

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL - PPGCOM
Área de Concentração: Comunicação, cultura e ideologia
Linha de Pesquisa: Práticas Sociopolíticas nas Mídias e Comunicação nas Organizações**

**A comunicação organizacional e as relações de trabalho
em cooperativas de economia solidária:
a cultura simbólica tecendo a identidade e o imaginário dos cooperativados**

CAROLINE DELEVATI COLPO

CAROLINE DELEVATI COLPO

A comunicação organizacional e as relações de trabalho em cooperativas de economia solidária: a cultura simbólica tecendo a identidade e o imaginário dos cooperativados

Tese apresentada como requisito para obtenção do grau de Doutor pelo Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Área de concentração: Práticas e Culturas da Comunicação.
Orientadora: Profa. Dra. Cleusa Maria Andrade Scroferneker

Porto Alegre
2012

Catálogo na Publicação

C721c Colpo, Caroline Delevati

A comunicação organizacional e as relações de trabalho em cooperativas de economia solidária : a cultura simbólica tecendo a identidade e o imaginário dos cooperativados / Caroline Delevati Colpo. – Porto Alegre, 2012.
233 f.

Tese (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, PUCRS.
Orientadora: Dra. Cleusa Maria Andrade Scroferneker

1. Comunicação Organizacional. 2. Coopernatural. 3. Cooperativa de Economia Solidária. 4. Cultura Organizacional. 5. Identidade. 6. Imaginário. I. Scroferneker, Cleusa Maria Andrade. II. Título.

CDD 658.45
301.51

Ficha catalográfica elaborada pela
Bibliotecária Salete Maria Sartori, CRB 10/1363

CAROLINE DELEVATI COLPO

A comunicação organizacional e as relações de trabalho em cooperativas de economia solidária: a cultura simbólica tecendo a identidade e o imaginário dos cooperativados

Tese apresentada como requisito para obtenção do grau de Doutor pelo Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Área de concentração: Práticas e Culturas da Comunicação.
Orientadora: Profa. Dra. Cleusa Maria Andrade Scroferneker

Aprovada em 31 de agosto de 2012

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Profa. Dra. Cleusa Maria Andrade Scroferneker

Profa. Dra. Celsi Brönstrup Silvestrin

Prof. Dr Antonio Carlos Castrogiovanni

Profa. Dra. Maria Inês Côrte Vitória

Prof. Dr. Roberto Ramos

AGRADECIMENTOS

No big ben emocional que levaram à construção desta tese é preciso agradecer:

Ao meu pai Edson pelas repetidas frases ditas durante minha infância, ao som de Roberto Carlos, que se perpetuaram na minha vida como ensinamentos “desliga esta TV e vai ler um livro” se estendendo ao “faz o que eu digo, não faz o que faço”.

À minha mãe Leda, meu exemplo, que me ensinou o valor da vida e a dignidade em pequenas ações. Não há palavras para tamanho agradecimento. “E não há nada pra comparar; para poder lhe explicar; como é grande o meu amor por você...” (Roberto Carlos).

À minha irmã Karine que abriu o caminho da pesquisa em nossas vidas (minha e da Gabi) e nos instigou nesta jornada louca e gratificante. “Despertou meus sentidos; alucinou meu peito;(…) na mais doce loucura” (Roberto Carlos).

À irmã Gabi, que nos meus poucos momentos de razão e muitos momentos de emoção, reorganizou a desordem da minha cabeça enquanto também escrevia sua tese de doutorado. “Razão para seguir por essa estrada” (Roberto Carlos).

À professora Cleusa iluminada em sua sabedoria acompanhou-me. Obrigada por ter me apresentado o mais saboroso desafio: Morin.

Ao Morin, mesmo que ainda pouco compreendido na sua grandeza, seus ensinamentos associados ao meu pequeno conhecimento, me fizeram ver vida de forma muito melhor.

Aos amigos e colegas da PUC/RS e da Universidade Feevale por compartilharem comigo este longo momento e escutarem o que podia ser narrado desta trajetória com suas “cucas maravilhosas”.

E todos demais amigos que continuam na minha vida ou já passaram “O importante é que emoções eu vivi” (Roberto Carlos).

À minha mãe

“Quando eu for à Europa novamente vou trazer um tacho debaixo do braço”

Presidente e fundador da cooperativa

RESUMO

Este trabalho de pesquisa desenvolvido na Cooperativa Agropecuária de Produção e Comercialização Vida Natural – Coopernatural de Picada Café, região da chamada serra do Rio Grande do Sul, constitui-se num estudo sobre a comunicação organizacional e as relações de trabalho em cooperativas de economia solidária. Com uma construção transdisciplinar, têm-se como objetivos discutir as cooperativas de economia solidária no processo capitalista, entender como as relações de trabalho constituem e são constituídas pela comunicação organizacional no contexto das cooperativas de economia solidária e compreender de que forma os mitos, ritos, heróis e as relações de poder, enquanto elementos simbólicos da comunicação organizacional, interagem, alteram, interferem e (re)criam as identidades e o imaginário dos cooperativados. Tem como opção de Método, o Paradigma da Complexidade, dialogando com o Interacionismo Simbólico, principalmente na tentativa de apreender/entender/compreender a comunicação simbólica presente/identificada na cooperativa e nas falas dos cooperativados. Em relação aos procedimentos metodológicos recorreu-se às pesquisas bibliográfica e documental, observação participante e entrevistas em profundidade. Para reflexão/discussão dos temas envolvidos buscou-se, respaldo em alguns conceitos sobre economia social e economia solidária, relações de trabalho, organizações, comunicação, identidade e imaginário, comunicação organizacional e cultura simbólica através dos elementos mitos, ritos, heróis e relações de poder. As observações e as entrevistas realizadas possibilitaram algumas considerações mesmo que provisórias, das quais destacam-se que a dinâmica da economia solidária no mercado capitalista e os valores que mantém o grupo unido, são principalmente econômicos, sendo que a comunicação organizacional constitui muito mais as relações de trabalhos do que estas constituem a comunicação organizacional da Coopernatural. No que se refere aos aspectos da cultura organizacional (mitos, ritos, heróis e relações de poder) através de processos comunicativos entre os membros da cooperativa, observou-se que a comercialização dos produtos é constituinte, principalmente, das identidades, e a solidariedade como constituinte dos imaginários dos cooperativados. Nessa configuração espera-se/pretende-se trazer maior clareza para a explicação sobre fenômenos de comunicação com olhares voltados às comunidades e suas realidades econômicas na qual a (re)construção constante da cultura alteram, interferem e (re)criam as identidades e o imaginário dos grupos que vivem em comunidades.

Palavras chaves: Comunicação Organizacional; Coopernatural; Cooperativa de Economia Solidária; Cultura Organizacional; Identidade; Imaginário

ABSTRACT

This research, undertaken at the Agricultural Cooperative of Production and Commercialization Vida Natural – Coopernatural, in Picada Café, called mountain region of Rio Grande do Sul, consists in a study about organizational communication and the working relationships in solidarity economy cooperatives. With a transdisciplinary construction, the main objectives were to discuss solidarity economy cooperatives in the ongoing capitalist process, as well as understanding how the working relationships constitute and are constituted by the organizational communication in the context of solidarity economy cooperatives and comprehending in what ways the myths, rites, heroes and power relationships, while symbolic elements of the organizational communication, interact, alter, interfere and (re)create the identities and the imaginary of the cooperative members. This study was built under the Complexity Paradigm, through the dialog with the Symbolic Interactionism, mainly in attempt of learn/understand the symbolic communication existing/identified in the cooperative and in the statements of the cooperative members. The technics of research are bibliographic, documental, participants observations and in-depth interviews. For reflection / discussion of the issues involved in this work, some theoretical concepts about social economy and solidarity economy, working relationships, organizations, communications, identity and imaginary, organizational communication and symbolic culture through elements of myths, rites, heroes and power relationships were taken into consideration. The observations and interviews allowed some considerations even if temporary, of which emphasize that the dynamics of solidarity economy in the capitalist market and the values that keep the group together are mainly economical. Moreover, the organizational communication constitutes much more the working relationships than they constitute an organizational communication of Coopernatural. By researching aspects of the organizational culture (myths, rites, heroes, and power relationships) through communicative processes between the cooperative members, it is inferred that the commercialization of products is mainly part of the identities, and the solidarity as a part of the imaginary of the cooperative members. In this configuration, further insights for the explanation of communicational phenomena are sought, with eyes focused on the communities and their economic realities in which the constant culture (re)construction alters, interferes and (re)creates the identities and the imaginary of the community-living groups.

Keywords: Organizational Communication; Coopernatural; Solidarity Economy Cooperatives; Organizational Culture; Identities; Imaginary.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 – Sede da Coopernatural inaugurada em 2010.....	125
Figura 2 – Recursos da construção da sede.....	126
Figura 3 – Alguns dos produtos da Coopernatural.....	134
Figura 4 – Exemplo de rótulo dos produtos da Coopernatural.....	169
Figura 5 – Logotipo da Coopernatural.....	170
Figura 6 – Parte do selo com a certificação que a Coopernatural possui atualmente ..	171

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
1 DELINEAMENTOS DO PROCESSO DE PESQUISA.....	18
1.1 Entendendo o processo de reflexão para uma caminhada: o pensamento complexo 23	
1.1.1 O Paradigma para o conhecimento do conhecimento.....	26
1.2 O interacionismo simbólico como lente para enxergar a comunicação	32
1.3 Os procedimentos metodológicos: em busca de informações para a compreensão 35	
2 DA ECONOMIA PARA A ECONOMIA SOLIDÁRIA	40
2.1 A divisão do trabalho no cenário internacional e a capacidade de mobilização social 46	
2.2 Dos movimentos sociais populares à autogestão das economias solidárias	57
3 ORGANIZAÇÃO: A (RE)CONSTRUÇÃO DOS SUJEITOS.....	67
3.1 As cooperativas de economia solidária como Organizações e Comunidade:	
3.2 A Organização e a comunidade: dualidades da cultura organizacional ..	79
3.3 A organização, a comunidade e suas culturas como constituintes de identidade 84	
3.4 A organização e comunidade como processos do imaginário.....	90

4 A COMUNICAÇÃO PARA ALÉM DO MIDIÁTICO	96
4.1 Comunicação organizacional em (re)construção.....	103
4.2 Cultura organizacional e comunicação organizacional dos símbolos.....	106
4.2.1 Mitos	109
4.2.2 Ritos.....	111
4.2.3 Heróis	113
4.2.4 Relações de poder.....	115
5 APONTAMENTOS E DESAPONTAMENTOS	119
5.1 A comunicação organizacional e as relações de trabalho em recursividade na Coopernatural	137
5.2 A comunicação organizacional da Coopernatural na interação, (re)criação e (re)construção da identidade e do imaginário dos cooperativados	161
5.2.1 Os Mitos em narrativas na cooperativa	163
5.2.2 Os Ritos em processo na Coopernatural.....	174
5.2.3 Os heróis simbólicos de referência na cooperativa	179
5.2.4 Relações de poder efetivando a Coopernatural	186
6. ALGUMAS CONSIDERAÇÕES	193
7 REFERÊNCIAS.....	200
8 APENDICES.....	211
9 ANEXOS	213

INTRODUÇÃO

A trajetória acadêmica e o pesquisador tornam-se recursivos. Ao mesmo tempo em que a caminhada define o perfil do pesquisador e algumas de suas escolhas, este, na medida em que caminha, define sua trajetória pelas suas opções de pesquisa. Os limites da caminhada acadêmica são por vezes imprecisos, assim como as escolhas do pesquisador, que podem ou não ser reveladas por algumas motivações.

Para justificar a escolha da temática deste trabalho pode-se apontar para algumas motivações das quais muitas surgiram, principalmente, das incertezas da autora. A primeira incerteza surgiu no início da sua caminhada acadêmica, no curso de Comunicação, no qual as discussões e as reflexões sobre o tema levavam em consideração o entendimento do processo comunicativo através de algum meio de comunicação. Ou seja, a comunicação era mediada, ou midiática. A legitimidade do pensamento de uma comunicação entrecruzada por meios ou canais foi se consolidando cada vez mais, e as incertezas da autora aumentavam consideravelmente. Esta incerteza gerou a busca pela compreensão¹ da comunicação além da midiática, de uma compreensão da comunicação que fosse mediada pelos sujeitos² e pelos elementos simbólicos de seus contextos.

A segunda motivação veio de uma perspectiva que possibilitasse a apreensão da comunicação extrapolando a lógica mercadológica de vendas de ideias, mercadorias e sujeitos. A incerteza, neste momento, criou a necessidade da compreensão da 'comunicação social' com olhares voltados às comunidades e suas realidades econômicas, percebendo o sujeito além de um consumidor. Acredita-se na necessidade

¹ Neste estudo as palavras "entendimento" e "compreensão" têm sua apropriação pelo sentido proposto por Morin (2008a), no qual é preciso entender para posteriormente compreender.

² Entende-se o proposto por Morin (1991). Ser sujeito não quer dizer ser consciente; também não quer dizer ter afetividades, sentimentos, ainda que a subjetividade humana se desenvolva com a afetividade. Ser sujeito é colocar-se no centro de seu próprio mundo, é ocupar o lugar do "eu". Na complexidade individual o "eu", quando ocupa o seu lugar, é também o lugar de seus pais, filhos e concidadãos. O egocentrismo pode concentrar-se englobado numa subjetividade comunitária mais larga. Ser sujeito é ser autônomo, mas ao mesmo dependente.

de estudo da comunicação mercadológica, mas admite-se pertinente ter um olhar sobre 'outras' comunicações.

Com a pesquisa exploratória, partiu-se à procura de um objeto de estudo que contemplasse a possibilidade de efetivar estas motivações. Chegou-se até as cooperativas de economia solidária³. Estas surgem de movimentos sociais e, ao se consolidarem como forma de geração de trabalho e renda no processo econômico capitalista vigente, assumem características de organizações repletas de elementos simbólicos que são comunicados e (re)criados constantemente.

Guiadas pelas motivações da pesquisadora, associada à pesquisa exploratória junto ao objeto de estudo, as incertezas que surgiram neste trabalho foram: 1) como as cooperativas de economia solidária se efetivam no processo capitalista vigente mantendo, ou não, seus princípios de solidariedade? 2) como as relações de trabalho constituem e são constituídas pela comunicação organizacional em cooperativas de economia solidária?; e 3) de que forma os mitos, ritos, heróis e as relações de poder, enquanto elementos simbólicos da comunicação organizacional, interagem, alteram, interferem e (re)criam as identidades e o imaginário dos cooperativados?

O Paradigma⁴ da Complexidade possibilitou a tecitura para respostas deste estudo no momento em que propõe que os grandes problemas deixam de ser problemas particulares para serem problemas mundiais. É necessário mundializar e globalizar⁵ as questões, além de contextualizá-las, 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

³ Para este trabalho entende-se que nem toda a cooperativa desenvolve a economia solidária. Os sujeitos que se articulam em uma cooperativa de economia solidária vislumbram uma forma de produção, consumo e distribuição econômica centrada, primeiramente, na valorização do ser humano pelo princípio de solidariedade e não apenas do capital. Já uma cooperativa de crédito, por exemplo, presta assistência creditícia e prestação de serviços de natureza bancária a seus associados, beneficiando, na maioria das vezes, quem tem condições de maiores investimentos(SINGER, 2000). Estes conceitos serão melhor argumentados no desenvolvimento do trabalho.

⁴ Na concepção de Morin (1991), um paradigma é constituído por certo tipo de relação lógica extremamente forte entre noções mestras, noções chaves e princípios chaves. "Um paradigma é um tipo de relação lógica (inclusão, conjunção, disjunção, exclusão) entre um certo número de noções ou categorias-mestras. Um paradigma privilegia certas relações lógicas em detrimento de outras, e é por isto que um paradigma controla a lógica do discurso. O paradigma é uma maneira de controlar simultaneamente o lógico e o semântico" (MORIN, 1991, p. 153).

⁵ Globalizar, neste trabalho, se refere àqueles processos, atuantes em escala global, que atravessam fronteiras nacionais, integrando e conectando comunidades e organizações em novas combinações de espaço-tempo, tornando o mundo, em realidade e experiência, mais conectado (BAUMAN, 1999). Conceito discutido posteriormente.

particularmente as partes, e não posso conhecer as partes se não conhecer o todo” (MORIN, 1991, p.20). Nesta pesquisa o interacionismo simbólico (MEAD, 1993) criou a perspectiva de um diálogo com o pensamento complexo na possibilidade de apreender a comunicação nas cooperativas de economia solidária através das falas dos cooperativados. O interacionismo simbólico é compreendido como a interação e/ou comunicação entre duas ou mais pessoas que agem em relação às coisas baseando-se no significado que estas coisas têm para elas. Estes significados são resultantes da interação social e são modificados pela interpretação. Por isto optou-se por contemplar as três facetas sugeridas pelo interacionismo simbólico (MEAD, 1993): vida em grupo, eu, e a mente⁶ como forma de apropriação dos elementos pertinentes à esta pesquisa. Na tentativa de compreensão das incertezas as técnicas propostas foram: pesquisa bibliográfica e documental, observação participante e entrevista em profundidade.

As cooperativas de economia solidária, enquanto objeto deste estudo, foram referenciadas por autores embasados em diferentes perspectivas de abordagens. Neste ponto centra-se um dos desafios deste estudo: entender as cooperativas de economia solidária pelo olhar do Paradigma da Complexidade. Espera-se que este trabalho torne-se uma parte para ser (re)tecida em conjunto com outras partes de conhecimento já produzido.

Para isto três objetivos direcionaram esta pesquisa: discutir as cooperativas de economia solidária no processo capitalista vigente mantendo, ou não, seus princípios de solidariedade; entender como as relações de trabalho constituem e são constituídas pela comunicação organizacional no contexto das cooperativas de economia solidária; e compreender de que forma os mitos, ritos, heróis e as relações de poder, enquanto elementos simbólicos da comunicação organizacional, interagem, alteram, interferem e (re)criam as identidades e o imaginário dos cooperativados.

Com o propósito de construir o pensamento do trabalho, que por hora se faz todo, e posteriormente será parte, foi necessário fragmentá-lo para o melhor entendimento. Na primeira parte descreveu-se o contexto da pesquisa, trazendo o objeto em análise, assim como os processos de reflexões que sustentam esta caminhada: o pensamento complexo, o interacionismo simbólico e as técnicas de pesquisa.

⁶ Discutido posteriormente.

Em um segundo momento desenvolveu-se um olhar sobre a economia, principalmente social, tendo uma passagem pelas divisões internacionais do trabalho que constituem o cenário atual do mercado de trabalho. Referenciou-se, brevemente, os movimentos sociais para se chegar à economia solidária e sua forma de autogestão quando assumem características de organizações.

Em seguida procurou-se um entendimento do sujeito no contexto das organizações e como se efetiva a relação sujeito/sujeito e sujeito/organização, em especial nas cooperativas de economia solidária, que podem ser consideradas, em alguns momentos desta análise, como comunidades. Abordou-se também a cultura nas organizações e como esta (re)cria os sujeitos e é (re)criada por eles tendo como base suas identidades e imaginários.

Desenvolveu-se, ainda, a tentativa de um entendimento da comunicação para além do midiático. Uma comunicação entre os sujeitos e organização em processo constante de (re)construção de suas culturas⁷, identidades e imaginários. Como possibilidade de apropriação deste processo de comunicação, selecionou-se alguns elementos simbólicos da cultura organizacional na perspectiva da análise proposta. Estes elementos são os mitos, ritos, heróis e as relações de poder organizacionais. A escolha por estes elementos simbólicos aconteceu principalmente porque, para que se efetivem, precisam que os sujeitos interajam/comuniquem entre si.

Para a análise dos dados coletados, que evidenciaram alguns apontamentos e desapontamentos, finalmente configurou-se uma cartografia com o objeto de estudo (re)tecido em sua contextualização e uma apropriação recursiva com os autores que embasam a pesquisa. O objeto de estudo consolidou-se pela Cooperativa Agropecuária de Produção e Comercialização Vida Natural – Coopernatural⁸, de Picada Café, região da chamada serra do Rio Grande do Sul, e nela se observou os processos comunicativos organizacionais, as relações de trabalho e a (re)configuração dos mitos, ritos, heróis e relações de poder para a constituição da identidade e imaginário dos sujeitos pela comunicação. Para tal utilizou-se os diálogos gravados nas observações

⁷ Assume-se neste trabalho o conceito de cultura sugerido por Geertz (1989, p.15) “o homem é um animal suspenso em teias de significados que ele mesmo teceu, entendendo a cultura como sendo essas teias”. Desta forma o sujeito cria-se e (re)cria-se na cultura criando-a e (re)criando-a constantemente. Conceito discutido posteriormente.

⁸ Apresentada detalhadamente de forma recursiva ao longo do texto

participantes (PERUZZO, 2008) e as informações das entrevistas em profundidade (DUARTE, 2008) como tentativa de compreender as relações de trabalho e o ideário organizacional com seus possíveis reflexos junto aos cooperativados da Coopernatural.

O Paradigma da Complexidade considera o “homem complexo” como parte e como o todo, ambas cheias de razão e emoção, um *Homo sapiens, faber e economicus* e também um *Homo demens, ludens e consumans* ao mesmo tempo. Se esta ciente do risco com esta proposição de pesquisa, pois de acordo com o que Morin (2007) sugere, não há teoria sem brecha, não há pensamento sem risco, e é nisto que o pensamento desta pesquisa se apóia: na brecha, no risco, na incerteza, na desordem para a geração de novos conhecimentos.

1 DELINEAMENTOS DO PROCESSO DE PESQUISA

A construção e reconstrução das pesquisas em ciências sociais estão em busca constante da produção de novos conhecimentos. A fonte de todo o conhecimento encontra-se no sujeito que o produz e está indissociável deste. Porém, não é somente o ser que condiciona o conhecer, mas também o conhecer que condiciona o ser de forma retroativa possibilitando à vida autoorganizar-se com o conhecimento (MORIN, 2008a) que pode, ou não, permanecer no interior da linguagem, do pensamento e da consciência, instaurando um sistema de metapontos de vista sobre o conhecimento.

Neste estudo pretende-se construir um conhecimento com o conhecimento autoorganizador do Paradigma da Complexidade. Por isto, faz-se necessário a descrição, para posterior entendimento, dos pontos relevantes da Complexidade. Interagem com o Paradigma, como alternativa de caminhada, o Interacionismo Simbólico, na expectativa que partes dos elementos que o compõem auxiliem na apropriação do objeto de estudo. Descreve-se primeiramente o objeto em análise e em seguida a forma de entendimento do Paradigma da Complexidade, do Interacionismo Simbólico, assim como as técnicas de pesquisa sinalizam o caminho a ser seguido neste trabalho.

Com isto apresenta-se o objeto em análise neste estudo para posteriores interpretações e reinterpretações. Em agosto de 2001, um grupo de pessoas se reuniu para assistir a uma palestra promovida pela Emater/RS sobre agricultura agroecológica na Serra Gaúcha. Deste grupo, onze pessoas fundaram a Associação Vida Natural na cidade de Picada Café/RS. Até a fundação desta Associação, praticamente todos os associados faziam parte da grande indústria.

Com a capacidade de mobilização destes sujeitos e com a fundação da Associação, foi criada a Cooperativa Coopernatural. A partir de uma assembleia realizada em 21 de setembro de 2004, a Associação Vida Natural se transformou na

Cooperativa Agropecuária de Produção e Comercialização Vida Natural – Coopernatural, que atualmente conta com vinte e sete sócios⁹.

O embrião da Cooperativa foi, portanto, a Associação Vida Natural, que surgiu do desejo de onze produtores rurais orgânicos de pequeno porte da Serra Gaúcha de construir uma organização que viesse a colaborar na promoção da agricultura familiar e ecológica da região. A Coopernatural constituiu-se para promover e fomentar uma agricultura sustentável, tanto do ponto de vista ecológico, como socioeconômico, 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. Esta 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 (2008)¹⁰.

Neste sentido, a cooperativa,

⁹ <http://www.coopernatural.com.br/>. Este dado foi alterado durante a coleta de dados.

¹⁰ Neste trabalho não serão usados os nomes reais dos cooperativados a fim de proteger o bem estar dos indivíduos entrevistados e preservar a organização de pesquisa. Segundo o pesquisador Goldim (2002), a relação da pesquisa com a sociedade pode ser abordada nos aspectos relativos tanto à proteção dos indivíduos (sujeitos da pesquisa, pesquisadores e trabalhadores envolvidos) quanto à divulgação de resultado. Assim, os nomes dos cooperativados, quando usados, serão fictícios, assim como demais nomes de sujeitos envolvidos nesta pesquisa. Aponta-se também para o fato de que no segundo semestre de 2011, enquanto esta pesquisa estava em desenvolvimento, houve troca do presidente da cooperativa. Entretanto, os dados iniciais, aqui apresentados foram coletados, através de pesquisa exploratória, com o presidente atuante no primeiro semestre de 2011. Este assunto será abordado no decorrer do trabalho.

com base na colaboração recíproca a que se obrigam seus associados, tem como objetivo principal proporcionar o exercício da atividade profissional aos Agricultores, residentes em sua área de ação, no beneficiamento e comercialização da produção de produtos sem agrotóxicos, exportação, importação e comércio de produtos alimentícios (ESTATUTO SOCIAL DA COOPERNATURAL, 2004).

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. Para a realização dos objetivos sociais, a cooperativa preocupa-se com as condições de trabalho dos seus cooperativados e da sua família, com o lado social e a economia solidária. Segundo seu próprio Estatuto Social (2004)¹¹, a Cooperativa tem entre outras ações:

- Contratar serviços para seus associados em condições e preços convenientes;
- Fornecer assistência aos associados no que for necessário para a melhor execução do trabalho;
- Providenciar e organizar os trabalhos de modo a aproveitar a capacidade dos associados, sempre distribuindo-os conforme suas aptidões e os interesses coletivos dos mesmos;
- Realizar em companhias seguradoras, em benefício de seus interessados, seguro de vida coletivo e de acidente de trabalho se assim lhes convier;
- Prestar assistência social e educacional aos associados e respectivos dependentes, bem como aos prestadores de serviços;
- Promover, mediante convênio com entidades especializadas, públicas ou privadas, o aprimoramento técnico, profissional e educacional de seus associados, tendo sempre em vista a educação cooperativista e ecológica e a racionalização dos meios de produção;
- Promover a pesquisa científica de modo geral e, de modo específico, sobre produção, fabricação, distribuição, armazenamento, consumo e qualidade dos alimentos, mantendo relações com órgãos e instituições afins.

¹¹ Anexo 1.

Atualmente a Coopernatural constitui-se como cooperativa atuante no sul do Brasil, principalmente na região da Serra Gaúcha, em que existe uma tradição de formar cooperativas. De acordo com o presidente em entrevista

Somos de origem alemã e na Alemanha este movimento é tradicional. Somos um povo muito unido. A primeira cooperativa do Brasil nasceu aqui, numa experiência do Padre Jesuíta Theodor Amstad, que chegou ao país em 1890, fundando a primeira Cooperativa no Brasil em 1902. Por isso, ao nosso ponto de vista, não somente funciona como é algo primordial. (PRESIDENTE, 2008)

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. Com isso, cada vez mais pessoas são atraídas para o empreendimento. Para ser sócio da Coopernatural, segundo seu Estatuto Social (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 apenas da cidade de atuação da Coopernatural. Atualmente 90% da produção da Cooperativa provém dos cooperados da Serra Gaúcha das cidades de Picada Café, Farroupilha, Garibaldi e Ipê (PRESIDENTE, 2008) .

Poderá ingressar na cooperativa, salvo se houver impossibilidade técnica de prestação de serviços, qualquer agricultor que esteja desenvolvendo suas atividades sem o uso de agrotóxicos na área de ação da cooperativa, desde que observe as disposições deste Estatuto e não pratique outra atividade que possa prejudicar ou colidir com os interesses e objetivos da entidade. (ESTATUTO SOCIAL - COOPERNATURAL, 2004)

Esta forma de indicação por outros sócios para o ingresso na cooperativa é justificada pelo presidente (2011) quando 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 produtos¹² 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 estes 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)

A Coopernatural comercializa seus produtos junto às lojas específicas do ramo de produtos agroecológicos ou interessados, para que estes não percam as suas qualidades. Segundo o presidente (2011), existe muito mais que comércio nesta relação entre a loja e a Coopernatural, “as nossas frutas são saborosas no pé e os nossos produtos são reflexo desta qualidade”. O grupo não deseja que o consumidor consuma e saboreie os produtos sem as qualidades necessárias e, para conseguir isso é preciso muito mais que comércio.

¹² Abóbora em Calda, Açúcar Mascavo, Ambrosia, Ameixa em Calda, Amendoim torrado sem casca, Carambola em Calda, Chá de Alcachofra, Chá de Bugre, Chá de Camomila, Chá de Carqueja, Chá de Casca de Nozes, Chá de Cavalinha, Chá de Chapéu de Couro, Chá de Erva Cidreira, Chá de Erva São João, Chá de Ginkgo Biloba, Chá de Hibiscus, Chá de Hortelã, Chá de Macela, Chá de Malva, Chá de Maracujá, Chá de Melissa, Chá de Pata de Vaca, Chá de Sálvia, Chuchu em Calda, Doce de Leite Mimosa com Cacau, Doce de Leite Mimosa com Castanhas, Doce de Leite Mimosa com Coco, Doce de Leite Mimosa com Nozes, Doce de Leite Mimosa Tradicional, Extrato de Tomate, Figos em Calda, Geléia de Amora, Geléia de Goiaba, Geléia de Jabuticaba, Geléia de Kinkan, Geléia de Menta, Geléia de Morango, Geléia de Morango com Pimenta, Geléia de pêssego, Geléia de Uva, Geléia de Uva sem açúcar, Laranja Cidra em Calda, Melado, Mel com florada predominante Laranjeira, Mel com florada predominante Silvestre, Mel de Jataí, Néctar de Pêssego, Nozes, Pêssegos em Calda, Sabonete Amarelo, Sabonete Verde, Suco de Uva, Suco Tropical de Goiaba, Vinho Cabernet Sauvignon - 750ml, Vinho Tinto Seco de Mesa Bordô

Cultivamos nossas lavouras e nossos pomares, mas a nossa meta principal é cultivar a amizade que criamos com as lojas. E com certeza, a nossa dedicação é transmitida pelo lojista ao consumidor. É isso que nos dá o prazer pessoal de participar desta cadeia. Firmamos relações prazerosas e sadias, sejam elas entre nós e a natureza, sejam elas entre nós e nossos consumidores através das pequenas lojas. (PRESIDENTE, 2008)

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.

1.1 Entendendo o processo de reflexão para uma caminhada: o pensamento complexo

Morin (1991) descreve o pensamento complexo como algo que originariamente se tece junto, um pensamento que se desenvolve sem limites disciplinares, buscando distinguir (mas não separar) e ligar, afirmando 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 dialógico¹³ permite manter a dualidade no seio da unidade, associando, ao mesmo tempo, movimentos complementares e antagônicos; o princípio recursivo¹⁴ 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 num ciclo autoconstitutivo, auto-organizador e

¹³ Como exemplo, a ordem e a desordem podem ser concebidos em termos dialógicos. A ordem e a desordem são dois inimigos: um suprime o outro, mas ao mesmo tempo, em certos casos, colaboram e produzem organização e complexidade (MORIN, 1991).

¹⁴ Como exemplo, a reprodução humana: o sujeito é produto de um processo de reprodução que é anterior a ele, mas uma vez produzido torna-se o novo produtor do processo que vai continuar (MORIN, 1991).

autoprodutor; e, por fim, o princípio hologramático¹⁵, no qual não apenas a parte está no todo, mas o todo está na parte. Estes 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 idéia hologramática está ligada à idéia recursiva, que por sua vez está ligada à idéia dialógica em parte. (MORIN, 1991, p. 90)

Esta pesquisa busca a compreensão¹⁶ da comunicação organizacional como um todo, tendo como parte, a comunicação das cooperativas de economia solidária. Espera-se com isso não separar e distinguir esta forma alternativa de se fazer economia¹⁷ do processo capitalista vigente, mas se busca discutir a economia solidária e o capitalismo como parte integrante de um mesmo sistema, tecidos conjuntamente em processo econômico e social.

O pensamento complexo reconhece, também, que o sujeito está incluso no objeto de estudo. Salieta-se que se faz necessário, antes da apropriação do objeto, o reconhecimento do próprio pensamento do pesquisador, para que ambos, objeto e pensamento, se autoproduzam juntos para a (re)construção de um novo conhecimento.

