled (2000), uma conversa informal e avaliativa, dentro do contexto empresarial, sobre outro membro da organização que não esteja presente. Dessa forma o constructo fofoca tem um caráter de particularização, de ser estritamente pessoal e se trata de informações sobre um indivíduo ausente.

O construto, ainda, pode ter um impacto negativo ou positivo, pois segundo um estudo conduzido por Piazza e Bering (2008), foi observado que a fofoca tem o potencial de evocar sentimentos de generosidade quando contribui para melhorar a reputação da pessoa mencionada. Essa situação estabelece laços entre o receptor da fofoca e a pessoa em questão. No entanto, quando a fofoca prejudica a reputação da pessoa, ela cria uma conexão negativa entre o indivíduo que espalha a fofoca e aquele que a recebe.

Com base na leitura dos trabalhos, estabeleceram-se, então, três objetivos a serem pesquisados: (1) a diferenciação entre boato e fofoca, pressupondo se os autores os veem como sinônimos ou constructos diferentes; (2) o conceito de fofoca como sendo uma informação particularizada de alguém que está ausente ou se possui outra tratativa; (3) qual sentido e qual impacto (negativo ou positivo) foi investigado em relação à fofoca no contexto organizacional.

1. A fofoca enquanto conceito independente do conceito de boato: tendo como referência as diferenças apontadas por Difonzo (2009), onde fofoca é considerada um elemento central do rumor e difere, portanto do rumor e do boato, envolvendo assuntos cotidianos e particulares, sem base sólida, mas que desempenha um papel na manutenção dos laços sociais.
2. A fofoca enquanto conceito particularizado, individualizado, referente à fala de um indivíduo ausente: De acordo com a descrição de Ellwardt (2011), a fofoca ocorre em um cenário com três participantes distintos: o fofoqueiro, o receptor e o objeto da fofoca (também conhecido como o terceiro ausente).
3. O sentido e o impacto negativo ou positivo da fofoca: os sentidos podem ser dados em relação à função da fofoca no cotidiano organizacional (SMITH, 2014).

Definidos os objetivos da análise de conteúdo, procedeu-se, então, a exploração e categorização dos trabalhos científicos encontrados. A primeira categoria foi avaliar se existia distinção entre os conceitos de fofoca e boato (e outros conceitos como rumor, por exemplo). Os resultados encontram-se expressos no Quadro 3.

Quadro 3- Independência do Conceito “Fofoca”

Título	Independência do Conceito “Fofoca” de outros conceitos
Espaços comunicativos do imaginário: fofocas e boatos no cenário organizacional	Inconclusivo - o texto cita o uso das fofocas, dos boatos, dos rumores, dos fuxicos e disse-que disse, porém, sem defini-los, não trazendo a diferença entre eles.
Impacto da fofoca organizacional negativa na intenção de turnover e produtividade do colaborador: o papel mediador da fobia do local de trabalho	Independente – O texto trata a fofoca como um constructo independente de outros conceitos. O texto trata a fofoca como uma experiência subjetiva e individual.
A fofoca como fonte de sofrimento na vida organizacional: um estudo com base na psicodinâmica do trabalho	Independente – O texto traz a distinção entre fofoca e rumor: DiFonzo e Bordia (2009) afirmam que rumores são eventos envoltos de ambiguidade, porém, passam a ser fofoca quando se individualizam e atingem uma determinada vítima.
Comunicação organizacional informal: boatos e fofocas nas mídias digitais	Dependente – O texto afirma que de acordo com Rego (1991), existem diferentes modalidades para designar o boato, tais como, rádio-peão, informação inverídica, disse-me-disse rádio mexerico, ou simplesmente fofoca.
A Rádio-peão no ar: um estudo sobre a comunicação informal e a comunicação formal face a face no ambiente organizacional	Independente e Dependente – O texto afirma que entre boato e fofoca podem não existir uma distinção clara, sendo o boato uma expressão mais genérica que pode conter rumor e fofoca. Já entre rumor e fofoca há distinção: fofocas são de teor maldoso sobre alguém.
Escala de atitude frente à fofoca: evidências de validade e confiabilidade	Inconclusivo – O texto traz apenas o conceito de fofoca sem se referir aos demais constructos.

