

Comunicação organizacional reencontrada em cooperativas de economia solidária

Organizational communication recovered in solidarity economy cooperatives

Caroline Delevati Colpo¹

RESUMO

Este estudo tem o objetivo de compreender as políticas de comunicação organizacional em cooperativas de economia solidária, que consolidam-se em um novo formato de organização com novas possibilidades de efetivar comunicação. Tem-se como objeto de estudo a cooperativa Coopernatural da região da Serra Gaúcha, a qual se entende como uma organização comunitária. Esta cooperativa, aqui exposta, assim como outras cooperativas de economia solidária com a mesma configuração de formação organizacional, são entendidas como (re)significadas e (re)construídas na economia vigente contemporânea com base em políticas de comunicação. Para tal, utiliza-se como método o Paradigma da Complexidade, na procura de estabelecer diálogo entre as partes e seu todo, desfazendo limites entre diferentes áreas do saber com a sua característica transdisciplinar permitindo-lhes a comunicação.

Palavras-chave: comunicação organizacional, economia solidária, Paradigma da Complexidade.

ABSTRACT

This study aims at understanding the policies of organizational communication among solidarity economy cooperatives, which are consolidated in a new organizational format with new possibilities of communicating. The object of this study is the Cooperative Coopernatural from the mountains of Rio Grande do Sul, which defines itself as a community organization. This cooperative, and other solidarity economy cooperatives with the same organizational configuration, are understood as (re)signified and (re)constructed in the contemporary economy based on communication policies. For this research, we used the Complexity Paradigm as the method to establish a dialogue among the unit and its parts, undoing the limits among different areas of knowledge with their trans-disciplinary characteristics, granting ecommunication.

Keywords: organizational communication, solidarity economy, Complexity Paradigm.

¹ Professora dos Cursos de Comunicação Social da Universidade Feevale. ERS-239, 2755, 93525-075, Novo Hamburgo, RS, Brasil.
E-mail: carolinecolpo@gmail.com

Contextualização de um processo de pesquisa

Este trabalho, embasado pelo Paradigma da Complexidade, busca substituir os pensamentos que separam por pensamentos que unem, através de uma substituição da linearidade pela transdisciplinaridade (Morin, 2008a). O pensamento complexo se autoproduz, no sentido de que, quanto mais problematiza um objeto de estudo, mais problemas de pesquisa surgem. Sob esta perspectiva, esta problematização só acontece quando o pesquisador se (re)conhece e, a partir desse (re)conhecimento, torna-se capaz de interagir com o objeto de estudo, sem ver a sua finalização.

Morin (1991) descreve o pensamento complexo como algo que originariamente se tece junto, um pensamento que se desenvolve sem limites disciplinares, buscando distinguir (não separar) e ligar. Afirma que só se pode gerar conhecimento se for possível conhecer as partes que integram o todo, e que só se pode conhecer o todo se forem conhecidas as partes que o compõem. Três princípios sugeridos por Morin (1991) auxiliam a entender o pensamento complexo: o princípio dialógico permite manter a dualidade no seio da unidade, associando, ao mesmo tempo, movimentos complementares e antagônicos; o princípio recursivo é um processo em que os produtos e os efeitos são, ao mesmo tempo, causas e produtores daquilo que os produziu, o sujeito é simultaneamente produzido e produtor, rompendo a ideia linear de causa/efeito, de produto/produtor, de estrutura/superestrutura, uma vez que tudo o que é produzido volta sobre o que produziu em um ciclo autoconstitutivo, auto-organizador e autoprodutor; e, por fim, o princípio hologramático, no qual não apenas a parte está no todo, mas o todo está na

parte. Esses três princípios, aparentemente paradoxais, subvertem o espírito linear.

Na lógica recursiva, sabe-se muito bem que o que se adquire como conhecimento das partes regressa sobre o todo. O que se aprende sobre as qualidades emergentes do todo que não existe sem organização, regressa sobre as partes. Então pode enriquecer-se o conhecimento das partes pelo todo e do todo pelas partes, num mesmo movimento produtor de conhecimentos. Portanto, a ideia hologramática está ligada à ideia recursiva, que, por sua vez, está ligada à ideia dialógica em parte (Morin, 1991, p. 90).

Esta pesquisa busca a compreensão² da comunicação organizacional como um todo, tendo, como parte, a comunicação das cooperativas de economia solidária. Espera-se com isso não separar e distinguir essa forma de se fazer economia³ do processo capitalista vigente, mas discutir a economia solidária e o capitalismo como parte integrante de um mesmo sistema, tecidos conjuntamente em processo econômico e social.