¹⁵ Como exemplo, cada célula de um organismo contém a totalidade da informação genética deste organismo. (MORIN, 1991).

¹⁶ 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. Esta 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.

¹⁷ Entende-se a economia solidária.

A compreensão, ainda que inicial, se faz à medida que o pesquisador se reconhece enquanto pesquisador, e reconhece, também, seu pensamento, para posteriormente compreender o seu objeto de estudo. Seria o conhecimento próprio do pesquisador possibilitando a geração de um novo conhecimento.

O Paradigma da Complexidade procura estabelecer diálogo entre as partes e seu todo, desfazendo limites entre diferentes áreas do saber com a sua característica transdisciplinar¹⁸ permitindo-lhes a comunicação. Logo é preciso substituir os pensamentos que separam por pensamentos que unem, é preciso uma reforma no pensamento para que se substitua a linearidade pela transdisciplinaridade (MORIN, 2008a). O pensamento complexo comporta e desenvolve diferentes tipos ou modos de inteligência, mas os supera pela importância de seu componente reflexivo. Do mesmo modo como a inteligência, o pensamento complexo também resolve problemas, mas propõe outros mais profundos, gerais, sem solução (MORIN, 2007). Ele se autoproduz, no sentido de que quanto mais problematiza, mais se problematiza. Sob esta perspectiva para o pensamento complexo se autoproduzir, precisa se problematizar e, esta problematização só acontece quando o pesquisador se (re)conhece e, a partir deste (re)conhecimento, torna-se capaz de interagir com o objeto de estudo sem ver a sua finalização.

Sendo assim, o movimento organizador e criador do pensamento é um complexo dialógico que aciona as competências complementares e antagônicas da mente entre o racional e o empírico, o lógico e o analógico, o racional e o mítico, o preciso e o vago, a certeza e a incerteza, a intenção e a ação, os fins e os meios. Por trás das dialógicas, há a dúvida, a vontade, a imaginação, o sentimento, a angústia diante do mistério do mundo. O pensamento, portanto, implica todo o ser (MORIN, 2007), em relação dialógica, para a geração de um conhecimento e se consolida com o exercício constante do pensamento complexo. Esse, por sua vez, não é um processo isolado, não precisa se restringir a observação, entendimento, análise de um único objeto de estudo, em um determinado momento da vida. Diferentemente, ele pode se tornar uma caminhada constante na vida do pesquisador para que se torne possível a compreensão do

¹⁸ Por transdisciplinaridade entende-se desfazer os limites entre as áreas do conhecimento para que possam se comunicar e gerar novos conhecimentos (MORIN, 2008a).

Paradigma e conseqüentemente a recriação de infinitas possibilidades de problematização. Morin (2007) alerta que a dificuldade de pensar de maneira complexa é extrema. Quanto mais se conhece a complexidade, mais torna-se necessário se complexificar o seu exercício, e mais difíceis e múltiplas são as combinações das qualidades que o aciona.

1.1.1 O Paradigma para o conhecimento do conhecimento

A renúncia à completude é a condição do conhecimento do conhecimento. Não é preciso criar uma metalinguagem, um metapensamento, uma metaconsciência do conhecimento. Mas sendo o conhecimento, analisado como uma aptidão do espírito permite instaurar um sistema de metapontos de vista sobre o conhecimento. Morin (2008b) explica a relação do cérebro com o espírito, no qual o cérebro é o computador central do aparelho neurocerebral destinado à capacidade cognitiva, sensorial, e o espírito é a atividade pensante. As atividades do espírito humano não escapam à computação. O pensamento (espírito) emerge das operações computantes da máquina cerebral e retroage sobre estas operações, desenvolvendo-a, transformando-a e formulando-as em linguagem (recursivo). O conhecimento é fruto da atividade cerebral, mas também, fruto de uma organização do pensamento na/sobre/com a atividade cerebral.

Neste contexto, o Paradigma da Complexidade coloca o sujeito como peça fundamental da produção de conhecimento, é o pensamento (espírito) agindo sobre/na/com a atividade cerebral. Assim, o Paradigma abre os limites do pensamento (e os limites das ciências também) para possibilitar a intervenção do sujeito sobre o conhecimento, uma vez que as ciências ditas “normais” ou “duras” excluem o sujeito do conhecimento. O conhecimento do conhecimento precisa enfrentar o paradoxo de um conhecimento que só é seu próprio objeto porque emana de um sujeito. O operador do conhecimento precisa tornar-se seu objeto. Assim, o pesquisador que procura produzir

um novo conhecimento pode levar em consideração as premissas do Paradigma e não fazer do seu uso uma forma de metodologia¹⁹.

O método auxilia a pensar por si mesmo para responder ao desafio da complexidade dos problemas, diferente da metodologia, que são as guias que programam as pesquisas (MORIN, 2008a). O método não é o caminho, é a caminhada: ao invés de apenas separar, pode juntar; ao invés de só explicar, necessita compreender. O método não possibilitará uma resposta finalizada, uma conclusão. O método, como Morin (2008a) aponta, se torna uma forma de pensar na qual o pesquisador precisa integrar o espírito e cérebro, ou seja, usar o método da complexidade como atividade cerebral, (caminhada) e como caminho, sem excluir nenhuma das possibilidades.

A postura de pesquisador, utilizando o método apenas como caminho e não como caminhada, faz recorrer ao grande problema do saber contemporâneo, que ergue-se como uma Torre de Babel que domina o pesquisador mais do que este a domina (MORIN, 2008a). O pesquisador precisa dominar a complexidade pela sua compreensão, e não simplesmente pela sua explicação. A compreensão acontece quando o exercício do pensamento complexo se efetiva. Assim, o conhecimento comporta aspectos individuais e subjetivos ao desacomodar o sujeito do seu lugar de verdades, levando-o a procurar os erros da sua ciência para que de fato possa gerar conhecimento do conhecimento. Com isto, as ideias se auto-produzem. O apego a estas ideias e o desejo infinito pelo conhecimento são o seu motor mais potente. Entretanto, o desejo pelo conhecimento acaba gerando muitas buscas pela verdade predeterminada, chegando ao aconchego da certeza, que por sua vez inviabiliza novos conhecimentos. Um pesquisador com pensamento complexo busca questionar outra verdade, outra certeza para produzir um novo conhecimento. É com o questionamento do conhecimento que o método necessita da compreensão e não apenas de explicação. Esta duplicidade de conhecimentos dá formação ao duplo pensamento: empírico, lógico, racional, mas também simbólico e imaginário para (re)tecer a realidade complexa impressa em uma cultura.

¹⁹ Para Morin (2008a), método e metodologia são assumidas de forma diferentes. A metodologia são guias *a priori* que programam as pesquisas. O método será explicado no texto.

Sob esta perspectiva, o conhecimento é puramente humano e uma atividade cerebral que determina a evolução cultural da humanidade. O conhecimento é vivo e é de um indivíduo, ao mesmo tempo produto e produtor. O conhecimento pode objetivar-se, mas continua, de certa forma, refém do indivíduo, que por sua vez é limitado pelo que quer ver e o que pode ver. É a derrubada deste limite que a complexidade sugere como a possibilidade do pensamento e conhecimento complexos. Mas, de qualquer forma, todo conhecimento é uma atividade do espírito e da atividade cerebral imerso em uma cultura, uma vez que o conhecimento está ligado à cultura, à organização social e à práxis histórica. O conhecimento é produzido por estes elementos assim como é produtor.

Morin (2008a) propõe a revolução mental: quando os indivíduos deixam de se submeter às regras e crenças e tornam-se sujeitos do conhecimento, o espírito individual lhes permite refletir e pensar as questões sociais, políticas e culturais a que não tinham acesso. Estes passam a perceber a pluralidade da sociedade aberta e complexa, próprias à cultura e ao conhecimento.

Com isto, percebe-se que é possível chegar bem próximo ao fim da crise do conhecimento que acontece com a degradação da reflexão. Morin (2008a) fala que a trivialização do conhecimento faz dele um produto determinado e qualquer, e toda a ideia torna-se ideologia²⁰, logo conhecimento falso. A objetividade, a verdade e o erro é o desafio da complexidade no mundo do conhecer. O conhecimento do conhecimento requer uma reforma dos princípios organizadores do próprio conhecimento, e tal reforma necessita do conhecimento do conhecimento de forma recursiva para se concretizar (MORIN, 1991).

Para a construção do conhecimento há necessidade da relação dialógica para a auto-eco-organização. Morin alerta constantemente que é necessário considerar o meio²¹ como organização complexa, a qual, como um todo, sofre, comporta, produz desordem e ordem em uma relação dialógica. Assim surge a ideia do anel eco-organizador que começa a indicar que não apenas uma reorganização permanente

²⁰ Para Morin (1991), a palavra ideologia é um sistema de ideias: “Quando falo de ideologia, não denuncio nem designo as ideias dos outros. Reduzo uma teoria, uma doutrina, uma filosofia ao seu grau zero, que é ser um sistema de idéias.” (MORIN, 1991. P. 135)

²¹ Espaço onde tudo acontece (MORIN, 1991).

responde à desorganização também permanente, mas, sobretudo que o processo de reorganização se encontra no próprio processo de desorganização (MORIN, 2002). Entretanto, as desordens não fazem retroceder a ordem, mas sim remetem a uma nova ordem. A constante reorganização é produção permanente de outra ordem que ainda não havia sido contemplada. Desta forma, o sistema complexo torna-se implicado, proporcionalmente, pelo aumento de ordem, de desordem, de organização e de reorganização.

A organização proposta por Morin acontece em uma relação dialógica de eco-organização: não é a estabilidade, mas a aptidão para construir novas estabilidades; não é o retorno ao equilíbrio, mas a aptidão de reorganização, de reorganizar a si mesma de novas maneiras, sob o efeito de novas desorganizações. Isso ocasiona a evolução sob a irrupção perturbadora do novo, e esta aptidão evolutiva é que permite à vida não somente sobreviver, mas desenvolver-se ou desenvolver-se para sobreviver. Morin (2002) propõe a necessidade da relação dialógica entre ordem e desordem, certeza e incerteza, organização e desorganização, para que ocorra um processo evolutivo, ou seja, para que qualquer coisa²² evolua, é necessário que ela saia do centro de equilíbrio, da sua ordem normal, do seu centro de referência, e passe por um processo de desequilíbrio, desordem e desorganização. O que se espera de uma organização é que o clímax²³ seja rompido para que o desenvolvimento prossiga, ou seja, este clímax é o estado estacionário de uma organização, e precisa da desordem para se desenvolver. Com este pensamento, torna-se possível entender um dos primeiros processos desta pesquisa: as cooperativas de economia solidária estão em constante desordem e ruptura do seu clímax para se auto-eco-organizarem dentro do processo capitalista²⁴ vigente. Esta possibilidade de evolução através da relação dialógica dá origem ao princípio proposto por Morin, a auto-eco-organização, pois ela somente existe dentro de um ecossistema²⁵ se as “coisas” forem capazes de se reorganizar.

²² Aqui, como “coisa” refere-se à espécie viva com sua flora e fauna, a espécie humana, as ciências exatas e o próprio pensamento. (MORIN, 2002)

²³ Entendido como o estado de equilíbrio (MORIN, 2002)

²⁴ Deixa-se claro, de acordo com explicações posteriores, que a economia solidária não é considerada um modelo econômico paralelo ao modelo capitalista contemporâneo, mas a economia solidária torna-se uma forma alternativa de fazer economia integrada à lógica vigente.

²⁵ Conjunto de interações numa unidade geofísica determinável contendo diversas populações vivas (MORIN, 2002)

Com isto o autor propõe que tudo pode ser visto por dois ângulos ou mais. Por exemplo: tudo o que parece como bondade natural pode ser visto sob outro ângulo, como uma barbárie natural. Os grandes gestos de solidariedade são de fato tecidos de servidão, alienação e exploração. Se a servidão é o que impede um ser vivo de realizar suas próprias finalidades, se a exploração é a obrigação imposta a um ser vivo de consagrar seus recursos energéticos e organizacionais em benefício de outros seres e entidades que o coagem, e se a alienação é a perda do controle de si em benefício do que lhe é estranho, então cada ser vivo é subjugado, alienado, explorado em permanência, não apenas por outros seres vivos, mas também pelo todo eco-organizador (MORIN, 2002). Para ser eco-organizador complexo, pode-se olhar “binocularmente” a bondade e a crueldade naturais como constituindo a face de uma mesma realidade. Esta forma de olhar por dois ângulos, e até por mais ângulos se for possível, é o que auxilia no processo de ultrapassar os limites disciplinares que regem as ciências e pensar de forma transdisciplinar e complexa. Assim se percebe a capacidade do pensamento complexo de se tornar recursivo e de se constituir na produção do pesquisador. Então, antes de pensar complexo é preciso aprender a olhar o mundo de forma complexa sob vários ângulos.

Neste sentido, a relação dialógica que ocasiona a eco-organização ocorre, também, em sistemas de comunicação. Morin (2002) fala da ecocomunicação na qual os ecossistemas comportam inúmeras redes de comunicação entre congêneres, que dispõem cada uma de uma gama de signos, sinais ou linguagens que somente são entendidos entre os seres de um mesmo sistema. Entretanto, a necessidade de se desenvolver diante de um processo de desorganização possibilita que um sistema compreenda outro sistema (presa/predador). Neste sentido, a ecocomunicação acontece por meio da solidariedade (mesmo sistema) ou, também, de antagonismos (sistemas diferentes). É pelos antagonismos que sistemas não comunicantes buscam se comunicar e que a informação supera obstáculos e barreiras, disseminando-se entre diferentes sistemas. É pelo dialógico que a comunicação transpassa a ecocomunicação e se dissipa, evolui e é capaz de fazer com que diferentes se comuniquem. Assim, é também pelas possibilidades de comunicação entre os antagonismos – economia

solidária X capitalismo – que a economia solidária se reinventa, revive, evolui e sobrevive.

Cada ser vivo (no âmago do seu sistema) é um emissor e um receptor. Uma rede de comunicação é (re)tecida a partir deste emissor e deste receptor e, de um em um, do próximo ao distante, as redes sobrepõem-se, recobrem-se, interferem umas nas outras, encontram-se, ramificam-se numa espécie de polirrede recomeçada que (re)constitui, em suma, a teia, o tecido comunicacional da eco-organização (MORIN, 2002). A comunicação se faz teia, pois emana de todos os emissores para todos os receptores em sistemas diferentes e de forma circular. Mas, há imensos buracos e vazios comunicacionais que abrem espaço para o aparecimento de incertezas. Uma vez que isto acontece, ocorre, conseqüentemente, o surgimento e o desenvolvimento de um novo processo de comunicação. Sendo assim, o vazio da comunicação não é apenas degradante na organização, mas alimenta a sua complexidade.

Chega-se então à ideia de que a eco-organização é uma máquina viva computacional/informacional/comunicacional, no sentido de que dispõe da possibilidade de interações entre sistemas. Estas, por sua vez, acontecem de forma casual, sem um aparelho regulador, mas também de forma inteligente, na medida em que um ser vivo precisa de outro para se desenvolver ou sobreviver.

A maneira como a comunicação se efetiva e se concretiza, seja casual ou inteligente, tende a fazer com que da incerteza, surgida neste processo, outras possibilidades de comunicação possam aparecer para o indivíduo. Este processo, com essa nova forma de comunicação, pode ser transdisciplinar²⁶, uma vez que rompe os limites de uma comunicação estabelecida e possibilita que diferentes se comuniquem e vivenciem outros mundos. Entretanto, este processo nem sempre acontece de forma automática, simples e direta. Parece ser subjetiva a capacidade do homem de se comunicar com os diferentes. A capacidade de comunicação e interação humana com outros sistemas caminha, juntamente, com a vontade, e, principalmente, com a necessidade de estabelecer uma comunicação com o outro. Este processo ocorre quando é necessário para a sobrevivência do sujeito desenvolver a comunicação.

²⁶ Conceito já abordado.

O mesmo ocorre com o pensamento complexo. Pensar de forma complexa, ultrapassando os limites de um campo de atuação é subjetivo, uma vez que este pensamento, assim como o desenvolvimento do processo de comunicação com diferentes, desacomoda o sujeito do seu lugar comum fazendo com que ele, por sua vez, passe a ver, falar e vivenciar outras realidades. O pensamento complexo tende a acontecer quando o pesquisador sai do seu lugar comum em busca do olhar transdisciplinar, da vivência diferente.

1.2 O interacionismo simbólico como lente para enxergar a comunicação

Para estabelecer outra possibilidade de pesquisa que dialogue com o Paradigma da Complexidade, o interacionismo simbólico é utilizado como alternativa de caminhada, na expectativa que, partes dos elementos que o compõem, auxiliem na tentativa de apropriação da interação social e da comunicação (RUDIGER, 1998). O interacionismo simbólico é a lente alternativa desta pesquisa utilizada para o entendimento da comunicação na cooperativa de economia solidária através da comunicação simbólica.

Segundo Littlejohn (1982), o interacionismo simbólico surgiu junto à Escola de Chicago, tendo como base a tese de que a sociedade não pode ser estudada fora dos processos de interação, constituída simbolicamente pela comunicação, entre as pessoas. George Herbert Mead (1993) é considerado por muitos estudiosos o grande instigador do pensamento do interacionismo simbólico, pois sempre teve como maior preocupação a relação dos seres humanos com a situação social. A perspectiva do autor sustenta que o comportamento dos sujeitos necessita ser estudado junto ao contexto em que o comportamento ocorre e a percepção que estes têm de seu ambiente.

Esse contexto no qual o sujeito está inserido, ou o seu meio ambiente, é composto por elementos simbólicos que podem gerar diferentes significados conforme a interação social dos sujeitos/sujeitos e sujeitos/elementos simbólicos. A interação mediada por elementos simbólicos é compreendida pelos interacionistas como um processo de comunicação. Ou seja, o mundo simbólico se constrói pela interação e comunicação entre duas ou mais pessoas que agem em relação às coisas baseando-se

no significado que estas têm para elas. Estes significados são resultantes da sua interação social e são modificados por sua interpretação.

Littlejohn (1982) cita os três pressupostos criado por Blumer (1987), também pesquisador do interacionismo simbólico:

- Os seres humanos agem em relação às coisas com base no significado que estas possuem para eles;
- O significado de tais coisas deriva, ou decorre, da interação social que o indivíduo tem com seus semelhantes;
- Esses significados são manipulados e modificados através de um processo interpretativo usado pelas pessoas no trato com as coisas com as quais se defrontam, isto é, trata-se de um produto da vida social.

As interações sociais em uma cooperativa de economia solidária são intermediadas por vários elementos simbólicos, e, para tal, a proposta de Mead (1993) norteou, sob a perspectiva da pesquisadora, o desenvolvimento deste estudo. O recorte epistemológico esta baseado no pensamento deste autor, pois é o que mais se aproxima do objeto desta tese. Para tal, se faz necessário analisar as três facetas de sua abordagem.

A primeira faceta trata da sociedade ou da vida em grupo, neste caso a cooperativa de economia solidária, na qual há um aglomerado de comportamentos cooperativados por parte de seus membros. Este comportamento cooperativo humano consiste em interpretar as ações, interações e os símbolos da outra pessoa e em responder de um modo apropriado. O símbolo é interpretado pelo receptor e isso se torna a essência da comunicação interpessoal. Essa noção de resposta mútua faz do interacionismo simbólico uma perspectiva vital da comunicação. O símbolo pode possuir um significado compartilhado entre os sujeitos do grupo da cooperativa de economia solidária, assim como, uma interpretação das ações e interações dos sujeitos com estes símbolos diante das várias possibilidades de comunicação da cooperativa.

A segunda faceta proposta por Mead (1993) é o “eu”. Aqui Mead percebe a capacidade do sujeito de usar símbolos significativos para responder a ele mesmo e criar pensamentos que podem ou não ser consumados na conduta manifesta. É a capacidade que o sujeito tem de atuar em relação ao seu eu. Neste sentido, pode ser

possível, ou não, o entendimento da constituição da identidade e do imaginário do sujeito no contexto da cooperativa de economia solidária, percebendo como o sujeito da cooperativa interpreta os símbolos para a construção do seu eu. O sujeito interage com os símbolos significativos do grupo a que pertence e os interioriza. Quando isto acontece, o interacionismo simbólico de Mead (1993) propõe a terceira faceta: a mente.

A mente é a capacidade de reflexão mental que torna o sujeito ator e não reator passivo dos símbolos a que está exposto. Sob esta perspectiva, o símbolo pode ser percebido pelo sujeito com base na sua capacidade de reflexão mental. O sujeito reflete sobre a sua integração na cooperativa de economia solidária e sobre a interação com os princípios de solidariedade para situar a sua ligação com este grupo e seus sentimentos de pertença.

Com estas três facetas, Mead (1993) percebe o sujeito como um organismo biologicamente avançado com capacidade de pensamento racional, de criação de seus próprios significados para os símbolos aos quais se defronta e de interação e efetivação de processos de comunicação. Os sujeitos que estão em processo de comunicação, interação, interpretação e reflexão com os símbolos da cooperativa de economia solidária fazem a cooperativa se (re)construir constantemente.

A pessoa é a fase mais importante do desenvolvimento social porque a sociedade só surge graças à possibilidade de internalização desta atitude social nas relações de toda a comunidade. A mudança que tem lugar devido a esta internalização da conversação dos gestos na conduta do indivíduo é uma mudança que ocorre na experiência de todos os indivíduos componentes da sociedade. (MEAD, 1993, p. 218)

A cooperativa de economia solidária (re)surge na mudança de conduta de sujeitos que buscam o seu desenvolvimento social. Possivelmente²⁷, ou não, estes sujeitos internalizam como atitude social o trabalho cooperativado e a solidariedade nas suas relações em comunidade. Para manter a cooperativa com seus princípios solidários, torna-se necessário que seus símbolos interajam e comuniquem cada vez mais entre os

²⁷ É necessário observar com mais detalhes nos próximos passos da pesquisa com as perspectivas propostas pelo interacionismo simbólico.

sujeitos para que a cooperativa se reinvente, reconstrua-se e abandone constantemente seu clímax em busca de evolução no processo capitalista vigente.

1.3 Os procedimentos metodológicos: em busca de informações para a compreensão

O Paradigma da Complexidade, que permite ligar as coisas que parecem separadas uma em relação às outras é utilizado como método desta pesquisa, e o interacionismo simbólico como caminho alternativo e lente para enxergar as possibilidades de comunicação junto ao objeto de estudo na perspectiva de tentar amenizar as incertezas desta pesquisa.

As partes que compõem este trabalho têm origem em um estudo teórico²⁸ e servem de suporte para a análise da cooperativa de economia solidária, que estabelece relações de trabalho, determinantes ou não, para (re)tecer as identidades e imaginários dos indivíduos que compõem a cooperativa através dos processos de comunicação. Após a apresentação dos procedimentos de pesquisa, estas partes foram trabalhadas conceitual e teoricamente com finalidade de, num momento posterior, tentar ligá-las.

A expressão “Ciências Sociais” costuma ser usada para indicar diferentes áreas do conhecimento que se preocupam em estudar fenômenos sociais, econômicos, políticos, psicológicos, culturais e educacionais. De maneira geral, é usada pelos estudos que englobam relações de caráter humano e social

Este estudo faz uso da pesquisa exploratória qualitativa junto à cooperativa de economia solidária, tendo em vista que um fenômeno pode ser melhor observado no contexto em que ocorre e do qual é parte, podendo ser analisado em uma perspectiva integrada. Aqui, o pesquisador vai a campo captar o fenômeno em estudo pela sua descrição e interpretação, a partir das perspectivas das pessoas nele envolvidas (os níveis de cooperativados), considerando os pontos de vista relevantes para o pesquisador. O intuito é de se obter dados sobre os sujeitos que fazem parte deste objeto de estudo a partir de processos interativos de contato do pesquisador com a situação estudada. O entendimento dos fenômenos acontece pela perspectiva do

²⁸ Economia social e economia solidária, organizações, comunicação e comunicação organizacional com seus elementos e cultura simbólica (mitos, ritos, heróis e relações de poder).

indivíduo, ou seja, dos participantes da situação estudada, mas tornando relevante o ponto de vista do pesquisador.

Segundo Godoy (1995), a abordagem qualitativa, enquanto exercício de pesquisa, não se apresenta como uma proposta rigidamente estruturada. Ela permite que a imaginação e a criatividade levem investigadores a propor trabalhos que explorem novos enfoques, possibilitando a análise de outros aspectos que não os inicialmente sugeridos. Entretanto, a pesquisa qualitativa limita-se a observar o recorte do objeto de estudo dentro do seu contexto, o que impossibilita a generalização dos seus resultados para outros objetos de estudo similares, uma vez que corresponde às peculiaridades do fenômeno observado.

O recorte que o pesquisador faz em termos de espaço é que vai representar uma realidade empírica, ou seja, o ambiente natural do sujeito, a ser estudado a partir das concepções teóricas que fundamentam o objeto de investigação. Neste recorte espacial, diante da lógica das pesquisas sociais, é necessário que este esteja ocupado pelas pessoas e grupos convivendo numa dinâmica de interação social. Essas pessoas e grupos são sujeitos de uma determinada realidade que se pretende investigar, sendo necessária a construção teórica 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 os grupos estudados, propiciando assim a produção de novos conhecimentos.

Este trabalho tem como objeto de estudo a cooperativa de economia solidária já descrita, e, para efetivar a pesquisa exploratória qualitativa, primeiramente foi realizada uma busca bibliográfica sobre o tema proposto. Além de ser indispensável para a pesquisa básica, tal busca também permitiu a articulação e sistematização das áreas do conhecimento aqui trabalhadas. Assim, novas questões foram criadas num processo de incorporação e superação perante aquilo que já estava sendo produzido. O objetivo foi colocar o pesquisador frente aos autores envolvidos com os seguintes temas: economia social, economia solidária, organizações, comunicação, relações de trabalho, identidade, imaginários, mitos, ritos, heróis e relações de poder. Com isso, pretendeu-se, de forma recursiva, evidenciar o pensamento dos autores com base nos assuntos abordados,

acrescidos das ideias e observações do pesquisador. A construção deste referencial teórico orientou os passos das demais etapas do trabalho.

Em relação as técnicas de pesquisa, metodologias no dizer de Morin (2008a), foram usadas a observação participante, a entrevista em profundidade e a pesquisa documental. Na observação participante o pesquisador se inseriu no ambiente natural de ocorrência do fenômeno, ou seja, no grupo da cooperativa de economia solidária, participando das suas atividades, acompanhando e vivendo a situação concreta e interagindo com as situações que abriga o objeto de sua investigação (PERUZZO, 2008). Entretanto, para esta técnica de pesquisa, o pesquisador não necessitou se deixar passar por membro do grupo pesquisado, mantendo, ao invés disso, a sua postura de pesquisador-observador para não interromper os processos normais do objeto estudado. Neste momento observaram-se algumas das possibilidades dos processos comunicativos da cooperativa, dando especial atenção para as formas de interação dos símbolos, como os mitos, ritos, heróis e do estabelecimento das relações de poder. Para tal, fez-se necessário também observar como se estabelecem as relações de trabalho e os níveis hierárquicos, além de captar outros elementos da cultura simbólica da cooperativa, assim como seus processos econômicos e sociais.

A observação participante foi realizada durante três momentos distintos, sendo uma delas no mês de novembro de 2011, outra no mês de janeiro de 2012, e a última no mês de fevereiro de 2012. O horário das observações foi definido pela disponibilidade dos membros da cooperativa, sendo a maioria em finais de semana, nos quais a cooperativa realiza suas reuniões e assembleias. As observações acompanhavam a rotina de produção de algumas famílias durante o dia e acabavam na reunião mensal da cooperativa no final da tarde. As observações foram realizadas até o momento que passaram interferir na rotina produtiva dos cooperativados²⁹. Ressalta-se que nestes dias de observações nem todos os membros da cooperativa participavam das reuniões, não sendo possível, portanto, encontrar com todos. A técnica de observação se justificou por possibilitar uma apreensão do processo de comunicação da cooperativa, assim como as suas formas de relações de trabalho, além de captar e identificar elementos da cultura simbólica e as possibilidades de constituição da identidade e imaginário dos

²⁹ Será explicado com maiores detalhes no decorrer do trabalho

cooperativados. Estes elementos simbólicos são os ritos, mitos, heróis e as relações de poder.

Durante as observações de 2012, foram realizadas as entrevistas em profundidade para recolher outras informações a partir da experiência dos pesquisados na cooperativa de economia solidária. Essas informações foram posteriormente interpretadas e reconstruídas em diálogo com a realidade observada e com os levantamentos bibliográficos. A opção por esta técnica se deu pela sua dinâmica e flexibilidade, útil para a apreensão de uma realidade, tanto para tratar questões relacionadas ao íntimo do entrevistado, como para a descrição dos processos complexos nos quais o pesquisador está envolvido. A entrevista em profundidade configurou-se em uma pseudoconversa a partir do quadro de referencial teórico já realizado (DUARTE, 2008), das questões já observadas e das facetas do interacionismo simbólico. Para este estudo, a entrevista foi organizada em forma de roteiro, havendo apenas uma sequência predeterminada de questões. Entretanto, nada impediu que uma resposta do pesquisado possibilitasse o surgimento de outra pergunta por parte do pesquisador, sendo possível aprofundar alguns dos aspectos significativos para a pesquisa. A capacidade de aprofundar a pesquisa trabalhou com a subjetividade do pesquisado. Contudo, foi preciso levar em consideração a necessidade de o pesquisador manter o foco da pesquisa para garantir a sua relevância. Com esta entrevista individual, pretendeu-se confirmar [ou não] e reforçar [ou não] os pontos que foram levantados na observação não participante, além de uma tentativa de captar como os sujeitos da cooperativa buscam comunicar os seus elementos simbólicos para a constituição de sua identidade e do imaginário.

A entrevista em profundidade individual foi realizada com quatro membros da cooperativa, indicados pelos próprios cooperativados com base na participação de cada um nas atividades da organização. Ainda assim, obteve-se diversidade nas respostas³⁰. As entrevistas foram realizadas em um período posterior à primeira observação e aplicadas durante as duas observações participantes seguintes, para que as perguntas pudessem ser geradas a partir dos dados já observados. A entrevista abordou a interação dos elementos simbólicos da cooperativa e o modo como esta reflete na

³⁰ Dados trabalhos na sequência do trabalho.

identidade e no imaginário dos entrevistados através das facetas do interacionismo simbólico, além de tratar sobre o tema das relações de trabalho estabelecidas dentro da cooperativa. As entrevistas, assim como as observações, foram gravadas e transcritas com base no roteiro (APÊNDICE 1). No decorrer das análises, as informações obtidas na observação participante foram confrontadas com as informações captadas na entrevista em profundidade.

A próxima etapa prevista era a realização de um grupo focal que serviria para comparar e confrontar as percepções obtidas pelas entrevistas individuais e pela observação participante. O grupo focal é uma entrevista coletiva que busca identificar tendências relacionadas à sinergia gerada pela participação conjunta do grupo de entrevistados (COSTA, 2008). Entretanto, o mesmo não aconteceu pela impossibilidade de agrupar os cooperativados em dias e horários pré-estabelecidos, uma vez que cada família ou grupo de cooperativados possuem atividades alternadas em suas rotinas de produção.

Por fim, no decorrer de toda a pesquisa utilizou-se a análise documental, com a finalidade de complementar os dados obtidos pela observação participante e pelas entrevistas em profundidade. Na apropriação destes documentos, pretendeu-se extrair informações científicas que auxiliassem o processo de reflexão sobre o objeto de estudo na expectativa de contextualizar ainda mais fatos, situações e momentos da pesquisa, e gerar novas possibilidades de análises qualitativas. Foram levantadas informações históricas, políticas e culturais da cooperativa, assim como o estatuto da cooperativa, material gráfico, site e outros documentos pertinentes para a pesquisa.

2 DA ECONOMIA PARA A ECONOMIA SOLIDÁRIA

Neste trabalho, a reflexão sobre economia é necessária para um possível entendimento das cooperativas de economia solidária (re)organizadas e inseridas no processo capitalista vigente. Algumas noções básicas de economia serão expostas, mas o foco da discussão apóia-se em autores da economia social.

A economia está ligada a uma condição dialógica: a relação de interdependência entre uma economia micro³¹ e uma economia macro³², em constante processo de transformação. A economia pode ser hologramática, pois cada sociedade tem sua singularidade econômica (economia local), mas que nem por isto representam únicos elementos, tornam-se, na medida do possível, fragmentos do todo. A economia local está no todo, constantemente movimentando e sendo movimentada, alterando e sendo alterada pela economia global. É a recursividade do processo econômico global, alimentado e modificado pela economia local, que por sua vez também é modificada pela economia global.

