



A comunicação organizacional de cooperativas de economia solidária: um processo através do olhar da complexidade¹

Caroline Delevati COLPO²

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

RESUMO

O processo de comunicação organizacional acontece em todos os tipos de organizações. Neste trabalho estuda-se as cooperativas de economia solidária como organizações que estabelecem o processo de comunicação com seus cooperados e com a comunidade. Para melhor entender este processo de comunicação organizacional em questão, trabalhar-se-á com a comunicação através das relações de trabalho estabelecidas dentro das cooperativas de economia solidária como um dos elementos de constituição da identidade do sujeito, ao mesmo tempo em que esta identidade constitui a comunicação organizacional. Com isto se busca compreender e explicar a complexidade do processo de comunicação organizacional nas cooperativas de economia solidária por intermédio das categorias organização, comunicação organizacional, identidade e trabalho com uma pesquisa qualitativa.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação organizacional; cooperativas; trabalho; identidade

COMPREENDENDO UM PROCESSO

As organizações necessitam conhecer a sua forma de se comunicar com o indivíduo. Com isto, se traz a tona, para este ensaio, o conceito de comunicação organizacional. Para tal compreensão entende-se que a comunicação organizacional abrange todas as formas de comunicação utilizadas e desenvolvidas pela organização, para se relacionar e interagir com seus públicos. Entende-se a comunicação organizacional, como um processo relacional – emissor/receptor– isto é, as relações sociais, que se processam entre ambos, os envolvem, como seus efeitos recíprocos à medida que se comunicam (SCROFERNEKER, 2006, p. 48, 49).

Sendo assim qualquer organização precisa desenvolver seus processos comunicativos. O que não se torna diferente em cooperativas de economia solidária.

A Coosperança é a cooperativa dos pequenos produtores rurais e urbanos da região central do Rio Grande do Sul (Santa Maria) que estão vinculados ao Projeto

¹ Trabalho apresentado no GP DT3 Relações Públicas e Comunicação Organizacional do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Caroline Delevati Colpo, doutoranda em Comunicação Social – PUC/RS. carolcolpo@bol.com.br.



Esperança. É uma central que teve as suas atividades iniciadas em 1989 e congrega e articula os grupos organizados para viabilizar a comercialização direta dos produtos desenvolvidos pelos empreendimentos solidários no campo e na cidade e que fortalecem juntos, com todos os grupos um novo modelo de cooperativismo, na proposta alternativa, solidária, transformadora e autogestionária e do desenvolvimento sustentável.

A Coosperança, desenvolve suas atividades junto com o Projeto Esperança criado em 1987, com o estudo do livro *A pobreza, riqueza dos povos* do autor africano Albert Tévoédjéré, por Dom José Ivo Lorscheiter, Bispo Diocesano de Santa Maria, com base no estudo que valoriza as pequenas coisas e que tem como fundamento a solidariedade. Dom Ivo, nos fundamentos da Igreja Católica, desafiava a Cáritas-RS a criar e desenvolver os PACs (Projetos Alternativos Comunitários), como um novo jeito de construir o desenvolvimento solidário e sustentável e encontrar soluções para os grandes problemas sociais, entre eles o desemprego, o êxodo rural, a fome, a miséria e a exclusão social.

Neste sentido, este estudo pode ter a sua relevância a partir do momento que busca um entendimento do processo de comunicação organizacional das cooperativas de economia solidária, em especial a Coosperança, através das relações de trabalho estabelecidas dentro desta cooperativa, um dos elementos de constituição da identidade do sujeito, ao mesmo tempo em que esta identidade constitui o processo de comunicação organizacional.

