

ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO INTERNA ATRAVÉS DAS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO: UM ESTUDO QUALITATIVO SOBRE A PROMOÇÃO DA CULTURA CORPORATIVA NAS EMPRESAS EM MOÇAMBIQUE

INTERNAL COMMUNICATION STRATEGIES THROUGH INFORMATION TECHNOLOGIES: A QUALITATIVE STUDY ON THE PROMOTION OF CORPORATE CULTURE IN COMPANIES IN MOZAMBIQUE

Edson Bosquet Filipe¹

Resumo

O estudo investiga as estratégias de comunicação interna nas empresas moçambicanas e o impacto das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) na promoção da cultura corporativa. Com uma abordagem qualitativa, descritiva e baseada em levantamento bibliográfico, o trabalho utilizou questionários online via Google Forms para colectar dados de 33 colaboradores que actuam em diversas províncias. A pesquisa foca-se em como as TICs têm sido fundamentais para otimizar o fluxo de informações e fortalecer os valores organizacionais. Os resultados demonstram que as ferramentas mais utilizadas na comunicação interna são o e-mail, seguido por plataformas de mensagens como WhatsApp. A maioria dos participantes reconhece que as TICs têm um impacto positivo na disseminação da cultura corporativa, promovendo maior colaboração entre departamentos e uma comunicação mais eficaz e alinhada aos objetivos organizacionais. Além disso, constatou-se que a adopção dessas tecnologias contribui directamente para a integração e o engajamento dos colaboradores. O estudo conclui que as TICs desempenham um papel crucial no fortalecimento da cultura organizacional, facilitando a comunicação e a gestão do conhecimento nas empresas. As implicações práticas incluem a necessidade de investimentos contínuos em tecnologias adequadas e na capacitação dos funcionários para maximizar os benefícios da comunicação interna.

Palavras-chave: Tecnologias de Informação. Cultura corporativa. Comunicação Interna.

¹ Doutorando em Ciências de Comunicação, Faculdade de Ciências de Comunicação da Universidade Católica de Moçambique. E-mail: edsonbosquet@hotmail.com.

Abstract

The study investigates internal communication strategies in Mozambican companies and the impact of Information and Communication Technologies (ICTs) in promoting corporate culture. With a qualitative, descriptive approach based on bibliographical research, the work used online questionnaires via Google Forms to collect data from 33 employees who work in different provinces. The research focuses on how ICTs have been fundamental in optimizing the flow of information and strengthening organizational values. The results demonstrate that the most used tools in internal communication are email, followed by messaging platforms such as WhatsApp. The majority of participants recognize that ICTs have a positive impact on the dissemination of corporate culture, promoting greater collaboration between departments and more effective communication aligned with organizational objectives. Furthermore, it was found that the adoption of these technologies directly contributes to the integration and engagement of employees. The study concludes that ICTs play a crucial role in strengthening organizational culture, facilitating communication and knowledge management in companies. Practical implications include the need for continued investment in appropriate technologies and employee training to maximize the benefits of internal communications.

Keywords: Information Technologies. Corporate Culture. Internal Communication.

1 INTRODUÇÃO

A comunicação interna desempenha um papel essencial nas empresas, especialmente no contexto actual marcado pelo avanço das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs). Estas tecnologias, ao facilitarem o fluxo de informações, contribuem directamente para a promoção de uma cultura corporativa forte e integrada. As empresas em Moçambique enfrentam o desafio de alinhar suas estratégias de comunicação interna ao uso dessas ferramentas, buscando não apenas melhorar o desempenho organizacional, mas também fortalecer os valores e práticas que definem a sua identidade. A presente pesquisa explora como as estratégias de comunicação interna, mediadas pelas TICs, impactam a promoção da cultura organizacional.

Este estudo tem como foco investigar as empresas Moçambicanas, analisando os desafios e as oportunidades que elas enfrentam na implementação de ferramentas tecnológicas para promover uma comunicação eficiente e alinhada aos seus objectivos estratégicos. A relevância deste trabalho está na crescente dependência das empresas das TICs e na importância de uma comunicação interna eficaz para garantir o engajamento dos colaboradores e a coesão organizacional.