Neste item a discussão sobre economia esta centrada nos autores que a entendem como um processo mais amplo do que simplesmente autorregulado pelo mercado³³, visualizando-a também como um processo social com reflexos diretos nas condições culturais e políticas de sociedade. Polanyi (2000) destaca que o liberalismo³⁴ interpretou mal a história da Revolução Industrial no momento em que julgou os acontecimentos sociais a partir de um ponto de vista econômico. Para este autor

³¹ Microeconomia designa um ramo da economia que estuda o comportamento das unidades econômicas individuais (empresas e os consumidores) consideradas quer isoladamente, quer nas suas relações mútuas (SINGER, 2001).

³² A Macroeconomia pode ser entendida como a ciência que estuda o comportamento da economia na sua globalidade, através da análise de variáveis globais, tais como produção, investimento, poupança, desemprego, taxas de juro, taxas de câmbio ou o nível geral de preços (SINGER, 2001).

³³ Uma economia de mercado operando tão somente de acordo com a lei da oferta e da procura (SINGER, 2001).

³⁴ Liberalismo pode ser definido como um conjunto de princípios e teorias políticas que apresenta como ponto principal a defesa da liberdade política e econômica. Neste sentido, os liberais são contrários ao forte controle do Estado na economia e na vida das pessoas (SANTOS, 2005).

Revolução Industrial foi apenas o começo de uma revolução tão extrema e radical quanto as que sempre inflamavam as mentes dos sectários, porém o novo credo era totalmente materialista, e acreditava que todos os problemas humanos poderiam ser resolvidos com o dado de uma quantidade ilimitada de bens materiais. (POLANYI, 2000, p. 58)

Reforça-se a ideia do autor na qual é preciso pensar além da economia regulada unicamente pelas lógicas de mercado e interesses materiais, mas também como um processo social. O homem foi o grande agente da Revolução Industrial, que por sua vez teve como consequência grandes transformações econômicas. Polanyi (2000) aponta que a descoberta mais importante nas pesquisas históricas e antropológicas é que a economia do homem, como regra, está submersa em suas relações sociais. O homem não age para salvaguardar somente seus interesses individuais na posse de bens materiais, mas também sua situação, suas exigências e seu patrimônio sociais. Os bens materiais são valorizados na medida em que servem para os propósitos individuais. Nem o processo de produção de bens materiais, nem o processo de distribuição destes estão ligados apenas a interesses econômicos específicos relativos à posse de bens. Cada passo deste processo está atrelado a interesses sociais. É natural que estes interesses sejam diversos numa pequena comunidade de caçadores ou pescadores e numa sociedade mais ampla, mas tanto numa quanto noutra o sistema econômico pode ser dirigido primeiramente por motivações sociais. O processo estabelecido pelo homem entre economia e seus laços sociais³⁵ torna-se uma relação complementar em alguns momentos e antagônica em outros. No entanto, são instâncias necessárias agindo em conjunto para a existência, o funcionamento e o desenvolvimento da sociedade.

Singer (2001) aborda a dificuldade em definir com precisão o conceito de economia e sua fusão com as relações sociais, uma vez que a grande maioria dos economistas sente a necessidade de delimitar seu campo de estudo e análises por razões táticas, ou seja, para não ter que explicar, na maioria das vezes, aspectos da

³⁵ Conceito discutido posteriormente.

vida social no campo econômico. Para o autor, a economia pode ser atividade³⁶ e ciência que tem como objetivo sistematizar a economia como atividade. É necessário salientar que, em se tratando de economia e principalmente de conceitos sobre a mesma, há controvérsias e incompatibilidades que podem, ou não, inspirar grandes revoluções e contrarrevoluções.

Entretanto, Singer converge com o pensamento de Polanyi ao admitir a economia como sendo também um sistema social. Ele desenvolve um entendimento com alguma inspiração no estudo das teorias de Karl Marx. Juntamente com outros notáveis professores da área, entre eles Fernando Henrique Cardoso, Ruth Cardoso e Octavio Ianni, Singer formou o grupo chamado “O Capital”, que se dedicou a estudar Marx e outros autores clássicos que debatiam as condições econômicas da sociedade. De acordo com Souza (2003), pode-se dizer que este grupo foi o embrião do que mais tarde viria a ser o Centro Brasileiro de Análise e Planejamento (Cebrap)³⁷, reunindo na época intelectuais que foram afastados da Universidade de São Paulo - USP.

O enfoque marxista, utilizado como base para os estudos iniciais do Cebrap, ressalta que toda atividade econômica é coletiva, realizada por uma sociedade, grupo ou nação. Diversos grupos se especializam na execução de tarefas distintas necessárias para que ocorra a circulação de bens e serviços. A atividade econômica é aquela, portanto, que se realiza no quadro da divisão social do trabalho, e faz parte dela o trabalho do operário na fábrica, do agricultor no campo, da comerciária na loja (SINGER, 2001) e assim sucessivamente, ou seja, trata-se do trabalho remunerado. Entretanto, esta atividade econômica muitas vezes é gerada pelas relações sociais entre os grupos que fomentam as suas próprias atividades econômicas. Dito de outra forma há uma recursividade entre a atividade econômica e as relações sociais, as motivações econômicas se originam no contexto da vida social e as relações sociais geram as atividades econômicas.

³⁶ Quando visa ganho pecuniário, ou proporciona a quem exerce uma atividade um rendimento em dinheiro. Embora qualquer atividade seja econômica, somente é considerada para análise da realidade as atividades que visam remuneração (SINGER, 2001).

³⁷ O Cebrap é uma instituição de pesquisa na área de ciências humanas na qual sociólogos, cientistas políticos, filósofos, economistas, antropólogos, demógrafos, advogados e historiadores desenvolvem estudos sobre a realidade brasileira. O Cebrap foi fundado em 1969 por um grupo de professores universitários, alguns dos quais afastados das universidades pela ditadura militar. www.cebrap.org.br

Ressalta-se que Singer não se valeu apenas das teorias marxistas como única via para o entendimento da economia. Assim como Polanyi (2000), Singer não simpatizava com o pensamento marxista quando este defendia que, numa sociedade capitalista, as ações do governo tinham necessariamente como objetivo a proteção dos interesses da classe capitalista. Diferentemente de Marx, que acusou o capitalismo de explorar os trabalhadores, Polanyi (2000), ainda que não tenha negado esta exploração, concentrou-se nas consequências culturais, muitas vezes desumanizantes do sistema de livre mercado. O autor rejeitava a ideia de que a ordem política, neste caso a democracia, fosse simplesmente uma superestrutura que refletisse as relações de poder definidas em termos econômicos. O autor reconhecia a realidade da luta de classes, admirava os esforços coletivos de trabalhadores e de pessoas comuns dedicados à construção de organizações que fortalecessem as suas relações sociais e seus vínculos culturais, procurando driblar a possibilidade de alienação da autorregulamentação do mercado.

Esta possível alienação pode gerar uma desarticulação de muitas populações de países em desenvolvimento³⁸, na qual a importação, sob perspectiva do desenvolvimento econômico global, por vezes, desvincula a atividade econômica das relações sociais das pessoas e afasta as populações das matrizes sociais que asseguram as suas identidades culturais³⁹. Santos (2002, p. 141) reforça este pensamento abordando o processo de economia global como “perverso” e que “não leva em conta o homem”, reduzindo o seu papel de cidadão, ou seja, “é transformar todo o mundo em consumidor, usuário e, se possível, coisa, para mais facilmente se inclinar diante de soluções anti-humanas” (SANTOS, 2002. p. 141).

Neste sentido, 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 Morin (2002) pode-se pensar

³⁸ Expressão usada para substituir a expressão ‘países de terceiro mundo’. De modo geral, referem-se a países com poucas condições de alimentação, saúde, educação e com um padrão de vida entre baixo e médio (SINGER, 2001).

³⁹ Isto se torna claro na relação economia global x economia local anteriormente descrita neste texto.

sobre esta relação entre atividade econômica e relações sociais como um ecossistema⁴⁰ 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. Esta renovação da organização econômica não é frágil, instável e desequilibrada, mas sólida, estável e regulada, capaz de criar um novo ecossistema econômico. Esta organização está voltada à sua expressão mais complexa porque nela há a unidade (busca pela identidade cultural) e a diversidade externa (a atividade econômica global), a ordem e a desordem. Estes não apenas coexistem, mas estão ligados pela necessidade de uma (re)organização. Ianni (1999, p. 243) corrobora com esta ideia na qual as

perspectivas e possibilidades de ser de uns e outros, em todo o mundo. O local e o global determinam-se reciprocamente, umas vezes de modo congruente e conseqüente, outras de modo desigual e desencontrado. Mesclam-se e tensionam-se singularidades, particularidades e universalidades.

Entretanto, como toda relação tem seus antagonismos, esta forma de eco-(re)organização das economias na busca de (re)organizar as atividades econômicas e as relações sociais acaba por fomentar cada vez mais o modo de produção capitalista. As organizações⁴¹ se eco-auto-organizam na procura de excedentes ou lucros para acumular capital e fazer novos empreendimentos. Os grupos que trabalham nas organizações participam do processo de produção, via relações sociais, oferecendo a sua força de trabalho para obter rendimentos, fomentando a atividade econômica. Com o lucro das organizações e com os rendimentos que os grupos adquirem, todos se tornam consumidores para suprir as necessidades socialmente determinadas. Muitas

⁴⁰ Conceito já utilizado, quer dizer que o conjunto de interações numa unidade geofísica determinável contendo diversas populações vivas que constitui uma Unidade complexa de caráter organizador (MORIN, 2002).

⁴¹ Por “organização” entende-se neste trabalho empresas, instituições e demais formas de aglomerados humanos em busca de objetivos específicos. Diferem-se, porém, do termo “organização” no sentido geral, como sendo o modo como se organiza um sistema, facilitando o alcance de um objetivo (KUNSCH, 2003).

destas necessidades, ou quase todas, são geradas pelo próprio mercado, mas supridas em meio às relações sociais. A principal característica capitalista que se faz vigente é de que as trocas, as vendas e as compras aconteçam, exclusivamente, mediante dinheiro. Boaventura Santos (2005, p.35) enfatiza: “a economia é, assim, dessocializada, o conceito de consumidor substitui o de cidadão e o critério de inclusão deixa de ser o direito para passar a ser a solvência”. Assim, apesar da forma de produção capitalista articular-se pelas relações sociais estabelecidas pelos grupos que trabalham nas organizações, como também pelos grupos que consomem a produção, é inegável a percepção de um mercado regulador da economia e em certa medida das relações sociais. Para Singer (2001, p.22)

Podemos entender como o mercado regula a forma de produção capitalista. Este se realiza no quadro de uma divisão social do trabalho, no qual numerosíssimas empresas⁴² se especializam na produção de uma infinidade de valores de uso. As necessidades dos consumidores, a serem atendidas por esta produção, constituem uma demanda solvável graças ao pagamento de rendas pelas empresas. Estes pagamentos, como qualquer criança sabe, não são iguais. Alguns poucos ganham muito, a grande maioria ganha pouco. A distribuição de renda não possui determinantes apenas econômicos, mas políticos e legais. Seja como for, a distribuição de renda a cada momento é dada e determinada, em conjunto com outros fatores, tais como estrutura de sexo e idade da população, a necessidade social de cada valor de uso. O mercado funciona de tal modo que as empresas são induzidas a produzir cada valor de uso em quantidades não muito diferentes das socialmente necessárias, isto é, das que são desejadas pelos compradores, dotados de renda em dinheiro para adquiri-las.

As palavras de Singer (2001) auxiliam no entendimento do processo de mercado autorregulador da produção capitalista. Neste sistema o sujeito vê a sua capacidade de progredir em direção a sua liberdade econômica tanto enquanto consumidor como produtor, ou enquanto consumidor sem ser produtor. Com isto o capitalismo se volta ao mercado mundial, instaurando uma divisão internacional do trabalho entre os países: alguns como produtores industriais e exportadores de capital, e outros como exportadores de matéria-prima, importadores de capital e produtos industrializados. Os

⁴² Quando o autor refere-se a empresa, tem-se neste trabalho o entendimento de organização.

produtores industriais se desenvolvem mais economicamente, enquanto os importadores de produtos industriais se sujeitam à lógica do capital e tem um desenvolvimento⁴³ econômico menor, tendo em vista que o crescimento ocorre, mas de forma muito mais lenta, gradativa e paulatina. De acordo com Hespanha (2005) na esfera econômica, a desterritorialização significa que o capital perdeu a vinculação nacional e que, por isso, pode agora furtar-se do poder regulatório dos Estados nacionais e proporcionar às empresas que operam em escala global condições mais vantajosas de crescimento.

O predomínio do mercado autorregulado, de certa forma, pode afastar as pessoas do enquadramento sociocultural. Santos (2001, p. 85) afirma que a competitividade gerada pela economia global e autorregulada acaba por “destróçar” antigas solidariedades horizontais e impor uma solidariedade vertical, cujo epicentro é a empresa hegemônica, localmente obediente a interesses globais mais poderosos. As solidariedades horizontais despedaçam-se, fragmentam-se, mas não desaparecem e não perdem a vontade de se reconstruir. A sociedade, de certa forma, se mobiliza em busca de autoproteção. Surgem leis fabris e uma legislação social, assim como a movimentação política e industrial da classe trabalhadora. Com isto, passa-se a perceber uma divisão de trabalho dialógica: de um lado, autorregulamenta pelo mercado, mas de outro, autoprotégida pela movimentação da classe trabalhadora.

2.1 A divisão do trabalho no cenário internacional e a capacidade de mobilização social

Para o entendimento da divisão internacional do trabalho que sustenta a forma de produção capitalista por tanto tempo, faz-se necessário um apanhado histórico de alguns dos momentos econômicos que geraram diferentes formas de colocação dos sujeitos no mercado de trabalho.

Segundo Pochmann (2001), a primeira divisão internacional do trabalho se deu com o advento da grande indústria na primeira Revolução Industrial, quando uma parte

⁴³ Por desenvolvimento econômico compreende-se o seu sentido mais comum da expressão: um processo de transformação qualitativa da estrutura econômica de um país. Para esclarecer, o uso do conceito “crescimento econômico” é usado para uma transformação quantitativa da economia de um país. Somente há desenvolvimento se antes houver crescimento (SINGER, 2001).

dos países ficou responsável pela produção agrícola, e outra pela produção industrial. A Inglaterra, pioneira no processo de industrialização, adquiriu uma possível posição de hegemonia na economia mundial, abandonando as possibilidades de produção e exportação de produtos primários e transformando-se, de forma ambígua, na grande nação dependente da importação de alimentos e matérias-primas, financiada pela exportação de manufaturados. O processo de internalização da produção industrial em alguns países ocorreu posteriormente (Alemanha, Estados Unidos da América, França, Japão e Rússia), apesar da pouca tecnologia (máquina a vapor, tear e ferrovia) e de não ser necessário grande quantidade de capital. A passagem de produtores primários para produtores de manufaturas ocorreu nestes países quando a Inglaterra já passava pela Segunda Revolução Industrial (SINGER, 1999).

O novo processo industrial (energia elétrica, química, petróleo, automóveis), requeria por consequência grande aporte de investimentos e uma elevada escala de produção. Para tal, se fez necessária a intervenção do Estado e de bancos financiadores. A Segunda Revolução Industrial aumentou a diferença entre países gênese da industrialização e países periféricos⁴⁴ que se detinham ainda na produção primária. Alemanha, França, Estados Unidos da América e Inglaterra, que representavam 13% da população mundial, foram responsáveis por 74% da produção total de manufaturas no mundo durante o começo do século XX (POCHMANN, 2001). A concentração do emprego industrial, supostamente com condição de trabalho e remuneração menos precárias, se concentrou em poucos países, sendo que a maioria dos empregos estava em países periféricos na produção primária.

Assim, a primeira Divisão Internacional do Trabalho ficou demarcada pela produção agrícola como maior empregador dos países periféricos, e a industrialização de produtos manufaturados como maior empregadora nos centros urbanos de economia central. Estas diferenças e a hierarquização do trabalho no mundo contribuíram para a manutenção de disparidades de desenvolvimento nacional, além de ser fonte de assimetria na geração e absorção de renda mundial.

⁴⁴ Por países periféricos entendem-se países de capitalismo tardio ou ainda em desenvolvimento (POCHMANN, 2001).

Uma segunda Divisão Internacional do Trabalho se formou quando o bloco de países semiperiféricos teve apoio econômico de países desenvolvidos e a partir disto, passou a adquirir condições de se industrializar e de atingir o estágio de produtores e até exportadores de produtos manufaturados. Esta reconstrução se deu, em especial, pela abertura econômica de alguns países para empresas transnacionais, especialmente durante a fase de bipolaridade das relações internacionais (guerra fria) Estados Unidos da América – União República Socialista Soviética. A “periferização da indústria” (POCHMANN, 2001, p. 24) ocorreu, em sua maioria, com a intervenção e liderança do Estado, por meio da expansão e da proteção do mercado interno, o que permitiu a rápida passagem da fase agrário-exportadora para a de desenvolvimento industrial.

De acordo com Singer (1999), neste contexto de reconstrução, com o avanço tecnológico, alguns países africanos, asiáticos e latino-americanos, entre eles o Brasil, avançaram na implementação de sistemas industriais, possibilitando a estabilidade do sistema capitalista mundial e impedindo um maior aprofundamento da polarização entre os países. Esta abertura de espaços intermediários em nações semi-periféricas se mostrou necessária também para a oxigenação de empresas e setores de atividade econômica que se encontravam em declínio nos países capitalistas desenvolvidos, já que lhes abriu a possibilidade de deslocamento para centros onde o mercado fosse mais intenso e também houvesse maiores recursos para a maximização de sua lucratividade.

A terceira Divisão Internacional do Trabalho ocorreu a partir dos anos 1960. Neste período, pelo intenso processo de troca de capital, tecnologias e informações, ou seja, pelo aceleração da globalização, algumas potências industriais entraram em declínio, outros grupos se formaram e se fortaleceram, como foi o caso da União Européia. Com a globalização financeira, países com superprodução de capital exportaram capitais para outras nações, o que Singer (1999) chama de descentralização do capital, condicionando a produção e a ocupação. Para Pochmann (2001, p.27):

A transferência de recursos financeiros parece seguir a lógica de vinculações a acordos de internacionalização de atividades econômicas internas, com contratos de preferências de comércio e de concessão de atividades lucrativas ou encomendas de bens e serviços. Em contrapartida, as economias tomadoras de recursos especializam-se em atividades e movem-se subordinadas à geração de saldos comerciais

compatíveis com o pagamento de recursos decorrentes de seu endividamento. (POCHMANN, 2001, p.27)

Desde os anos de 1970 assiste-se a uma mudança da Divisão Internacional do Trabalho, em que a perspectiva é de predomínio da dimensão financeira sob a dimensão social. A busca de novos mercados e a procura por menores custos de produção para aumentar o lucro empresarial contribuíram para deslocar os processos produtivos, especialmente para os países semiperiféricos. Entretanto, esse processo de investimento de capital em países de periferia ou semiperiféricos constituiu-se em uma alternativa de “multicolonialismo renovado” (POCHMANN, 2001, p. 26). Assim, as multinacionais transformaram-se em corporações transnacionais, ainda maiores e mais poderosas, com capacidade de considerar o mundo inteiro como espaço relevante para as suas decisões de investimentos e produção, reorganizando o processo produtivo diante de grandes extensões territoriais, sobrepondo-se, inclusive aos Estados nacionais. Ianni (1999, p. 19) usa a expressão “Fábrica Global” como metáfora de uma realidade que se instalou além de toda e qualquer fronteira, articulando capital, tecnologia, força de trabalho, divisão do trabalho social e outras forças produtivas.

Durante as décadas de 1980 e 1990, a intenção dessas corporações transnacionais foi de se manter o mais livre possível de investimentos de longa duração, buscando cada vez mais ofertas de governos nacionais para o rebaixamento de custos e financiamentos subsidiados, com a intenção de explorar rapidamente as oportunidades lucrativas de investimentos, abrindo e fechando quantas empresas fossem necessárias (SANTOS, 2005). Com isso, vários processos industriais se deslocaram para a periferia, e o processo industrial do mundo se deu aos saltos. Porém, os baixos custos oferecidos por estes países para exercer atrativos às corporações transnacionais não levaram à diferença da renda, que separa o centro capitalista da periferia, a se reduzir. Para Pochmann (2001), este processo acabou provocando rebaixamento ainda maior do custo do trabalho, com contratos especiais e ampliação da jornada, ocasionando a desregulamentação do mercado de trabalho e a sobreposição total do processo econômico sobre o social.

O movimento de deslocamento de indústrias para a periferia e a produção de bens em alta escala, com a rotinização das tarefas e simplificação tecnológica, acabaram por movimentar a estrutura ocupacional tanto em países centrais quanto em países periféricos. A redução da produção primária e, conseqüentemente, dos empregos neste setor fez com que os trabalhadores migrassem para as grandes cidades em busca de uma inserção nessa nova estrutura do mercado de trabalho, causando um aumento significativo no setor de serviços comerciais.

A marca da terceira Divisão Internacional do Trabalho é a polarização dos empregos nos países periféricos. Os postos de trabalho não-qualificados e menos remunerados são direcionados para a produção de manufaturados, e os produtos com alta tecnologia são gerados por uma mão-de-obra mais qualificada e de melhor remuneração. Este processo impôs limites à oferta de bons empregos nos países periféricos, proporcionando uma desigual distribuição de renda entre as populações destes países. Para Pochmann (2001, p.36),

Em geral, a piora na distribuição pessoal de renda na década de 1990 na periferia deve-se à própria situação de insucesso na estratégia de desenvolvimento. Inicialmente nos anos 60, o insucesso dos países semiperiféricos que optaram por uma estratégia de desenvolvimento pró-sistêmica atingiu as economias africanas, enquanto entre o final da década de 1970 e o início dos anos 80 alcançou a economia latino-americana, sobretudo a partir da crise da dívida externa. No final dos anos 80 e início dos anos 90, com a crise do socialismo real, houve o desmoronamento da semiperiferia que havia buscado a estratégia anti-sistêmica. Por fim, nos anos 90, as economias do leste asiático foram fortemente atingidas pelas crises financeiras, comprometendo em grande parte o último bloco de países semiperiféricos que havia optado por uma estratégia de desenvolvimento pró-sistêmica.

É praticamente impossível separar os efeitos da terceira Divisão Internacional do Trabalho de outras mudanças concomitantes que vêm ocorrendo nestes diferentes países. O que é possível admitir, com razoável segurança, é que ela afetou profundamente os processos de trabalho e expulsou do emprego milhares de pessoas que cumpriam tarefas rotineiras, que exigiam um repertório limitado de conhecimento. É nesse tipo de tarefa que o cérebro eletrônico, marca da Terceira Revolução Industrial,

originou esta nova divisão internacional do trabalho e se mostrou superior ao humano, tanto em termos de eficiência quanto de custos (SINGER, 1999).

A globalização⁴⁵ é também um processo de reorganização da divisão internacional do trabalho e de reorganização do capitalismo em termos históricos e geográficos (IANNI, 1999), complementado pelas diferenças de produtividade e de custos de produção entre os países. Surgiu o “desemprego estrutural” (SINGER, 1999, p. 23), que fez com que muitos trabalhadores perdessem seus empregos. Mas possivelmente outros postos de trabalho foram criados em atividades de exportação. O desemprego estrutural ocorreu porque os que foram vítimas da desindustrialização, em geral, não tinham acesso a novos trabalhos. Estes postos foram sendo ocupados, por exemplo, por mão-de-obra feminina, muitas vezes empregada em tempo parcial e com menor remuneração. Os ex-operários não conseguiram uma nova colocação no mercado. Esse desemprego industrial não apenas aumentou o número de desempregados, como também contribuiu para deteriorar o mercado de trabalho para quem precisava vender a sua capacidade de produzir.

Assim, a terceira Revolução Industrial, juntamente com os efeitos da globalização, resultou na terceira Divisão Internacional do Trabalho, atingindo tanto os trabalhadores de países centrais quanto os dos países periféricos. Muitos trabalhadores que haviam conseguido alguma segurança no emprego ao longo de alguns anos através da força sindical, foram os mesmos atingidos pelo desemprego estrutural e tecnológico. A correlação de força entre compradores e vendedores de força de trabalho em cada país tornou-se mais favorável aos primeiros. Ianni (1999) corrobora que é inegável que as transnacionais libertam-se progressivamente de algumas das injunções e limitações inerentes aos Estados-nações, “em escala cada vez mais acentuada, em âmbito mundial, a ‘grande empresa’ parece transformar nações das mais diversas categorias em ‘pequena nação’”(IANNI, 1999, p. 57). Com isso, o mercado autorregulador da

⁴⁵ Por globalização, neste trabalho, entende-se o desmantelamento de barreiras geográficas e livre circulação de capital, sem data e período de tempo estabelecido para ter começado, não se caracterizando por um fenômeno recente. Conforme McGrew (1992), a globalização se refere àqueles processos, atuantes em escala global, que atravessam fronteiras nacionais, integrando e conectando comunidades e organizações em novas combinações de espaço-tempo, tornando o mundo, em realidade e experiência, mais conectado. Entende-se ainda, assim como Bauman (1999), que a globalização assim como separa, une, e as causas da divisão são idênticas às que promovem a uniformidade do globo.

economia entra em colapso, e a dialógica entre relações sociais e economia torna-se ainda maior. O antagonismo, que nunca deixou de existir, revigora-se.

Não se pode deixar de reforçar a intervenção do Estado neste processo das relações de trabalho em uma economia autorregulada pelo mercado. Ianni (1999) observa que o que antes era assegurado pelo Estado de Bem-Estar Social⁴⁶ agora passa a ser sentido com insegurança e incerteza pelos indivíduos. O Estado deixou de ser o agente principal no processo de provisão de bens e serviços sociais e passou a ser o encorajador do mercado, no processo neoliberal⁴⁷. Para Ianni (1999, p. 59),

Já é possível reconhecer que o significado do Estado-nação tem sido alterado drasticamente, quando examinado à luz da globalização do capitalismo intensificada desde o término da Segunda Guerra Mundial e acelerada com o fim da Guerra Fria. Algumas das características 'clássicas' do Estado-nação parecem modificadas ou radicalmente transformadas. As condições e possibilidades de soberania, projeto nacional, emancipação nacional, reforma institucional, liberalização das políticas econômicas ou revolução social [...] passam a estar determinadas por exigências de instituições, organizações e corporações multilaterais, transnacionais ou propriamente mundiais, que pairam acima das nações.

A minimização do poder do Estado por políticas neoliberais desmantelam, de certa forma, algumas normas rígidas do emprego. Bauman (1999), de forma irreverente, diz que o mercado de trabalho é rígido demais e precisa tornar-se flexível, mais dócil e maleável, fácil de moldar, cortar e enrolar, sem oferecer resistência ao que quer que faça com ele. Na verdade, o mercado se torna flexível na medida em que se consolida como uma variável econômica que os investidores podem desconsiderar, certos de que serão as suas ações e somente elas que determinarão a conduta da mão-de-obra. O termo 'flexibilidade' do mercado de trabalho só poderia ser um princípio universal de sanidade econômica se, de alguma forma, fosse aplicado à oferta e à procura de

⁴⁶ O Estado de Bem Estar Social coloca o Estado como protetor e defensor da sociedade, na condição de agente regulamentador em prol do bem-estar geral da sociedade, promovendo ações que proporcionem melhores condições de vida à população, voltadas para saúde social, política e a economia de um país (SANTOS, 2005)

⁴⁷ Por neoliberalismo entende-se, neste trabalho, como um movimento econômico, político e jurídico que surgiu com a crise de 1970 e consolidou-se com as mudanças dos anos 1980 em uma reação profunda e compacta contra o poder de regulação e intervenção do Estado e uma grande liberdade de mercado. Entretanto, pensadores liberais não aceitam a forma como o termo "neoliberalismo" é empregado por muitos estudiosos. Pode ser entendido também como uma ideologia, um movimento intelectual ou ainda um conjunto de políticas adotadas por alguns governos (BEDIN, 1998).

empregos. Entretanto, a igualdade do termo esconde seu conteúdo marcadamente diverso e antagônico para cada um dos lados do mercado. Mas a sua forma de aplicabilidade gera a recursividade necessária para as políticas neoliberais de autorregulação econômica. Bauman (1999, p. 112-113) afirma:

A flexibilidade do lado da procura significa liberdade de ir aonde os pastos são verdes, deixando o lixo espalhado em volta do último acampamento para os moradores locais limparem; acima de tudo significa liberdade de desprezar todas as considerações que não fazem sentido economicamente. O que, no entanto parece flexibilidade do lado da procura vem a ser para todos aqueles jogados no lado da oferta um destino duro, cruel, inexpugnável: os empregos surgem e somem assim que aparecem, são fragmentados e eliminados sem aviso prévio, como as mudanças nas regras do jogo de contratação e demissão – e pouco podem fazer os empregados ou os que buscam empregos para parar esta gangorra.

Conforme Bauman (1999) para satisfazer os padrões de flexibilidade estabelecidos para os trabalhadores por aqueles que fazem e desfazem as regras e buscam ser ‘flexíveis’ aos olhos apenas dos investidores, as agruras dos “fornecedores de mão-de-obra” devem ser tão inflexíveis quanto possível. Com efeito, o contrário mesmo de “flexíveis” na qual “sua liberdade de escolha, de aceitar ou recusar, quanto mais de impor as regras do jogo, deve ser cotadas até o osso” (BAUMAN, 1999, p. 113).

Formou-se uma estrutura na qual Estado, mercado e sociedade compartilham o mesmo espaço, tensionando influências nos processos sociais, econômicos e políticos. O Estado, agindo como mero regulador de políticas internacionais, secundarizando as questões sociais, abriu espaço para um mercado transnacional, que busca lucratividade imediata à custa de menores custos de produção. Contudo, com esta minimização do poder do Estado, este já não é capaz de resolver os problemas econômicos que possuem a sua raiz muito mais no viés social do que no político. Polanyi (2000) corrobora com este pensamento quando se opõe à ideia de que o Estado deveria ter o poder de regulação da economia. Para ele, os problemas da economia têm uma raiz social e não somente política, logo a regulação econômica teria que ser resolvida através de uma transformação social e cultural.

Além das interferências, ou da falta de interferências, do Estado em tentar amenizar ou (re)organizar os efeitos sociais causados pela autorregulamentação do mercado, tem-se ainda um outro fator que ocasiona impacto gigantesco sobre a sociedade: o poder da mídia. Polanyi (2000) denunciou os *mass media*⁴⁸ que, através da sua influência sobre a opinião pública, tornaram as pessoas cada vez mais aut centradas, deixando-lhes pouco espaço para o pensamento crítico, além de terem comprometido as fontes culturais da solidariedade social. Ianni relata que a

publicidade, a mídia impressa e eletrônica, [...] jornais, revistas, livros, programas de rádio, emissoras de televisão [...] e outro meios de comunicação, informação e fabulação, dissolve fronteiras, agiliza mercados, generaliza o consumo. Provoca a desterritorialização e a reterritorialização das coisas, gentes e idéias. Promove o redimensionamento de espaços e tempos. (IANNI, 1999, p.19)

Polanyi (2000) reconhece o impacto que a cultura e as instituições dominantes exercem na percepção que as pessoas têm de si próprias, porém não acredita que elas possam ser definidas apenas pelo sistema a que pertencem. Mesmo na moderna sociedade capitalista, as pessoas não são apenas determinadas pelas suas motivações econômicas. Assim como Polanyi, Wolton (2004) defende a ideia de que a sociedade é capaz de se organizar e responder às forças econômicas, assim como às forças do *mass media*. Wolton (2004), ao diferenciar a comunicação instrumental da comunicação humanista⁴⁹, descreve a existência da margem de manobra na qual

nenhuma técnica de comunicação, por mais eficiente que seja, jamais alcançará o nível da complexidade e da cumplicidade da comunicação humana. Em outras palavras existe uma margem de manobra, uma capacidade crítica que não poderá jamais ser destruída, por que ela tem suas raízes na dimensão antropológica da comunicação. Capacidade crítica esta que permite selecionar, distinguir, o que, nas promessas, evoca o ideal normativo daquilo que evoca uma realidade funcional,

⁴⁸ Neste trabalho se entende os *mass media* como sistemas organizados de produção, difusão e recepção de informação, geralmente geridos por empresas especializadas no ramo de comunicação (WOLTON, 2004)

⁴⁹ Conceito que será discutido nos próximos capítulos.

permite separar o verdadeiro do falso, os discursos da realidade, os valores dos interesses. (WOLTON, 2004, p. 35).