EXPLICANDO UM PROCESSO

Na tentativa de explicar o processo de comunicação organizacional no interior das cooperativas de economia solidária que se trazem à tona as categorias *a priori* para este ensaio. Faz-se necessário a compreensão do que são organizações e suas relações com a sociedade e com o indivíduo, através da comunicação. A comunicação insere-se no contexto organizacional, como a interação da organização com os indivíduos através de estruturas discursivas e narrativas ou ainda sistemas de representação que por sua vez podem ser elementos constituintes da identidade do sujeito pertencente a esta organização. Neste sistema de representação do processo de comunicação organizacional, está imbricada as relações de trabalho que se estabelecem dentro desta organização, no caso as cooperativas de economia solidária. Então pode se salientar neste estudo que um dos elementos que interfere na constituição da identidade do



indivíduo é sua forma de trabalho na organização permeado pelo processo de comunicação.

A Organização

Uma organização pode ser entendida como a combinação de esforços, para atingir propósitos coletivos. Pode ser vista como uma entidade social em busca de interesses coletivos, ou pode ser vista, como uma organização de processos administrativos. Ambos os conceitos são usados, atualmente de forma a designar qualquer atividade coletiva que se realiza, seja para fins sociais ou para fins econômicos. Partindo deste pressuposto pode-se considerar neste estudo, que uma cooperativa de economia solidária se consolida como uma organização por isto a necessidade da compreensão desta categoria.

Vários estudos sobre teorias organizacionais trabalham o conceito de organização desde as origens históricas na busca de identificar as nascentes transformações ideológicas e estruturais geradas pelo capitalismo industrial. A modernização instigada pelo despertar do capitalismo trouxe mudanças econômicas, políticas e sociais que criaram um mundo fundamentalmente distinto do mundo em que imperavam as formas de produção em pequena escala. Hoje as cooperativas de economia solidária usam da produção de pequena escala e artesanal na tentativa de driblar a produção em larga escala imposta pela produção de massa buscando imprimir nos seus produtos qualidade.

Para Srour (1998) as organizações são sistemas abertos e campos de forças, competem, para absorver mais energia ou valor do ambiente externo, onde processam insumos e geram produtos, administram pressões e apoios, dependem da credibilidade, que vão construindo, exigindo delas enorme capacidade de adaptação e grande flexibilidade.

No conceito, usado por Srour, percebe-se que os sujeitos estão imersos em organizações, tanto como parte delas como também dependente delas. Nasce dentro de uma organização, durante a vida se relaciona com mais uma infinidade de organizações, sejam elas de caráter social ou econômico, e morre dentro de organizações. Estabelece-se, aqui, um sistema complexo de entendimento das relações individuais com as organizações, da mesma forma que elas tornam-se partes do sujeito, este é uma parte das organizações. Mas ainda pode-se refletir que ao mesmo tempo em que o indivíduo é um todo, tem a organização como sua parte.



Segundo Macedo (2008, p. 32), para Morin, um sistema constitui-se de partes interdependentes entre si, que interagem e transformam-se, mutuamente. Desse modo, o sistema não será definível pela soma de suas partes, mas por uma propriedade que emerge deste seu funcionamento. O estudo, em separado, de cada parte do sistema não levará ao entendimento do todo. Sendo assim, ao mesmo tempo em que a organização se autoproduz produz também o indivíduo, logo ao mesmo tempo em que o indivíduo se autoproduz produz também a organização.

Este processo de produção e autoprodução, tanto do indivíduo quanto da organização, se efetiva por meio da comunicação. Assim, as cooperativas de economia solidária, enquanto organizações que são, se produzem e autoproduzem pela comunicação. Neste contexto surge o conceito de comunicação organizacional.

A comunicação organizacional

Pensar a comunicação apenas como estratégias de gestão de determinada organização, no contexto contemporâneo, é um desafio que precisa ser ultrapassado, superando a racionalidade instrumentalizada. É necessário que se busque formas criativas, inovadoras e dinâmicas de colocar o ser humano em pauta, valorizando a capacidade criadora dos indivíduos, sejam eles, interno e externos, com ou sem vínculo com a organização, sem desprezar a subjetividade e a afetividade, e vendo a organização como resultado de um processo dialógico com o meio ambiente.