A estrutura deste trabalho está dividida em seis partes principais. Na introdução, é feita uma contextualização do tema e a apresentação do problema e objectivos. A seguir, a revisão da literatura aborda as principais teorias sobre comunicação interna e TICs. A metodologia detalha os procedimentos adoptados, com ênfase na pesquisa qualitativa e no uso de questionários. Na quarta parte, são apresentados e discutidos os resultados obtidos. O estudo termina com as conclusões, implicações práticas e sugestões para futuras pesquisas.

2 REVISÃO DA LITERATURA

Comunicação interna como estratégia organizacional: A comunicação interna, segundo Tiburcio e Santana (2005), tornou-se um activo fundamental para a gestão de negócios, contribuindo para a união dos colaboradores e o alinhamento de seus valores aos da organização, o que é crucial para a obtenção de vantagens competitivas. Nesse contexto, a comunicação se posiciona como uma ferramenta estratégica de endomarketing, facilitando o engajamento e a fidelização dos funcionários e parceiros

Importância da comunicação interna na era da informação: na actual era da informação, onde predominam organizações em rede, a comunicação interna é vital para alinhar colaboradores aos processos e objectivos empresariais. Chiavenato (2002) enfatiza que todos os níveis da organização devem estar engajados não apenas na execução das tarefas, mas também no diagnóstico e solução de problemas, o que solidifica o sucesso organizacional

Tiburcio e Santana (2014) explicam que a comunicação interna, ou endomarketing, desempenha um papel estratégico nas organizações, sendo uma ferramenta essencial para conectar os colaboradores com os objectivos e metas da empresa, garantindo o alinhamento interno e promovendo a eficácia organizacional.

Impacto da comunicação eficaz: uma comunicação interna eficaz, utilizando ferramentas adequadas, promove o alinhamento entre os colaboradores e os objectivos da empresa, melhorando o desempenho e o clima organizacional. As ferramentas de comunicação interna devem ser integradas e utilizadas de maneira estratégica para garantir que as informações cheguem de forma clara e oportuna aos colaboradores, minimizando boatos e rumores que podem surgir da falta de informações (Argenti, 2014; Torquato, 2010)

Comunicação interna como estratégia organizacional: A comunicação interna, segundo Tiburcio e Santana (2005), tornou-se um activo fundamental para a gestão de

negócios, contribuindo para a união dos colaboradores e o alinhamento de seus valores aos da organização, o que é crucial para a obtenção de vantagens competitivas. Nesse contexto, a comunicação se posiciona como uma ferramenta estratégica de endomarketing, facilitando o engajamento e a fidelização dos funcionários e parceiros

Importância da comunicação interna na era da informação: na actual era da informação, onde predominam organizações em rede, a comunicação interna é vital para alinhar colaboradores aos processos e objectivos empresariais. Chiavenato (2002) enfatiza que todos os níveis da organização devem estar engajados não apenas na execução das tarefas, mas também no diagnóstico e solução de problemas, o que solidifica o sucesso organizacional

Tiburcio e Santana (2014) explicam que a comunicação interna, ou endomarketing, desempenha um papel estratégico nas organizações, sendo uma ferramenta essencial para conectar os colaboradores com os objectivos e metas da empresa, garantindo o alinhamento interno e promovendo a eficácia organizacional.

As Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) são definidas como um conjunto de ferramentas e recursos tecnológicos que permitem o manuseio de informações e facilitam diferentes formas de comunicação entre seres humanos e sistemas electrónicos. Elas são utilizadas pelas organizações para apoiar a criação, disseminação, armazenamento e gerenciamento de informações e conhecimentos, sendo fundamentais para a tomada de decisões e o aumento da competitividade no mercado (Pinto, Molina & Paletta, 2022).

A adopção das Tecnologias da Informação (TI) nas empresas é fundamental para aumentar a produtividade e a eficiência organizacional. Além de facilitar a comunicação interna, a TI contribui para a melhoria dos processos de gestão empresarial, auxiliando as empresas na optimização de recursos e na tomada de decisões mais eficazes. No entanto, sua implementação exige planeamento cuidadoso e a capacitação de funcionários para minimizar resistências às mudanças e garantir um uso adequado da tecnologia (Alves, 2009).