Com esse olhar, apresenta-se o objeto em análise neste estudo,⁴ que, posteriormente, possibilitará interpretações e reinterpretações desta pesquisa de forma recursiva. Em agosto de 2001, um grupo de pessoas fundou a Associação Vida Natural, na cidade de Picada Café/RS. Até a data da fundação dessa Associação, praticamente todos os associados faziam parte da grande indústria. Com a capacidade de mobilização desses sujeitos depois da Associação, foi criada a Cooperativa Coopernatural – Cooperativa Agropecuária de Produção e Comercialização Vida Natural, que conta, aproximadamente, com 27 sócios (Coopernatural, s.d.)⁵. A Coopernatural constituiu-se para promover e fomentar uma agricultura sustentável, tanto do ponto de vista ecológico, como socioeconômico,

² Apropria-se do termo compreensão pelo olhar de Morin (2008a). A compreensão é o conhecimento que apreende tudo aquilo de que se pode fazer uma representação concreta, ou que se pode captar de maneira imediata por analogia, ou, ainda, a compreensão é o modo fundamental de conhecimento para qualquer situação humana, implicando subjetividade e afetividade. A compreensão comporta uma projeção (de si para o outro) e uma identificação (com o outro). A compreensão comporta a distinção entre o eu e o tu em conjunção: é um “eu me torno tu permanecendo eu”. Assim, por retorno de identificação, compreende-se o que sente o outro por projeção do que sentiria em circunstâncias semelhantes e por retorno de identificação sobre si do sentimento projetado no outro. Amor e ódio são compreendidos por aquele que sabe o que é amor e ódio. Essa compreensão por vezes aparece como explicação. A explicação é um processo abstrato de demonstração logicamente realizada, a partir de dados objetivos, em virtude de necessidades casuais materiais ou formais e/ou em virtude de uma adequação a estruturas ou modelo. A compreensão compreende em função de transferências projetivas/identificatórias. A explicação explica em razão da pertinência lógica-empírica de suas demonstrações.

³ Entende-se a economia solidária.

⁴ Este estudo é parte da pesquisa de doutoramento da autora.

⁵ Este dado pode ter sido alterado no último ano.

procurando fixar, novamente, o homem no campo através de uma remuneração pelo seu trabalho.

Segundo declaração do presidente da cooperativa Coopernatural, em 2011, a participação e o envolvimento com o movimento da economia solidária sempre foi constante e também uma questão interna da cooperativa, pois manteve o grupo unido e coeso em seus princípios. Desde 2003, o grupo foi engajado e participante ativo de eventos de economia solidária que aconteciam no estado do Rio Grande do Sul, no Brasil e em outros países.

Como grupo, a cooperativa agrega força em muitos sentidos, pois possui uma das maiores linhas de produtos orgânicos dentro de um único empreendimento, o que, perante o poder público municipal e outros órgãos, permite mais facilmente a aprovação de projetos. Essa ideia é bem representada por um provérbio japonês: “É fácil quebrar uma flecha, porém, é difícil quebrar um feixe de várias flechas”, como explica o presidente em entrevista à revista do segmento (Presidente da Cooperativa, 2008)⁶.

A cooperativa organiza-se em unidades de produção independente, nas quais cada grupo familiar de agricultores desenvolve a maior parte da produção em suas propriedades. Porém, todos os sujeitos estão voltados para os mesmos objetivos sociais e econômicos. A cooperativa trabalha na lógica do desenvolvimento de projetos em conjunto, em que todos os membros do grupo atuam e são beneficiados por seus resultados, gerando, assim, efeitos positivos para a organização. Para ser sócio da Coopernatural, segundo seu Estatuto Social, criado em 2004, é preciso ser produtor agroecológico, pessoa física, e ter a indicação de três sócios. Consta também no estatuto que a cooperativa é regional, não limitando o ingresso de novos cooperativados provenientes apenas da cidade de atuação da Coopernatural.

Essa forma de indicação por outros sócios para o ingresso na cooperativa é justificada pelo presidente⁷, quando este afirma que as pessoas que precisam trabalhar juntas, em uma empresa, por exemplo, precisam confiar umas nas outras, pois estão agindo segundo um conjunto comum de normas éticas. Com isso, a cooperativa consegue satisfazer praticamente todos os membros e manter

seus objetivos sociais e seus princípios como condição de manutenção e união do grupo.

A Coopernatural desenvolve, hoje, uma grande variedade de produtos, todos provenientes da agroecologia. Na realidade, a agricultura agroecológica se fundamenta nos princípios da natureza. Mais do que a fabricação de produtos agroecológicos, esta produção torna-se uma forma de respeito à natureza. Os produtores e os grupos que cultivam esses produtos têm no seu trabalho muita realização e satisfação.