Com isto, se aborda, para este estudo, a comunicação organizacional, partindo-se do pressuposto que as organizações estabelecem processos de comunicação entre seus membros e a comunidade. Para tal compreensão entende-se que a comunicação organizacional abrange todas as formas/modalidades de comunicação utilizadas e desenvolvidas pela organização para se relacionar e interagir com seus públicos. A comunicação é um processo relacional – emissor/receptor– isto é, as relações sociais que se processam entre ambos, os envolvem, como seus efeitos recíprocos à medida que se comunicam (SCROFERNEKER, 2006, p. 48, 49).

Uma organização só pode se manter pelo fato dos seres humanos serem capaz de interpretar seu contexto, que está representado através de símbolos, e responderem através de ações aos estímulos que são destinatários. Desta forma se estrutura o processo de comunicação organizacional. Assim, a comunicação representa um processo estruturado simbologicamente com a utilização de símbolos comuns capaz de fomentar a interação social.



Portanto, nas cooperativas de economia solidária o processo de comunicação organizacional se efetiva quase que em sua plenitude por uma comunicação informal/relacional, muito pouco instrumentalizada. A comunicação valoriza o indivíduo acima de tudo, e se torna eficiente para que seus sujeitos interpretem o contexto da organização e se identifiquem dentro dela através da interação social.

Assim, estando a comunicação organizacional, relacionada às interações dos indivíduos com o cenário organizacional e vice versa, compreende-se o processo comunicativo, como um dos elementos viabilizadores da constituição da identidade deste indivíduo.

A identidade

Pode-se entender que a identidade não é uma essência, nem um dado, nem um fato, tampouco é fixa, estável, coerente, unificada e permanente. A identidade é uma construção, um efeito, um processo de produção, uma relação. A identidade está ligada a estruturas discursivas e narrativas e a sistemas de representação que se consolidam por meio do processo comunicativo.

Sendo assim, em uma época de Globalização e intensificação dos fluxos econômicos, políticos, culturais e simbólicos a nível mundial pelas tecnologias da informação, fundada em uma sociedade em rede, as pessoas e os coletivos vêm alargando as possibilidades e os recursos disponíveis para a constituição da suas identidades e de seus processos de identificação.

Segundo Hall (2002) as velhas identidades, que, por tanto tempo, estabilizavam o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até aqui visto como um sujeito unificado. Colaborando com esta afirmação Kellner (2001, p. 295) descreve que o indivíduo nascia e morria como membro de um mesmo clã, de um sistema fixo de parentesco de uma mesma tribo ou grupo, com a trajetória de vida já fixada, o que definia sua identidade era os elementos externos a ela. A identidade não era questão de reflexão e os indivíduos não passam por crises de identidades.

Esta “crise de identidade” é vista como parte de um processo mais amplo de mudança, que esta deslocando as estruturas e processos centrais da sociedade moderna abalando os quadros de referência que davam aos indivíduos uma ancoragem estável no mundo social. Na modernidade a identidade torna-se múltipla, móvel, pessoal e sujeita as mudanças e inovações. Aqui a consciência de si passou a ser reconhecida, tornou-se



possível refletir continuamente sobre os papéis e as possibilidades sociais e distanciar-se da tradição. A identidade na modernidade foi ligada a individualidade e ao desenvolvimento de um eu único.

Entretanto, na Pós-Modernidade, à medida que o ritmo, as dimensões e a complexidade da sociedade moderna aumentavam a identidade vai se tornando cada vez mais instável e frágil. Kellner (2001, p. 295) descreve que tantos teóricos modernos como pós-modernos afirmam que o sujeito autônomo e autoconstituído no mundo moderno esta se fragmentando e desaparecendo, devido aos processos sociais que nivelam as individualidades na sociedade racionalizada, burocratizada, consumista e dominada pela mídia.