Importância das TICs na Gestão da Informação e do Conhecimento: Segundo Pinto, Molina e Paletta (2022), as Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) têm se tornado fundamentais na gestão da informação e do conhecimento nas organizações. Elas facilitam o fluxo de informações, proporcionando um compartilhamento rápido e eficiente que contribui directamente para a competitividade organizacional, uma vez que optimizam a tomada de decisões e suportam os processos organizacionais.

TICs como ferramenta estratégica: Paletta (2019) destaca que as TICs, ao facilitarem a colecta, organização e disseminação de informações dentro das organizações, desempenham um papel estratégico, sendo essenciais para a construção de uma base sólida de conhecimento organizacional, além de promoverem uma maior integração e colaboração entre os colaboradores.

Cultura Organizacional e Comunicação: conforme apontado por Caldas e Silva (2016), o uso adequado da informação e do conhecimento, facilitado pelas TICs, gera valor ao ambiente organizacional. Essas tecnologias não apenas auxiliam na gestão do conhecimento, mas também influenciam na criação de uma cultura organizacional dinâmica e inovadora.

Cultura organizacional e o papel da comunicação: como apontado por Bueno (2003), a comunicação organizacional está directamente conectada à cultura empresarial, reflectindo os valores e comportamentos da liderança. Para que essa comunicação seja eficaz, deve-se garantir que os canais formais sejam claros e contínuos, promovendo o entendimento e a motivação dos colaboradores.

A cultura organizacional é descrita como o conjunto de valores, crenças e normas que funcionam como uma "cola social", unindo os membros da organização e moldando seu comportamento e atitudes (Tsai, 2011). Além disso, ela fornece directrizes que ajudam a enfrentar a incerteza e a criar um ambiente unificado dentro da instituição. O impacto da cultura organizacional é significativo, afectando directamente o comprometimento e o desempenho geral dos colaboradores

Ferramentas formais e informais de comunicação interna: as ferramentas de comunicação interna, tanto formais quanto informais, são essenciais para o fluxo de informações em uma organização. Ferramentas como e-mails, intranet, WhatsApp, reuniões e avisos circulares são amplamente utilizadas. No entanto, para que sejam eficazes, é necessário que haja clareza e eficiência na transmissão das mensagens, evitando perdas de informação e ruídos na comunicação (Soares, 2010).

Desafios no uso das ferramentas: O uso incorrecto de ferramentas de comunicação interna pode resultar em perdas de informações importantes. Para evitar esses problemas, é crucial investir em treinamento e conscientização sobre o uso adequado dessas ferramentas, garantindo que as informações sejam registradas correctamente e transmitidas com precisão (Jacomini, 2011).

3 METODOLOGIA

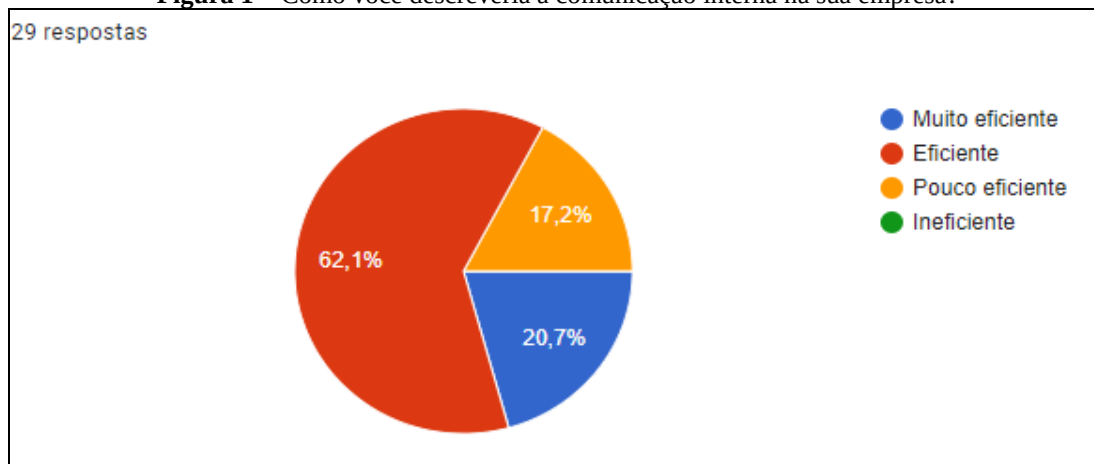
A metodologia deste estudo foi desenvolvida com abordagem qualitativa numa perspectiva descritiva, focando-se no levantamento bibliográfico para embasar a análise. Com objectivo de explorar a comunicação interna nas empresas por meio do uso das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), avaliando como elas influenciam a promoção da cultura organizacional. As informações teóricas colectadas foram complementadas por dados obtidos directamente dos participantes.