Fonte: Dados da pesquisa

Analisando-se o quadro fica claro que o conceito de fofoca enquanto falar de um terceiro na sua ausência ainda não é unanimidade. Alguns autores a consideram como sinônimo de boato, rumor ou de comunicação informal. O Quadro 4 traz a categorização dos artigos em relação à particularização no conceito de fofoca, ou seja, que ela é algo particular no sentido de se falar de alguém na sua ausência.

Quadro 4 – Particularização do Conceito Fofoca

Título	Particularização do conceito: Falar na Ausência de um terceiro
Espaços comunicativos do imaginário: fofocas e boatos no cenário organizacional	Inconclusivo - o texto não traz a definição de fofoca.
Impacto da fofoca organizacional negativa na intenção de turnover e produtividade do colaborador: o papel mediador da fobia do local de trabalho	Particular - O texto trata a fofoca como uma experiência subjetiva e individual e faz o estudo do ponto de vista da “vítima”.
A fofoca como fonte de sofrimento na vida organizacional: um estudo com base na psicodinâmica do trabalho	Particular - O texto traz o entendimento sobre a dinâmica da fofoca, envolvendo pelo menos três agentes, o fofoqueiro, o receptor e o fofocado, tal como relatado em Ellwardt (2011).
Comunicação organizacional informal: boatos e fofocas nas mídias digitais	Geral – No texto a fofoca não é vista apenas como falar de um terceiro, mas também são como unidades de boato.
A Rádio-peão no ar: um estudo sobre a comunicação informal e a comunicação formal face a face no ambiente organizacional	Particular – As fofocas são vistas como afirmações de teor maldoso sobre alguém e que são espalhadas com mórbido prazer.
Escala de atitude frente à fofoca: evidências de validade e confiabilidade	Particular - Zhang e Vohs (2004), as pessoas estão mais interessadas em ouvir ou dizer coisas ruins sobre os outros do que coisas boas.

Fonte: Dados da pesquisa

Apesar de alguns autores usarem fofoca como sinônimo de boato e rumores, a maioria dos autores concordam na particularização do conceito, ou seja, na tríade que vê a fofoca, como um fenômeno social e pode ser observada no contexto das organizações, conforme descrito por Ellwardt (2011). Essa dinâmica ocorre em um cenário que envolve três participantes: o fofoqueiro, o receptor e o objeto da fofoca (o terceiro ausente). O Quadro 5 retrata o sentido dado aos autores sobre a fofoca.

Quadro 5 – Impacto Negativo ou Positivo do Conceito Fofoca

Título	Sentido Negativo ou Positivo do Conceito Fofoca
Espaços comunicativos do imaginário: fofocas e boatos no cenário organizacional.	Inconclusivo - O texto sugere que a fofoca é uma forma interativa e descompromissada, que gera muitas incertezas, mas igualmente, grande prazer.
Impacto da fofoca organizacional negativa na intenção de turnover e produtividade do colaborador: o papel mediador da fobia do local de trabalho.	Negativo - O texto afirma existir um lado colaborativo da fofoca, mas enfoca os seus reflexos negativos nas principais variáveis organizacionais que são o turnover e a produtividade.

A fofoca como fonte de sofrimento na vida organizacional: um estudo com base na psicodinâmica do trabalho.	Negativo - O estudo pretende reavivar o debate sobre a nocividade do fenômeno da fofoca, não como forma de estigmatizá-lo, mas de compreender os seus efeitos nos indivíduos, em especial na sua saúde psicológica, social e física.
Comunicação organizacional informal: boatos e fofocas nas mídias digitais.	Negativo – o texto defende que alguns boatos não administrados podem trazer prejuízos para o ambiente de trabalho. Pode prejudicar a confiança e a relação entre funcionários e chefes, entre os próprios funcionários e cada indivíduo em particular.
A Rádio-peão no ar: um estudo sobre a comunicação informal e a comunicação formal face a face no ambiente organizacional.	Negativo - As fofocas são vistas como afirmações de teor maldoso sobre alguém e que são espalhadas com mórbido prazer. O texto, contudo, trata mais das influências da comunicação formal e informal, sem citar os impactos diretos da fofoca no ambiente organizacional.
Escala de atitude frente à fofoca: evidências de validade e confiabilidade.	Positivo - fofocar é uma forma importante de comunicação e de aprendizagem social que serve para unir as pessoas e para compartilhar informações sobre si e sobre os outros.