Para Morin (2002, p. 47) cada ser humano, rico, pobre, do sul, do norte, do leste ou oeste, tem sua singularidade mesmo no planeta inteiro. Fala-se também de um mundo cada vez mais uno, com esses fenômenos das comunicações, mas cada vez mais cortados em pedaços. Ou seja, cada individuo cria sua singularidade e com isto busca constituir sua identidade dentro de um processo cada vez mais acelerado de troca de informações em um mundo, que parece ser apenas um.

Portanto, as cooperativas de economia solidária buscam, através da concretização de sua organização, sem desconsiderar a sociedade em rede e suas implicações sociais, criar alternativas para os indivíduos voltarem a ter elementos sólidos para a constituição de sua identidade. Um dos elementos que as cooperativas valorizam, na tentativa de auxiliar seus membros a se identificarem e se solidificaram na sociedade, é através das relações de trabalho que estabelecem. Ou seja, as cooperativas de economia solidária, a partir do seu processo de comunicação organizacional, transmitem valores consistentes nas relações de trabalho para que o indivíduo possa solidificar a sua identidade.

O trabalho

Dentro deste contexto, vale destacar para esta reflexão que a sociedade atual vem passando por um sentimento de desamparo no que concerne a questão da empregabilidade, fruto de um processo de globalização e flutuações financeiras. Este dado é reforçado pelo fato do Estado estar passando por uma profunda reestruturação, e rediscutindo a sua função social – que desde o pós-guerra podia ser considerado o guardião das garantias sociais. Agora, aqueles que desfrutavam do acesso aos bens públicos e a benefícios sociais, vêem-se ameaçados nestes direitos, o que gera um sentimento de injustiça, piora da condição de vida e exclusão social.



A Globalização promove alterações, também, no meio social, no qual o trabalhador foi peça de profundas modificações dentro deste jogo de xadrez. Passou pela primeira, segunda e terceira Divisão Internacional do Trabalho e teve, necessariamente, que se adaptar a todas as modificações e flexibilizações tanto do campo econômico quanto social.

O trabalho flexibilizado reduziu o poder sindical e a força dos trabalhadores. Estes, pela necessidade, adaptam-se a um novo paradigma de empregabilidade fomentado pelas grandes empresas multinacionais. O Estado deixou de lado a proteção ao empregado e às suas formas de empregabilidade e a crise do emprego se tornou uma crise social. A informalidade passou a fazer parte das condições de sobrevivência daqueles que não se inserem mais dentro da parcela da população que ainda possui alguns direitos diante dos precários empregos formais, que possuem.

Méda (*apud* NUN, 2000, p.51) diz que o trabalho passou a ser considerado como a mais alta manifestação da liberdade individual e como mercadoria, quer dizer como emprego. E, como tal, se converteu no fundamento ético e não apenas econômico do capitalismo e também em obrigação moral e não apenas em meio de subsistência.

Para Giddens (1998, p. 395-396),

En las sociedades modernas, tener un trabajo es importante para mantener la autoestima. Incluso cuando las condiciones laborales son relativamente desagradables y las tareas que comporta monótonas, el trabajo suele ser un elemento estructurador de la constitución psicológica de los individuos y del ciclo de sus actividades cotidianas.

Portanto, é dentro de um cenário de trabalho flexibilizado que as cooperativas de economia solidária procuram se reinventar enquanto organização na busca de melhores alternativas para o desenvolvimento do trabalho como forma de subsistência, de inserção social e principalmente de constituição da identidade de seus sujeitos. Para que toda esta conexão aconteça faz-se necessário uma comunicação organizacional efetiva.

UM PROCESSO PELAS OPÇÕES METODOLÓGICAS

Para este ensaio optou-se por abordar o método pelo Paradigma da Complexidade que com seu pensamento nos permite ligar as coisas que nos parecem separadas, uma em relação as outras, permitindo ilustrar o caso deste objeto de estudo.



Pretende-se assim visualizar o processo de comunicação organizacional na constituição da identidade dos cooperados de uma cooperativa de economia solidária a partir do estabelecimento de suas relações de trabalho. Para isto, se tem como base o cenário das organizações.