A hipótese de trabalho de Wolton (2004) liga-se ao fato da comunicação apresentar semelhanças com a democracia, uma vez que, é em nome dos ideais da democracia que é possível criticar os deslizes e erros das sociedades democráticas, da mesma forma que representando os ideais da comunicação é possível criticá-la. A sociedade tem uma realidade substantiva capaz de gerar energia para a mudança social através do contra-movimento⁵⁰. Polanyi (2000) defende que a sociedade é um conjunto de relações entre pessoas e que, sempre que estas relações são subjugadas por forças externas, algumas pessoas sentem um chamamento interior para se tornarem ativas na transformação social.

Entende-se que é possível aproximar a ‘transformação social’ sugerida por Polanyi (2000) e a ‘margem de manobra’ abordada por Wolton (2004) pelo pensamento de Morin (2002), que esclarece o caráter organizador do associativismo solidário, cooperativo, mas que parece, em alguns momentos, opor-se ao caráter desorganizador e destruidor do competitivo. Esta oposição torna-se ambígua e relativa. Neste caso, antagonismo e complementaridade não se excluem.

nada é mais complementar do que as interações que compõem a cadeia trófica, a qual nutre e reorganiza a vida de um ecossistema; mas esta é ao mesmo tempo uma cadeia fágica em que o predador come a presa, que come outra presa, que come a planta, que se alimenta das decomposições de todas as mortes acumuladas e conjugadas. É, em suma, a devoração em cadeia que constitui a cadeia alimentar. A predação não é apenas a pura e simples destruição de uma vida animal por outra. As curvas demográficas de longo termo (...) mostram que a diminuição do número de presas acarreta, por escassez, a diminuição do número de predadores, cuja rarefação permite então o crescimento de presas, aumento que faz crescer, por sua vez, a progenitura dos comedores e, assim, sucessivamente, numa causalidade retroativa somente capaz de ser interrompida por um acidente exterior ao ciclo. Assim, a relação antagônica externa, do predador e da presa, produz a sua própria regulação e torna-se fator organizacional. (MORIN, 2002, p.40)

⁵⁰ Para Polanyi (2000), o contra-movimento é o desenvolvimento de diversos esforços cooperativos na sociedade.

Neste sentido, basta ver o caso dos predadores e das presas que se organizam para produzir a sua própria regulação, pois necessitam sobreviver. A sociedade se organiza para criar movimentos de transformação social e formar alternativas de combate à competitividade gerada pela lógica de uma economia autorregulada. Com isto surge a ideia do anel eco-organizador, que começa a indicar que não apenas uma reorganização permanente responde à desorganização permanente, mas sobretudo que o processo de reorganização se encontra no próprio processo de desorganização (MORIN, 2002). Contudo, as desordens não fazem retroceder a ordem, mas sim a uma nova ordem. A reorganização é reprodução da nova ordem. Assim aparece a virtude suprema da eco-organização na aptidão para construir novas estabilidades e reorganizar-se de maneiras diferentes, sob o efeito de outras desorganizações. Isto causa a evolução sob a irrupção perturbadora do novo, e é esta aptidão evolutiva que permite a vida, não somente sobreviver, mas desenvolver-se ou desenvolver-se para sobreviver (MORIN, 2002).

Sendo os seres humanos seres sociais e culturais submersos em sociedades tradicionais nas quais o trabalho é realizado pelas pessoas, assim como os seus sonhos para o futuro são integrados na comunidade a que pertencem, a busca por um processo de organização que sobressaia a uma possível desintegração social provocada pelo sistema de mercado autorregulável faz com que os sujeitos criem, em meio à desorganização, uma nova (re)organização. Passam a trabalhar para eles próprios e a alimentar sonhos essencialmente com vínculos com a sua comunidade, sem contar com o apoio de um poder minimizado do Estado.

Assim, há a possibilidade dos indivíduos, dos grupos e das coletividades de minimizar o poder dos *mass media* e as forças econômicas num processo (re)organizador complexo. Como sugere Morin (2002), a sociedade, no âmago das comunidades, é capaz de criar, recriar e gerir a transformação social. É por meio da comunicação humanista, muito mais que a instrumental, que as comunidades e grupos se (re)organizam contra os antagonismos de um mercado autorregulado, ou de um Estado minimizado à condição de representação política. Neste sentido (re)abrem-se

constantemente as brechas⁵¹ na sociedade democrática contemporânea para o ressurgimento dos movimentos sociais

2.2 Dos movimentos sociais populares à autogestão das economias solidárias

A desregulamentação econômica, a desocupação, a baixa qualidade dos postos de trabalho e a falta de proteção social, como consequência das tentativas de reestruturação do capital, vêm realizando, nos últimos anos, uma iniciativa de (re)construir práticas amenizadoras de não-assalariamento para a subsistência de trabalhadores desempregados ou reféns da economia centrada no mercado. Estas práticas são frutos da articulação dos trabalhadores que, de alguma forma ou de outra, buscam uma maneira de trabalho mais digna nas sociedades ou nas comunidades.

Harvey (2009, p. 161) argumenta que “corpos imersos num processo social como a circulação do capital variável nunca devem ser concebidos como dóceis e passivos” considerando a imensa capacidade dos trabalhadores de (re)organização. Mesmo que o trabalho esteja em grande parte condenado, sob o domínio do capital, a produzir as condições e instrumentos de sua própria dominação, as capacidades transformadoras e criadoras do trabalhador sempre trazem em si a potencialidade de moldar um modo alternativo de produção. É nesta potencial capacidade de transformação, seja das relações de trabalho ou das condições sociais, que surgem e ressurgem constantemente os movimentos populares ou movimentos sociais⁵².

Os movimentos populares têm sua gênese em movimentos reivindicatórios e libertários na luta em prol da vida, da justiça social e da pessoa humana. Polanyi (2000) aponta para a década de 1960 e 1970, quando emergiram muitos movimentos sociais, nomeadamente movimentos pelos direitos civis, movimentos de mulheres, movimentos pela paz e movimentos ecológicos. O que acontecia era a auto-organização da sociedade civil em resistência ao poder burocrático exercido tanto pelos Estados como pelas grandes empresas privadas. Naquele período, muitos ativistas e alguns

⁵¹ Segundo Morin (2008b, p. 39) “uma brecha no determinismo, permitindo a emergência de um desvio inovador ou provocado por um abscesso de crise, para criar as condições iniciais de uma transformação que pode, eventualmente, torna-se profunda”.

⁵² Neste trabalho, movimentos sociais e movimentos populares serão considerados sinônimos.

pensadores políticos estavam, de fato, convencidos de que os movimentos sociais eram agentes de reforma que conseguiriam transformar e humanizar a sociedade moderna.

A história do Brasil atesta uma trajetória dos movimentos sociais e populares, como o Quilombo dos Palmares (1690-1695), o movimento da Cabanagem (1831-1840), a Greve de 1917, entre outros. Estes movimentos sociais surgiram no seio da população e contribuíram, em alguns momentos, para a constituição de novos valores para a sociedade. No seu bojo encontravam-se homens e mulheres, seres humanos cada vez menores em relação ao mundo do capital (PERUZZO, 1998), mas com grande capacidade de articulação e de criação de transformações sociais.

Peruzzo (1998), pesquisadora da comunicação nos movimentos populares, traz duas reflexões para entender estes movimentos. Uma corrente, fundamentada na linha marxista, encara os movimentos populares como secundários e inferiores e subordinados à força política. Uma vez que se entende que a classe operária não pode alcançar por si só a consciência política revolucionária, esta tem que ser criada e introduzida pela ação de um partido de profissionais da revolução, ou seja, por uma elite intelectual que estabelece o pensamento linear nos movimentos. Esta corrente coloca os movimentos populares em condição de possível subordinação pela suposta incapacidade de ter consciência para a transformação social. Completamente avesso ao pensamento de alguns autores⁵³ esta corrente não acredita na capacidade de 'transformação social', através de 'margem de manobra' não subordinada à economia, ao Estado e a *mass media* da sociedade. A segunda corrente percebe os movimentos populares como formas de mobilização e organização tão importantes quanto os partidos políticos e os sindicatos. Aqui os movimentos são entendidos como forças autônomas agindo de forma paralela às demais forças políticas e se complementando ao esforço de democratização da sociedade. Nesta corrente, há a preocupação com o significado que esses movimentos têm para aqueles que deles participam, tanto no sentido político, como cultural e social, bem como no sentido de atuar na transformação e conscientização.

Diante destas duas correntes, os movimentos populares, apesar de suas limitações, vão ocupando o seu lugar na sociedade, contribuindo para construir a

⁵³ Polanyi (2000), Wolton (2004), entre outros que fundamentam este trabalho.

cidadania. Peruzzo (1998, p. 37) deixa claro que “trata-se de um processo que envolve a diversidade, porque nossa sociedade é pluralista demais para afunilar-se sob a direção de uma única organização político-partidária”. Neste sentido, não se pode subestimar a capacidade de articulação social através dos movimentos populares, e também a capacidade de transformação como forças revolucionárias. Necessita-se apenas deixar o espaço aberto para que os movimentos sociais, assim como a história vem mostrando, sejam capazes de dar voz aos cidadãos, e para que estes possam dar possibilidade de respostas aos problemas sociais.

Entretanto, percebe-se uma distância entre a teoria e a prática dos movimentos sociais. Peruzzo (1998) procura entender os movimentos sociais a partir de fases distintas:

a) Mobilização: foi a fase de grandes manifestações. A população começou a se mobilizar e a ocupar espaços públicos, como ruas e praças, para denunciar, opor-se às proibições do regime vigente. Como exemplo tem-se o apoio à greve dos metalúrgicos no ABC paulista, o Movimento do Custo de Vida⁵⁴, entre outros. Porém, estas mobilizações não podem ser consideradas uma fase estática que foi ultrapassada. Hoje ainda há muitas mobilizações sociais, como por exemplo, a da Ficha Limpa⁵⁵. Mas o que se sobressai nestas mobilizações são a conscientização social e a possibilidade dos movimentos gerarem mudanças na sociedade.

b) Organização: nesta segunda fase foram canalizados grandes esforços para o fortalecimento interno dos movimentos sociais, envolvendo sua institucionalização com estatutos, regulamentos, uma maior conscientização e mobilização política dos participantes. Criaram-se iniciativas de cunho coletivo, visando a geração de renda para famílias carentes, como centros de produção artesanal, hortas comunitárias e sistema cooperativo de produção. Neste momento de organização dos movimentos populares, muitos políticos passaram a usar a bandeira da participação popular em suas retóricas de campanha.

⁵⁴ Movimento que protestou contra a alta do custo de vida em 1978. Reuniu cerca de vinte mil pessoas batendo panelas na Praça da Sé em São Paulo e colheu um milhão de assinaturas num abaixo-assinado (PERUZZO, 1998, p. 40).

⁵⁵ Ficha Limpa é uma lei brasileira originada de um projeto de lei de iniciativa popular que reuniu 1,9 milhão de assinaturas. O projeto tenta impedir que políticos com condenação na Justiça possam concorrer às eleições. www.fichalimpa.org.br.

c) Articulação: no final da década de 1980 e início da década de 1990, os movimentos sociais estavam se tornando de micro-organizações em organizações mais abrangentes, impulsionadas pela necessidade de gerar novas forças. Neste momento, os movimentos sociais passam a aceitar a ideia de discutir com o governo e acabam abrindo espaço para fazerem parte do Estado como interlocutores entre governos e população. “A ação tornou-se mais qualificada, abrindo caminho para a interferência gradativa nos processos de efetivação de políticas públicas” (PERUZZO, 1998, p. 42). Percebe-se, aqui, uma relação recursiva entre movimentos sociais e o Estado, um reconhecendo e legitimando a força do outro e se valendo desta força para potencializar mais e mais seus interesses.

d) Parcerias: numa quarta fase, organizações sociais começam a desenvolver parcerias com órgãos públicos, empresas privadas, organizações não-governamentais (ONGs) e outras instituições. Com isto, a força dos movimentos populares torna-se mais efetiva, criando canais que potencializam as práticas da apresentação de propostas de interesse social. A solidariedade torna-se o ponto alto, a partilha, seja de bens ou de trabalho, começa a acontecer, passa-se a enxergar o problema do outro como sendo também o problema de uma sociedade.

Estas quatro fases não acontecem de forma linear, num processo evolutivo, mas estão constantemente sendo articuladas e hibridizadas. Cada vez mais, com um possível aumento de conscientização social, um movimento popular complementa o outro e, de um movimento social, nascem outros movimentos. Na dialógica que se estabelecem em quase todas as sociedades entre dominados e dominantes, os movimentos sociais tornam-se a brecha⁵⁶ recursiva capaz de equilibrá-la. Os movimentos sociais são produtos de uma sociedade desigual, mas ao mesmo tempo produtores de uma possibilidade de igualdade, ou de melhorias na qualidade de vida. O que vale reforçar é que muitos destes movimentos se esvaziam ou porque atingiram seus objetivos ou porque não tiveram a articulação necessária. Entretanto, outros mantêm articulando-se cada vez mais e sendo capazes de (re)tecer grandes organizações disseminadoras de uma conscientização consolidada em seus interesses

⁵⁶ Conceito já referenciado.

e suas causas. Morin (2008b, p. 41) fala que a “ruptura do *imprinting*⁵⁷ pode ser profunda e o desvio que jorra pela brecha pode evoluir em uma contestação radical capaz de resultar na queda de verdades reinantes”, ou seja, os movimentos populares podem se tornar muito significativos, capazes de estabelecer sua verdade como absoluta, mesmo temporariamente, e derrubar algum determinismo estabelecido.

Peruzzo (1998) agrupa os diferentes tipos de movimentos populares, ou movimentos sociais, em: ligados a bens de consumo, envolvidos na questão de terra, relacionados com as condições gerais de vida, motivados por desigualdades culturais, dedicados a questões trabalhistas, voltados à defesa dos direitos humanos e outros vinculados a problemas específicos.

De fato, é no quadro atual de crise do trabalho assalariado que se começa a detectar um conjunto de movimentos populares liderados por trabalhadores que perderam seus empregos e que 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.

O próprio conceito de economia solidária já é em si objeto de controvérsia teórica, na medida em que emprega duas imprecisões: a primeira por supor segmentos diferenciados e autônomos de economia e que se articulam paralelamente a uma lógica capitalista, e a segunda pela necessidade de se articular dentro de uma lógica capitalista preservando e mantendo o princípio da solidariedade, que por sua vez traz à tona uma discussão ética e antropológica. Para Singer (2000, p.14),

A economia solidária é o projeto que, em inúmeros países há dois séculos, trabalhadores vêm ensaiando na prática e pensadores socialistas vêm estudando, sistematizando e propagando. Os resultados históricos deste

⁵⁷ Por *imprinting* entende-se o proposto por Morin (2008b, p. 29) como determinismo organizador dos paradigmas e modelos explicativos. Associa-se ao determinismo organizado dos sistemas de convicção e de crença que, quando reinam em uma sociedade, impõem a todos a força imperativa do sagrado, a força normalizadora do dogma, a força proibitiva dos tabus. As doutrinas e ideologias dominantes dispõem também de força imperativa/coercitiva que leva a evidência aos convictos e o temor inibitório aos outros. O poder imperativo/proibitivo (...), crenças oficiais, doutrinas reinantes, verdades estabelecidas, determina os estereótipos cognitivos, preconceitos, crenças estúpidas não contestadas, absurdos triunfantes, rejeições de evidências em nome da evidência, faz reinar, sob todos os céus, os conformismos cognitivos e intelectuais.

projeto em construção podem ser sistematizados do seguinte modo: 1) homens e mulheres vitimados pelo capital organizam-se como produtores associados tendo em vista não só ganhar a vida, mas reintegrar-se à divisão do trabalho em condições de competir com as empresas capitalistas; 2) pequenos produtores de mercadorias, do campo e da cidade, se associam para comprar e vender em conjunto, visando economias de escala e passam eventualmente a criar empresas de produção socializada, de propriedade deles; 3) assalariados se associam para adquirir em conjunto bens e serviços de consumo, visando ganhos de escala e melhor qualidade de vida; 4) pequenos produtores e assalariados se associam para reunir suas poupanças em fundos rotativos que lhes permitem obter empréstimos a juros baixos e eventualmente financiar empreendimentos solidários; 5) os mesmos criam também associações mútuas de seguros, cooperativas de habitação etc. (SINGER, 2000, p.14)

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 tem como intuito a produção de atividades econômicas de modo distinto do praticado pelo mercado autorregulador, mas que de certa forma acontece dentro deste mercado.

Para França e Laville (2004), 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 esta troca mercantil constroem suas identidades a partir, sobretudo, do trabalho, ou de uma atividade remunerada que lhe dá condições de manter certa estabilidade econômica e inclusão em certos padrões sociais e culturais exigidos por esta 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 a dimensão econômica das demais dimensões da vida humana. Neste 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 solidariedade⁵⁸.

A solidariedade pode estar incorporada no dia-a-dia dos indivíduos, e as atividades econômicas acabam sendo, muitas vezes, apenas o meio para seus objetivos e não o fim de seu trabalho. O fim passa a ser, na maioria das vezes, o social e o cultural com base na qualidade de vida e dignidade do trabalho. Para que a economia englobe a subjetividade do sujeito que a produz, sendo este um sujeito plural, precisa também que a economia seja plural em uma dinâmica de reciprocidade e redistribuição abalada pelo princípio da interação. O termo solidariedade vem sendo muito utilizado como o elo de integração entre os indivíduos nas sociedades democráticas. É este laço social integrador que pode unir cidadãos livres e iguais nos processos democráticos.

Esta integração nas atividades econômicas solidárias pode desempenhar uma função de construção da comunidade⁵⁹. A produção, a uma escala reduzida, de comida, de roupas e de mobiliário, em casa ou numa base cooperativa, entre amigos e vizinhos, e a prestação de serviços por grupos de apoio à comunidade podem facultar às pessoas muitos dos bens essenciais ao seu bem-estar material e, ao mesmo tempo, podem criar uma cultura de solidariedade. Uma vez que a economia informal⁶⁰ está incrustada nas relações sociais, a sua promoção auxiliaria a moldar também a futura orientação da economia formal⁶¹ (POLANYI, 2000).

Neste sentido, muitos movimentos populares se organizam em forma de cooperativas de economia solidária. Tendo como base o princípio da solidariedade, elas saem da informalidade, se autorregulam e, por terem um sistema de autogestão, acabam por se configurar como organizações. É preciso, portanto, mergulhar na gênese das organizações e suas dinâmicas para entender a dinâmica das cooperativas de

⁵⁸ A ideia principal é a de que a solidariedade pode ser um elemento integrador, um elo social fundador de uma economia fraterna e solidária (LAVILLE, <http://www.caritas.pt/cr/noticias>). Entende-se também como dependência mútua constante, que não se acaba com uma ação isolada, mas como um laço social constituído.

⁵⁹ Conceito que será discutido posteriormente.

⁶⁰ Entende-se por economia informal todas as atividades que estão à margem da formalidade, sem contribuir com impostos ao governo. É tudo que é produzido pelo setor primário, secundário ou terciário sem conhecimento do governo. A economia informal no Brasil equivale a 18,4% do Produto Interno Bruto (PIB). <http://veja.abril.com.br/noticia/economia/economia>.

⁶¹ Economia formal é toda aquela atividade econômica que cumpre com as obrigações legais e fiscais, ou seja, arrecadam impostos e estão sob regulamentação. <http://veja.abril.com.br/noticia/economia/economia>.

economia solidária. Para isto, cabe considerar que, embora buscando entender as formas de definição de interesses, as formas de ação coletiva, as formas de representação política e de empoderamento, as cooperativas de economia solidária acabam por definir um sistema de autogestão⁶² organizacional.

Costa e Carrion (2009) assumem esta visão afirmando que entre diferentes comportamentos econômicos, a necessidade de construção de um referencial analítico apropriado para o estudo das economias solidárias dentro do campo dos estudos organizacionais exige, conseqüentemente, o alargamento deste campo, de modo a incorporar novas noções capazes de captarem e avaliarem organizações dessa natureza. No campo dos estudos organizacionais, o reconhecimento da economia solidária como um fato organizacional empírico guarda similaridades e distanciamentos com outras formas já reconhecidas de organização, mas requer a construção de um referencial teórico específico, de caráter interdisciplinar e em permanente diálogo e negociação com as noções e conceitos já estabelecidos no campo destes estudos.

Os indivíduos, sujeitos de uma economia autorregulada pelo mercado, tem capacidade de mobilização e 'transformação social' (POLANYI, 2000), e precisam ser interpretados como sendo capazes de agir enquanto 'margem de manobra' (WOLTON, 2004), através da sua organização, e de, com isto, recriar formas alternativas de fazer uma economia. O Estado atenta-se para a capacidade organizativa da sociedade, e reconhecendo a capacidade de transformação social, acaba por fomentar algumas iniciativas de economia alternativa e solidária, reforçando a contextualização da economia solidária enquanto organizações caracterizadas como de natureza coletiva, permanente, podendo ser de estrutura singular ou complexa. A Secretaria Nacional de Economia Solidária⁶³ considera a economia solidária como organizações coletivas nos

⁶² Para autogestão, Lapassade (1989) propõe um sistema de organização e produção da vida social na qual a organização e gestão deixam de ser propriedade privada de alguns para tornarem-se propriedade coletiva. Segundo o autor hoje em dia há duas concepções de autogestão: define-se autogestão em termos econômicos e administrativos e situa-se ao nível das estruturas de poder. Na segunda definição, os psicossociólogos complementam a visão oficial sugerindo que autogestão supõe também motivações e decisões coletivas e tem raízes na vida afetiva e na cultura dos grupos.

⁶³ A Secretaria Nacional de Economia Solidária - SENAES - foi criada no âmbito do Ministério do Trabalho e Emprego com a publicação da Lei nº 10.683, de 28 de maio de 2003, e instituída pelo Decreto nº 4.764, de 24 de junho de 2003, fruto da proposição da sociedade civil e da decisão do Presidente Luís Inácio Lula da Silva. Em consonância com a missão do Ministério do Trabalho e Emprego, tem o objetivo viabilizar e coordenar atividades de apoio à Economia Solidária em todo o território nacional, visando à geração de

quais os que trabalham no empreendimento exercem a autogestão das atividades e da alocação dos seus resultados. São organizações permanentes que podem dispor ou não de registro legal, realizam atividades econômicas de produção de bens, de prestação de serviço, entre outras.

Partindo da lógica de que os movimentos sociais se articulam cada vez mais com ênfase na consciência social criada, e considerando a economia solidária como uma forma de movimento social em busca de melhores condições de trabalho e renda, já aceita, consumada e regulada pelo Estado, a convergência destes fatores acaba construindo organizações-cooperativas produtoras de bens e serviços através de sistema de autogestão. Por esta razão, o entendimento das cooperativas de economia solidária como organizações que, ao mesmo tempo em que procuram interagir com a lógica capitalista, se apropriam de seus pressupostos para sua autogestão, mantendo ou não na sua organização o caráter de solidariedade através da justa distribuição dos resultados alcançados, das oportunidades de desenvolvimento de capacidades, da melhoria das condições de vida dos indivíduos e das relações que se estabelecem com a comunidade local, principalmente no que diz respeito à preservação dos direitos dos trabalhadores e trabalhadoras.

3 ORGANIZAÇÃO: A (RE)CONSTRUÇÃO DOS SUJEITOS

Considerando a economia solidária como um movimento social e coletivo na busca de alternativas para melhores condições de vida, quando estes movimentos sociais se estruturam em forma de cooperativas ou associações, percebe-se as cooperativas de economia solidária assumindo características de organizações, responsáveis pelo seu sistema de autogestão.

Morin (1991) entende a organização como um sistema vivo que se constitui de partes interdependentes entre si, que interagem e se transformam mutuamente no todo. Sob esta perspectiva a noção de organização necessita ser percebida como viva, capaz de transformar e de ser transformada através das relações que estabelece com a sociedade.

Lapassade (1989) define organizações com pelo menos dois significados. Por um lado, designa um ato organizador que é exercido pelos sujeitos, como por exemplo, a organização de processos administrativos ou o ato e efeito de organizar, que pode ser uma das funções da administração. Por outro lado, o autor define Organização⁶⁴ como referente às realidades sociais ou à organização de uma coletividade instituída com vistas a objetivos definidos, à combinação de esforços para atingir propósitos coletivos, como uma entidade social em busca de interesses coletivos, ou ainda como um agrupamento planejado de pessoas que desempenham funções e trabalham conjuntamente para atingir objetivos comuns. É com base no entendimento de Morin (1991) e na segunda concepção de Organização sugerida por Lapassade (1989) que este trabalho se apoia para as análises.

As Organizações sempre existiram, desde o início da humanidade. No mundo contemporâneo há um aumento significativo de novas Organizações que surgem para atender às crescentes demandas sociais e mercadológicas, desencadeadas, muitas

⁶⁴ A partir deste momento, quando se cita “organização” no sentido de coletividade com objetivos constituídos, escrever-se-á Organização. Para os demais sentidos, escrever-se-á organização.

vezes, pela perspicácia dos agentes do mercado competitivo, os quais estão atentos às oportunidades e às ameaças do ambiente global e organizacional.

Para Srour (1998), estas Organizações podem ser definidas como coletividades especializadas na produção de um determinado bem ou serviço, combinando agentes sociais e recursos e, posteriormente, convertendo-se em instrumento de “economia de esforço” (SROUR, 1998, p. 107). Podem ser consideradas, ainda segundo Srour (1998), como sistemas abertos⁶⁵ e campos de forças que competem entre si para absorver energia do ambiente externo, processar insumos e gerar produtos. Para isto é necessário administrar pressões e fomentar grupos de apoios para criar credibilidade junto à sociedade. Neste sentido torna-se importante a capacidade de adaptação e flexibilidade das Organizações.

No conceito sugerido por Srour (1998), os sujeitos estão imersos em Organizações, tanto como parte potencial das ações organizacionais como também dependentes dessas ações. Os sujeitos nascem e morrem dentro de Organizações e durante a vida se relacionam com uma infinidade delas. Estabelece-se aqui um sistema recursivo complexo para o entendimento das relações individuais com as Organizações. Da mesma forma que elas produzem o sujeito, também são produzidas por este. Mas ainda pode-se refletir de forma hologramática que ao mesmo tempo em que o indivíduo é um todo, tem a Organização como sua parte, ou esta é o todo tendo o sujeito como sua parte.

Entretanto, nem sempre os indivíduos foram considerados partes⁶⁶ importantes para as Organizações. Por muito tempo as Organizações foram consideradas conjuntos estabelecidos, estabilizados e racionais, tendo por objetivo apenas produção de bens e serviços. A concepção de uma Organização racional em busca de resultados preestabelecidos compara as Organizações com máquinas, cujas diversas engrenagens (humanas ou técnicas) podem ser facilmente substituídas, prevendo a melhor articulação possível com os menores custos possíveis. Sob este olhar, a vida

⁶⁵ Para Morin (2008a), 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 e produz também o indivíduo, o indivíduo se autoproduz e produz também a Organização.

⁶⁶ Pelo pensamento hologramático de Morin.

organizacional torna-se repleta de rotinas, como um relógio (ENRIQUEZ, 1997). As Organizações são planejadas à imagem das máquinas e esperam dos empregados comportamentos mecânicos. Adotam modelos de gestão fundamentados em ciclos envolvendo o planejamento, a execução, o controle e a avaliação das ações. Observa-se o uso maciço de ferramentas, do tipo *check list*, para melhorar os processos organizacionais (MORGAN, 2000).

Com o tempo, as Organizações passaram a ser entendidas pela sociologia das Organizações como um sistema social e humano mediado por interesses políticos. Decisões, participação no poder e controle de atividades tornaram-se, tanto para administradores quanto para analistas das estruturas sociais, preocupações centrais na vida organizacional (ENRIQUEZ, 1997). Neste contexto, os sistemas de atividades políticas, dentro das Organizações, podem ser claramente manifestados nos conflitos e jogos de poder e nas intrigas interpessoais que resultam do fluxo da atividade organizacional. O trabalho, a carreira e os interesses pessoais tornam-se preponderantes e percebe-se que as ideias e ações das pessoas colidem e/ou coincidem na vida política das Organizações. Quando os interesses colidem, surge o conflito, seja por uma divergência de interesse real ou imaginada. Na tentativa de resolver os conflitos, que muitas vezes tornam-se institucionalizados, o poder torna-se um meio de influência na busca de determinados interesses (MORGAN, 2000). O político e o afetivo passam a ter lugar dentro da vida organizacional, animada por paixões, interesses, conflitos e poder.

Entretanto, é necessário reconhecer as Organizações além de estruturas políticas geridas pela racionalidade técnica. Assim, uma nova abordagem das Organizações passou a considerá-las como um meio cultural com elementos simbólicos⁶⁷ e

⁶⁷ Sentiu-se a necessidade de esclarecer o entendimento de que is elementos simbólicos (que serão discutidos posteriormente) não se restringe a apenas objetos de consumo, como obras de arte, livros, gastronomia, cinema, mas englobam as noções de simbólico de forma muito mais ampla, contemplando, por exemplo, os mitos e ritos de uma sociedade como símbolos que de alguma maneira geram uma relação de significação entre os indivíduos. Por significação entende-se a sensação que elementos simbólicos podem causar no indivíduo que se relaciona com o símbolo. Esta significação pode ser simples, como um entendimento denotativo do símbolo, ou ainda pode ser complexo, na medida em que a esta significação causa vários efeitos interpretativos com base no imaginário de cada sujeito. Pensa-se nesta significação individual, uma vez que um mesmo símbolo pode causar diferentes interpretações e percepções, mesmo que os indivíduos tenham a mesma formação e pertençam ao mesmo grupo. Isto por que para este trabalho considera-se cada indivíduo como único interagindo na multiplicidade de contextos (CANCLINI, 2007, MORIN 2008b).

imaginários. A Organização passou a ser entendida, também, como uma comunidade expressiva repleta de significados que não podem ser compreendidos por uma análise linear e racional. A cultura nas Organizações necessitou ser tratada como um processo de construção da realidade organizacional, na qual os sujeitos colocam em constante interação a sua cultura⁶⁸ com a cultura da Organização que passou a ser vista como lugar de desejos, frustrações, realizações, humanizações e cooptações.

É necessário considerar que nas Organizações coexistem, além de uma relação voltada para a produção do trabalho e para o lucro, grupos com relações afetivas, com ligações em torno de interesses comuns, por vezes até contrários aos interesses das Organizações. Pela existência da divisão do trabalho⁶⁹ no contexto organizacional, os grupos estruturam-se segundo interesses próprios, nos quais vivenciam sentimentos de partilhas, solidariedade e luta comum. Em um grupo, geralmente, há a distribuição de tarefas e a escolha de responsáveis para assumir determinadas funções, ou seja, o grupo se organiza, cria algumas normatizações e formas de funcionamento e pode constituir-se como Organização. Neste caso, alguns grupos podem tornar-se Organizações dentro de Organizações. Para Lapassade,

um grupo é constituído por um conjunto de pessoas em relação umas com as outras e que se uniram por diversas razões: a vida familiar, uma atividade cultural ou profissional, política ou esportiva, a amizade ou a religião...ora todos estes grupos (...) parecem funcionar segundo processos que lhes são comuns, mas que não se tem costume de observar espontaneamente. Nós vivemos em grupos sem tomar necessariamente consciência das leis de seu funcionamento interno". (1989, p. 65)

Uma vez em que os grupos se unem em torno daquilo que lhes é comum, aponta-se para um grupo como um sistema de forças. Estes sistemas de forças podem ser de desenvolvimento, que impulsionam o grupo para os fins que ele se atribui, ou um sistema de forças de coesão, que motivam os membros a permanecerem unidos em grupos (LAPASSADE, 1989). A coesão e o desenvolvimento dos grupos reduzem a individualidade dos sujeitos, e a relação sujeito/Organização/sociedade (re)constrói-se constantemente a partir dos grupos em que os sujeitos estão incluídos.

⁶⁸ Conceito que será discutido a seguir.

⁶⁹ Conceito já discutido.

Os vínculos entre indivíduos de uma sociedade animal, como os das células de um organismo, não são apenas de comunicação segundo um código comum, comportam também uma dimensão comunitária, isto é de inclusão dos seres num circuito transubjetivo (MORIN, 2002, p. 194).