Fonte: Dados da pesquisa

Essa visão mais negativa é o que mais se tem pesquisado internacionalmente, como no estudo preconizado por Muniz (2017) que avaliou o impacto da fofoca no ambiente de trabalho como fonte de sofrimento, investigando sua associação com a teoria psicodinâmica do trabalho. Utilizando um método misto, a pesquisa incluiu uma abordagem qualitativa para compreender o fenômeno da fofoca no Brasil e uma abordagem quantitativa para avaliar seu impacto no sofrimento patológico e nos danos físicos, sociais e psicológicos dos indivíduos no trabalho. Foram pesquisados 372 profissionais. Os resultados indicaram que a fofoca aumenta o efeito do contexto de trabalho no sofrimento patológico e que a escolaridade influencia a capacidade de lidar com ambientes organizacionais rígidos.

Considerações Finais

O objetivo do artigo foi levantar, na literatura nacional, o que vem sendo produzido sobre fofoca organizacional, analisando como o construto é tratado nessa literatura. Como resultado obteve-se apenas 6 publicações científicas sobre o tema em um período de 20 anos, revelando o quanto a produção nacional ainda carece de trabalhos de maior conhecimento e profundidade sobre o tema que afeta todas as organizações.

Como conclusão da análise de conteúdo, infere-se que o construto fofoca, apesar de já possuir definições bastantes específicas (KURLAND;PELLED, 2000; ELLWARDT, 2011) é ainda utilizada como sinônimo de boatos e rumores, assim como também comunicação informal. Soma-se ao fato de, vista como boato, perder a essência do construto que é ver a fofoca como uma fala particularizada de alguém ausente e, como boato, pode ser de uma informação geral, por exemplo. Em relação ao impacto da fofoca, apesar de ser visto enquanto negativo na maior parte dos estudos, há também autores que defendem os laços sociais que são construídos pela fofoca, como um movimento cultural legítimo nas organizações. Muitas dessas questões já foram levantadas por Michelson et al. (2010) no trabalho que analisou os principais temas relacionados à fofoca, incluindo seus contextos, os diversos resultados (positivos e negativos) da fofoca, bem como uma seleção de desafios e controvérsias. Os desafios destacados estão centrados em questões de definição, abordagens metodológicas e considerações éticas. A análise dos autores sugere que

as características e os elementos da fofoca se adequam a uma abordagem orientada ao processo, na qual o início e, particularmente, os pontos finais da fofoca nem sempre são facilmente identificados. A fofoca sobre um assunto ou pessoa pode temporariamente desaparecer, apenas para ressurgir em algum momento posterior. Além disso, as questões relacionadas aos efeitos da fofoca e aos argumentos baseados em ética dependem da natureza dos relacionamentos dentro da tríade de fofoca (fofoqueiro, ouvinte/respondente e alvo).

O estudo, entretanto, apresenta algumas limitações. A primeira diz respeito à base de dados selecionados que poderia abranger também todas as revistas nacionais que possuem qualificação Qualis acima de B3 para se saber se o fenômeno encontrado se repete. A segunda limitação se diz do método que foi apenas qualitativo, sugerindo a possibilidade de estudos quantitativos sobre o tema, analisando o impacto da fofoca sobre a produtividade, sobre a lucratividade, isso é, sobre as demais variáveis organizacionais. O estudo, entretanto, contribui para o entendimento da pesquisa brasileira sobre o tema, revelando lacunas que podem ser melhor aprofundadas em estudos futuros.

Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2004.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2010.

BBC BRASIL. **Estudo calcula 'custo da fofoca' no trabalho**. 2007. Disponível em:

<

https://www.bbc.com/portuguese/reporterbbc/story/2007/05/070521_fofocacusto_pu>

Acesso: 22 de Maio de 2023.

BOWDITCH, James L. **Elementos do comportamento organizacional**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2002.

BUENO, Jacqueline da Costa. Comunicação organizacional informal: boatos e fofocas nas mídias digitais. São Paulo: Anais completos do 8º Interprogramas de Mestrado da Faculdade Cásper Líbero, 2012.