Para a colecta de dados empíricos, utilizou-se um questionário online distribuído via Google Forms. Este questionário foi desenvolvido para investigar as percepções dos colaboradores sobre a eficácia das estratégias de comunicação interna em suas organizações e o impacto das TIC na disseminação da cultura corporativa. A escolha dessa ferramenta facilitou a disseminação e o acesso remoto dos participantes.

Ao todo, 33 colaboradores de diversas províncias do país participaram da pesquisa. Esses profissionais actuam em diferentes empresas, proporcionando uma visão diversificada das práticas de comunicação interna.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Figura 1 – Como você descreveria a comunicação interna na sua empresa?



Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

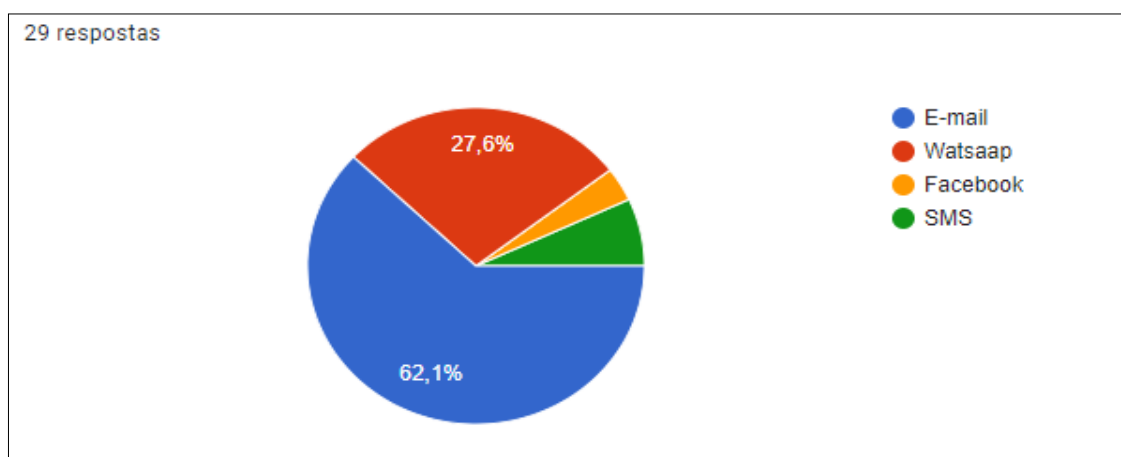
Como ilustra o gráfico, quando questionado: como descreveria a comunicação interna na sua empresa, os dados demonstram que 62.1% responderam eficiente, 17.2% pouco eficiente e 20.7% muito eficiente. Estes resultados ou dados dão a entender que grande parte

dos colaboradores reconhecem que existe uma comunicação interna eficiente, pode-se também perceber que a outra maioria reconhece que existe uma comunicação interna muito eficiente. Tiburcio e Santana (2014) explicam que a comunicação interna, ou endomarketing, desempenha um papel estratégico nas organizações, sendo uma ferramenta essencial para conectar os colaboradores com os objectivos e metas da empresa, garantindo o alinhamento interno e promovendo a eficácia organizacional.

Figura 2 – Quais ferramentas de tecnologia de informação (e-mail, plataformas de mensagens, intranet) são mais utilizadas para a comunicação interna na sua empresa?