Entretanto, Morin (2002) alerta para o antagonismo do processo de inclusão, no qual o princípio de exclusão não está eliminado. Dito de outra forma, todo indivíduo comporta o princípio da inclusão que o inscreve dentro de uma comunidade ou de um grupo. Porém, paralela à inclusão está a exclusão, isto é, cada sujeito é portador, também, do princípio de exclusão de outrem, mesmo que seja integrante do mesmo grupo. Esta exclusão do outro (mesmo sendo seu parceiro) acontece pela necessidade da sua inclusão no seu lugar de sujeito na comunidade ou no grupo que integra.

Nos vertebrados, o parceiro social surge simultânea e alternadamente como incluído e como excluído, ora irmão, ora congênere, genitor, ora estranho rival oponente. Nas sociedades de mamíferos, desenvolvem-se, simultaneamente, as duas tendências, sendo uma de fraternidade/solidariedade (que predomina face ao perigo exterior), a outra, de concorrência/conflito (que predomina para a apropriação do alimento, das fêmeas, da autoridade) (MORIN, 2002, p. 195).

Sob essa perspectiva tem-se uma relação concorrente, antagônica, mas também complementar, que se constitui entre o princípio de exclusão e inclusão. No mesmo grupo, em que a cooperação pode ou não ser constante, a coesão e o desenvolvimento são sistemas de forças que mantêm os interesses comuns a todos do grupo, e a solidariedade, o princípio guia de todas as ações. Porém, pode haver também um processo de exclusão, no qual, cada vez mais, os sujeitos deste grupo procuram ocupar os lugares que consideram seus na Organização, excluindo com isto seus parceiros. O antagonismo se consolida pela inclusão no grupo, através de laços sociais, e pela exclusão do outro, através da concorrência, que segundo Lapassade (1989), é, muitas vezes, inconsciente no grupo.

Isto acontece, em geral, por que dentro de uma mesma Organização há uma pluralidade de sujeitos. Cada um destes sujeitos é ao mesmo tempo singular e universal. De acordo com 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” sendo capaz de incluir e excluir ao mesmo tempo. Mesmo sendo individual e/ou coletivo, mesmo agindo na instância grupal e/ou individual, nas relações sociais e/ou nas Organizações, os sujeitos tornaram-se coadjuvantes do contexto organizacional contemporâneo. O homem, como ser social, necessita algumas vezes do seu semelhante para satisfazer algumas necessidades e se completar, o que só é possível mediante uma interação de pessoas que buscam alcançar resultados pela conjugação de esforços.

Sendo assim, os sujeitos que se reúnem em grupos para integrar as cooperativas de economia solidária, cada um com suas peculiaridades e seus princípios específicos, se organizam por meio da cooperação, agindo para o fim da Organização, mas também para o seu fim⁷⁰. A cooperativa de economia solidária torna-se uma Organização com organismos vivos (seres humanos), multifacetados, ao mesmo tempo em que se torna também homogênea, à medida que todas as forças organizacionais interagem e produzem um espaço para as relações humanas.

3.1 As cooperativas de economia solidária como Organizações e Comunidades

As perspectivas de cooperativas foram enunciadas e aplicadas no século XIX⁷¹ por Saint-Simon e seus discípulos. Entre eles, o que obteve maior expressão foi Robert Owen⁷², por considerar o homem como o resultado de seu meio social. Ainda que as cooperativas tivessem surgido na Grã-Bretanha já no século XVIII, foi apenas a partir de

⁷⁰ Os sujeitos desenvolvem através da cooperativa de economia solidária uma forma alternativa de economia, com base em princípios sociais dentro de uma economia autorregulada. Com isto acabam gerando também a sua fonte de renda pelas relações de trabalho que estabelecem (FRANÇA e LAVILLE, 2004).

⁷¹ O século XIX foi marcado por transformações sociais causadas pela Revolução Industrial, pelo desenvolvimento acirrado do capitalismo e por uma intensa exploração da classe trabalhadora. A precariedade em torno das atividades produtivas e os baixos salários levaram ao surgimento de movimentos de trabalhadores em busca de formas alternativas para se inserirem dentro do processo capitalista vigente. Como uma forma de repensar os modos de produção, os trabalhadores passam a se organizar em cooperativas. (SCHIMIDT e PERIUS, 2003)

⁷² Robert Owen (1771 – 1858) foi um reformista social, considerado um dos fundadores do socialismo e do cooperativismo. (SCHIMIDT e PERIUS, 2003)

1844 que o movimento cooperativo começou a se estruturar e a se expandir (ENRIQUEZ, 2000).

O objetivo era formar Organizações nas quais os indivíduos, através da livre adesão, estivessem em situação de igualdade e compartilhassem os mesmos valores de solidariedade e fraternidade. Embora o objetivo final desta cooperação fosse uma possibilidade de transformação social, ainda que dentro de um processo econômico vigente, os interesses dos integrantes de uma cooperativa focavam-se na Organização cooperativa, assim como nos seus interesses individuais.

Atualmente uma concepção de cooperativa que se adapta dentro dos propósitos de uma Organização foi adotada pela Aliança Cooperativa Internacional (ACI), ou seja,

Cooperativa é uma associação autônoma de pessoas, unidas voluntariamente, para atender suas necessidades e aspirações econômicas, sociais e culturais comuns, através de uma empresa coletiva e democraticamente controlada”. (SCHIMIDT e PERIUS, 2003, p. 63)

Como valores das cooperativas ficaram definidos pela Aliança:

As cooperativas são baseadas nos valores da auto-ajuda, responsabilidade própria, democracia, igualdade, equidade e solidariedade. Com base na tradição de seus fundadores os membros da cooperativa acreditam nos valores éticos de honestidade, sinceridade, responsabilidade social e preocupação com os outros. (SCHIMIDT e PERIUS, 2003, p. 63)

Para a realização dos objetivos dos cooperativados e da própria cooperativa, é necessário que a Organização cooperativa desenvolva articulações e ações necessárias para que o conjunto de suas atividades tenha os resultados esperados pelos sujeitos que a integram. Por este motivo as Organizações desenvolvem seu sistema de autogestão, entendido por Albuquerque (2003) como o conjunto de práticas sociais que se caracteriza pela natureza democrática das tomadas de decisões e propicia a autonomia de um coletivo. De certa forma é um exercício de poder compartilhado, que qualifica as relações sociais de cooperação entre as pessoas e grupos que expressam de alguma forma relações sociais horizontais.

O conceito de autogestão possui uma retrospectiva histórica com vários significados, mas, desde sua origem, as experiências autogestionárias estiveram relacionadas com as lutas dos trabalhadores e principalmente com o movimento operário. Atualmente, o conceito ressurgiu com um caráter plural de entendimento: de um lado, a autogestão assume um caráter fortemente econômico, na tentativa de combater o desemprego; e de outro, ressurgiu retomando as lutas políticas e ideológicas que deram origem ao conceito e que está ligada à transformação social. Para entender a autogestão e os seus efeitos sobre a economia solidária, ambos os componentes conceituais estão estreitamente relacionados e não se excluem. É com base na convergência destes conceitos de autogestão que este trabalho se desenvolve.

Esta autogestão, de caráter coletivo, não acontece apenas de forma linear e unidirecional, mas depende muito da apropriação dos espaços coletivos pelos indivíduos que realizam esta autogestão, e esta apropriação pode ser plural e múltipla, dependendo do lugar de atuação dos indivíduos. Esta apropriação se dá, muitas vezes, de formas distintas, consciente ou inconscientemente, ou ainda de formas convergentes. Pode ser uma apropriação da autogestão de caráter social, por exemplo, uma vez em que a autogestão necessita ser percebida como resultado de um processo capaz de engendrar ações e resultados aceitáveis para todos os indivíduos e grupos que a compõem e dela dependem. Pode também ser uma apropriação de caráter econômico, no qual as relações sociais se definem sobre práticas que privilegiem o fator trabalho em detrimento do capital. Pode ser, ainda, uma apropriação política que se fundamenta pelo sistema de representações, cujos valores, princípios e práticas favorecem e criam condições para que a tomada de decisões da Organização cooperativa seja o resultado de uma construção coletiva que passe pelo poder compartilhado e garanta o equilíbrio (ALBUQUERQUE, 2003).

Independente da forma de apropriação da autogestão por parte das cooperativas, vale ressaltar que este tipo de Organização muitas vezes procura ter suas dimensões sociais harmonizadas com as dimensões econômicas no processo de autogestão. Uma vez ligados pelo princípio da solidariedade, os objetivos comuns podem prevalecer em detrimento de objetivos pessoais. Os laços sociais precisam se sobressair para que as cooperativas, enquanto Organização, com seu processo de autogestão, possam se

efetivar como cooperativas de economia solidária e com isto desenvolver a gestão social que, para alguns autores, se distingue da gestão estratégica de empresas privadas.

Segundo Tenório (1998, p.14), a gestão estratégica é caracterizada por uma “ação social utilitarista, fundada no cálculo de meios e fins e implementada através da interação de duas ou mais pessoas, na qual uma delas tem autoridade formal sobre a outra”. Nessa linha de ação, a Organização privada determina o seu próprio mercado e a sua própria condição de atuação neste. Uma gestão social opõe-se a esse modelo de gestão estratégica na medida em que os processos decisórios são construídos por diferentes sujeitos sociais a partir de relacionamentos intersubjetivos.

Entretanto, Enriquez (2000) aborda o assunto da gestão estratégica das Organizações argumentando que a empresa privada não é o único lugar onde a estratégia se instala.

O movimento toca todas as organizações. Simplesmente a empresa, em função do esvaziamento progressivo de outros pólos de identificação e de referência (Estado, classe social e família), se instaura como ator principal da sociedade e exporta para outras organizações os seus valores (a competição e o sucesso econômico), sua visão pragmática de mundo, suas normas de eficiência, de combate e de performance. O que é importante enfatizar é que a capacidade estratégica não é mais reservada (...) a uma elite que dispõe de um saber excepcional; ao contrário, é destinada a ‘qualquer um’” (ENRIQUEZ, 2000, p. 18).

As cooperativas de economia solidária enquanto Organizações também desenvolvem ações e pensamentos estratégicos⁷³, uma vez que todos os seus integrantes podem ser estrategistas em busca dos objetivos organizacionais. Os cooperativados, muitas vezes, usam como exemplo para sua forma de autogestão a gestão realizada pelas empresas privadas. As Organizações cooperativas não necessariamente desconsideram e negam a forma de constituição, gerenciamento e gestão das empresas privadas. Mas diferentemente das empresas, que visualizam muito mais o aspecto econômico de suas ações, as cooperativas apontam também para a

⁷³ Entende-se estratégia de maneira simplificada neste trabalho conforme Bueno (2005) como a forma de definir e aplicar recursos com o fim de atingir objetivos previamente estabelecidos pela Organização. O termo origina-se de jargão militar e tem a ver com a palavra *stratego* que, em grego, significa general.

construção de um caminho recursivo na qual a sociedade integra os processos econômicos e estes integram a sociedade.

Não se exclui, não se contesta e não se nega a condição de uma sociedade mercadológica, uma vez que a economia solidária atual existe e se articula nesta sociedade de mercado. Porém, a economia solidária desenvolve alternativas de autogestão que, assim como as empresas privadas, as caracterize como Organização. A emergência das cooperativas de economia solidária nos espaços mercantis significa a presença de outras Organizações econômicas que não estejam baseadas apenas na gestão estratégica em busca da sua máxima valorização de produção e distribuição. Representam também o pensamento estratégico de remanejamento das relações de força vigentes no mercado e a possibilidade de uma maior democratização das formas de se fazer economia.

Esta forma diferenciada de fazer economia permite o empoderamento social para a criação de novos espaços, superando aqueles onde se conjugavam formas diversificadas e instáveis de trabalho. Neste contexto, as cooperativas de economia solidária buscam uma forma de driblar as relações de trabalho flexíveis⁷⁴ impostas pelas divisões internacionais de trabalho que se sucederam ao longo dos processos históricos econômicos. Elas procuram maneiras alternativas de ultrapassar a força individualizadora da contemporaneidade que se encontra também nos locais de trabalho. As cooperativas se constituem em Organizações, mas, em alguns casos, podem também constituir-se como comunidades capazes amenizar a força da individualidade contemporânea.

Estas comunidades têm o intento de criar relações, principalmente sociais, entre os sujeitos para que estes mantenham-se unidos de forma espontânea. Bauman (2003) entende que o estilo comunitário é casual, não precisa ser procurado, e muito menos construído.

Este entendimento já 'está lá', completo e pronto para ser usado – de tal modo que nos entendemos 'sem palavras' e nunca precisamos perguntar, com apreensão. 'o que você que dizer?'. O tipo de entendimento em que a

⁷⁴ Relações de trabalho flexíveis podem ser entendidas, conforme sugestão de Bauman (2001), como o fim do pleno emprego, do emprego estável. O mercado de trabalho flexível não possui estabilidade, os contratos de trabalho são de curto prazo, ou até inexistentes. Conforme explicado no capítulo 2.

comunidade se baseia precede todos os acordos e desacordos. Tal entendimento não é uma linha de chegada, mas um ponto de partida de toda a união. É um ‘sentimento recíproco e vinculante’ – ‘a vontade dela e a própria daqueles que se unem’; e é graças a esse entendimento, e somente a esse entendimento, que na comunidade as pessoas ‘permanecem essencialmente unidas a despeito de todos os fatores que as separam’” (BAUMAN, 2003, p. 15-16).

Entretanto, o autor sugere a impossibilidade da prática do sentimento de reciprocidade dos sujeitos para constituírem uma comunidade dentro de uma sociedade⁷⁵ na qual as relações sociais se tornam cada vez mais líquidas⁷⁶. Para o autor, a comunidade é um tipo de mundo que não está ao alcance da sociedade moderna, mas no qual todos esperam viver e fazer parte. “Comunidade é nos dias de hoje outro nome do paraíso perdido” (BAUMAN, 2003, p. 9). Com isto os sujeitos estão em busca de uma alternativa de viver em comunidade.

Paraíso perdido ou paraíso ainda esperado; de uma maneira ou de outra, não se trata de um paraíso que habitemos e nem de um paraíso que conheçamos a partir de nossa própria experiência. (...) A imaginação, diferente das duras realidades da vida, é produto da liberdade desenfreada. Podemos soltar a imaginação e o fizemos com total impunidade – porque não teremos grandes chances de submeter o que imaginamos ao teste da realidade. (BAUMAN, 2003, p. 9)

Bauman (2003) considera que atualmente a procura para se viver em comunidade, propiciando uma sensação de aconchego aos sujeitos, resulta por formar “comunidades imaginadas”, que são desejadas, mas que não têm viabilidade dentro da dura realidade das sociedades líquidas. O autor sugere ainda uma “comunidade realmente existente” que se constitui por sujeitos em busca de proteção social. Porém,

⁷⁵ O sociólogo Ferdinand Tönnies propõe a diferença entre comunidade (Gemeinschaft), que é íntima, privada, informal e afetiva, e sociedade (Gesellschaft), que é pública e formal (BAUMAN, 2003).

⁷⁶ Bauman (2001) usa o termo líquido ou fluido como principal metáfora para o estágio presente da era moderna. Nos líquidos, as moléculas são mantidas num arranjo ordenado que atinge apenas poucos diâmetros moleculares, e estão em contínua e irrecuperável mudança de posição de uma parte do material em relação a outra parte. Quando sob pressão deformante, elas constituem o fluxo. Em contraste, a variedade de comportamentos exibida pelos sólidos é resultado direto do tipo de liga que une os seus átomos. Sendo assim, as forças deformantes num sólido torcido ou flexionado se mantêm, o sólido não sofre o fluxo e pode voltar à forma original.

para fazer parte desta comunidade é preciso lealdade e a perda de algumas liberdades. Para Bauman (2003, p.10)

Há um preço a pagar pelo privilégio de 'viver em comunidade' (...). O preço é pago em forma de liberdade, também chamada 'autonomia', 'direito à auto-afirmação' e a 'identidade'. Qualquer que seja a escolha, ganha-se alguma coisa e perde-se outra. Não ter comunidade significa não ter proteção; alcançar a comunidade, se isto ocorrer, poderá em breve significar perder a liberdade. A segurança e a liberdade são dois valores igualmente preciosos e desejados que podem ser bem ou mal equilibrados, mas nunca inteiramente ajustados e sem atrito.

Com este pensamento proposto por Bauman (2003), as cooperativas de economia solidária, mesmo constituindo-se como Organizações, podem ou não se constituir, em alguns casos também como comunidade. Podem ser “comunidades imaginadas” ou “comunidades realmente existentes”, nas quais segurança e proteção precisam ser ajustadas com a liberdade dos sujeitos. Uma possibilidade para se definir a comunidade que pode se estabelecer ou não em uma cooperativa de economia solidária é observar a maneira como a solidariedade é compartilhada entre seus membros. Entretanto, a solidariedade compartilhada vai depender da cultura que cada um dos seus membros possui e carrega para dentro da comunidade, além da cultura que se pretende formar na Organização/comunidade.

Enriquez (2000) entende que toda vida em sociedade, ou em um microsistema⁷⁷, que quer se tornar uma comunidade ou uma Organização e se consolidar como um lugar de identificação mútua e de adesão de todos aos valores e às normas estabelecidas precisa desenvolver uma cultura que muitas vezes torna-se semelhante à cultura da sociedade mais ampla. Aqui acontece a união do conceito de Organização e comunidade diante da realidade das cooperativas de economia solidária. Tanto como Organização quanto como comunidade, uma cooperativa busca estabelecer uma cultura própria, mas que tem como pressuposto a cultura da sociedade (macrossistema) em que está inserida e a cultura que os sujeitos que a integram carregam consigo. As

⁷⁷ Cada Organização possui suas características próprias com uma estrutura interna (microsistema), mas que dependem das interferências de ambiente geral (macrossistema) (KUNSCH, 2003). Neste trabalho em alguns momentos pode-se usar o termo microsistema como sinônimo de Organização e comunidade.

cooperativas de economia solidária, assim como qualquer Organização ou comunidade, se constituem de formas diferentes. Cada uma tem suas características de acordo com a cultura das pessoas que a integram e com a cultura da região (local) em que se estabelecem, mas se assemelham entre si à medida que procuram valorizar os laços sociais fortes.

O que vai definir o equilíbrio para o desenvolvimento de uma cultura organizacional e/ou de uma comunidade é a instauração do vínculo social dentro do microssistema e das relações sociais estabelecidas como o macrossistema. Neste contexto, a cultura organizacional é composta por identidades díspares, uma vez que cada indivíduo que integra a Organização tem uma cultura que é construída nas relações estabelecidas fora do contexto organizacional, muitas vezes fundamentadas por princípios históricos, artísticos, políticos, sociais. Ou, dito de outra forma, uma comunidade e/ou uma Organização possui diferentes culturas que co-habitam o mesmo espaço, e a cultura estabelecida nesta Organização é o que vai defini-la como comunidade ou não. Sendo assim, uma Organização pode ser uma comunidade ou não, e sendo uma comunidade pode ainda ser uma ‘comunidade imaginada’ ou uma ‘comunidade realmente existente’ (BAUMAN, 2003).

3.2 A Organização e a comunidade: dualidades da cultura organizacional

Para o entendimento da cultura no contexto organizacional, faz-se necessária a análise do conceito de cultura que este trabalho assume. O conceito de cultura tem uma longa história, com variações de usos e entendimentos, e o seu significado hoje pode ser considerado produto desta história. Thompson (1995) descreve que no século XVII, o conceito de cultura estava ligado ao cultivo ou cuidado de alguma coisa, tal como grãos e animais. No início do século XIX, as palavras “cultura” e “civilização” tiveram, em alguns momentos, o mesmo significado, referindo-se à ideia de se tornar culto e civilizado no processo de desenvolvimento humano. No início desse século, emergiu dentre os filósofos e historiadores alemães o conceito clássico de cultura como sendo o “processo de desenvolvimento e enobrecimento das faculdades humanas, um processo

facilitado pela assimilação de trabalhos acadêmicos e artísticos e ligados ao caráter progressista da era humana.” (THOMPSON, 1995, p. 170).

Para entender uma determinada cultura, em um contexto sócio-histórico estabelecido, não se pode reduzi-la a particularidades. Geertz (1989) aponta que é necessário atentar para o comportamento dos sujeitos e fazê-lo com exatidão, pois é através do fluxo de comportamento – ou mais precisamente da ação social – que as formas culturais encontram articulação. Nesse sentido, para analisar a cultura não basta se apropriar dos elementos simbólicos que a constituem e organizá-los ou descrevê-los em padrões unificados, categorizados e formais. Quaisquer que sejam, ou onde quer que estejam, os elementos simbólicos que constituem determinada cultura necessitam ser analisados tendo como base a relação que estabelecem em meio às ações sociais que se desenvolvem em determinado contexto.

O que se busca neste trabalho é um entendimento de como a cultura, através de seus elementos simbólicos, circula, interage, cria e recria identidades, (re)estabelece relações sociais e participa do cotidiano dos indivíduos que integram as cooperativas de economia solidária, servindo de pano de fundo ou como elemento norteador de suas ações e seus princípios.

Canclini (2007) reconhece a coexistência de muitos paradigmas para explicar os saberes sobre a cultura e que aspiram a estabelecer uma maior capacidade explicativa para o seu entendimento. Entretanto, o autor se posiciona e reforça a prerrogativa de cultura que se pretende neste estudo, afirmando “que a cultura abarca o conjunto de processos sociais de significação ou, de modo mais complexo, a cultura abarca o conjunto de processos sociais de produção, circulação e consumo da significação na vida social” (CANCLINI, 2007. p. 41).

A cultura vai muito além de um conjunto de obras de arte ou livros ou ainda da soma de objetos materiais carregados de signos e símbolos. “A cultura apresenta-se como processos sociais, e parte da dificuldade de falar dela deriva do fato de que se produz, circula e consome na história social. Não é algo que apareça sempre da mesma maneira” (CANCLINI, 2007. p. 41). Os elementos culturais que circulam entre os indivíduos nas suas relações sociais transformam-se através de usos e (re)apropriações sociais, tanto por parte de um grupo como por parte de um indivíduo. Na medida em que

as relações sociais são indispensáveis para a manutenção de um indivíduo no grupo, na sociedade, em uma Organização ou em uma comunidade, estes indivíduos acabam aprendendo a serem interculturais. As culturas se hibridizam, se misturam, se (re)constroem e se modificam por meio das relações sociais.

Sociedade, grupos, Organizações, comunidades e cultura estão em constante processo de relação, formação, transmissão e desenvolvimento acelerado por meio da interação⁷⁸ dos indivíduos. Para Morin (2008b, p.19), “Cultura e sociedade estão em relação geradora mútua; nessa relação, não podemos esquecer as interações entre os indivíduos, eles próprios portadores/transmissores de cultura, que regeneram a sociedade, a qual regenera a cultura.” A relação entre cultura e grupos/Organizações/sociedade/comunidades está em movimento recursivo, no qual todos os elementos que compõem tanto a cultura como os grupos são produtores de uma nova ordem⁷⁹ e produtos desta ordem estabelecida simultaneamente.

Entretanto, não se abandona a concepção da cultura como também organizadora da vida social. Muitas sociedades, grupos, comunidades e Organizações se (re)organizam com base, primeiramente, no seu patrimônio cultural. Quando se analisa a cultura pelo viés antropológico (THOMPSON, 1995), esta concepção torna-se mais evidente, uma vez que é considerada como o conjunto inter-relacionado de crenças, costumes, formas de conhecimento e arte que forma um todo característico de uma sociedade. Este conjunto de elementos culturais exerce um poder imperativo sobre os indivíduos, e se inscrevem no seu dia-a-dia desde o seu nascimento. Para Morin (2008b) torna-se o *imprinting* cultural, que muitas vezes hipnotiza o indivíduo e o faz agir conforme se estabelecem as regras, os tabus, as leis, o sagrado e até o diabólico.

Um forte *imprinting* cultural assegura, para um determinado microssistema, uma normalização que se estabelece pelas invariâncias nas estruturas sociais. Esta invariância acontece pela inibição dos pontos de vista divergentes, na tentativa de impedir tudo aquilo que se apresenta contrário e não adequado à organização cultural

⁷⁸ Por interação compreende-se a ação homem/homem através de processos de comunicação relacional, interpessoal, mediados ou não por meios tecnológicos e que deste processo desencadeia uma ação (WOLTON, 2004).

⁷⁹ Por nova ordem entende-se a dialógica proposta por Morin (2008a): de toda a desordem cria-se a ordem, porém esta ordem não é igual à anterior e sim uma outra ordem, uma nova ordem, diferente e por vezes mais evoluída do que a ordem anterior.

do microssistema ou, ainda, não estiver contemplado nos seus postulados. Quando normaliza até mesmo o atuar dos sujeitos, de certa forma impõe a estes formas fixas e estáveis de desenvolverem as suas próprias relações sociais e de se apropriarem dos elementos culturais.

Assim, o *imprinting* cultural pode normalizar alguns processos socioculturais, pois dentro da normalização nasce a possibilidade de contestação, resistência e desvios, uma vez que as interpretações dos fenômenos culturais podem variar de sujeito para sujeito, de geração para geração, pela forma de cognição⁸⁰, pelo uso da memória e uma infinidade de novos repertórios que surgem na vida dos indivíduos. Sendo assim, por um lado há o *imprinting*, a normalização, a invariância que ocasiona a reprodução da mesma cultura; por outro lado, pelo enfraquecimento do *imprinting*, surgem as brechas⁸¹ na normalização, o surgimento de desvios e a modificação dos processos culturais (MORIN, 2008b). É nas brechas do *imprinting* que a cultura se (re)constrói e (re)constrói o indivíduo, a sociedade, o grupo, a Organização e a comunidade.

Parte-se para o entendimento de cultura construída e construtora, uma vez que a cultura está inscrita na memória dos indivíduos (leis, textos sagrados, artes, literatura, contos orais), e toda vez que é (re)lembrada e (re)utilizada, é “continuamente regenerada” (MORIN, 2007, p.165), (re)interpretada e (re)significada. Geertz (1989), em seu livro *A interpretação das culturas*, reforça esta ideia quando descreve que

acreditando, como Max Weber, que o homem é um animal suspenso em teias de significados que ele mesmo teceu, entendo a cultura como sendo essas teias, e sua análise, portanto, como sendo não uma ciência experimental em busca de leis, mas uma ciência interpretativa em busca de significados. (GEERTZ, 1989, p.15)

É esta cultura, capaz de formar teias de significados, que se procura entender nas cooperativas de economia solidária. Enquanto Organização e/ou comunidade formada por grupos e sujeitos diferentes, estes microssistemas criam uma cultura que tem suas

⁸⁰Por cognição entende-se a capacidade individual, ato ou processo de conhecer, envolve o repertório que o indivíduo já possui, como sua percepção, memória, linguagem, capacidade de imaginação, raciocínio, juízos de valor, entre outros (MORIN, 2008a).

⁸¹ Conceito já discutido.

origens nas mais variadas culturas das pessoas que a compõem. Estas diferentes culturas estão fundamentadas no papel de seus fundadores, de seus cooperativados, seus consumidores e todos os sujeitos que estabelecem relações com a Organização cooperativa. A cultura organizacional, por sua vez, pode ser entendida como comum a todos os membros desta Organização, ou seja, pode ser transmitida de forma homogênea, ou pode ainda, em alguns casos, ser entendida como a identidade da própria Organização, e ser assimilada heterogeneamente como uma cultura estranha aos sujeitos que a compõem.

Freitas (2000) entende a cultura organizacional como um instrumento de poder e um conjunto de representações imaginárias sociais que se constroem e reconstroem nas relações cotidianas dentro das Organizações. A cultura organizacional transmite e formaliza os valores, normas, significados e interpretações visando a um sentido de direção e unidade no ambiente organizacional e principalmente tornando-se fonte de identificação e de reconhecimento entre seus membros. A cultura organizacional procura a adesão e o consentimento dos sujeitos, ampliando a sua ideia de território e vinculando este sujeito à Organização. Com isto, a Organização torna-se fonte de identidade para os sujeitos.

Porém, não é só de reconhecimentos e identificações que se consolida a cultura organizacional. Srour (1998) deixa claro que a cultura é a dimensão simbólica da Organização que diz respeito ao conjunto de representações mentais de uma coletividade. O autor alerta que a cultura organizacional pode ser real e ideal. A ideal, impregnada de simbolismo, pode ser o “disfarce” da real, ou seja, a cultura organizacional ideal esconde o que de fato é a Organização real, mas de certa forma pode ter ou não seus efeitos sobre os sujeitos. Srour (1998) refere-se a uma cultura organizacional misteriosa que está em toda a Organização, inclusive nos rostos de seus atores, de uma cultura simbólica que elabora o discurso simbólico de controle social e relações de poder através de seus mitos, crenças, tabus, estilos e expressões estéticas.

A cultura organizacional criada por simbolismos e imaginários organizacionais pode ser real (de acordo com o que de fato é a Organização) ou ideal (de acordo com o que a Organização quer representar) e criada ainda pelos simbolismos e imaginários individuais. A cultura organizacional forma-se da associação do que a Organização quer

representar e pelo que de fato ela é, juntamente com o que são os sujeitos que a integram e as suas várias formas de representação. Quando os indivíduos geram uma identificação de sua cultura (simbólica e imaginária) com a cultura da Organização, pode-se ter uma homogeneidade cultural. Entretanto, se estas identificações são contrárias, pode se ter uma heterogeneidade cultural. O que vai definir a cultura organizacional será a forma de uso, articulação, apropriação e representação dos diversos simbolismos e imaginários provenientes dos diferentes contextos culturais, sejam coletivos e/ou individuais. A construção de sentido que as Organizações, através da cultura organizacional, procuram (re)criar nos sujeitos atua na constituição de suas identidades.

3.3 A organização, a comunidade e suas culturas como constituintes de identidade

O indivíduo é um ser social e, segundo Morin (2007), auto-eco-organizado⁸², extraíndo energias físicas, biológicas, informação e organização do seu meio, constituindo-se nesse meio e dele dependendo. O indivíduo realiza-se numa cultura que gera seus significados, mas dentro de uma cultura, também, permanece inacabado, quando não realiza todas as possibilidades de seus desejos, uma vez que a cultura o normatiza.

Neste sentido, o indivíduo tem a sua identidade social, que ao mesmo tempo em que permite a sua realização de identificação com o outro, também é capaz de subjugarlo, excluí-lo e fragmentá-lo quando a sua geração de significados não condiz com a geração de significados do grupo a que pertence. Isto ocorre por que, muitas vezes, há um deslocamento, uma descentralização, uma perda de sentido dentro do grupo social a que o indivíduo pertence, ou seja, muitas vezes, para a realização de seus desejos, o indivíduo cria uma (re)significação da cultura na busca de outra produção de sentido dentro da mesma cultura. Esta produção de sentido no contexto cultural é capaz de (re)produzir uma nova identificação ou até uma nova identidade.

⁸² Conceito já trabalhado.

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 social que são constantemente alterados. Colaborando com esta afirmação, Kellner (2001) descreve que o indivíduo nascia e morria como membro de um mesmo clã, de um mesmo grupo ou comunidade, como membro de um sistema fixo de parentesco de uma mesma tribo, com a trajetória de vida já fixada. A identidade não era questão de reflexão, e os indivíduos não passavam por crises de identidade. Essa “crise de identidade” é vista como parte de um processo mais amplo de mudança que está deslocando as estruturas e processos centrais da sociedade moderna e abalando os quadros de referência que davam aos indivíduos uma ancoragem estável no mundo social. Na modernidade a identidade torna-se líquida⁸³, múltipla, móvel, pessoal e/ou coletiva e sujeita a mudanças e inovações. A consciência de si passou a ser reconhecida dentro de contextos culturais, tornou-se possível refletir continuamente sobre os papéis e as possibilidades sociais e, quando necessário, distanciar-se da tradição, do estabelecido, do regulamentado. A identidade na modernidade foi ligada à individualidade e ao desenvolvimento de um único eu.

Hall (2001) alerta para a “crise de identidade” do indivíduo contemporâneo, que vê seus quadros de referências abalados. As identidades modernas podem ser descentradas, deslocadas e fragmentadas e às vezes nem mesmo os elementos culturais dos grupos a que pertence o sujeito são capazes de lhe tirar da crise. Isto ocorre por que o indivíduo, considerado por Hall (2001, p.12) como “sujeito pós-moderno” não possui uma identidade permanente, a “identidade torna-se uma celebração móvel”, tornando-se questão de dúvida e incerteza.