Para melhor compreender o método da Complexidade faz-se necessário conhecer brevemente seu principal pensador, Edgar Morin. Considerado um dos maiores intelectuais do século, é sociólogo, antropólogo, historiador e filósofo. Diretor do Centro Nacional de Pesquisa Científica, fundador do Centro de Estudos Transdisciplinares da Escola de Altos Estudos em Ciências Sociais de Paris, Morin é apaixonado por artes, principalmente, literatura e cinema (MORIN, 2000).

Morin é judeu e foi filado ao partido comunista do qual mais tarde se desligou. Ingressou no Centro Nacional de Pesquisa Científica (CNRS), onde realizou um dos primeiros estudos etnológicos produzidos na França. Criou o Centro de Estudos de Comunicações de Massa e as revistas *Arguments* e *Communications*. Com seu pensamento propõe uma reforma do pensamento por meio do ensino transdisciplinar, capaz de formar cidadãos planetário, solidários e éticos, aptos a enfrentar os desafios dos tempos atuais (MORIN, 2000).

Morin (2000, p.31) descreve o pensamento complexo como o que originariamente se tece junto, buscando distinguir (mas não separar) e ligar, afirmando que só é possível gerar conhecimento se puder conhecer as partes que integram o todo, e que pode-se conhecer o todo se conhecer as partes que o compõem. Isto se reafirma uma vez que vive-se em uma época de mundialização, todos os grandes problemas deixam de ser problemas particulares para serem problemas mundiais. É necessário mundializar e globalizar as questões, além de contextualizar, para em seguida partir do global para o particular e do particular para o global, ou seja “não posso conhecer o todo se não conhecer particularmente as partes, e não posso conhecer as partes se não conhecer o todo” (MORIN, 2000, p.20).

O pensamento complexo conduz a uma série de problemas fundamentais do destino humano, que depende, sobretudo da nossa capacidade compreender os nossos problemas essenciais, contextualizando-os, globalizando-os, interligando-os. É o pensamento que trata da incerteza e consegue conceber a organização. Apto a unir, contextualizar, globalizar, mas ao mesmo tempo reconhecer o singular, o individual e o concreto.



Sendo assim, o Paradigma da Complexidade possui um significado básico: fazer com que haja diálogo entre as partes e seu todo, desfazendo limites entre diferentes áreas do saber, com sua interpelação transdisciplinar, não se reduzindo nem a ciência nem filosofia, mas permitindo-lhes a comunicação. Logo é preciso substituir os pensamentos que separam por um pensamento que une, é preciso uma reforma no pensamento para que se substitua a linearidade pela transdisciplinaridade.

A comunicação organizacional das cooperativas de economia solidária, objeto deste estudo, por intermédio das relações de trabalho e constituição da identidade dos indivíduos, mostra-se afinado com a Complexidade, pois é fruto de uma realidade sociocultural transdisciplinar em que todos os elementos se ligam e estabelecem relação com o todo, um tecido *complexus*.

Ao mesmo tempo em que o Paradigma da Complexidade busca a transdisciplinaridade das formas de pensar traz o problema crucial do paradigma: tratar com a incerteza. A incerteza é afirmada no paradigma da complexidade porque por toda a parte, nas ciências, o dogma de um determinismo universal desabou, enquanto a lógica, chave mestra da certeza do raciocínio, revelou incertezas na indução, impossibilidades de decisão. Assim, o pensamento complexo é ao mesmo tempo unir (contextualizar e globalizar) e aceitar o desafio da incerteza (MORIN, 2000, p 31).

Para tal estabelece alguns princípios, para melhor pensar a complexidade. Para este ensaio, na medida em que se descrevem os princípios da complexidade já se busca a compreensão destes dentro do objeto de estudo proposto – a comunicação organizacional da cooperativa de economia solidária Cooesperança.