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

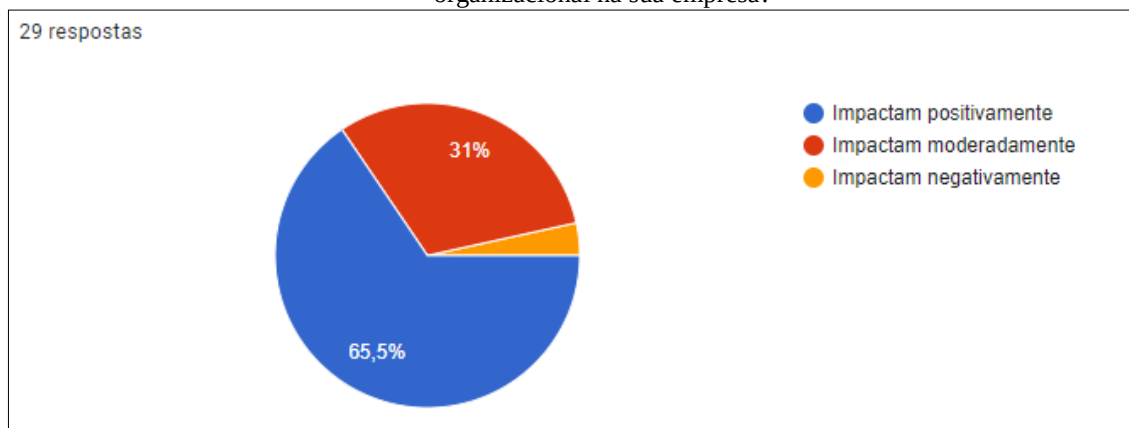
Quando questionados sobre as ferramentas de tecnologia de informação (e-mail,



plataformas de mensagens, intranet) são mais utilizadas para a comunicação interna na sua empresa, os participantes responderam que o e-mail é a ferramenta mais usada, em segundo o Whatsapp, terceiro SMS e por ultimo o Facebook. Está claro que as empresas usam as ferramentas de tecnologias de informação para a sua comunicação interna, também ficou claro que as empresas presam pelo uso do e-mail como a ferramenta principal de comunicação na empresa. Portanto, com base nos dados existem condições para se afirmar que as empresas traçam estratégias em torno das ferramentas de tecnologia de informação para promover a cultura corporativa, como defende Paletta (2019) destaca que as TICs, ao facilitarem a colecta, organização e disseminação de informações dentro das organizações, desempenham um papel estratégico, sendo essenciais para a construção de uma base sólida de conhecimento organizacional, além de promoverem uma maior integração e colaboração entre os colaboradores. Por sua vez, Bueno (2003), diz que a comunicação organizacional está directamente conectada à cultura empresarial, reflectindo os valores e comportamentos da

liderança. Para que essa comunicação seja eficaz, deve-se garantir que os canais formais sejam claros e contínuos, promovendo o entendimento e a motivação dos colaboradores.

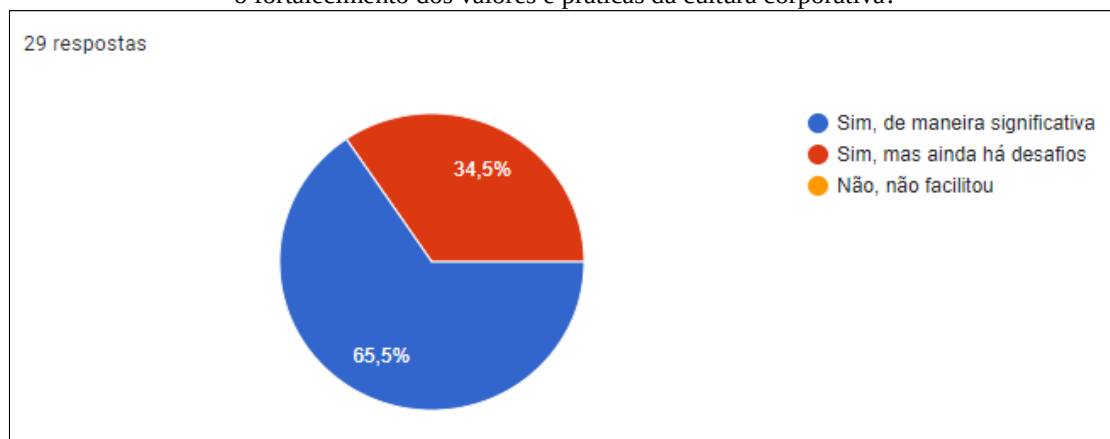
Figura 3 – Na sua opinião, como essas ferramentas tecnológicas impactam a disseminação da cultura organizacional na sua empresa?



Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

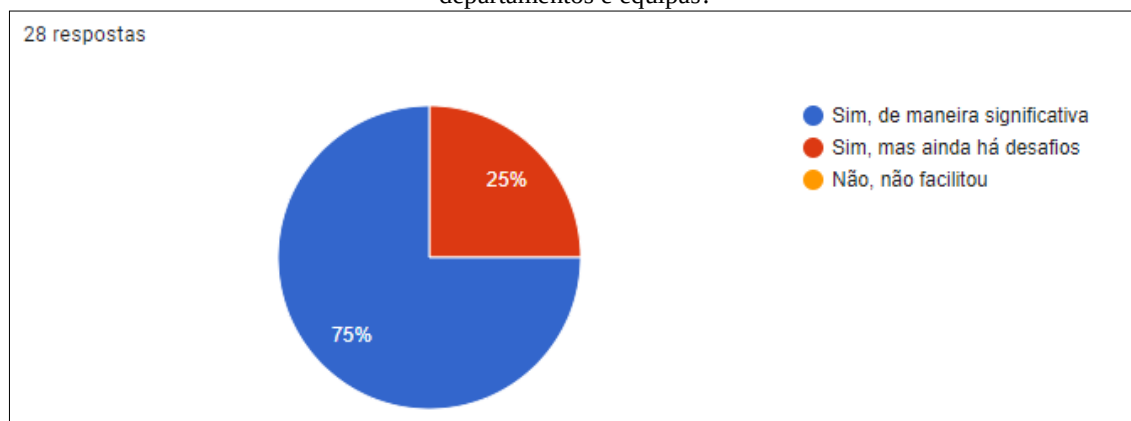
No que se refere ao impacto das ferramentas tecnológicas na disseminação da cultura organizacional, 65,5 % responderam que impacta positivamente, 31% responderam que impactam moderadamente e 3,5% responderam que impactam negativamente. Sendo que, a cultura organizacional é descrita como o conjunto de valores, crenças e normas que funcionam como uma "cola social", unindo os membros da organização e moldando seu comportamento e atitudes (Tsai, 2011). Assim sendo é de tamanha importância que estes valores, crenças e normas cheguem com qualidade a todos intervenientes dentro da organização. E este papel importante é desempenhado pelas TICs como defendido por, Pinto, Molina e Paletta (2022), as Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) têm se tornado fundamentais na gestão da informação e do conhecimento nas organizações. Elas facilitam o fluxo de informações, proporcionando um compartilhamento rápido e eficiente que contribui directamente para a competitividade organizacional, uma vez que otimizam a tomada de decisões e suportam os processos organizacionais.

Figura 4 – Você acredita que a comunicação interna promovida pelas tecnologias de informação contribui para o fortalecimento dos valores e praticas da cultura corporativa?



Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Figura 5 – Na sua experiencia, as tecnologias de informação facilitaram a colaboração entre diferentes departamentos e equipas?



Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Quando perguntado aos participantes se acreditavam que a comunicação interna promovidas pelas tecnologias de informação contribuem para o fortalecimento dos valores e praticas da cultura corporativa, 65.5 % responderam sim, de maneira significativa, 34.5% responderam sim, mas ainda há desafios e nenhum dos participantes optou pela resposta não, não facilitou. Estes dados vão claramente de acordo com o posicionamento dos autores Pinto, Molina & Paletta (2022), as TIC desempenham um papel essencial na promoção da cultura organizacional, facilitando a comunicação e a integração entre colaboradores, departamentos e sectores. Isso proporciona um ambiente mais colaborativo e ágil, onde o compartilhamento de informações e o registro de conhecimentos tornam-se mais acessíveis e eficazes. Além

disso, ao promover uma maior interacção entre os colaboradores, as TIC contribuem para o fortalecimento dos valores organizacionais e a disseminação da cultura empresarial.