É na dúvida e na incerteza gerada pela “crise de identidade” que o indivíduo torna-se agente de (re)significação e auto(re)produção da sua cultura. Cada indivíduo assume identidades diferentes em diferentes momentos na tentativa de realização de seus desejos e acaba por articular identidades contraditórias que atuam e agem em diferentes direções. Entretanto, à luz do pensamento complexo, estas identidades

⁸³ Conforme descrição de Bauman (2001) para a compreensão de líquido na modernidade.

contraditórias produzem consequências. As diferentes direções que a identidade do indivíduo assume são capazes de recriar a sua própria cultura e a cultura do grupo de que faz parte, desenvolvendo com isto uma relação hologramática complexa. É nesta relação hologramática (recriar) que vem do dialogismo (certeza/incerteza) da cultura para o indivíduo, através da capacidade de (re)identificação pelo próprio indivíduo, que a cultura e a identidade se recriam recursivamente.

Atualmente uma identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia. [...] à medida em que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao menos temporariamente. (HALL, 2001, p. 13).

Com esta flexibilidade, mobilidade, liquidez e transformação das identidades e consequentemente dos contextos culturais, tem-se uma sociedade em processo de mudanças constantes, rápidas e não permanentes. A solidez da identidade, que antes se amparava em elementos simbólicos estáveis e fixos, hoje se vê abrigada em um aparato simbólico flexível, instável e mutante que possibilita ao indivíduo diversas formas de identificação. Não se aborda aqui, a falta de referenciais simbólicos, eles permanecem e continuam a ser *imprinting* tanto para a cultura como para a identidade, principalmente quando se trata de contextos organizacionais e comunidades que se apoiam fortemente em referências simbólicas para criar identificação com seus indivíduos. Mas, com as novas práticas sociais interconectadas em um território único e global⁸⁴, estas referências simbólicas se (re)articulam em um processo de transformação constante. Com isso, (re)criam uma heterogeneidade cultural, com a (re)afirmação e resistência de algumas identidades, e dão margem ao surgimento de novas identidades, gerando assim novas possibilidades de identificação nos contextos culturais que estão inseridos os sujeitos, sejam eles grupos, Organizações, comunidades ou a sociedade.

Reforçando o pensamento de que referências simbólicas são importantes para a constituição de identidades dos sujeitos, Morin (2007) deixa claro que “a identidade pessoal define-se, antes de tudo, em referência aos ancestrais e aos pais; o indivíduo de

⁸⁴Território único e global de acordo com os processos de globalização já conceituados anteriormente.

uma tribo designa-se primeiro como 'filho de' e depois por um nome que pode ser de um parente, de um patriarca, de um profeta, de um santo, do qual não somos o único titular". Mais amplamente, e de acordo com os estudos de Hall (2001), há também uma possível identificação e produção de sentido dos indivíduos em relação à nação, ao Estado e à religião. Entretanto, mesmo com esses elementos culturais à disposição do sujeito, a identidade não se torna fixa. De acordo com (MORIN, 2007, p. 87)

Na realidade, de certa maneira, nossos pais e nossos ascendentes estão em nós; suas marcas, [...], ressuscitam sem parar a presença deles em nós. Carregamos, de maneira confusa, indistinta, essa multiplicidade de seres que sobrevivem, assim, além da morte. Além disso [...], inconscientemente, mil modulações de voz, modos de comportamentos, hábitos mentais, inscrevem-se em nós [...]. Nossos ascendentes estão incluídos em nossa identidade.

Assim, o sujeito moderno carrega consigo elementos simbólicos de seus ancestrais, juntamente com uma multiplicidade de outros elementos simbólicos que estão à disposição para a constituição da sua identidade, embora estes em constante processo de mudança, alteração, reconstrução e novas produções de sentidos. É por meio dos sistemas simbólicos que o indivíduo se torna aquilo que pretende ser, podendo estabelecer identidades individuais, coletivas e ainda transformando o sistema simbólico na busca de uma possível identificação, ou seja, "diferentes significados são produzidos por diferentes sistemas simbólicos, mas estes significados são contestados e cambiantes" (WOODWARD, 2000, p.18).

Toda esta relação de identificação com elementos simbólicos, criando e recriando significados para a identidade dos indivíduos, ocorre dentro de lugares com contextos culturais também cambiantes, híbridos e mutantes. Estes contextos, como já dito anteriormente, podem ser as Organizações e/ou as comunidades que os sujeitos integram. Os sujeitos, ao integrarem estes grupos/Organizações/comunidades, carregam consigo seus elementos simbólicos particulares, sua identidade e sua cultura, e, na menor relação que estabelecem com o outro, tudo pode ser alterado e (re)criado.

Isto ocorre porque o sujeito desenvolve uma relação com o outro em si mesmo ou fora de si, ou ainda, no outro indivíduo, podendo ser de forma consciente ou inconsciente. Sob esta perspectiva Morin (2007, p. 77) destaca que

Outro significa, ao mesmo tempo, o semelhante e o dessemelhante; semelhante pelos traços humanos ou culturais comuns; dessemelhante pela singularidade individual ou pelas diferenças étnicas. Ou outro comporta, efetivamente, a estranheza e a similitude. A qualidade de sujeito permite-nos percebê-lo na semelhança e na dessemelhança. O fechamento egocêntrico torna o outro estranho para nós; a abertura altruísta o torna simpático. O sujeito é por natureza fechado e aberto.

O outro, o diferente, o dessemelhante muitas vezes possibilita que a identificação do sujeito aconteça. A identidade e a identificação, muitas vezes são (re)construídas por meio da marcação da diferença. Woodward (2000) fala que a identidade não é o oposto da diferença, mas que a identidade depende da diferença. Nas relações sociais, essas formas de diferença, a simbólica e a social, são estabelecidas, pelo menos em parte, para que o indivíduo se identifique.

As relações de trabalho são uma forma de estabelecer uma relação com o outro, em que o sujeito desenvolve, cria e recria constantes identificações. Nos contextos pré-modernos, as relações de trabalho desenvolviam um meio de organizar a vida social que conduzia os indivíduos para a constituição da sua identidade. Atualmente, com a flexibilização das relações de trabalho, este passa a ser também individualizado. Bauman (2001, p.155) diz que “são os homens e as mulheres individuais que as suas próprias custas deverão usar, individualmente, seu próprio juízo, [...] para elevar-se a uma condição mais satisfatória.” O indivíduo, sozinho, se responsabiliza pelas suas ações e com isto procura a sua satisfação e suas relações de identificação.

Entretanto, mesmo sozinho o sujeito, consciente ou inconscientemente, se articula com o outro para (re)criar as suas identificações. As cooperativas de economia solidária, constituídas como Organização e/ou comunidades, em tempos de relações de trabalho flexibilizadas, são possibilidades desenvolvidas pelos sujeitos para que possam ter identificação e satisfazer suas ansiedades no que diz respeito ao trabalho e condições econômicas. As relações de trabalho nas cooperativas de economia solidária procuram ou não trabalhar com a lógica da solidariedade sedimentada nos laços sociais

a fim de transformar esta Organização em “lugares” de identificação e identidade para os sujeitos.

Augé (1994) evoca o conceito de “lugar(es)”, que pode ser definido como identitário, “o lugar do sentido inscrito e simbolizado” (AUGÉ, 1994, p.76), o lugar antropológico. Neste lugar, o sujeito cria raízes pela produção de sentido através de um processo de identificação com seus elementos simbólicos. É um lugar relacional que se “completa pela fala, na troca alusiva de algumas senhas, na convivência” (AUGÉ, 1994, p.76). Por ser um “lugar” de muitas identificações, ele se torna estável, e os seus elementos simbólicos agregam valor a uma identidade já constituída por outros elementos. Um indivíduo que trabalha em determinada Organização e com ela desenvolve um sentimento de pertencimento, tende por “lugarizar-se” pela produção de sentido que gera com a Organização. Esta produção de sentido acontece através da relação dos elementos simbólicos carregados por este indivíduo juntamente com os elementos da organização. Este sujeito (re)cria a sua identidade, ao mesmo tempo em que os elementos desta (re)constroem a Organização recursivamente na tentativa de uma “lugarização” cada vez maior. Entretanto, em um contexto de relações de trabalhos flexibilizadas, instantaneamente este sentimento de pertença pode acabar – com uma demissão, por exemplo –, e o “lugar” se torna “não-lugar” como sugere Augé, (1994).

O “não lugar” não é identitário, nem relacional, nem histórico. Segundo Augé (1994), a supermodernidade é produtora de não-lugares que não são em si lugares antropológicos. Estes não-lugares estão em um mundo “prometido à individualidade solitária, à passagem, ao provisório, e ao efêmero” (1994, p. 73). Os não-lugares tornam-se abstratos e há uma ausência de referenciais simbólicos de identificação, como aeroportos, shoppings, auto-estradas, hotéis e tudo o que na solidão do indivíduo não necessariamente produz sentido e identificação.

Porém Augé (1994) não estabelece limites para o que se torna “lugar” e “não-lugar”. Estes se interpenetram na realidade concreta da supermodernidade, os lugares e os não-lugares misturam-se e alteram-se constantemente. Há possibilidade do “não-lugar” não estar ausente de qualquer “lugar”. “Lugares” e “não-lugares” podem se opor ou se atrair.

Neste caso a identidade de uns é constituída em um “lugar” por meio da produção de sentido através da linguagem, das regras do bem viver, entre outras. Em contraponto, o “não-lugar” pode criar identidades partilhadas, anônimas e provisórias. Neste caso, cortam-se os laços de uma identidade social e (re)cria-se uma identidade singular que muitas vezes só é evocada em determinadas situações necessárias quando solicitado.

Na busca de uma produção de sentido, de certa forma, homogênea, as cooperativas de economia solidária procuram se tornar “lugares” de identificação social de seus sujeitos, considerando, além da produção e reprodução de identidades individuais, principalmente, a produção e reprodução de identidades coletivas. Estas identidades coletivas podem ou não estar amparadas nos laços sociais de solidariedade que se estabelecem nas relações de trabalho. A partir das relações de trabalho que se estabelecem nas cooperativas de economia solidária e com a criação de uma identidade coletiva, as cooperativas podem ou não desenvolver a condição de se tornarem comunidades. E/ou são ‘comunidades realmente existentes’, nas quais a identidade coletiva prevalece, e/ou se tornam ‘comunidades imaginadas’, nas quais as identidades individuais sobrepõem-se à identidade coletiva. Desta forma, não se pode negar que tanto as Organizações, neste caso, as cooperativas de economia solidária, como as comunidades podem gerar identificações com seus sujeitos apenas com base no imaginário que produzem de si para os sujeitos que as integram.

3.4 A organização e comunidade como processos do imaginário

No sentido corrente, o imaginário é o campo (e o produto) da imaginação, entendida como faculdade criativa. A palavra é geralmente empregada como sinônimo de fictício, inventada e oposta ao real. Castoriadis (1982) diz que o imaginário é a capacidade de fazer como imagem algo que não é, nunca foi. Silva (2003) entende o imaginário como um reservatório que agrega imagens, sentimentos, lembranças, experiências, visões do real que realizam o imaginado e através de um mecanismo individual e/ou grupal sedimenta um modo de ver, de ser, de agir, de sentir, e de aspirar ao estar no mundo. O autor distingue o imaginado, uma projeção do irreal que poderá se tornar real, do imaginário que emana do real, estrutura-se como ideal e retorna ao real

como elemento propulsor. O imaginário é complexo, uma vez que necessita da relação dialógica entre real e irreal para se efetivar e da recursividade para existir, sendo que o real produz o irreal que por sua vez produz o real novamente.

O imaginário pode existir de forma individual, essencialmente por identificação (reconhecimento de si no outro), apropriação (desejo de ter o outro em si) e distorção (re-elaboração do outro para si) (SILVA, 2003). No imaginário, o sujeito se consolida como o ser simbólico que quer ser. A relação entre sujeito e simbólico se efetua por intermédio de formas imaginárias através do objeto de desejo do sujeito e suas identificações. Em outras palavras, o imaginário se constitui no referencial simbólico que está à disposição dos sujeitos. A forma de apropriação deste referencial vai depender da capacidade de identificação, apropriação e distorção do imaginário de cada sujeito.

Castoriadis (1982) alerta que o imaginário é o componente de todo o símbolo. Sob este viés, surge a necessidade de se desenvolver uma compreensão sobre símbolo. Morin (2008a, p. 173) descreve o símbolo como sendo “a relação entre a própria realidade e a realidade designada como portador e evocador da presença e da virtude do que é simbolizado”. O símbolo comporta uma relação de identidade com o que simboliza, suscita o sentimento de presença concreta do que é simbolizado e, na plenitude da sua força, constitui, numa só palavra ou figura, uma implicação ou concentração hologramática original da totalidade que torna presente. Assim, no extremo fervor da crença, a cruz comporta a paixão, a morte, a ressurreição e a mensagem redentora de Cristo, da mesma forma, no extremo fervor patriótico, a bandeira comporta a substância da mãe-pátria. A utilização de símbolos não depende de regras formais e pode muitas vezes tornar-se significativa de uma estrutura social à qual pertence. Um símbolo é capaz de ressuscitar na sua rememoração e reconstituir uma representação, mesmo que em ausência.

Geertz (1989, p.144) contribui com o entendimento de Morin (2008a) quando expõe que “os símbolos [...] relacionam uma ontologia e uma cosmologia com uma estética e uma moralidade: seu poder peculiar provém de sua suposta capacidade de identificar o fato com o valor no seu nível mais fundamental, de dar um sentido normativo abrangente àquilo que, de outra forma, seria apenas real. O número destes símbolos sintetizadores é limitado em qualquer cultura ...” De toda forma, os símbolos

apresentam e representam alguns dos fundamentos de uma cultura. Percebe-se, com base nos conceitos expostos, que não há uma necessidade de contato físico para que o símbolo se comunique com o indivíduo. Muitos dos símbolos podem representar uma determinada cultura apenas pela sua rememoração, dependendo do valor simbólico⁸⁵ que tem para os indivíduos.

Com isto o imaginário pode utilizar o simbólico ou o símbolo, não somente para exprimir-se, mas para existir, para passar do virtual a qualquer coisa a mais. Segundo Castoriadis (1982, p. 154),

falamos de imaginário quando queremos falar de alguma coisa 'inventada' quer se trate de uma invenção 'absoluta' ('uma história imaginada em todas as partes'), ou de um deslizamento, de um deslocamento de sentido, onde os símbolos já disponíveis são investidos de outras significações que não as suas significações 'normais' ou 'canônicas'(...) Nos dois casos, é evidente que o imaginário se separa do real, que pretende colocar-se em seu lugar.

Sendo assim, o simbólico pressupõe o imaginário e nele se apóia. Isto não significa que o simbólico seja apenas o imaginário efetivo em seu conteúdo. O simbólico comporta quase sempre um componente real, mas que é apropriado de forma diferenciada pelos imaginários individuais.

O imaginário pode ainda ser social, estruturando-se principalmente pelo contágio simbólico, realizado pela interação entre os sujeitos. O imaginário social pode ser constituído pela junção dos imaginários individuais, dentro de um contexto sócio-histórico. Neste caso, Castoriadis (1982) afirma que o imaginário social é sempre sócio-histórico, capaz de gerar processos de identificação a partir de significações sociais coletivas, mesmo que anônimas. O imaginário social é muito mais anônimo e inconsciente do que consciente, assim como seus possíveis processos de identificação.

Assim, o imaginário existe também nas Organizações e pode-se encontrar de duas maneiras: individual (imaginário dos sujeitos que compõem a organização) e/ou

⁸⁵ Para Morin (2008a) o valor simbólico é aquele que os objetos (pode ser considerado símbolo) têm em virtude dos modos pelos quais são estimados pelos indivíduos que os produzem e recebem, ou seja, podem ser aprovados, condenados, apreciados ou desprezados, não necessariamente tem relação econômica com o objeto, símbolo.

imaginário social (imaginário formado pela organização composta de símbolos, valores e imagens). Uma vez que, tanto nos imaginários individuais quanto nos imaginários sociais os símbolos recriam-se como reais e irrealis, corrobora-se com a afirmação de Silva (2003) que pelo imaginário o indivíduo se (re)constrói na cultura. O sujeito, com seu imaginário individual, coexistindo com o imaginário social, se constrói e se reconstrói dentro de uma cultura que pode ser também a cultura organizacional. Imaginário e cultura coabitam e coexistem no espaço organizacional e estão constantemente transformando-se em função das representações simbólicas dos sujeitos que compõem a Organização.

Scroferneker (2009) argumenta que o sistema imaginário, por sua vez, é (re)produzido pela Organização para viabilizar os sistemas cultural e simbólico. Citando, Freitas (2000) complementa que o imaginário é o local da fantasia, ponto de partida de todas as significações, e que é compartilhado pelos membros de uma sociedade ou de um grupo social. Entretanto, o imaginário não surge do nada, não é espontâneo e de certa maneira pode ser induzido. Com isto, Scroferneker (2009) referencia Srouf (1998), para explicar os imaginários construídos nos contextos organizacionais:

As representações imaginárias que uma organização cultiva identificam quem é quem, demarcam praxes nem sempre explícitas, impõem precedências e formalidades compulsórias, regulam as expectativas e pautas de comportamento, e por fim, exigem cautela e aprendizagem por parte dos seus membros. (SROUR, 1998, p.168)

Enriquez (1997, p.35) corrobora com esta afirmação quando afirma que no ambiente organizacional existe um “imaginário enganador”. Este imaginário tenta prender os sujeitos nas armadilhas dos seus próprios desejos e carências. Faz com que o imaginário da Organização torne-se muito parecido com os imaginários dos sujeitos que a compõem, tornando-se, ao mesmo tempo, superpoderosa e protetora dos sujeitos, bem como frágeis na tentativa de ocupar a totalidade do espaço imaginário, simbólico e cultural dos sujeitos através das identificações e representações.

Enriquez (1997, p.35) complementa enfatizando que há Organizações que possuem “imaginário motor” e que permitem que seus sujeitos possam ser levados pela

imaginação criativa dentro do ambiente de trabalho sem se sentirem reprimidos pelas regras imperativas. Há espaço para que cada sujeito troque suas experiências com os outros na medida da identificação e significação.

As cooperativas de economia solidária, enquanto constituem-se como Organizações e/ou comunidades, estão formadas por grupos de indivíduos e imersas em referenciais simbólicos que procuram expressar a sua identidade e, com estes símbolos, (re)criar as identificações dos sujeitos que as constituem. Estas identificações dependem, em todas as instâncias possíveis, do imaginário dos sujeitos, ou seja, de como estes interpretam e reinterpretam os elementos simbólicos da Organização, assim como da cultura em que estes sujeitos estão imersos. As cooperativas consolidam-se na tentativa de desenvolver outra forma de fazer economia e procuram ou não se constituir nos laços sociais, tendo a solidariedade como princípio básico. Apesar de a solidariedade ser o elo da Organização cooperativa, a forma como ela é (re)interpretada depende do imaginário individual de cada sujeito, e somente assim irá (re)constituir o imaginário social. Entretanto, não se pode negar que as identificações dependem também do imaginário e da cultura que a Organização (re)constrói em processo de criação e recriação simbólicas constantes – e oferece aos seus sujeitos.

Assim, quando se entende as cooperativas de economia solidária enquanto Organizações com uma estrutura complexa, não é possível pensar em uma forma de imaginário (enganador e/ou motor) em detrimento do outro no contexto organizacional, ou de uma cultura mais homogênea, ou da realidade/irrealidade dos elementos simbólicos. Nas Organizações complexas os sistemas imaginários, culturais e simbólicos (ENRIQUEZ, 1997), tanto da Organização quanto dos sujeitos, não têm limites de começo e de fim, eles se interpenetram, se misturam, se mesclam constantemente na (re)criação da Organização, sua cultura, seus símbolos e imaginários. Para Srour (1998, p. 122) “toda organização comporta espaços variados [...]. E, em termos simbólicos, as relações de saber articulam uma espécie de palco em que se elaboram e difundem representações imaginárias”. As cooperativas de economia solidária são também como palcos de representações imaginárias, que se diferenciam estruturalmente em função das relações de produção que as alicerçam e com isso podem ou não criar um imaginário e uma cultura específica.

O que se pode afirmar é que este processo de recriação da cultura, através da recriação dos símbolos e conseqüentemente do imaginário (tanto dos sujeitos como das Organizações), teria dificuldade de se estabelecer sem uma efetiva relação entre Organização e seus sujeitos. Esta relação se efetiva basicamente por um processo de comunicação. Se há uma cultura, ela precisa ser compartilhada. Se há imaginário, ele precisa ser compartilhado. Torna-se necessário refletir sobre a comunicação dentro dos contextos organizacionais através da questão da relação ou da questão da comunicação com o outro.

4 A COMUNICAÇÃO PARA ALÉM DO MIDIÁTICO

Para o propósito deste trabalho se fez uma contextualização da economia social e a estruturação e reestruturação das cooperativas de economia solidária no contexto atual capitalista. Posteriormente, passou-se para uma abordagem na qual há possibilidades das cooperativas de economia solidária constituírem-se como Organizações e/ou comunidades⁸⁶. Estas Organizações cooperativas são capazes de produzir também uma cultura baseada nos seus valores, elementos simbólicos e imaginários, assim como de receber e alterar os valores simbólicos e imaginários dos sujeitos que pertencem à Organização e, desta forma, (re)criar (re)significações .

Estas relações de troca (re)criam a cultura dos sujeitos que pertencem a estas Organizações, assim como a própria cultura da Organização, alterando e (re)conceituando seus simbolismos e imaginários e interferindo na constituição da identidade dos sujeitos. Sob esta perspectiva, faz-se necessário um entendimento do processo de comunicação sujeito/sujeito, assim como um entendimento do processo de comunicação sujeito/organização e das possibilidades dos símbolos organizacionais serem compartilhados pelo processo de comunicação.

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”. Partindo da premissa do pensamento de Wolton (2004), admite-se neste trabalho a comunicação considerando: a comunicação direta, a comunicação técnica e a comunicação social.

⁸⁶ Quando se refere às cooperativas de economia solidária como Organizações e/ou comunidades admite-se que estas podem ser apenas Organizações ou Organizações com características de comunidades. Uma vez que assumem características de comunidades, podem ser ou ‘comunidades realmente existentes’ e/ou ‘comunidades imaginadas’ (BAUMAN, 2003)

Para Wolton (2004), a comunicação direta é, antes de mais nada, uma experiência antropológica, na qual comunicar-se consiste em compartilhar com o outro. Os sujeitos comunicam-se para se construir individualmente e coletivamente. “Não há seres humanos sem sociedade, como não há sociedade sem comunicação” (WOLTON, 2004, p. 30). Em um primeiro momento parece simples esta concepção da comunicação, mas o que é possível admitir é que a comunicação é ao mesmo tempo uma realidade e um modelo cultural, uma vez que há diferentes padrões de comunicação interpessoais e coletivos que se sucederam ao longo de diferentes momentos da história. Segundo WOLTON (2004, p. 30) toda comunicação esteve ligada a um padrão cultural estabelecido.

Ou seja, a uma representação do outro, porque comunicar consiste em difundir, mas também interagir com um indivíduo ou uma coletividade. O ato banal da comunicação condensa em realidade a história de uma cultura e de uma sociedade.

A comunicação pode ser entendida, ainda, como técnica, substituindo gradativamente a comunicação interpessoal e direta por uma comunicação à distância. A comunicação transcende a forma direta entre duas ou mais pessoas e consolida-se como a comunicação mediatizada pelas técnicas de comunicação. Para Wolton (2004), comunicar-se instantaneamente através das técnicas disponíveis, como telefone, internet, rádio, televisão entre outras, com todos os lugares do mundo tornou a comunicação uma banalidade. Em seu livro *Informar não é comunicar*, Wolton (2010) reconsidera a comunicação técnica e a admite como informação.

Wolton (2004) entende que a comunicação também “tornou-se uma necessidade social funcional para as economias interdependentes” (2004, p. 31). Desde o momento da abertura econômica e da retomada revigorante do sistema capitalista, tanto para o mercado como para a diplomacia, as técnicas de comunicação desempenharam um papel objetivo indispensável. “Se tudo é aberto e em interação com uma divisão internacional do trabalho⁸⁷, então os sistemas técnicos, dos computadores às redes e

⁸⁷ Conceito já trabalhado e discutido anteriormente.

aos satélites, são uma necessidade funcional, sem relação com o modelo de comunicação normativo⁸⁸ (WOLTON, 2004, p. 31).

A palavra comunicação é a mesma, mas com acepções diferentes. A comunicação funcional⁸⁹ não tem muitas semelhanças com o sentido de comunicação normativa na escala individual ou em pequenos grupos. Contudo, as duas formas de comunicação se encontram em cada um dos três níveis da comunicação.

Marcondes Filho (2008) colabora com o pensamento de Wolton (2004, 2010) quando se refere que a comunicação é a palavra da moda. Todos falam em comunicar, pessoas comunicam, animais, plantas, sistemas comunicam, no entanto, apesar da presença da comunicação em toda a parte, as pessoas continuam a pensar que não há compartilhamento, não há troca e que seus sentimentos e percepções do mundo são incomunicáveis. O autor reforça que a “sociedade da comunicação é uma sociedade em que a comunicação real vai ficando cada vez mais rara, remota, difícil e vive-se na ilusão da comunicação” (2004, p. 8). Isto pode acontecer porque nos processos de comunicação, cada vez mais os sujeitos fecham-se, isolam-se e desenvolvem apenas a comunicação técnica ou a troca de informações.

Este fenômeno propicia o que Wolton (2004) chama de incomunicação. Com tantas possibilidades de comunicação em um processo de globalização e informação⁹⁰ 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.

⁸⁸ Wolton (2004, p. 32) entende a comunicação normativa como o ideal de comunicar, isto é, a vontade de intercambiar para compartilhar algo em comum. A palavra “norma” não implica um imperativo, mas sim um ideal buscado pelos indivíduos. A vontade de comunicação é mútua e pressupõe a existência de regras, de códigos e símbolos para entrar em contato com os outros.

⁸⁹ Wolton (2004, p. 33) entende a comunicação funcional como a necessidade de comunicação das economias e das sociedades abertas, tanto para trocas de bens e serviços como para os fluxos financeiros e econômicos. Neste caso, as regras têm um papel muito mais importante no âmbito de uma eficácia ligada às necessidades e aos interesses.

⁹⁰ 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 relação social e a interação (WOLTON, 2010).

Para a comunicação se concretizar e diminuir as possibilidades de incomunicação é necessário conviver, 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 em processo de globalização, assim como a manutenção de um princípio de unidade, tendo em perspectiva a renovação dos aspectos contemporâneos dos laços sociais. Hoje, os laços sociais mantêm ligados numa sociedade grupos, indivíduos e comunidades, porém de formas contraditórias. Ao mesmo tempo em que o laço social mantém o local, cria relação com o global e, ao mesmo tempo em que o laço social cria identidade, possibilita a abertura de outras formas de identificação.

Nas cooperativas de economia solidária, os laços sociais mantêm a Organização em comunhão, compartilhando ou não os mesmos valores e mantendo o grupo em convivência, reforçando ou não a ideia de solidariedade. É necessário admitir as possibilidades de contradições que os laços sociais podem causar. Pode-se entender a comunicação das cooperativas de economia solidária, 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 isto 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 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,

é necessário admitir as diferenças de interpretações e reconstruções do que é comunicado nesta teia.

Figaro (2010 p. 94), afirma que a “comunicação é o processo que se realiza na/pela interação de sujeitos determinados, históricos e que se inter-relacionam a partir de um contexto, compartilhando sistemas de códigos culturais e, ao fazê-lo, atuam (agem), produzindo e renovando a sociedade”. A afirmação de Figaro (2010) vai ao encontro do exposto por Wolton (2004, 2010), na medida em que os dois autores abordam o conceito de interação como possibilidade de comunicação. Figaro (2010) entende que o sujeito se constroi na interação com o outro, acontecendo aí uma materialidade do social para a produção de sentidos e, sobretudo, para a subjetividade. Já Wolton (2004) afirma que a comunicação se define pela interação e, como as interações não param de acontecer, não cessa também a comunicação e, conseqüentemente, a produção de sentido. Uma vez que a comunicação se efetiva pela interação, os sujeitos constroem seus sentidos interagindo, ou comunicando uns com os outros. Como os processos de comunicação se diversificam constantemente, aumentam também as possibilidades de interações entre os sujeitos e as perspectivas de novas produções de sentido.

A comunicação que se faz fundamental para este trabalho, é a comunicação relacional no qual o social e/ou o individual se constitui de maneira específica e particular na relação social, na interação intersubjetiva que acontece na atividade humana. Sendo assim, as relações de trabalho que os sujeitos desenvolvem em busca de sobrevivência e superação dentro de um contexto social, econômico e cultural vigente e que, na grande maioria das vezes, se estabelecem dentro das Organizações como “lugares” ou “não-lugares” (AUGÈ, 1994) de trabalho têm a sua relevância comunicativa, pois se dá, principalmente, pela interação.

Não se descarta a comunicação técnica como forma de viabilizar a circulação de informações. Entretanto, muitas vezes ela acaba por não proporcionar a interação. A comunicação técnica, por mais evoluída tecnologicamente, diminui a relação face a face dos sujeitos. Como as relações de trabalho não acontecem simples e unicamente por meio de informações, tem-se na comunicação interativa o desafio de entendimento.

Este desafio torna-se maior em uma época em que há uma diversidade de receptores com características peculiares. Segundo Wolton (2004. P.35),

Nenhuma técnica de comunicação, por mais eficiente que seja, jamais alcançará o nível de complexidade e de cumplicidade da comunicação humana. Em outras palavras existe uma margem de manobra, uma capacidade crítica que não poderá jamais ser destruída, por que ela tem suas raízes na dimensão antropológica da comunicação”.

A comunicação é uma possibilidade de entrar em contato com o outro, de se expressar, falar, compartilhar, e acontece por vários motivos. Wolton (2010) distingue três razões principais, frequentemente misturadas e hierarquizadas conforme as circunstâncias, que estimulam os sujeitos a entrar em contato com alguém:

Primeiramente compartilhar. Cada um tenta se comunicar para compartilhar, trocar. É uma necessidade humana fundamental e incontrolável. Viver é comunicar e realizar trocas com os outros do modo mais freqüente e autêntico possível. Depois vem a sedução, que é inerente a todas as relações humanas e sociais. Enfim, a convicção, ligadas a todas as lógicas de argumentação utilizadas para responder a objeções. (WOLTON, 2010, p. 17)

Esta comunicação e/ou trocas de experiências podem acontecer ou não, nas cooperativas de economia solidária, primeiramente por que há uma necessidade de compartilhar o ideal de solidariedade em busca de alternativas diferentes de se fazer economia. Esse ideal é compartilhado com o outro, este fazendo ou não parte da Organização, com convicção na tentativa de seduzir os sujeitos na coesão das relações de trabalho.

Reforçando a afirmação de Figaro (2010 p. 94) de que a “comunicação é o processo que se realiza na/pela interação de sujeitos determinados, históricos e que se inter-relacionam a partir de um contexto”, entende-se este contexto como sendo as relações de trabalho das cooperativas de economia solidária cujas múltiplas dimensões dos indivíduos como o enfoque econômico, reforço dos valores individuais, coletivos e

sociais interagem ao mesmo tempo. Sendo assim, o trabalho não separa a vida individual da coletiva. As relações de trabalho podem produzir significados e valores concretos, que produzem sentido por meio de processos de comunicação, e que tendem a estabelecer entre si correspondências múltiplas no interior de um território delimitado.

Nas cooperativas de economia solidária, as relações de trabalho procuram agregar os valores individuais aos coletivos, tornando-se um 'lugar' (AUGÈ, 1994) de interação. O trabalho pode assumir um sentido de liberdade e com isto produz sentido para os sujeitos. Segundo FIGARO (2010, p. 100) o que interessa é

o trabalho como atividade humana, [...] que permite ao homem transcendência criativa. O trabalho é criação, fruto da relação do homem com seu meio. É a atividade. A atividade humana é particular e específica e caracteriza a capacidade humana de criar, planejar, aprender, memorizar. Schwartz (1997) afirma que toda a situação de trabalho é singular e o uso que o sujeito faz de si no trabalho é singular. Esta singularidade comporta as características de o sujeito se constituir como indivíduo social.

Trabalhar pressupõe a presença do outro que estabelece redes de comunicação e, com isso, laços de confiabilidade e sociabilidade, construindo e reconstruindo valores tanto individuais como coletivos. Se trabalhar é trabalhar com o outro e comunicar é a interação, relação, troca, re-elaboração, pode-se afirmar que ambos, comunicação e trabalho, atuam na construção dos conjuntos de valores que se renovam e/ou se cristalizam a cada escolha feita, a cada decisão do uso de si por si mesmo. O sujeito, enquanto ser social, cria e recria suas redes de relações e se apropria dos discursos que circulam no meio de trabalho (FIGARO, 2010), assim como, reelabora estes discursos imprimindo neles as suas referências de contexto.