Algumas das nossas propriedades, como a produtora de pêssegos (nectarina), por exemplo, são verdadeiros santuários de flora e fauna. Somente interferimos na natureza para corrigir os desequilíbrios que o homem causa, e a planta corresponde com frutos lindos e saborosos, pois tudo que produzimos é feito com amor. Todos os nossos produtores o fazem porque gostam de produzir, e, quando alguém faz algo que gosta, na verdade, nem chama aquilo de labor, e sim satisfação (Presidente, 2008).⁸

Atualmente, a Coopernatural visa fomentar cada vez mais a relação da cooperativa com seus consumidores, com os lojistas que comercializam seus produtos e com instituições governamentais, nas quais busca apoio. Mas, principalmente, busca criar formas de manter coesos os laços de solidariedade entre os produtores que compõem a Coopernatural através de processos e políticas de comunicação.

Para obter possíveis resultados com este trabalho, apoiado pelo paradigma da complexidade, as técnicas de pesquisa utilizadas foram as pesquisas bibliográfica e documental, na busca de apropriação de conceitos e documentos dos quais fosse possível extrair informações científicas que auxiliassem o processo de reflexão sobre o objeto de estudo. Em seguida, utilizou-se a pesquisa de observação participante, segundo a qual o pesquisador se insere no ambiente natural de ocorrência do fenômeno, neste caso, a cooperativa. Por fim, aplicou-se uma entrevista em profundidade, útil para a apreensão de uma dada realidade, pela sua flexibilidade no tratamento dos dados coletados.

⁶ Neste trabalho, não serão usados os nomes reais dos cooperativados, a fim de proteger o bem-estar dos indivíduos entrevistados e de preservar a organização de pesquisa. Assim, os nomes dos cooperativados, quando usados, serão fictícios, assim como os demais nomes de sujeitos envolvidos nesta pesquisa. Aponta-se também para o fato de que, enquanto esta pesquisa estava em desenvolvimento, houve troca do presidente da cooperativa. Ressalte-se que os dados iniciais aqui apresentados foram coletados, através de pesquisa exploratória, com o primeiro presidente.

⁷ Dados coletados através da pesquisa exploratória junto ao presidente da cooperativa.

⁸ Em reportagem à Revista Lavoura. Optou-se por não revelar o nome do presidente.

Comunicação e comunicação organizacional

Todo processo de trocas, intercâmbios e interações culturais acontecem por intermédio de processos de comunicação. Segundo Wolton (2004, p. 27), “a comunicação é um dos mais brilhantes símbolos do século XX; seu ideal de aproximar os homens, os valores e as culturas compensa os horrores e as barbaridades de nossa época”. Tal comunicação, enquanto trocas, interação e intercâmbio, tanto pode ser mediada por máquinas, veículos ou pessoas. Porém, faz-se necessário perceber a existência do que Wolton (2004) chama de incomunicação. Com tantas possibilidades de comunicação em um processo de globalização e informação⁹ mundial, o que acontece é que os receptores acabam selecionando o que querem receber. Assim, pode-se considerar a possibilidade do declínio da comunicação, principalmente pelos seus excessos. É preciso aceitar que o outro nem sempre desenvolve o entendimento necessário para que a comunicação se efetive. Para a comunicação se concretizar e diminuir as possibilidades de incomunicação, é necessário conviver mais, buscar o outro através da relação. É necessário reforçar e renovar os laços sociais. Wolton (2010) fala de uma comunicação baseada na convivência e no laço social.

Ontem, o laço social dizia respeito às relações entre estruturas sociais e culturais relativamente estáveis. Hoje, é quase o oposto, tudo estando em interação. Os processos de informação e de comunicação contribuem para estruturar, por meio de múltiplas interações, um novo espaço público baseado num vínculo social mais dinâmico e frágil. A valorização do conceito de convivência ajuda a renovar a reflexão sobre a natureza do laço social nas sociedades contemporâneas, nas quais as interações entre protagonistas são mais numerosas e contraditórias (Wolton, 2010, p. 25).

O entendimento da comunicação significa, portanto, refletir sobre a necessidade de administrar as diferenças inerentes às sociedades contemporâneas, assim como a manutenção de um princípio de unidade, tendo

em perspectiva a renovação dos aspectos dos laços sociais. França (2001) aponta que a modernidade (rompendo com o mundo da tradição e com a legitimidade prévia de uns poucos locutores autorizados) traz o homem ao centro do palco, homem dotado de razão e emoção, capacidade de ação autônoma e ser de vontade. Esse novo sujeito de poder se vê submerso nas palavras: a palavra a ser dita, a ser escutada, a ser legitimada e proliferada. Hoje, essas palavras com multissentidos, multilocutores e multirreceptores ativam os laços sociais que mantêm ligados em uma sociedade grupos, indivíduos e comunidades, porém, de formas contraditórias. Ao mesmo tempo em que os laços sociais, através das palavras, mantêm o local, tais laços criam relação com o global e, ao mesmo tempo em que criam identidade, possibilitam a abertura de outras formas de identificação. A comunicação que se faz fundamental para a compreensão deste trabalho é a comunicação na qual não se estuda apenas os objetos comunicativos do mundo (França, 2001), mas a comunicação social e/ou individual que se constitui de maneira específica e particular na relação e na interação intersubjetiva que acontece na atividade humana.