CONDEÇAS, Alexandre José Catanho. Impacto da Fofoca Organizacional Negativa na Intenção de Turnover e Produtividade do Colaborador: O Papel Mediador da Fobia do Local de Trabalho. 2020. **Tese de Doutorado**. Universidade do Algarve (Portugal).

DAFT, Richard L. **Administração**. 4 ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

DIFONZO, Nicholas. **O poder dos boatos**: como os rumores se espalham, ditam comportamentos, podem ser administrados e por que acreditamos neles. Rio de Janeiro, Elsevier, 2009.

DUBRIN, Andrew J. **Princípios de Administração**. 4 ed. Rio de Janeiro: LCT, 2001.

ELLWARDT, L. **Gossip in Organizations**: A Social Network Study. The Netherlands: Ridderprint, Ridderkerk, 2011.

GOUVEIA, Valdiney V.; SOUSA, Deliane Macedo Farias de Sousa; ALBUQUERQUE-SOUZA, Andréa Xavier de; SÁ-SERAFIN, Roseane Christhina da Nova; GONÇALVES, Clênia Maria Toledo de Santana. Escala de atitude frente à fofoca: evidências de validade e confiabilidade, **Psicol. cienc. Prof**, v.31, n.3, 2011.

IASBECK, Assis Luiz Carlos. "Espaços Comunicativos Do Imaginário: Fofocas E Boatos No Cenário Organizacional." **F@ro: Revista Teórica Del Departamento De Ciencias De La Comunicación**, v.1, n.2, 2005, p.163-74.

KAPFERER, Jean-Noël. **Boatos: o mais antigo mídia do mundo**. Tradução de Ivone S. R. Maya. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1993.

KURLAND, Nancy B.; PELLED, Lisa Hope. Passing the word: Toward a model of gossip and power in the workplace. **Academy of Management Review**, v. 25, n. 2, p. 428-438, 2000.

MEGGINSON, Leon C.; MOSLEY, Donald C.; PIETRI, Paul H. **Administração Conceitos e Aplicações**. 4 ed. São Paulo: Harbra, 1998.

MICHELSON, Grant Michelson; ITERSON, Van; WADDINGTON, Kathryn. Gossip in Organizations: Contexts, Consequences, and Controversies. **Group & Organization Management**, v.XX, n.X, p. 1-20, 2010.

MOZZATO, A. R; GRZYBOVSKI, D. Análise de Conteúdo como Técnica de Análise de Dados Qualitativos no Campo da Administração: Potencial e Desafios. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 15, n. 4, pp. 731-747, jul./ago. 2011.

MUNIZ, Alexandre. A fofoca como fonte de sofrimento na vida organizacional: um estudo com base na psicodinâmica do trabalho / Alexandre Muniz da Silva. **Dissertação** (mestrado) - Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Centro de Formação Acadêmica e Pesquisa, 2017.

PEREZ, Katia. A Rádio-peão no ar: Um estudo sobre a comunicação informal e a comunicação formal face a face no ambiente organizacional. 2010. 228 f. **Dissertação** (Mestrado em Processo Comunicacionais) - Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2010.

PIAZZA, Jared; BERING, Jesse M. Concerns about reputation via gossip promote generous allocations in an economic game. **Evolution and Human Behavior**, v. 29, n. 3, p. 172–178, 2008.

ROBBINS, Stephen P. **Comportamento organizacional**. 11. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

ROSNOW, R. L.; FINE, G. A. Gossip and Organizational Behavior. **American Psychologist**, v.31, n.6, p. 393-396, 1976.

SCHRÖTER, Helena Malásia. A Fofoca nas Organizações: Um estudo parcial da produção em PPGs entre 1995 e 2018. In: XIV Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas, 2020, São Paulo. **Anais (...)** São Paulo: Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas (ABRAPCORP), 2020.

SHAW, A. et al. The Effect of Gossip on Social Networks. **Complexity**, v. 16, n. 4, p.39-47, 2011.

SMITH, Eliot R. Evil acts and malicious gossip: a multiagent model of the effects of gossip in socially distributed person perception. **Personality and Social Psychology Review**, v. 18, n. 4, p. 311–325, 2014

STONER, James A. F. e FREEMAN, Edward R. **Administração**. 5 ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

WITTEK, Rafael; WIELERS, Rudi. Gossip in Organizations. **Computational & Mathematical Organization Theory**, v. 4, n. 2, 1998.