A comunicação nas relações de trabalho acontece pela interação e construção de sentido dos sujeitos, e com isto quer-se dizer que nem sempre estas relações de trabalho seguem a lógica estabelecida pelos discursos, objetivos, valores e elementos simbólicos e culturais da Organização, mas também os discursos, valores, objetivos e elementos simbólicos e culturais dos sujeitos que estão em interação e relação na Organização e imprimem nesta a sua identidade. A comunicação nas relações de

trabalho nas Organizações⁹¹ torna-se palco de constantes construções e reconstruções de sentidos e conseqüentemente na constituição e reconstituição da identidade dos sujeitos.

A identidade dos sujeitos é (re)constituída no coletivo e por esta razão tem nas relações de trabalho espaço para sua (re)constituição. Porém, em cada pessoa tem um impacto diferente. A identidade só pode emergir ou se (re)constituir através das diferentes relações que se estabelecem entre um sujeito e outro⁹², nas experiências de aceitação e rejeição nas estruturas da sociedade. A identidade pessoal pode ser socialmente distribuída, construída, reconstruída e destruída pelas interações sociais das relações de trabalho.

Logo, o diálogo com os outros é essencial na (re)constituição da identidade do indivíduo, que se (re)constroi da necessidade de se ligar com o outro e da necessidade de se diferenciar do outro. Segundo Hall (2000), as identidades são construídas dentro e não fora do discurso, por isto é preciso compreendê-las como produzidas em locais históricos e institucionais específicos, no interior de formações e práticas discursivas também específicas. Por este motivo entende-se que as Organizações podem desenvolver um processo de comunicação, via relações de trabalho, para a (re)constituição de identidades dos sujeitos.

4.1 Comunicação organizacional em (re)construção

As interações sejam elas culturais e/ou simbólicas, intermediadas nas relações de trabalho acontecem pela comunicação estabelecida entre organização e seus sujeitos. Para tal entende-se que a comunicação organizacional abrange todas as formas de comunicação utilizadas e desenvolvidas pela organização para tentar se relacionar e interagir com seus sujeitos (SCROFERNEKER, 2006). Entende-se a comunicação organizacional como um processo relacional – emissor/receptor – isto é, como as

⁹¹ Neste trabalho entende-se “comunicação nas organizações” e “comunicação das organizações” como sinônimos.

⁹² Para Morin (2007, p. 77) “o outro significa, ao mesmo tempo, o semelhante e o dessemelhante; semelhante pelos traços humanos ou culturais comuns; dessemelhante pela singularidade individual ou pelas diferenças étnicas. O outro comporta, efetivamente, a estranheza e a similitude. A qualidade de sujeito permite-nos percebê-lo na semelhança e na dessemelhança”.

relações sociais que se processam entre ambos e os envolvem e como os efeitos recíprocos que se desenrolam à medida que se comunicam.

Pensar a comunicação apenas como estratégia de gestão de determinada Organização, no contexto contemporâneo, é um desafio que precisa ser ultrapassado, superando a racionalidade instrumentalizada. É necessário que se busque alternativas criativas, inovadoras e dinâmicas de colocar o ser humano em pauta nos contextos organizacionais, valorizando a capacidade criadora dos indivíduos, sem desprezar a subjetividade e a afetividade.

Uma Organização se mantém, pois os seres humanos que a compõem são capazes de interpretar seu contexto, que está representado pelos 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”. Esta 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. Estes processos de interação, já discutido por Wolton (2004) e Figaro (2010), neste trabalho, e de (re)significação desses processos de interação estão muito mais ligados ao imaginário⁹³ 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 estas possibilidades 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

⁹³ Conceito já trabalho anteriormente.

esta a responsabilidade de constituição de todo o poder simbólico criado, levando em consideração que o sujeito é pouco ativo. Este sujeito, que (re)constrói a imagem organizacional por um processo de comunicação, é capaz de recriar o significado das mesmas, relacionado-as com o seu simbolismo, imaginário e principalmente com a sua cultura.

Entretanto, é necessária a reflexão de que a comunicação organizacional é um processo que acontece em um sistema aberto. Este sistema aberto nas Organizações está permeado por uma infinidade de símbolos, imaginários e culturas que não são “cristalizados” ou simplesmente pré-estabelecidos 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, cultura e pelo imaginário da Organização, também se pode afirmar que conscientemente ou não realizam algum tipo de influência sobre a cultura e imaginário organizacional. “Em relação comunicacional, eles constroem as teias de significação da organização ao mesmo tempo em que se prendem a elas” (BALDISSERA, 2009, p. 159) ou ainda as recriam e as reconstituem conforme suas representações.

Os estudos de comunicação organizacional precisam admitir o sujeito como ser ativo capaz de aceitar [ou não], criar ou recriar, como agente desorganizador/(re)organizador do seu contexto e de todos os contextos em que esteja inserido. Para isto, a complexidade de contextos se coloca como o ambiente aberto para este 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.

Neste caso, a incerteza e a desordem precisam ser aceitas nos ambientes organizacionais, pois estes elementos poderão ser a possibilidade de abertura para a versão do contexto do sujeito, deixando que se coloque como parte da Organização. Esta incerteza e esta desordem poderão ser capazes [ou não] de produzir o sujeito ao mesmo tempo em que este sujeito irá produzir a Organização. Este processo de

produção e autoprodução, tanto do indivíduo quanto da Organização, se efetiva por meio da comunicação.

Nas cooperativas de economia solidária, a comunicação organizacional também se efetiva pelo simbólico, cultural e imaginário da própria cooperativa enquanto Organização, mas também pelo simbólico, cultural e imaginário dos sujeitos que estão em constante interação no sistema aberto da Organização. As possíveis incertezas e desordens da estrutura econômica atual fazem com que os laços sociais nas relações de trabalho dos integrantes de uma cooperativa se reconstruam constantemente e com isto acabem (re)produzindo, sem cessar, uma Organização cooperativa que (re)produz seus sujeitos.

As cooperativas de economia solidária, por estarem integradas ao atual contexto de produção capitalista, também têm sua comunicação organizacional regida pelas e para as lógicas de mercado, não se refutando aqui as possibilidades de comunicação organizacional instrumental, ou como diria Wolton (2004), uma comunicação técnica. Entretanto, partindo do pressuposto de uma possível diferenciação das Organizações de gestão lucrativa, a comunicação por meio da interação se efetiva de forma mais ativa, uma vez em que Organizações cooperativas procuram estabelecer seus valores com maior intensidade pelos laços sociais. Estes laços sociais procuram compartilhar os simbolismos e culturas nestas Organizações.

4.2 Cultura organizacional e comunicação organizacional dos símbolos

A sociedade do espetáculo e do hiperespetáculo permeia as literaturas das ciências sociais contemporâneas. Debord (2003) explica o espetáculo como uma forma de sociedade em que a vida real é pobre e fragmentada, e os indivíduos são obrigados a contemplar e a consumir passivamente as imagens de tudo o que lhes falta em sua existência real. A realidade torna-se uma imagem, e as imagens tornam-se realidade. A unidade que falta à vida do indivíduo recupera-se no plano da imagem. No espetáculo chegou-se ao reinado soberano do aparecer. As relações entre os homens já não são mediadas apenas pelas coisas, mas diretamente pelas imagens.

As Organizações também se encontram imersas no mundo das imagens. Estas imagens se articulam e rearticulam, na maioria das vezes, através de elementos simbólicos, construindo e reconstruindo culturas e imaginários. Estes elementos simbólicos podem facilitar, ou ainda dificultar, a articulação de relações sociais que são (re)tecidas entre os diferentes indivíduos e grupos que compõem a Organização. Conforme Baldissera (2009, p. 149), “presos às teias de significação, o sujeito recebe prescrições e proscricções sobre o que deve pensar e como deve agir no grupo e diante dos demais grupos socioculturais para ser positivamente sancionado”. Entretanto, nem sempre o sujeito cria as suas teias de significação ou produz sentidos convergentes com os sentidos das Organizações, na medida em que seus valores simbólicos e culturais não condizem com os valores simbólicos e culturais da Organização com que mantém relações sociais.

Neste sentido, os símbolos que comportam uma relação de identidade com o que simboliza e suscita o sentimento de presença concreta do que é simbolizado (MORIN, 2008a, p. 173) possuem um aspecto dinâmico e são possuidores de uma propriedade de produzir resultados no mundo real. O nível do simbólico da Organização é constituído por símbolos que dependem da integração sujeito/sujeito e sujeito/organização, que, por sua vez, estão ligados ao contexto cultural e social no qual os símbolos são gerados e lidos. A apropriação destes símbolos depende pouco de estruturas racionais e muito de formas de interação direta, que unem o consciente e inconsciente destes indivíduos (WOOD, 2001). Para Wood (2001) trata-se do simbolismo organizacional, referindo-se a aspectos de uma organização que seus membros costumam usar para mostrar ou tornar compreensíveis os sentimentos inconscientes, imagens e valores inerentes à Organização. O simbolismo expressa o caráter, ideologia ou sistemas de valores subliminares de uma Organização. O contexto organizacional torna-se um ‘lugar’ ou um ‘não-lugar’ (AUGÈ, 1994) de constante interpretação e reinterpretação da realidade através das relações sociais que se estabelecem entre os indivíduos, na maioria das vezes subjetivas e (re)criadas por meio dos processos de comunicação organizacional.

Muitas Organizações recorrem ao seu referencial simbólico para dar existência a um discurso no qual os sujeitos, integrantes do contexto organizacional, possam identificar-se, reconhecer-se e sentir-se parte do contexto organizacional. Com isto,

surgem modelos de gestão caracterizados pela linguagem simbólica e pela disseminação de elementos simbólicos. Neste espaço simbólico, interno à Organização, os mitos, ritos, os valores, as lideranças, as cerimônias, as logotipos, a própria estrutura física e a ideologia se constituem como simbolismos organizacionais capazes de fomentar e alavancar a cultura e o imaginário de uma Organização, assim como a cultura e imaginário de seus sujeitos.

Porém, não é só de reconhecimentos e identificações que se consolida uma Organização. Srour (1998) deixa claro que a dimensão simbólica da Organização diz respeito ao conjunto de representações mentais de uma coletividade em relação a uma determinada Organização. Para o autor 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, apropriação e representação dos diversos simbolismos e imaginários provenientes dos diferentes contextos culturais, sejam coletivos ou individuais.

Conforme Baldissera (2009), o sujeito torna-se alvo de identificação da Organização pelos elementos simbólicos que são criados, e com estes elementos, tende a discutir, dialogar e tencionar, usurpar ou apropriar-se, e (re)criar. “O sujeito pode apropriar-se da ordem posta e inventar novas formas de consumi-la e/ou de subvertê-la” (BALDISSERA, 2009, p.149) através de processos de comunicação. Estes elementos simbólicos são capazes de cooptar, recriar, subverter e dialogar com os sujeitos organizacionais que compõem uma cooperativa de economia solidária, uma vez que todos os elementos simbólicos podem se articular ou não pelo princípio da solidariedade.

Diante disso, a perspectiva é um embate e/ou um entrelaçamento dos significados simbólicos da cooperativa de economia solidária com os significados simbólicos dos seus sujeitos. Os elementos simbólicos das cooperativas podem tanto estarem

integrados (homogeneidade cultural) quanto entrarem em colisão (heterogeneidade cultural) com os elementos simbólicos dos sujeitos. Os elementos simbólicos considerados neste trabalho para o entendimento da comunicação simbólica das cooperativas de economia solidária são mitos, ritos, heróis organizacionais e as relações de poder instituídas no interior das Organizações.

4.2.1 Mitos

Desde a pré-história, a racionalidade técnica e os mitos cooperam para as práticas sociais e podem ser encontrados de formas complementares e antagônicas nas grandes civilizações. Enquanto a lógica comanda o universo racional, a analogia comanda o universo mitológico (MORIN, 2007). Morin (2008a) reconhece o mito como um modo de pensar semanticamente autônomo a que corresponde seu próprio mundo e sua própria esfera de verdade. Os mitos são narrativas recebidas como verdadeiras que comportam infinitas metamorfoses e constitui um discurso de entendimento subjetivo, singular. As civilizações antigas realizavam grandes desenvolvimentos técnicos na edificação de monumentos grandiosos e extraordinárias descobertas científicas na astronomia, mas, ao mesmo tempo grande desenvolvimento mitológico nas religiões e nas ideologias (MORIN, 2007). Os mitos, através de uma narrativa, tentam congrega os sujeitos de forma afetiva, criando uma identificação e vínculo social. Estas narrativas míticas estão carregadas de simbolismos e plenas de significação.

De fato o discurso narrativo do mito comporta símbolos, produz símbolos e dele se alimenta.

Como o símbolo, o mito contém uma forte presença singular e concreta; como símbolo, exprime relações analógicas e hologramáticas; como símbolo, contém um coagulum de sentidos; como símbolo, pode guardar uma verdade escondida, ou mesmo vários níveis de verdades, os mais profundos sendo os mais ocultos; como símbolo, resiste à conceituação e às categorias de pensamento racional/empírico, enfim, como símbolo, exerce uma função comunitária; e mais ainda, podemos perguntar se uma comunidade humana seria possível sem cimento mitológico. (MORIN, 2008a, p. 175)

Em comunidades, o encadeamento de símbolos constitui a narrativa mitológica, que muitas vezes tem o sentido de deixar os membros das comunidades unidos e coesos aos seus princípios, usando para isto uma sequência imaginária, histórica ou legendária dos acontecimentos e criando laços afetivos. Os mitos transformam a história de uma comunidade e estão ligados a tudo o que diz respeito à “identidade, ao passado, ao futuro, ao possível, ao impossível, e de tudo que suscita a interrogação, a curiosidade, a necessidade, a aspiração” (MORIN, 2008a, p. 175). Com isto cria um processo de projeção-subjetivação, projetando a subjetividade humana sobre o mundo exterior natural, material e ideal.

Os mitos se efetivam, se consolidam, se transformam, são reelaborados pela comunicação com o outro e pelo entendimento de outrem. As grandes realizações mitológicas estabeleceram a comunhão entre o indivíduo na sociedade e no mundo pelos laços imaginários que são capazes de construir. Os mitos dirigem-se à subjetividade e são capazes de emocionar com o temor, a angústia, a culpabilidade, a esperança. Por esta razão acabam preenchendo enormes brechas causadas pela interrogação humana para a compreensão do mundo, da sociedade e do próprio indivíduo (MORIN, 2008a).

Os mitos orientam muitos dos pensamentos das sociedades e servem de cimento social para as comunidades, os mitos organizacionais atribuem significados às ações e acontecimentos no ambiente da Organização, representando uma grande parte dos pressupostos subconscientes e elementos de senso comum que acontecem no contexto organizacional. São eleitos através de um processo de seleção natural entre os integrantes da Organização e/ou comunidade, organizam e explicam as atividades e acontecimentos do passado e tornam-se referenciais básicos para direcionar objetivos presentes e futuros. Estes mitos, muitas vezes, são responsáveis por explicar rotinas e procedimentos da cultura de uma Organização, possibilitando ou não a criação de uma identidade cultural. São tecidos pelos elementos simbólicos carregados de significação para os sujeitos de uma Organização. Quanto mais se socializa o mito entre os diferentes atores sociais, mais ele tende a se consolidar dentro da cultura organizacional.

Entretanto, Enriquez (1997) salienta que os mitos, tanto na sociedade, quanto nas Organizações, se desgastam na medida em que são repetidos. Por esta razão, torna-se necessário a sua reinvenção constante para que ele se torne um elemento unificador e que seu conteúdo mobilize ou não os afetos das pessoas. São recursivos, pois são (re)tecidos pelos elementos simbólicos, produtos da cultura organizacional, ao mesmo tempo em que se torna produtor desta cultura. Muitos dos mitos organizacionais representam a ideologia da Organização e por sua vez acabam a transformando em algo imaterial e divinizado.

Enfim, o mito, sobretudo, introduziu-se no pensamento racional...a própria idéia de Razão tornou-se um mito quando um formidável animismo deu-lhe vida e poder, fazendo dela uma entidade onisciente e providencial. O mito que se infiltra nas idéias abstratas, torna-a viva, diviniza-a. As ideologias recolhem o nó vivo do mito e, às vezes, até mesmo, como no caso do marxismo, a religião da salvação. (MORIN, 2007, p. 43)

Os mitos criados, recriados e constituídos pelas cooperativas de economia solidária podem [ou não] divinizar a prática de fazer economia solidária no contexto de uma economia capitalista. Com isto tornam a economia solidária viva mitologicamente ou empiricamente como uma ideologia que se mantém pelo princípio da solidariedade.

4.2.2 Ritos

Os ritos tornam-se um conjunto de atos formalizados, expressivos e portadores de uma dimensão simbólica, relativamente codificadas, com suporte corporal e caráter repetitivo. Para Segalen (2002), o rito somente faz sentido para todos que dele compartilham e reconhecem suas manifestações, uma vez que é caracterizado por sistemas de linguagens e comportamentos específicos e por signos emblemáticos, cujo, sentido codificado constitui um dos bens comuns de um grupo. De acordo com Morin:

O ritual mergulha profundamente na vida animal: paradas de sedução, ritos de corte, ritos de comunicação, de pacificação, de submissão. Nós

mesmos praticamos ritos de comunicação social, gestos ou palavras de pacificação, apertos de mão abraços, fórmulas de cortesias, de respeito, ritos de acolhidas aos parentes, amigos, estranhos, ritos de conquistas amorosas, ritos de comportamentos (ritos domésticos de manhã), ritos de exorcismo da angústia, ritos que se perpetuam em hábitos. (MORIN, 2007, p. 43)

O rito é o desenvolvimento de uma atitude motora que se exterioriza através de recursos particulares (que podem, por vezes, encontrar-se completamente institucionalizados) tendentes quase sempre à consecução de uma determinada função, de um determinado fim ou objetivo (DORFLES, 1965). Pode ter caráter sacro, bélico, político, mas também pode ser de diversão, lúdico, artístico, psicopatológicos, tecnológico, entre outros.

Freitas (2000) aponta para a perspectiva de que os ritos tendem a se multiplicar, seja na sociedade em geral, seja em formatos institucionais específicos. As Organizações “são grandes fabricantes de rituais” (FREITAS, 2000, p. 127), assim como o próprio capitalismo, que se funda no rito do trabalho para sua produtividade. O trabalho para muitos sujeitos perde sua significação, por se tornar estereotipado e, algumas vezes, vazio. Os rituais modernos celebram a relação do homem não mais com o trabalho, mas com as Organizações, devendo esta ser vivida como uma possível garantia de fonte de alimento real e simbólico.

A empresa-comunidade procura transformar nosso tempo de trabalho em tempo também de lazer, as festividades assinalam momentos do lúdico e da “queda” da hierarquia, mas estas festas, embora revigoradas da adesão, não têm caráter sagrado, pois sua repetição e sua organização tratam de esvaziar seu conteúdo. (FREITAS, 2000, p. 127)

O que se pode afirmar é que os ritos são constituídos por elementos simbólicos, e a sua pluralidade no cotidiano estabelece uma ligação harmônica [ou não] entre o indivíduo que o realiza e a esfera na qual este sujeito o efetiva. Neste caso os rituais humanos estão ligados à magia, ao mito, à religião e ao sagrado e constituem sequências rígidas de operações verbais e/ou gestuais simbólicas que operam em uma instância de integração comunitária. A vida do indivíduo está entretecida de ritos, através da qual as concatenações destes elementos governam boa parte da vida em relação

aos lugares comuns no qual se desenvolvem, na maioria das vezes, uma atividade coletiva, comunitária. Uma Organização pode se torna 'lugar' ou 'não-lugar' da efetivação e vivência de muitos ritos. Para o grupo que pertence a uma Organização, os ritos muitas vezes organizam a desordem e atribuem sentido ao incompreensível. Para isto, precisa apoiar-se em elementos simbólicos reconhecidos pela coletividade organizacional, precisa dos símbolos da Organização para ser reconhecido e efetivado.

As cooperativas de economia solidária enquanto Organizações também estão carregadas de ritos, sejam eles de passagem, sagrados ou religiosos. A partir do momento que as cooperativas se constituem em grupos, comunidades e/ou Organizações com objetivos comuns, os ritos são os responsáveis pela tessitura do grupo e constituem-se na cola que mantém a Organização em funcionamento, uma vez que os elementos simbólicos que os constituem são por todos reconhecidos. As próprias relações de trabalho e a forma como o trabalho se consolida na Organização passam por elementos rituais. Os ritos podem se consolidar ou não nas cooperativas de economia solidária, mantendo a consistência dos princípios de solidariedade e, por sua vez, comunicados entre os membros do grupo. Podem ser organizadores da vida cotidiana dos sujeitos da cooperativa ou apenas formas de expressar um pensamento sem que isto interfira diretamente na vida dos indivíduos.

4.2.3 Heróis

Os heróis são elementos da tradição mítica e configuram-se como homens, pois são mortais, mas se distinguem dos demais pelos seus feitos, pelas suas qualidades de guerreiro, por ser líder de outros homens e por ocupar lugar de destaque no coletivo. Tornam-se um símbolo. De acordo com Enriquez (1997), o herói é transformado em mito vivo, desenvolvendo uma narrativa pura e nova e situando-se num pólo idealizado e representante da verdade, requerendo de seus discípulos um comportamento semelhante ao seu e uma prova constante de fidelidade e de submissão.

Os heróis, em geral, encarnam a necessidade do sacrifício à causa que defendem e buscam a construção de uma comunidade na qual comandam sobre forte liderança. Com isto, tornam-se símbolos de uma causa e a defendem com a habilidade de manter

um grupo unido na mesma tessitura de pensamento. Deixam de ser os comuns mortais, e passam a serem os porta-vozes do inconsciente da comunidade.

As Organizações também (re)criam seus heróis com base em seus elementos simbólicos. Os heróis organizacionais também fazem parte da cultura organizacional e estão repletos de significados e representações. Eles são geralmente sujeitos que assumem papel de liderança e cooperação e que usam a mesma linguagem do grupo para se comunicar e interagir na cultura organizacional. Não são necessariamente os gestores, mas precisam se destacar como um líder junto aos demais sujeitos da organização.

Neste sentido, liderança não precisa estar ligada ao conceito de gerenciar⁹⁴, mas sim de organizar e mobilizar o grupo a ter aspirações compartilhadas. Liderança pode ser entendida, de forma recursiva, como a capacidade do líder-herói (re)criar um significado para o trabalho, para que este trabalho tenha sentido para os sujeitos e com isto, os sujeitos se engajem no trabalho proposto. Este significado (re)criado pelo herói ajuda a consolidar a sensação de pertencer à Organização, mas, sobretudo, concede a chance de participar com o seu próprio trabalho e esforço, na construção de algo em que valha a pena se engajar para a sua vida. Para Galbraith (1986, p. 45)

o líder, na sua concepção comum, é ambígua e deveria ser entendida como tal. O líder pode ser exímio na arte de conquistar a submissão de outros aos seus propósitos. Mas na interpretação cotidiana, no mais das vezes é apenas um perito em identificar para a multidão os próprios objetivos dela.

As cooperativas de economia solidária (re)articulam-se na tentativa de desenvolverem uma forma alternativa de economia com a cooperação nas relações de trabalho. O indivíduo que articula esta Organização e que a torna sua fonte de vida, assim como a fonte de subsistência de outros sujeitos, passa a ser visto, por seus pares, como herói. Este sujeito pode ser percebido ou não como a liderança, pois consegue articular as atividades e a rotina produtiva da cooperativa. Neste caso, o herói-líder

⁹⁴ Por gerenciamento entende-se a capacidade de fazer os empregados trabalharem em prol da Organização, fazendo com que os trabalhadores depositem o máximo possível de força sobre suas atividades para com isto atender as expectativas da Organização em relação à lucratividade (GALBRAITH 1986).

busca dar um significado ao trabalho, propiciando o engajamento voluntário dos cooperativados. Quanto mais significado for gerado por este herói no seu discurso de liderança, mais este sujeito se consolida no papel de herói organizacional.

4.2.4 Relações de poder

Todas as relações sociais, políticas, econômicas e culturais são permeadas por relações de poder. Entende-se as relações de poder pela concepção de Foucault, na qual o poder acontece por meio de uma relação e não por posse de alguma coisa “O poder é uma relação, não é uma coisa”, (FOUCAULT, 1981). O poder deixa de ser localizável ou propriedade de alguns indivíduos e passa a estar implícito dentro de qualquer tipo de relação que se estabelece na sociedade. Têm-se, contemporaneamente, grandes produções, discursos e representações simbólicas – criados em uma determinada lógica – e circunstâncias de relações de poder que contribuem para a consolidação de ‘lugares’ ou ‘não-lugares’ organizados. O poder está nas relações e se faz necessário para a manutenção das Organizações contemporâneas que se constituem basicamente por meio de diversas formas de relação.

Além da concepção de Foucault para o entendimento de relações de poder, tem-se o pensamento de Bourdieu (1989), que aborda a questão do poder a partir da noção de campo⁹⁵ de forças entre sujeitos diferentes, que por sua vez, também estabelecem uma relação. É um campo de lutas pelo poder entre detentores de poderes diferentes. Torna-se um jogo, no qual líderes ou heróis ocupam posições dominantes no seio de seus respectivos campos e muitas vezes afrontam-se em estratégias destinadas a conservar ou a transformar essa relação de forças.

Segundo Bourdieu (1989), o poder é exercido muitas vezes pelo poder simbólico, por isto se torna mágico em sua capacidade de mobilização. Todo poder simbólico é um

⁹⁵ Para Bourdieu (1989) o campo é um universo complexo de relações objetivas de interdependência entre subcampos ao mesmo tempo autônomos e unidos pela solidariedade orgânica de uma verdadeira divisão do trabalho de dominação. Diz respeito a um grupo organizado muitas vezes suscetíveis de serem submetidos a partições reais e unidos por interações ou ligações reais e diretamente observáveis. O campo é um universo que tem sua especificidade e sua dinâmica próprias. Na medida em que a sociedade avança, ela se diferencia em universos separados: os campos.

poder capaz de se impor como legítimo sem que tenha que usar da força. Entretanto somente terá fundamento se for reconhecido no seu simbolismo. Na relação de poder estabelecida pelo simbólico, uma ordem torna-se eficiente com a colaboração objetiva da consciência ou das disposições previamente organizadas dos sujeitos que a reconhecem e crêem nela, prestando-lhe obediência.

Esta forma de poder simbólico, expressa por Bourdieu (1989), que acontece através das relações em determinados grupos vai ao encontro da concepção de Foucault (1981), segundo a qual o poder se expressa nas relações estabelecidas, e pode ser vista também no conceito de poder compensatório descrito por Galbraith (1986), de acordo com o qual o poder se estabelece oferecendo uma recompensa positiva na relação estabelecida, proporcionando algo de valor ao indivíduo que se submete à relação de poder, como por exemplo, um elogio. Entretanto, o poder compensatório, na economia moderna, se expressa pela recompensa pecuniária, ou seja, a submissão acontece pelos objetivos econômicos de quem precisa da recompensa. O autor ainda relata o poder condigno, que obtém a submissão dos sujeitos pela imposição das preferências de quem detém o poder e uma punição para quem não adotar a preferência do outro. Por fim, há o poder condicionado, que é exercido mediante a mudança de crença e convicção de um determinado grupo. A persuasão pelas relações de poder parecem ser naturais, levando o indivíduo a se submeter a um compromisso social. Neste caso a submissão não é reconhecida, e a relação de poder se efetiva, pois os indivíduos de determinado grupo pensam ter os mesmos propósitos dos seus líderes.

Nas Organizações, as relações de poder, tanto simbólicas como compensatória, condigna e condicionada também estão presentes, mas suas formas de expressão dependem muito dos objetivos organizacionais. Em cooperativas de economia solidária que podem manter o princípio da solidariedade como tessitura organizacional, as relações de poder também existem. Estas relações de poder podem acontecer em alguns momentos para a união do grupo ou podem levar à ruptura de alguns pensamentos comuns da Organização. É importante entender até que ponto as relações de poder estão no mesmo campo (proposto por Bourdieu) ou em campos diferentes e até divergentes no universo das cooperativas.

Diante do exposto admite-se que as Organizações, em suas diversas possibilidades de atuação na sociedade, possuem muitos mitos, ritos, heróis e relações de poder como constituintes da sua cultura. Enriquez (1997) reforça que uma Organização não pode viver sem um ou mais mitos unificadores, sem instituir ritos de passagens, de iniciação e de execução, sem criar e recriar os seus heróis, sem narrar ou inventar uma saga para viver na memória coletiva. Para este autor não há Organizações sem relações de poder.

Assim, os mitos, ritos, heróis e as relações de poder, enquanto elementos da cultura organizacional, comunicam o ideário organizacional. Na medida em que estes elementos⁹⁶ são comunicados, podem ser substituídos por outros, ou não, dependendo das interações entre as culturas dos sujeitos que compõem a Organização. Esses elementos organizacionais vão se alterando, se recriando, se incorporando à cultura dos sujeitos e à cultura da Organização, muitas vezes tornando-se referência para a constituição da identidade dos sujeitos de maneira consciente ou inconsciente, mediados pelos imaginários individuais ou coletivos. Reforça-se a noção sugerida por Hall (2001) de que uma identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia. À medida que os sistemas de (re)significação e representação cultural se multiplicam, os sujeitos são confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais se identifica, ou não, mesmo que temporariamente. Esta identificação acontece, muitas vezes, através das várias possibilidades de constituições de imaginários sociais ou individuais. Castoriadis (1982) argumenta que o imaginário social é sócio-histórico, capaz de gerar processos de identificação a partir de significações sociais coletivas, mesmo que anônimas. O imaginário social é muito mais anônimo e inconsciente do que consciente, assim como seus possíveis processos de identificação.

Com isso, os elementos da cultura organizacional se tornam referências, mesmo que temporárias, para os sujeitos. Alguns mitos se reconstróem, outros perdem valor de significação e identificação, dando lugar para novos mitos nascerem. Com o passar do tempo, os ritos desaparecem ou perdem sua relevância simbólica, fazendo com que novos ritos apareçam. Alguns heróis perdem o poder e a liderança, e outros heróis

⁹⁶ Aqui entendidos como elementos simbólicos.

podem ser criados. Novas relações de poder surgem e se institucionalizam ou não no contexto organizacional. Elementos simbólicos da cultura externa à Organização, também podem alterar a identidade e o imaginário do sujeito organizacional, uma vez em que se considera que estes sujeitos são múltiplos em suas significações.

O que se argumenta, para este estudo, é que as Organizações complexas estão constantemente realizando trocas simbólicas com seus sujeitos através dos elementos significativos para suas identidades e imaginários. Tanto Organização quanto sujeitos imprimem um no outro reflexo de suas ações, comportamentos e papéis na vida social. Há uma constante (trans)formação da Organização.

5 APONTAMENTOS E DESAPONTAMENTOS

Ao se admitir as cooperativas de economia solidária como Organizações complexas, que se apresentam em uma lógica capitalista e criam possibilidades de certeza em toda a incerteza do mercado de trabalho contemporâneo, estas também vivenciam as relações de poder, os mitos, os ritos e a consolidação de heróis. Observa-se que estes elementos são comunicados por intermédio das relações, interações e laços sociais estabelecidos. Todos estes elementos, carregados com seus simbolismos, são compartilhados [ou não] levando em consideração os princípios da solidariedade que (re)tecem as relações e interações das cooperativas de economia solidária.

Apoiado pela compreensão do Paradigma da Complexidade entende-se a economia solidária e o capitalismo como movimentos integrados. Por esta razão, questionam-se rupturas impostas por alguns pensamentos da economia solidária como de França e Laville (2004) e Singer (2000, 2002), nos quais para a consolidação de cooperativas é necessário à fissura com o processo econômico atual. O que movimenta esta pesquisa é a possibilidade de entender o ideário organizacional de uma cooperativa de economia solidária e as suas relações de trabalho. Para tal, faz-se necessário, além de discutir a essência das cooperativas de economia solidária no processo capitalista vigente mantendo ou não seus princípios de solidariedade, compreender como as relações de trabalho constituem e são constituídas pela comunicação organizacional neste contexto, levando em consideração os elementos simbólicos que podem ou não alterar, interferir e (re)criar as identidades e imaginário dos cooperativados.