Sob tal perspectiva, pensar a comunicação apenas como estratégia de gestão de determinada organização, no contexto contemporâneo, é um desafio que precisa ser ultrapassado, superando-se a racionalidade instrumentalizada. É necessário que se busquem alternativas criativas, inovadoras e dinâmicas de colocar o sujeito de poder em pauta nos contextos organizacionais, valorizando a capacidade criadora dos indivíduos, sem desprezar a subjetividade e a afetividade. Uma organização se mantém porque os seres humanos que a compõem são capazes de interpretar seu contexto, que está representado pelos seus símbolos culturais, e de interagir, através de ações, com os estímulos de que são destinatários.

Assim, o processo de comunicação organizacional torna-se um processo cultural com a utilização de símbolos comuns, fomentado pela interação social. Baldissera (2009) compreende a comunicação organizacional como “processo de construção e disputa de sentido”. Essa construção e disputa de sentido se efetiva pela relação, interação, significação do contexto, que, por sua vez, acabam, a todo momento, criando e recriando a cultura organizacional. Os processos de interação e de (re)significação

⁹ É necessário, neste trabalho, diferenciar informação de comunicação. A primeira entende-se como a transmissão de alguma coisa, dando-lhe forma e significado. A segunda entende-se como a relação estabelecida entre dois ou mais sujeitos, na qual um sujeito compartilha alguma coisa, dando-lhe significado, e o outro gera seu significante, buscando sempre a relação social e a interação (Wolton, 2010).

estão muito mais ligados ao imaginário¹⁰ dos sujeitos que estabelecem suas relações de construção de sentido com a organização do que com as estratégias instrumentais previamente planejadas utilizadas pela organização para se consolidar positivamente.

As estratégias instrumentais de comunicação existentes em uma organização tentam, de certa maneira, produzir elementos simbólicos para constituir uma cultura ideal de identificação com seus sujeitos. Procuram criar uma imagem para ser “sancionada positivamente” (Baldissera, 2009). Pode-se até admitir alguma manipulação, otimização das relações de trabalho e controle da racionalidade, mas essas políticas de comunicação organizacional são regidas pelas lógicas de mercado, sendo simplificadas apenas na aplicação de instrumentos, buscando resultados imediatos. Parte-se de uma visão reducionista da comunicação, e atribui-se a esta a responsabilidade de constituição de todo o poder simbólico criado, levando em consideração que o sujeito é pouco ativo. Porém, a apropriação desses símbolos depende pouco de estruturas racionais e muito de formas de interação direta, que unem o consciente e inconsciente desses indivíduos (Wood, 2001).

Srouf (1998) deixa claro que muitas organizações são misteriosas e estão impregnadas de elementos simbólicos nos seus discursos – capazes de gerar controle social e relações de poder –, mitos, crenças, tabus, estilos e expressões estéticas. A organização pode ser representada por simbolismos e imaginários organizacionais de acordo com o que de fato é a organização ou de acordo com que a organização quer parecer. Assim, pode ser reconhecida [ou não] por seus sujeitos, além de se articular aos simbolismos e imaginários individuais. O que vai definir a representação de uma organização é a articulação, a apropriação e a representação dos diversos simbolismos e imaginários provenientes dos diferentes contextos culturais, sejam coletivos ou individuais.

Sob essa perspectiva, é necessária a reflexão de que a comunicação organizacional é um processo que acontece em um sistema aberto. Esse sistema aberto nas organizações está permeado por uma infinidade de símbolos, imaginários e culturas que não são “cristalizados” ou simplesmente preestabelecidos pelas lideranças organizacionais. Conforme Baldissera (2009), por mais que o poder hierárquico, econômico e ideológico se exerça com

muita violência sobre os sujeitos, não se pode pensar que eles são apenas resultantes do processo organizacional. Se for possível dizer que os sujeitos são fortemente influenciados pelo simbolismo, pela cultura e pelo imaginário da organização, também se pode afirmar que, conscientemente ou não, realizam algum tipo de influência sobre a cultura e o imaginário organizacional. Pelos processos de comunicação organizacional, os sujeitos recriam e reconstituem as teias de significação com as organizações conforme suas representações.