Princípio sistêmico ou organizacional: liga o conhecimento das partes com o conhecimento do todo. Pode-se pensar o todo enquanto comunicação organizacional da cooperativa que liga as partes – identidades dos cooperados. Ou ainda a cooperativa (organização) rearticulada como parte do todo - sociedade e relações de trabalho.

Princípio hologramático: a parte esta no todo, mas o todo inscreve-se na parte. O cooperado constitui a cooperativa, assim como a cooperativa constitui o cooperado.

Princípio do anel retroativo: as causas determinam os efeitos e vice-versa. Participar da cooperativa e da sua comunicação organizacional causa reflexos na identidade do cooperado, do mesmo modo que a identidade do cooperado faz a comunicação organizacional da cooperativa.

Princípio anel recursivo: o homem produz algo que também o produz. A cooperativa é produzida pelos cooperados que também a produzem.



Princípio auto-eco-organização: envolve, autonomia e dependência. Apesar da cooperativa poder ter autonomia, enquanto organização e na realização da sua comunicação organizacional, depende, basicamente, do cooperado, para se concretizar.

Princípio dialógico: os contraditórios possuem possibilidade de diálogos. O dialogismo surge no momento que a cooperativa se consolida como forma de amenizar as problemáticas das relações de trabalho causadas pelo capitalismo.

Princípio da reintrodução: o dialogo que se estabelece entre sujeito e objeto. A comunicação organizacional somente se efetiva se tiver respaldo no cooperado.

Como tipo de pesquisa para este ensaio busca-se trabalhar com a pesquisa qualitativa na qual é possível visualizar o recorte que o pesquisador faz em termos de espaço, que vai representar uma realidade empírica, ou seja, o ambiente natural do sujeito, a ser estudada a partir das concepções teóricas que fundamentam o objeto de investigação. Neste recorte espacial, na lógica das pesquisas sociais, é necessário que esteja ocupado pelas pessoas e grupos convivendo numa dinâmica de interação social. Essas pessoas e grupos são sujeitos de uma determinada realidade que pretende ser investigada, sendo necessária uma construção teórica (anteriormente realizada) para transformá-los em objetos de estudo. Partindo da construção teórica do objeto de estudo, o campo torna-se palco de manifestações de intersubjetividades e interações entre o pesquisador e grupos estudados, propiciando assim a produção de novos conhecimentos.

As questões de pesquisa, que buscam reflexão neste ensaio correspondem as suas categorias anteriormente analisadas. Assim se questiona: Como a entender as cooperativas de economia solidária como organizações? De que forma a comunicação organizacional da cooperativa de economia solidária se consolida? De que maneira a identidade do cooperado está sendo constituída ao mesmo tempo em que constitui a comunicação organizacional da cooperativa de economia solidária? Como o trabalho pode ser entendido dentro da cooperativa de economia solidária enquanto elemento de constituição da identidade intermediado pela comunicação organizacional?

Na busca de respostas para estas questões se estabelece como objetivo geral: estudar o processo de comunicação organizacional nas cooperativas de economia solidária através do paradigma da complexidade de Morin utilizando uma pesquisa qualitativa. O objetivo específico pauta-se por compreender e explicar a complexidade do processo de comunicação organizacional nas cooperativas de economia solidária por intermédio das categorias: organização, comunicação organizacional, identidade e trabalho.



UM PROCESSO EM ANÁLISE

Neste trabalho, consideram-se as cooperativas de economia solidária, enquanto organizações que se rearticulam de forma dialógica na tentativa de proporcionar melhores relações de trabalho para os indivíduos que passam a integrá-las. Esta rearticulação dialógica da cooperativa ocorre por intermédio da comunicação organizacional.