5 CONCLUSÃO

Este estudo explorou o impacto das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) nas estratégias da comunicação interna e na promoção da cultura organizacional nas Empresas em Moçambique. Os resultados indicaram que as TICs desempenham um papel crucial ao facilitar o fluxo de informações e promover a integração entre colaboradores, sectores e departamentos. Observou-se que ferramentas como e-mail, plataformas de mensagens e intranet são amplamente utilizadas para a comunicação interna, com destaque para o e-mail como a principal ferramenta.

Além disso, os dados revelaram que a maioria dos colaboradores reconhece o impacto positivo das TICs na disseminação dos valores e práticas da cultura corporativa, reforçando o argumento de que a comunicação eficaz é vital para a coesão organizacional e o alinhamento com os objectivos estratégicos da empresa. As TICs não apenas aceleram o compartilhamento de informações, mas também fortalecem os valores organizacionais, criando um ambiente colaborativo e ágil.

As implicações práticas deste estudo são significativas, pois fornecem insights valiosos para empresas que buscam otimizar sua comunicação interna e fortalecer sua cultura corporativa por meio da tecnologia. As empresas podem se beneficiar ao investir em ferramentas tecnológicas adequadas, além de capacitar seus colaboradores para utilizar essas tecnologias de forma eficaz.

Por fim, futuros estudos podem explorar outras tecnologias emergentes e suas aplicações no contexto de diferentes tipos de organizações, ampliando a compreensão sobre como essas ferramentas impactam a cultura organizacional em cenários variados.

REFERÊNCIAS

ALVES, C. A. L. **A importância da tecnologia da informação nas empresas**. Faculdade Integrada Ipiranga, 2009.

ARGENTI, P. A. **Comunicação empresarial: a construção da identidade, imagem e reputação**. 6.ed. São Paulo: Elsevier, 2014.

- BUENO, W. C. **Comunicação empresarial: teoria e pesquisa**. São Paulo: Monole, 2003.
- CALDAS, M. S.; SILVA, E. C. C. Fundamentos e aplicação do Big Data: como tratar informações em uma sociedade de yottabytes. **Bibliotecas Universitárias: Pesquisas, Experiências e Perspectivas**, v. 3, n. 1, p. 65–85, 2016.
- CHIAVENATO, I. **Recursos humanos**. 7. ed. compacta. São Paulo: Atlas, 2002.
- JACOMINI, L. O papel da comunicação nas organizações. **Revista NPI – Núcleo de Pesquisa Interdisciplinar**, v. 29, n. 6, p. 50–56, 2011.
- PALETTA, F. C. Gestão da informação e conhecimento na Era Digital: competência informacional e mapas conceituais. **Prisma**, n. 38, p. 126–140, 2019.
- PINTO, D.; MOLINA, L. G.; PALETTA, F. C. Uso das tecnologias da informação e comunicação na gestão da informação e do conhecimento nas organizações. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, v. 12, n. 1, p. 80–96, 2022.
- SOARES, S. L. **O uso de ferramentas de comunicação interna: estudo de caso no Banpará**. 2010. Dissertação (Mestrado) – Universidade de Taubaté, Taubaté, 2010.
- TIBURCIO, J. S.; SANTANA, L. C. A comunicação interna como estratégia organizacional. **Revista Comunicação Corporativa**, v. 22, n. 1, p. 13–25, 2014.
- TIBURCIO, J. S.; SANTANA, L. C. **A comunicação interna como estratégia organizacional**. Fundação Visconde de Cairu, 2005.
- TORQUATO, G. **Tratado de comunicação organizacional e política**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010.
- TSAI, Y. The influence of organizational culture on leadership behaviors and organizational commitment. **Management Decision**, v. 49, n. 4, p. 2–3, 2011.