Os estudos e as políticas de comunicação organizacional precisam admitir o sujeito como ser ativo capaz de aceitar, ou não, de criar ou recriar, como agente desorganizador/(re)organizador do seu contexto e de todos os contextos em que esteja inserido. Para isso, a complexidade de contextos se coloca como o ambiente aberto para esse processo de comunicação organizacional. É necessário ter um olhar abrangente para o simbolismo, para o imaginário e para a cultura, tanto da organização quanto do sujeito que com ela interage. Nesse caso, a incerteza e a desordem precisam ser aceitas nos ambientes organizacionais, pois esses elementos poderão ser a possibilidade de abertura para a palavra do sujeito, enquanto locutor, deixando que se coloque como parte da organização. Essa incerteza e essa desordem poderão ser capazes, ou não, de produzir o sujeito ao mesmo tempo em que esse sujeito irá produzir a organização. Esse processo de produção e autoprodução, tanto do indivíduo quanto da organização, se efetiva por meio da comunicação que é capaz de gerar a auto-organização e a autogestão de organizações comunitárias como as cooperativas de economia solidária.

Economia solidária (re)significada

A dialógica entre as relações sociais e as economias, sendo ou não autorregulada pelo mercado, gerando ou não influências mútuas e contínuas nas identidades culturais, tornando-se ou não estáveis, estão sujeitas a possíveis interferências globais, com consequências locais. Conforme

¹⁰ O imaginário, aqui referenciado, se constitui no referencial simbólico que está à disposição dos sujeitos. A forma de apropriação desse referencial vai depender da capacidade de identificação, apropriação e distorção do imaginário de cada sujeito (Silva, 2003; Castoriadis, 1982).

Morin (2002), pode-se pensar sobre essa relação entre atividade econômica e relações sociais como um ecossistema¹¹ capaz de se eco-organizar. Toda eco-organização nasce de interações míopes, de intercomunicações banhadas no vago, no ruído, no erro, desviando-se de predadores e das correntes da vida selvagem. É no meio do fervilhar cego, em meio à desordem e à destruição que o Universo se organiza, ou seja, o mercado autorregulado, na medida em que busca ser um aparelho regulador da economia, faz com que se eco-(re)organize uma nova economia pelas relações sociais estabelecidas. Essa renovação da organização econômica não é frágil, instável e desequilibrada, mas sólida, estável e regulada, capaz de criar um novo ecossistema econômico.

Dentro dos novos ecossistemas econômicos criados e recriados, as crises do trabalho assalariado se refazem e possibilitam que se detecte, com frequência, um conjunto de movimentos populares liderados por trabalhadores que perderam seus empregos e que, muitas vezes, não conseguiram se reinserir no mercado de trabalho ou, ainda, por aqueles que sempre viveram na informalidade. Centrando-se, especialmente, na formação de cooperativas de trabalho, de produção e de associações de trabalhadores com pretensão a uma autogestão, tais experiências vêm sendo reconhecidas sob o nome de economia solidária e se reinventando à medida que o ecossistema se reestrutura.

Singer (2000) interpreta o ressurgimento das cooperativas de economia solidária como um resultado da crise do trabalho assalariado. Apesar de toda a sua convicção recair sobre um entendimento com base nas lógicas e teorias socialistas, o autor não nega o processo capitalista vigente e entende que as cooperativas passam a ser um modelo de organização democrática e igualitária que contrasta com modelos hierárquicos existentes. Segundo ele,

A economia solidária não é criação intelectual de alguém, embora os grandes autores socialistas denominados utópicos da primeira metade do século XIX (Owen, Fourier, Buchez, Proudhon, etc.) tenham dado contribuições decisivas ao seu desenvolvimento, a economia solidária é uma criação em processo contínuo de trabalhadores em luta contra o capitalismo. Como tal, ela não poderia preceder o capitalismo industrial, mas o acompanha como uma sombra, em toda a sua evolução (Singer, 2002, p. 13).

França e Laville (2004) percebem as cooperativas de economia solidária contemporâneas como um processo do próprio sistema capitalista, como sendo uma proliferação autônoma de grupos organizados da sociedade que têm como intuito a produção de atividades econômicas de modo distinto do praticado pelo mercado autorregulado, mas que, de certa forma, acontece dentro desse mercado. Para os autores, vive-se, hoje, uma sociedade em que a lógica predominante é mercantil, uma sociedade em que os espaços de valores ocupam a centralidade da vida das pessoas, extrapolando a esfera econômica e invadindo a sua conjuntura social, política e cultural, mas, acima de tudo, ocupando um espaço da subjetividade do ser humano. Com a esfera capitalista da modernidade, a economia automatiza a sociedade e regula quase todas as esferas da vida dos sujeitos e assume uma importância significativa na atualidade. A economia é entendida como sinônimo exclusivo de trocas mercantis, como se fosse impossível conceber a economia de outra forma. Os sujeitos que vivem essa troca mercantil constroem suas identidades a partir, sobretudo, do trabalho, ou de uma atividade remunerada que lhes dá condições de manter certa estabilidade econômica e inclusão em certos padrões sociais e culturais exigidos por essa sociedade mercantil.