A cooperativa de economia solidária Cooesperança efetiva seu processo de comunicação organizacional de forma relacional/informal mais intensamente e de forma instrumental como suporte de comunicação. Por possuir um grande número de cooperados e também um número variável (a todo o momento novos cooperados se integram e outros deixam de participar) a comunicação se consolida, através da própria relação dos cooperados com a cooperativa, uma vez que eles também são responsáveis pela sua gestão e pela forma de realização do trabalho. Esta comunicação relacional ou também chamada de informal se intensifica na medida em que os objetivos dos indivíduos aumentam e, desta forma, aumentam também os objetivos da organização. Para tanto é necessário que estabeleçam os contatos entre si com a intenção de concretizar os objetivos. Para tal estabelecem significados e representações

Já a comunicação mais instrumental acontece, por intermédio de uma rádio que a cooperativa desenvolveu, uma vez que é o meio de comunicação mais usado pelo cooperado levando em consideração que a grande maioria encontra-se no meio rural. Outra ação de comunicação organizacional instrumental é o site desenvolvido para cooperativa, na qual se encontram todas as informações para os produtores, que querem participar das feiras, assim como todas as informações para quem quer consumir os produtos vendidos nas feiras. O site conta ainda com informações, diretamente, alimentadas pela Zero Hora e outras notícias de interesse da Cooesperança. A cooperativa participa de eventos mundiais de economia solidária e através do site divulga estas informações tanto para cooperados como para consumidores em geral, uma vez que se pode afirmar que a sociedade em rede se concretiza cada vez mais. A cooperativa ainda efetiva sua comunicação organizacional instrumental através de algumas inserções em mídias locais e gratuitas que dão certa visibilidade a suas ações e acaba por legitimar ainda mais sua função.

Sendo assim, a cooperativa Cooesperança pode também se consolidar como uma organização por ser entendida como a combinação de esforços para atingir



propósitos coletivos. Pode ser vista como uma organização social em busca de interesses coletivos. A busca por estes interesses coletivos faz com que a organização efetive cada vez mais a sua comunicação organizacional para que estes interesses de fato se concretizem.

Assim, a comunicação organizacional da Cooesperança representa um processo estruturado simbolicamente com a utilização de símbolos comuns capaz de fomentar a interação social para fins de interesse coletivo, apesar de um processo onipresente, pois permeia a cooperativa sem tornar-se explícito. Compreendendo a comunicação organizacional, objeto deste estudo, com a complexidade usa-se das palavras de Baldissera (2008) que, ao entrar em comunicação, em relação dialógico-recursiva, os sujeitos (re)tecem a significação, transformando-a permanentemente, e com isto, também (re)constroem a rede de significados, prendendo-se a ela.

Quando o autor afirma “prendendo-se a ela” surge, aqui, a análise da terceira e quarta categoria usada neste ensaio: a Identidade e o Trabalho. A partir do momento que a comunicação organizacional cria ou recria seus significados, cria ou recria também a identidade dos seus indivíduos que é fomentada por estes significados. Desta forma, os cooperados da Cooesperança podem criar estes significados a partir das relações de trabalho que estabelecem dentro e com a cooperativa. Estes significados, fortemente consolidados pelas relações de trabalho, são elementos que poderão constituir a identidade deste cooperado e que são transmitidos implicitamente, ou seja, de forma relacional, pela comunicação organizacional.

Esta comunicação organizacional se faz complexa, quando se torna parte da identidade do cooperado (todo), ao mesmo tempo em que a identidade do cooperado se torna parte da comunicação organizacional (todo), a comunicação organizacional ajuda a constituir a identidade do cooperado, ao mesmo tempo em que esta identidade constitui a comunicação organizacional. A relação dialógica e a reintrodução, também, evidenciam a complexidade neste contexto, pois, aqui, se encontra a possibilidade dos contrários dialogarem no momento que a cooperativa se consolida como organização na tentativa de amenizar as problemáticas das relações de trabalho causadas pelo capitalismo e auxilia na constituição da identidade de seu indivíduo, no qual a comunicação se reintroduz com o respaldo do cooperado

EVIDÊNCIAS PROVISÓRIAS DE UM PROCESSO



A complexidade se dá pelas certezas e incertezas. O conceito de comunicação organizacional, por sua vez, já causa incertezas quanto a sua compreensão. O que se pode visualizar dentro do conhecimento da complexidade é que o processo de comunicação organizacional esta permeado pelas impressões e percepções dos indivíduos que efetivam esta comunicação organizacional. Estas percepções e impressões é o que causa a incerteza de qualquer processo de comunicação organizacional uma vez que estes indivíduos se constituem a partir da apropriação de significados.