Será que a economia entendida em seu sentido amplo, ou seja, como conjunto das atividades que contribuem para a produção e distribuição de riquezas, pode resumir-se ao circuito clássico das trocas constituídas pelas esferas do Estado e do mercado nas sociedades contemporâneas? Para além do mercado e do Estado, será que a própria sociedade não tem nada a dizer em termos de criação e distribuição de riquezas ou de um outro modo de fazer economia? (França e Laville, 2004, p. 15).

Tanto pela visão de Singer como pela de França e Laville, admite-se, assim, outra forma de fazer economia a partir da organização de grupos baseados fortemente em relações não apenas monetárias, mas criadoras de seu próprio circuito de produção e consumo. Surge, desse modo, de forma (re)significada, na contemporaneidade, a economia solidária. (Re)significada, pois vários grupos sociais (re)organizaram-se para a sua própria produção, sem separar a esfera econômica das dimensões sociais, políticas e culturais. De fato, a modernidade capitalista, com o seu mercado autorregulado, pode ou não segregar

¹¹ Conjunto de interações em uma unidade geofísica determinável contendo diversas populações vivas (Morin, 2002).

a dimensão econômica das demais dimensões da vida humana. Nesse sentido, a economia solidária busca recolocar o indivíduo e sua subjetividade na esfera econômica. Embora com características e peculiaridades em diferentes partes do mundo, os grupos organizados proliferam suas formas de produção e consumo em diferentes regiões e países, podendo ou não estar baseados nos princípios da solidariedade¹² e redefinindo suas capacidades de auto-gestão dentro do sistema capitalista vigente.

Resultados de uma pesquisa: apontamentos e desapontamentos

Esta pesquisa estabelece-se no nível qualitativo, por esta razão os resultados aqui apresentados referem-se apenas ao objeto de estudo analisado com base nas técnicas de pesquisa bibliográfica, documental, observação participante e entrevista em profundidade e sob o olhar do Paradigma da Complexidade. Percebeu-se, na cooperativa de economia solidária estudada, Coopernatural, que os laços sociais são recursivos, pois, ao mesmo tempo em que o sujeito produz os laços para o compartilhamento de informação, torna-se produto desses laços. Essa recursividade pode manter a organização em comunhão, compartilhando os mesmos valores e mantendo o grupo em convivência, reforçando a ideia de solidariedade. Porém, é necessário admitir o princípio dialógico, pois há possibilidades de contradições que tais laços sociais podem causar. Com isso, pode-se entender a comunicação na Coopernatural como sugerido por Morin (2002), no qual cada ser vivo é um emissor e um receptor. A comunicação pelos laços sociais se faz teia, pois emana de todos os emissores para todos os receptores e vice-versa, em movimento constante. Mas, com isso, não se quer dizer que exista uma rede unificada de comunicação, ao contrário, há infinitas possibilidades de interpretação. As contradições acontecem justamente pela capacidade que cada indivíduo da cooperativa tem de convergir e/ou divergir do que está em discussão nas relações de

convivência com o outro. Mesmo que a comunicação se efetive pelos laços sociais, pelo compartilhamento e pela convivência de forma recursiva, é necessário admitir as dialógicas nas diferentes interpretações e reconstruções das palavras que são comunicadas nessa teia.

Pela visão dos autores que discorrem sobre economia solidária, já abordadas neste trabalho, admite-se outra forma de fazer economia a partir da organização de grupos baseados fortemente em relações de trabalho autônomas e estáveis, não apenas tendo interesses monetários, mas também sociais. Porém, esses grupos (re)organizam-se, de forma hologramática, a partir de suas potencialidades dentro da lógica capitalista de um mercado autorregulado, e não contra ele, muito menos à sua sombra ou de forma paralela. Nesse sentido, a economia solidária identificada neste estudo, através de seu objeto de estudo, busca recolocar o indivíduo e sua subjetividade na esfera econômica, na qual a parte está no todo, e o todo está na parte. Assim, estão todos amplamente inseridos no mercado capitalista, valendo-se das suas estratégias econômicas para manter-se nesse mercado, e não vivendo à sua sombra ou agindo de forma paralela. Nas observações realizadas na Coopernatural, fica evidente a importância dos recursos financeiros para o grupo, uma vez que a organização se eco-auto-organiza constantemente na busca de excedentes ou lucros para acumular capital econômico, ficando clara a necessidade de capital social para aumentar o fluxo do capital econômico de forma recursiva.

Dessa forma, é através da comunicação organizacional estabelecida entre os membros da Coopernatural, ou seja, na comunicação sujeito/sujeito, e também entre organização/organização que são compartilhados muitos conhecimentos e experiências cotidianas para se inserir na lógica de capital, conforme o exposto pela cooperativa Ana¹³:

Nesses anos de Coopernatural, tive contato com muitas pessoas dos mais diversos meios, isso gera um conhecimento e satisfação. Fazer feiras em lugares diferentes, fazer cursos com SEBRAE, Emater, faz com que você enxergue o mundo de outras maneiras.

Compartilhar experiências e conhecimentos possibilita a manutenção do laço social e da solidariedade,

¹² A ideia principal é a de que a solidariedade pode ser um elemento integrador, um elo social fundador de uma economia fraterna e solidária). Entende-se também como dependência mútua constante, que não se acaba com uma ação isolada, mas como um laço social constituído.

¹³ Nomes fictícios, dados coletado em 2012.

que, por sua vez, possibilita aos sujeitos da cooperativa a ascensão econômica. Jorge (2012), outro cooperativado, diz, em entrevista, realizada na sede da cooperativa em janeiro de 2012, que “cada membro colabora da sua forma, seja ele mais estudioso ou não, a experiência dos membros mais antigos também conta, e a agilidade dos mais novos também”. Com isso, mantém-se o princípio de unidade, tendo em perspectiva a renovação dos aspectos contemporâneos dos laços sociais pelo compartilhamento de informações.

Assim, pode-se admitir que haja uma suposta abertura do processo de comunicação da cooperativa, uma vez em que recebe muitas informações externas e partilha essas informações para os membros da cooperativa. O fato de algumas informações serem compartilhadas sugere a existência de uma solidariedade no processo de comunicação, que não se acaba com uma ação isolada, mas como um laço social constituído. Com isso, a informação torna-se recursiva, pois produz a cooperativa ao mesmo tempo em que por ela é produzida. Entretanto, para que esse processo de comunicação aconteça cada vez mais, é necessário certo entendimento da situação de cada membro da cooperativa, para não haver total subversão das falas. Isso ocorre por que, na Coopernatural, assim como em outras organizações, há uma pluralidade de sujeitos. Cada um desses sujeitos é, ao mesmo tempo, singular e universal, de acordo com a sua cultura e seus interesses econômicos. Para Freitas (2000, p. 87), “somos ao mesmo tempo um individual e um coletivo, um sozinho e uma multidão, um ninguém e um todo-mundo, que se apresenta e representa nas relações múltiplas do cotidiano”.

Pode-se, ainda, considerar outras formas de comunicação que a cooperativa estabelece e que a caracteriza como sistema aberto, como a participação em feiras, em eventos nacionais e internacionais, o que possibilita a partilha constante de informações e que viabiliza a melhoria da produção. Há também a comercialização de seus produtos para outros estados do Brasil, mantendo sempre o foco em pequenas lojas de produtos orgânicos, além da comercialização de produtos pelo *site* da cooperativa, conforme explica o cooperativado Jorge (2012): “fizemos várias feiras dentro e fora do estado, e uma exposição na Biofach, na Alemanha, uma feira só de produtos orgânicos, divulgamos a nossa marca Coopernatural em todas as feiras, e os contatos também são feitos em feiras, vendemos o nosso produto pelo país via internet”. Ressalta-se que todas as formas de comercialização desenvolvidas pela cooperativa, através de processos comunicativos abertos, auxiliam a sua consolidação no mercado, conforme explica

Jorge (2012): “a cooperativa já é vista como referencial em muitos lugares, seja dentro do estado ou fora dele. Saber que tudo começou como uma associação, depois ser transformada em cooperativa, e hoje poder ver e ouvir que os produtos são gostosos e, além disso, saudáveis, me deixa muito feliz e orgulhoso”.

Todas essas ações desenvolvidas pela cooperativa procuram preservar a qualidade de vida de seus cooperativados no trabalho em grupo. Jorge (2012) afirma que a principal contribuição da cooperativa é a qualidade de vida e que a “produção coletiva sempre será melhor, pois haverá maior diversidade de produtos orgânicos dentro da cooperativa. Pensar entre mais pessoas, como em uma cooperativa, sempre pode trazer ideias que uma pessoa sozinha não pensaria, ou seja, as variáveis são maiores entre um grupo do que sozinho”. O mesmo pensamento é abordado pela cooperativada Ana:

Olha, acho que, como cooperativa, seja um modo mais fácil de pequenos produtores conseguirem entrar no mercado, principalmente no sudeste do Brasil. Cada um sozinho não teria a menor chance. E como produto orgânico está num mercado que só tem a crescer, tem um longo caminho pela frente, mas está no caminho certo.