Esta apropriação e constituição de significados é o que torna o processo de comunicação organizacional mais complexo ainda. A forma como estes significados são apropriados são os elementos que constituem a identidade do indivíduo, que por sua vez, pelo principio da auto-eco-organização, vão constituir a comunicação organizacional, ou seja, o individuo constitui parte de sua identidade pela comunicação organizacional da mesma forma que com sua identidade constitui parte desta comunicação organizacional.

Sendo assim, dentro do contexto de cooperativas de economia solidária que se viabilizam como uma alternativa de trabalho em tempos de flexibilização das relações de trabalho, tem-se a incerteza dos antagonismos e contradições de seus processos comunicativos, mas a certeza da relação deste processo com a identidade de seus cooperados. Deste modo, o pensamento complexo dentro da comunicação organizacional extrapola o pensamento linear de visualizar o mundo.

REFERÊNCIAS

BALDISSERA, Rudimar. Comunicação organizacional: uma reflexão possível a partir do paradigma da complexidade. In: OLIVEIRA, Ivone de Lourdes e SOARES, Ana (Org.) interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações. São Paulo: Difusão, 2008.

CALDAS, Miguel. Cultura organizacional e cultura brasileira. São Paulo: Atlas, 1997.

DELLAZZANA, Ângela. Comunicação organizacional: uma visão complexa dos discursos das organizações. Dissertação de mestrado. Fac. de Comunicação Social, PUCRS, 2006.

GIDDENS, Anthony. Sociologia. 3.ed. Madrid: Alianza, 1998.

HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.



HESPANHA, Pedro. Mal-estar e risco social num mundo globalizado. IN: SANTOS, Boaventura de Souza (org.) Globalização e as ciências sociais, 2^a ed. São Paulo; Editora Cortez, 2002.

KELLNER, Douglas. A Cultura da mídia. São Paulo, EDUSC. 2001

MACEDO, Claudia. Comunicação e complexidade: o discurso organizacional e o poder da cia zaffari. Dissertação de mestrado. Fac. de Comunicação Social, PUCRS, 2009.

MOTTA, Fernando. CALDAS, Miguel. Cultura organizacional e cultura brasileira. São Paulo: Atlas, 1997.

MORIN, Edgar. As duas globalizações. Porto Alegre: Sulina/EDIPUCRS, 2002

MORIN, Edgar. Da necessidade de um pensamento complexo. IN: MARTINS, Francisco, SILVA, Juremir. Para navegar no século XXI. Porto Alegre: Sulinas, 2000.

MORIN, Edgar. A inteligência da complexidade. São Paulo: Peirópolis, 2000.

NUN, José. O futuro do emprego e a tese da massa marginal. IN: Novos estudos – CEBRAP V.56. Ed. Brasileira de ciências LTDA março de 2000.

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes e SOARES, Ana (Org.) interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações. São Paulo: Difusão, 2008.

SCROFERNEKER, Cleuza. O diálogo possível: comunicação organizacional e o paradigma da complexidade. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade. Trajetórias teórico-conceituais da comunicação organizacional. Revista Famecos. Porto Alegre. n 31. dezembro de 2006.

_____. Caminhos para construção de uma política de comunicação para a qualidade: o papel das Relações Públicas. Revista Famecos. Porto Alegre. n 15. agosto de 2002.

SILVA, Tomaz Tadeu da. Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis, RJ. Vozes, 2000.

SROUR, Robert Henry. Poder, cultura e ética nas organizações. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

Site:

<http://www.esperancacooesperanca.org.br/>