Dessa forma, a comunicação organizacional estabelecida pela Coopernatural viabiliza a relação econômica entre o local e o global recursiva e dialogicamente, mas também tem reflexos significativos na relação cultural da cooperativa. Ou seja, as necessidades de readaptações econômicas fazem com que suas trocas culturais e simbólicas também se amplifiquem. Toda vez que a cooperativa estabelece trocas com outras cooperativas, em outras regiões do país e/ou em outros países, estas acabam compartilhando também questões culturais. Além disso, elas abarcam o conjunto de processos sociais de produção, de circulação e de consumo da significação na vida social para a potencialização das relações econômicas. Ianni (1999) corrobora com essa ideia quando explica que o local e o global determinam-se reciprocamente, umas vezes de modo congruente e consequente, outras, de modo desigual e desencontrado. Mesclam-se e tencionam-se singularidades, particularidades e universalidades.

O que se pode admitir é que há um constante processo de recriação da organização cooperativa e sua cultura com a rearticulação dos símbolos referentes à comercialização de seus produtos através de uma comunicação aberta para a redefinição da vida social dos cooperativados. Esse processo é recursivo, pois, segundo Fleury (1996), a

cultura organizacional é concebida como um conjunto de valores expressos em elementos simbólicos, que possui a capacidade de ordenar, de atribuir significações e de (re) construir a identidade organizacional, assim como de seus sujeitos. O que se compartilha pelos processos comunicativos entre os membros da Coopernatural é uma cultura organizacional recursiva, uma vez que produz os cooperativados e estes produzem a cultura organizacional. É hologramática, pois está na cooperativa, como todo, e nos sujeitos, como parte, e dialógica, pelas contradições de interpretações das palavras.

Referências

- BALDISSERA, R. 2009. A teoria da complexidade e novas perspectivas para os estudos de comunicação organizacional. In: M. KUNSCH, *Comunicação organizacional: históricos, fundamentos e processos*. São Paulo, Saraiva, vol. 1, p. 135-165.
- CASTORIADIS, C. 1982. *A Instituição imaginada da sociedade*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 418 p.
- COOPERNATURAL. [s.d.]. Disponível em: <http://www.coopernatural.com.br/>. Acesso em: 20/07/2010.
- FLEURY, M.T.L. 1996. O desvendar a cultura de uma organização: uma discussão metodológica. In: M.T.L. FLEURY; R.M. FISCHER, *Cultura e poder nas organizações*. São Paulo, Atlas, p. 15-26.
- FRANÇA, G.; LAVILLE, J-L. 2004. *A economia solidária: uma abordagem internacional*. Porto Alegre, Editora da UFRGS, 199 p.
- FRANÇA, V.V. 2001. O objeto da comunicação/A comunicação como objeto. In: A. HOHLFELDT, *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis, Vozes, p. 39-61.
- FREITAS, M.E. 2000. *Cultura organizacional*. Rio de Janeiro, Editora FGV, 108 p.
- IANNI, O. 1999. *Teorias da globalização*. 5ª ed., Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 271 p.
- MORIN, E. 1991. *Introdução ao pensamento complexo*. Lisboa, Instituto Piaget, 120 p.
- MORIN, E. 2002. *O método II: a vida da vida*. Porto Alegre, Sulina, 527 p.
- MORIN, E. 2008. *O Método III: o conhecimento do conhecimento*. Porto Alegre, Sulina, 286 p.
- PRESIDENTE DA COOPERATIVA. 2008. A força da União. *Revista Lavoura*, 42, 44 p.
- SILVA, J.M. da. 2003. *As tecnologias do imaginário*. Porto Alegre, Sulina, 111 p.
- SINGER, P. 2000. Economia solidária: um modo de produção e distribuição. In: P. SINGER; A.R. de SOUZA (orgs.), *A economia solidária no Brasil*. São Paulo, Contexto, p. 123-135.
- SINGER, P. 2002. *Introdução à economia solidária*. São Paulo, Perseu Abramo, 127 p.
- SROUR, R.H. 1998. *Poder, cultura e ética nas organizações*. Rio de Janeiro, Campus, 337 p.
- WOOD Jr. T. 2001. *Organizações espetaculares*. Rio de Janeiro, Editora FGV, 205 p.
- WOLTON, D. 2004. *Pensar a comunicação*. Brasília, Editora Universidade de Brasília, 544 p.
- WOLTON, D. 2010. *Informar não é comunicar*. Porto Alegre, Editora Sulina, 96 p.

Submissão: 20/02/2014

Aceite: 02/02/2015