A cartografia desta pesquisa procura explicar alguns motivos para a escolha do objeto de estudo: a Cooperativa Agropecuária de Produção e Comercialização Vida Natural – Coopernatural de Picada Café, região da serra do Rio Grande do Sul⁹⁷. Buscou-se um objeto de estudo no qual fosse possível à pesquisadora ter um período de observação relevante para que as (re)significações e transformações pudessem [ou não]

⁹⁷ Algumas informações já foram descritas no primeiro capítulo deste trabalho

ser percebidas a partir da sua inserção no ambiente natural de ocorrência do fenômeno, participando das suas atividades, acompanhando e vivendo a situação concreta e interagindo com as situações que abriga o objeto de investigação (PERUZZO, 2008).

Do período do doutoramento, ficou-se cerca de um ano procurando uma cooperativa que mantivesse os princípios de economia solidária na sua conduta, que se adaptasse à lógica econômica vigente e que fosse de fácil acesso para a realização das observações. Por esta razão optou-se por realizar a pesquisa em uma região próxima à capital do Rio Grande do Sul, a cidade de Porto Alegre. Isto possibilitaria o contato mais estreito entre pesquisa e objeto de estudo. Apesar de ter conduzido algumas pesquisas exploratórias e experimentado observações empíricas nas realidades socioeconômicas da Região Metropolitana⁹⁸ e mais especificamente na Região do Vale do Rio dos Sinos⁹⁹, a pesquisadora¹⁰⁰ foi apresentada, em abril de 2010, ao trabalho desenvolvido

⁹⁸ A Região Metropolitana de Porto Alegre é a área mais densa do Estado, concentrando 37% da população em 32 municípios. Nela encontram-se nove entre os 18 municípios do Estado com mais de 100 mil habitantes. A densidade demográfica da região é de 382,4 hab/km², e seus municípios apresentam as mais elevadas densidades demográficas do estado. O crescimento demográfico resultante principalmente das migrações, a interligação das malhas urbanas e as sucessivas emancipações fizeram com que novos municípios tenham se integrado à região metropolitana, totalizando 32 em 2010. Estes municípios apresentam grandes disparidades quanto ao PIB per capita e aos indicadores sociais, refletindo a distribuição desigual de agentes econômicos e de equipamentos urbanos, como transporte, saúde, educação, habitação e saneamento. Seu território integra cinco Conselhos Regionais de Desenvolvimento: Metropolitano-Delta do Jacuí, Vale dos Sinos, Paranhana-Encosta da Serra, Centro- Sul e Vale do Caí. <http://www.scp.rs.gov.br/atlas/atlas.asp?menu=298>

⁹⁹ O Conselho Regional de Desenvolvimento Regional (COREDE) do Vale do Rio dos Sinos, região contígua à área metropolitana de Porto Alegre, reúne 14 municípios em uma área de 1.398,5 km². O PIB a preços de mercado da região é de R\$ 23.226.134 mil, e o PIB per capita é de R\$ 17.538,00 segundo informações da FEE (2006). De acordo com o IBGE, em 2007 a região tinha população de 1.273.582 habitantes, o que corresponde a 12% do total da população do Rio Grande do Sul (10.582.887 habitantes). Canoas é a maior cidade, com 326.458 habitantes, seguida por Novo Hamburgo (253.067 habitantes) e São Leopoldo (207.721) c). De acordo com as informações da RAIS/MTE, de 2007, a Região possui 76.102 empresas. A grande maioria está concentrada nos setores de comércio e serviços (79% do total de empresas ou 60.078), e 13.401 empresas pertencem à indústria. 99,2% das empresas são de micro e pequeno porte (75.490). A Região do Vale do Rio dos Sinos é considerada o maior cluster calçadista do mundo. Os calçados produzidos na Região são exportados para mais de 130 países. Este setor concentra 26,2% da indústria (3.461 empresas do total de 13.199 empresas da indústria). Além do calçadista, os segmentos metal-mecânico, químico, vestuário, alimentos e bebidas, papel e gráfico e madeira e móveis são os mais expressivos. Em menor número de empresas, mas presentes na indústria local, estão os segmentos de material de transporte e material elétrico e de comunicações. http://www.acinh.com.br/download/cenarios_JAN2009.pdf

¹⁰⁰ A pesquisadora trabalha em uma Universidade na Região do Vale do Rio dos Sinos e tem residência em Porto Alegre, por este motivo as configurações das duas regiões eram propícias para o desenvolvimento da pesquisa.

por uma cooperativa da Serra Gaúcha¹⁰¹. Esta apresentação se deu através da disciplina de Comunicação Comunitária, quando um grupo de acadêmicos, entre eles um residente em Picada Café, RS, apresentou em aula a Coopernatural.

Neste período a cooperativa era presidida por um dos membros fundadores e, como já relatada, atuando no segmento unicamente de produtos orgânicos, como até os dias atuais. O que chamou a atenção para a realização da pesquisa na Coopernatural era o tensionamento que vinha sofrendo para comercializar seus produtos e a sua forma de participação no mercado. Por participar de feiras de produtos agroecológicos e cooperativismo em todo o Brasil, a cooperativa recebeu uma proposta de vender seus produtos para a rede Walmart¹⁰² e para Grupo Pão de Açúcar¹⁰³. Em um primeiro momento, vendeu parte da sua produção, principalmente sucos de uva. As duas grandes marcas de supermercado queriam aumentar o volume de compra, entretanto a

¹⁰¹ A região da Serra Gaúcha constitui-se em um conjunto de municípios da Região da Uva e do Vinho, os quais desenvolvem o setor turístico a partir de algumas afinidades: seja na cultura local, tipos de atrativos turísticos e até mesmo roteiros turísticos integrados. Porém a cidade de Picada Café, onde se encontra a Coopernatural faz parte do Corede das Hortênsias, que traz como dados para região em 2010 uma população total de 126.985 habitantes, área de 6.261,7 km², densidade demográfica de 20,3 hab/km², taxa de analfabetismo de pessoas com 15 anos ou mais de 4,26 %, expectativa de vida ao nascer de 73,21 anos, coeficiente de mortalidade infantil de 9,73 por mil nascidos vivos, PIBpm de R\$ 1.853.149, PIB per capita de R\$ 13.969, e exportações totais de U\$ FOB 35.034.801. Corede significa Conselho Regional de Desenvolvimento e é um órgão consultivo criado para assessorar o Governo do Estado em assuntos regionais. No Estado, existem 22 Coredes, cada um representando uma região. Fazem parte dos Conselhos os prefeitos, os deputados e os reitores das regiões. Qualquer cidadão, entretanto, também pode tornar-se membro do Corede, basta ir às reuniões e solicitar o seu credenciamento. <http://www.fee.tche.br>

¹⁰² O Walmart chegou ao Brasil em 1995. Hoje está presente com lojas e clubes em 18 Estados e também no Distrito Federal, nas regiões Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul. Trabalha com vários formatos: hipermercados, supermercados, clubes de compra, lojas de atacado e de vizinhança. Mantém escritórios em Barueri (SP), em Porto Alegre (RS), Curitiba (PR), Salvador (BA) e Recife (PE). Em 2010 encerrou o ano com faturamento de R\$ 22,3 bilhões e 87 mil funcionários. Tem como missão: “Vender por menos para as pessoas viverem melhor”; visão: “Ser o melhor varejista do Brasil na mente e no coração dos consumidores e funcionários”; e valores: “Respeito ao indivíduo, seja funcionário, cliente, fornecedor ou membro da comunidade em geral, independentemente de etnia, gênero ou opção sexual, atendimento ao cliente, superando suas expectativas, busca pela excelência, com inovação na seleção e promoção de produtos e serviços”. <http://www.walmartbrasil.com.br/sobre-o-walmart/no-brasil/>

¹⁰³ Fundado em 1948, o Grupo Pão de Açúcar atua no setor varejista de alimentos no Brasil. Completou 60 anos em 2008, e hoje possui cerca de 1.300 unidades, entre super e hipermercados, lojas especializadas, atacarejo (cash&carry), além de postos de combustíveis e drogarias. Ao se unir às Casas Bahia, a empresa passa a ser o maior empregador privado do País, com mais de 140 mil funcionários e mais de 1.800 lojas. A companhia mantém operações em 18 estados de todas as regiões do Brasil e Distrito Federal, totalizando mais de 2,8 milhão de m² de área de vendas. Tem como missão: “Garantir a melhor experiência de compra para todos os nossos clientes, em cada uma de nossas lojas”; e visão: “O Grupo Pão de Açúcar almeja ampliar a participação no mercado brasileiro de varejo e tornar-se a empresa mais admirada por sua rentabilidade, inovação, eficiência, responsabilidade social e contribuição para o desenvolvimento do Brasil” <http://www.grupopaodeacucar.com.br/o-grupo/missao--visao-e-pilares/>

Coopernatural não possuía estrutura física para produzir toda a produção desejada e suprir a demanda das grandes marcas.

Além da falta de estrutura física, outro fator muito relevante era o tensionamento entre os membros da cooperativa para não voltar a submeter-se à lógica da agroindústria de grande produção. Para muitos agricultores familiares, a agroindústria familiar rural representa uma oportunidade de fuga da dependência do complexo agroindustrial como possibilidade de (re)apropriar-se de tarefas que haviam sido transferidas do rural para grandes plantas industriais (SULZBACHER, 2009)¹⁰⁴.

Grande parte dos cooperativados que hoje integram a Coopernatural, vivenciaram a realidade da crise da indústria coureiro-calçadista da Região do Vale dos Sinos¹⁰⁵ pela proximidade geográfica. Conforme contextualizou o presidente, em entrevista à revista Lavoura (2008):

Na nossa região, até 2001, praticamente todos os sócios da Coopernatural eram integrados da grande indústria. Com os anos de integração, eles perderam completamente a noção de preços de produção, o que gerou um grande problema social. Antes de serem integrados, faziam trocas entre si, usavam a produção como moeda e eles próprios comercializavam a produção no mercado local ou em cidades vizinhas. Com a integração, não havia mais a noção de comércio e os produtores foram obrigados a aceitar a situação. Com o passar dos anos, se acomodaram na própria situação a qual eram submetidos pela grande indústria

A relação tensionada que se estabelecia entre os membros da cooperativa com o complexo agroindustrial para a comercialização de seus produtos foi o principal motivo para estudar a Coopernatural e conhecer melhor as suas relações de trabalho, os seus processos comunicativos e a sua cultura muito vinculada à pequena cidade de Picada

¹⁰⁴ Vale ressaltar a diferença entre agroindústria familiar, na qual a produção é pequena e beneficiada para venda de acordo com as possibilidades das famílias agricultoras, dos grandes complexos agroindustriais nas quais as famílias de agricultores acabam por ofertar seus produtos submetendo-se à lógica das grandes indústrias. (SULZBACHER, 2009)

¹⁰⁵ O setor viveu há alguns anos uma crise entre 1994 e 1998, quando, de acordo com dados do Ministério do Trabalho, mais de 200 empresas fecharam as portas e 40 mil empregos foram eliminados (de 154 mil para 115 mil) apenas nos setores diretamente envolvidos com a transformação do couro em calçado, sem contar o de máquinas industriais e o impacto sobre o conjunto da economia da região. <http://portal.mte.gov.br/portal-mte/>

Café¹⁰⁶, de origem alemã. A proximidade com a região em que a cooperativa está inserida possibilitou que a pesquisa fosse realizada, e as aproximações entre objeto, pesquisa e pesquisador se efetivaram pela pequena distância geográfica e principalmente por se acreditar que seria um terreno muito fértil pela cultura regional. Tendo conhecimento da cooperativa e da sua realidade de tensão, passou-se a efetivar a pesquisa exploratória para realizar um estudo mais aprofundado do objeto de estudo ou seja, familiarizar-se mais com o fenômeno que estava sendo investigado. Assim, passou-se a procurar mais informações sobre a mesma e a acompanhar as suas ações em algumas feiras¹⁰⁷ de que participava sem que os membros da cooperativa soubessem de tal estudo. Analisou-se também o site, alguns materiais informativos e peças gráficas desenvolvidas pela própria cooperativa e usadas nas feiras para a prospecção de consumidores interessados em produtos orgânicos. Na apropriação destes materiais, pretendeu-se extrair informações que auxiliassem no processo de reflexão do objeto de estudo, permitindo contextualizar ainda mais fatos, situações e momentos da pesquisa com novas possibilidades de análises qualitativas.

Diante de informações já coletadas sobre a Coopernatural, deu-se a sequência na pesquisa exploratória para proporcionar uma visão geral e aproximativa com o objeto de estudo. Em junho de 2011, agendou-se uma conversa com o presidente da cooperativa.

¹⁰⁶ Segundo Censo 2007, realizado pelo IBGE, o município de Picada Café contabiliza uma população de 4.824 habitantes, dos quais 4.444 na área urbana e 380 na área rural. O município foi criado em 20/03/1992, através da Lei nº 9.546, e publicado no Diário Oficial do Estado de 24/03/1992. Desmembrou-se dos municípios de Nova Petrópolis, Ivoti e Santa Maria do Herval. Possui uma área em Km² de 83,30 e está a 80km de distância de Porto Alegre, a capital do Estado. A região foi originalmente ocupada por colonos alemães que aí chegaram a partir de 1844, dando origem a inúmeros povoados – Joaneta, Jammerthal, Picada Holanda, Kaffeeck, Picada Café, Quatro Cantos e Lichtenthal – que hoje integram o município. Administrativamente, pertenceu a São Leopoldo; depois a São Sebastião do Caí e Nova Petrópolis. Historicamente, a atividade econômica tem sido a agropastoril: culturas de milho, feijão, aipim, batatas, cana-de-açúcar, frutas, verduras e a criação de gado leiteiro, suíno e de aves. Quase sempre esses produtos foram beneficiados na própria região, daí a quantidade de velhos moinhos de grãos ao longo dos arroios, das fábricas de queijo e de embutidos, algumas delas modernizadas e ainda hoje em atividade. A introdução de indústrias, em especial do setor coureiro-calçadista, bem como as malharias e movelarias vêm mudando o perfil sócio-econômico do município. <http://www.picadacafe.rs.gov.br/sobre/historia.asp>

¹⁰⁷ A Coopernatural participa de muitas feiras, e durante o segundo semestre de 2010 e o primeiro semestre de 2011, a pesquisadora acompanhou algumas das feiras de que a Cooperativa participou na região metropolitana e também na região central do Estado do RS, coletando materiais e informações. Para 2012, o calendário de feiras de que a Coopernatural vai participar já está parcialmente confirmado, entre elas a Feira Nacional de Agroindústria Familiar e Rio Brasil, no Rio de Janeiro, Salão do Turismo, em São Paulo, além das feiras regionais. É com a participação nestas feiras que a Coopernatural prospecta seu mercado de vendas. Dados obtidos pelas técnicas de pesquisa deste trabalho.

que agora ocupava um cargo na Secretaria de Desenvolvimento Rural do Governo do Estado e por este motivo a conversa ocorreu em Porto Alegre. Nesta conversa a pesquisadora expressou a vontade de realizar o estudo na Coopernatural expondo seus propósitos de pesquisa. O então presidente possibilitou a realização da pesquisa e repassou informações sobre a cooperativa e alguns documentos importantes que a consolidaram, como o Estatuto Social (2004). Com base nestes dados e nas informações já coletadas, estava-se diante do objeto de estudo desta tese de doutorado.

O próximo passo foi conhecer a cooperativa e seus cooperativados através de observações participantes (PERUZZO, 2008) que auxiliaram nas descrições e interpretações de situações de forma global. Esta observação participante embasou a percepção dos processos produtivos, relações de trabalho, as comunicações e as possibilidades de compartilhamento da cultura simbólica através dos ritos, mitos, relações de poder e heróis na cooperativa. Em um primeiro momento, previa-se que estas observações ocorreriam quinzenalmente, em um período de dois meses, em momentos em que os cooperativados se encontrassem para a discussão de pautas comuns à cooperativa. Porém, este procedimento de pesquisa não foi realizado na íntegra em função de que muitas questões da cooperativa, neste momento, estavam sendo resolvidas sem a realização de reuniões¹⁰⁸, o que gerava um agendamento não quinzenal das mesmas, mas sim mensal. A primeira observação participante aconteceu em novembro de 2011, tendo sequência apenas nos meses de janeiro e fevereiro de 2012, com a realização de mais duas observações. Ressalta-se que, mesmo não seguindo o tempo previsto de observação, os dados coletados foram muito significativos e que o espaçamento entre uma observação e outra possibilitou que se percebesse que a lógica de trabalho na Coopernatural se (re)significou e se (re)estruturou, e estas alterações puderam ser identificadas neste estudo.

As três observações que ocorreram acompanharam um dia de trabalho de alguns dos membros da cooperativa, em geral em suas residências, uma vez que grande parte da produção da cooperativa é realizada pelos cooperativados nas suas propriedades. Ressalta-se que a sede da Coopernatural para a produção de doces foi inaugurada em 28 de julho de 2010 e ainda está em fase de ajustes para que a produção se transfira

¹⁰⁸ De acordo com as informações coletadas na pesquisa junto ao presidente.

complemente para este espaço¹⁰⁹ (FIGURA 1 E FIGURA 2).



Figura1: Sede da Coopernatural inaugurada em 2010

¹⁰⁹ Esta sede foi construída com recursos do Governo Federal através do Ministério de Desenvolvimento Agrário (R\$ 143.580,60) e recursos da Prefeitura de Picada Café (R\$ 40.776,37) totalizando um investimento de R\$ 184.356,97. Dados obtidos nas observações.



Figura 2: Recursos da construção da sede

Todas as observações participantes foram finalizadas nas reuniões em grupo para discussão de assuntos de interesse coletivo dos cooperativados e da Coopernatural na sede da cooperativa. Grande parte das informações foi gravada, entretanto quando as conversas se configuravam de forma informal, a gravação era suspensa para que os cooperativados sentissem maior liberdade de expressar seus pensamentos. Com isto muitas das informações da observação foram apenas anotadas. Assim, a observação participante proporcionou a valorização da interação social compreendida como o exercício de conhecimento de uma parte com o todo e vice-versa.

Durante a realização da segunda e terceira observações, foram efetuadas também as entrevistas individuais em profundidade para explorar ainda mais o assunto a partir da busca de novas informações, percepções e experiências com uma amostra de quatro cooperativados indicados pelos próprios membros da cooperativa. Esta indicação se deu com base nos membros da cooperativa que mais interagem com a Coopernatural. A estrutura da entrevista (DUARTE, 2008), mesmo sendo flexível,

contemplou as três facetas sugeridas pelo interacionismo simbólico - vida em grupo, eu, e a mente (MEAD, 1993) - como forma de apropriação dos elementos pertinentes a esta pesquisa¹¹⁰. Foram elaboradas aproximadamente 20 perguntas, mas que foram respondidas de forma aleatória pelos entrevistados, uma vez que a entrevista possuía um roteiro. Alguns dados necessários para a pesquisa que não foram obtidos através das entrevistas e das observações e foram coletados posteriormente através de e-mail¹¹¹ com os pesquisados.

A intenção em realizar os grupos focais não se concretizou, devido ao fato de que não foi possível reunir em dia e horário pré-agendado os participantes da entrevista em profundidade e mesmo aqueles que não haviam participado. Isto aconteceu por que as rotinas de produção são realizadas nas propriedades dos cooperativados, e os mesmos não disponibilizaram horários para participar dos grupos focais. Entretanto, acredita-se que muitas das questões que seriam levantadas nos grupos focais puderam ser coletadas nas observações participantes e entrevistas em profundidade, em razão de que proporcionou o contato direto do pesquisador com o objeto de estudo, permitindo acompanhar as experiências diárias dos sujeitos e apreender o significado que estes atribuem à realidade e às suas ações. Admite-se os sujeitos como diferentes e múltiplos, mesmo que integrantes da mesma realidade e praticantes de ações similares. Com isto foi possível observar as relações recursivas, hologramáticas e principalmente dialógicas na cooperativa.

Exposta a cartografia desta pesquisa, algumas constatações sobre a Coopernatural precisam ficar evidenciadas com base na coleta de dados¹¹². Hoje, o atual presidente chama-se Adão¹¹³. Juntamente com sua esposa, Ana (37 anos), ele ingressou na cooperativa em 2004 a convite do então presidente.

Estávamos produzindo sem agrotóxicos, e a Coopernatural se apresentou pra nós como um caminho para a certificação da propriedade e também um meio de comercialização dos nossos produtos, transformados em geleia e doces em calda (ANA, 2011).

¹¹⁰ Conforme apêndice 1

¹¹¹ A sugestão do uso do e-mail partiu dos próprios cooperativados

¹¹² Todos os dados aqui apresentados foram coletados durante a observação.

¹¹³ Para preservação da identidade dos cooperativados, os nomes usados serão todos fictícios.

Ana fez faculdade de Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural e atualmente faz parte do conselho fiscal da Coopernatural. É ela quem assume a organização e o funcionamento da cooperativa, se responsabilizando por algumas das atividades de seu marido, e, de todos os integrantes da cooperativa, foi quem mais se envolveu com esta pesquisa. O antigo presidente, o mobilizador para o surgimento da cooperativa, continua sendo também um articulador e organizador das principais atividades e ações da Coopernatural, principalmente para a prospecção de novos espaços de comercialização dos produtos. Ele também teve um envolvimento significativo para o desenvolvimento da pesquisa. Ambos assumem o papel de liderança que pode ser entendido de forma recursiva, uma vez que têm a capacidade de (re)criar significado para o trabalho de cada cooperativado, fazendo com que este, por sua vez, se engaje no trabalho da Coopernatural. Este significado dado ao trabalho de cada cooperativado auxilia a consolidar a sensação de pertencer ao grupo, mas, sobretudo, concede a chance de participar, com o seu próprio trabalho e esforço, na construção de algo visível e que tenha resultados. Para Galbraith (1986), o líder é apenas um perito em identificar para a multidão seus próprios objetivos.

Estes possíveis líderes procuram seguir alguns indicativos do Estatuto Social da Coopernatural, que possui como principal objetivo¹¹⁴ proporcionar o exercício da atividade profissional aos agricultores, residentes em sua área de atuação, auxiliando no beneficiamento e comercialização da produção de produtos sem agrotóxicos, exportação, importação e comércio de produtos alimentícios.

¹¹⁴ Para a execução de seus objetivos, a Coopernatural precisa: contratar serviços para seus associados em condições e preços convenientes; fornecer assistência aos associados no que for necessário para melhor executar o trabalho; providenciar e organizar os trabalhos de modo a aproveitar a capacidade dos associados, sempre distribuindo-os conforme aptidões e interesses coletivos dos mesmos; realizar em companhias seguradoras, em benefício de seus interessados, seguro de vida coletivo e de acidente de trabalho se assim lhes convier; prestar assistência social e educacional aos associados e respectivos dependentes, bem como os prestadores de serviços à Coopernatural; promover, mediante convênio com entidades especializadas, públicas ou privadas, o aprimoramento técnico, profissional e educacional de seus associados, tendo sempre em vista a educação cooperativista e da ecologia e a racionalização dos meios de produção; promover a pesquisa científica em geral e especificamente sobre produção, fabricação, distribuição, armazenamento, consumo e qualidade dos alimentos, mantendo relações com órgãos e instituições afins. Fonte: Estatuto Social (2004)

Entretanto, hoje a cooperativa já não vende mais para a Rede Walmart e Grupo Pão de Açúcar, mesmo com uma intensa pressão para a comercialização, pois os líderes entenderam que esta relação os força a manter os preços baixos. Por essa razão, resgatou-se a forma de comercialização inicial da cooperativa e se manteve a qualidade do trabalho dos seus cooperados. Conforme o antigo presidente (2011):

A Coopernatural hoje tem o seu maior foco nas pequenas lojas específicas do ramo. Estas lojas não esquecem o nosso produto na gôndola. Existe muito mais que comércio nesta relação entre a loja e a Coopernatural. As nossas frutas são saborosas no pé, e os nossos produtos são reflexo desta qualidade. Nós desejamos que o consumidor saboreie os produtos antes de abri-los e para conseguir isso é necessário muito mais que comércio.

Atualmente, outra forma de comercializar os produtos cultivados pelos membros da cooperativa, é para a merenda escolar do município de Picada Café, de acordo com a lei federal 11.947¹¹⁵ sancionada em junho de 2009. Esta lei beneficia, além da agricultura familiar, os produtos agroecológicos que ganham especial distinção na Lei, uma vez que determina que eles sejam priorizados na compra para a merenda escolar com preços 30% superiores aos produtos não orgânicos. Com isto, a Coopernatural tem oportunidade significativa para comercializar alguns de seus produtos. Porém, ela nem sempre consegue suprir as demandas das escolas¹¹⁶ do município devido aos tipos de solicitação e pelo tipo de produtos cultivados, uma vez que são orgânicos e precisam ter o tempo natural de colheita, conforme conversa em reunião

Ana: bom, eu tenho que informar da merenda escolar, assim eu vou passar a lista dos produtos que tenho aqui e as quantidades que vão ser compradas, só eu não sei até quando vale este pedido... e daí assim,

¹¹⁵ Trata-se da Lei Nº 11.947, que determina que no mínimo 30% da merenda escolar seja comprada diretamente de agricultores familiares, sem licitação. Os recursos são do FNDE (Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação), repassados ao PNAE (Programa Nacional de Alimentação Escolar), que por sua vez abrange todas as escolas públicas e filantrópicas do país, da educação infantil ao ensino de jovens e adultos. Antes da Lei Nº 11.947, o PNAE atingia apenas a educação infantil e o ensino fundamental. Com a Medida, cerca de R\$ 600 milhões por ano reforçam a Agricultura Familiar em todo o país. Além do PAA (Programa de Aquisição de Alimentos da CONAB), para o qual cada pequeno produtor pode vender até R\$ 3.500/ano, a merenda escolar torna-se um importante mercado institucional, possibilitando o comércio de até R\$ 9.000/ano sem a intervenção de atravessadores. <http://www.cepagro.org.br/news/25/54/>

¹¹⁶ A Coopernatural estabelece parceria com as escolas para qual comercializa seus produtos e 100% das embalagens de vidro enviadas para as escolas são recicladas e retornam à cooperativa.

quem tem alguma coisa que interessa em participar tem que me avisar porque eu também não sei o que todo mundo tem.

Amadeu¹¹⁷: ta, então passa a lista ou lê.

Ana: tem bolacha, feijão preto, queijo colonial, chimia de goiaba e chimia de figo, suco de laranja, suco de uva, aipim higienizado congelado, alho, alface branca e alface roxa, batata doce, bergamota, beterraba, ovos, repolho...se alguém tiver alguns destes produtos.

Amadeu: bergamota pode colocar, mas só a partir de abril.

Ana: eu tenho que dar uma olhada certa no tempo do pedido.

Marta¹¹⁸: é de 3 em 3 meses.

Adão: tem vez que era de 6.

Ana: eu tenho que dar uma olhada, vou dar uma conversada com o Paulo¹¹⁹ e dependendo do tempo que é, a gente entra e pode trazer o resto da Ceasa¹²⁰, senão...

Amandeu: até porque se eles querem este tempo, aí não tem como.

Ana: ou senão, dependendo quanto tempo for, a gente entra na próxima chamada, eu só não sei se a gente coloca como cooperativa ou contrato separado, no caso.

Identifica-se, que apesar do surgimento de algumas políticas públicas para incentivar a agricultura familiar e principalmente o consumo de produtos orgânicos, ainda é preciso certa adaptação entre os pedidos realizados pelas escolas e a produção oferecida pelas agroindústrias familiares, principalmente de produtos orgânicos. Este desafio é imposto tanto aos grupos de agricultores quanto às entidades de assistência técnica para a organização da produção, de modo a atender esta e outras possíveis demandas que surgirão com a Lei N° 11.947. Esta Lei ainda estabelece a venda individual por agricultor, obedecendo a um valor de R\$9.000,00/ano, ou a venda em grupo de cooperativados, desde que todos estejam devidamente regulamentados e registrados¹²¹, de acordo com a última fala da cooperada Ana. Observa-se também no

¹¹⁷ Nome fictício dado ao primeiro presidente da Coopernatural

¹¹⁸ Marta, esposa de Amadeu

¹¹⁹ Nome fictício. Optou-se por não usar o nome de pessoas públicas que não fazem parte da cooperativa

¹²⁰ As Centrais de Abastecimento do Estado do Rio Grande do Sul S/A - CEASA/RS são uma sociedade por ações de economia mista, tendo capital do Governo do Estado do Rio Grande do Sul (a quem cabe a gestão, através da Secretaria da Agricultura) e Prefeitura Municipal de Porto Alegre. Oferece um mix com mais de 110 produtos, em que se encontram produção de 198 municípios gaúchos, 18 Estados brasileiros e 9 países, distribuídos entre boxes e lojas separados em vários pavilhões do complexo onde se comercializam flores, frutas, legumes, ovos, além de produtos não perecíveis e prestação de serviços, destinando seus produtos a produtores, comerciantes, atacadistas, clientes compradores/distribuidores e prestadores de serviço. A CEASA/RS é o grande centro distribuidor de hortigranjeiros do Rio Grande do Sul. Cerca de 35% do total consumido no Estado é comercializado pelas empresas e produtores que operam na CEASA/RS. <http://www.ceasa.rs.gov.br>

¹²¹ O produtor rural deve ter o Bloco de Produtor, que é um documento do produtor rural que lhe possibilita ter uma inscrição estadual. Toda movimentação de compra e venda dentro de uma propriedade rural deve

diálogo que a Ceasa acaba muitas vezes auxiliando as agroindústrias familiares a suprir as demandas de mercado, uma vez que a sua produção não é suficiente. Contudo, ressalta-se que no caso da Coopernatural, os produtos oferecidos pela Ceasa nem sempre são orgânicos, o que pode inviabilizar a compra. Segundo comentário da cooperativada Ana (2012): “é que assim... eles colocam o que eles querem comprar da agricultura familiar, se a gente tem como oferecer isto tudo bem, eles compram, senão eles compram na Ceasa”

Para que a venda de produtos contemplasse a Lei 11.947, no primeiro semestre de 2012 a Coopernatural decidiu que a comercialização acontecesse de forma individual por produtor, pois desta forma teriam imposto menor a pagar, e os produtores integrantes da cooperativa seriam beneficiados da mesma forma com a comercialização, sendo que ainda poderiam integrar ao grupo, que contemplaria a lei, outros produtores da região que não fossem membros da cooperativa. Segundo Ana e Amadeu em fala na observação de fevereiro:

Ana: assim eu só queria fazer uma colocação da merenda escolar, a gente está fornecendo a merenda escolar, mas não é só a Coopernatural quem tá fornecendo a merenda escolar, eu tenho um pessoal, um grupo de agricultores que está fornecendo a merenda escolar, não é através da Coopernatural, é um grupo separado, só para esclarecer, de repente alguém ficou com alguma dúvida, mas isto não quer dizer que nós não podemos vender coisas da Coopernatural, entendeu? Só que daí é uma coisa separada, não é da Coopernatural.

Amadeu: Bom, mas antes, só para esclarecer a venda da merenda escolar pelo talão do produtor, para nós vender pela cooperativa nos temos que pagar Cofins¹²² hoje ainda, e isto vai somar uns 5%, e até agosto tinha que pagar ICMS¹²³, que era 17%. Em setembro o Tarso isentou as cooperativas para a venda da merenda escolar, então hoje para a cooperativa não ia ser um encargo tão grande, até poderia ser possível, mas nós ainda teríamos mais custo do que vender pelo talão.

ser registrada através do Bloco de Produtor.
www.procempa.com.br/pmpa/prefpoa/.../guia_do_produto.doc

¹²² Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (COFINS) é uma contribuição federal, de natureza tributária, incidente sobre a receita bruta das empresas em geral, destinada a financiar a seguridade social. Sua alíquota é de 7,6% para as empresas tributadas pelo lucro real (sistemática da não-cumulatividade) e de 3,0% para as demais. Tem por base de cálculo: o faturamento mensal (receita bruta da venda de bens e serviços), ou o total das receitas da pessoa jurídica.
<http://www.receita.fazenda.gov.br/pessoajuridica/pispasepcofins/default.htm>

¹²³ O ICMS é o imposto sobre operações relativas à circulação de mercadorias e sobre prestações de serviços de transporte interestadual, intermunicipal e de comunicação. É um imposto estadual, ou seja, somente os governos dos estados do Brasil e do Distrito Federal têm competência para instituí-lo.
<http://www.portaltributario.com.br>

Ana: sim, só que nem é questão disto no momento, porque a lista de produtos que eles querem comprar..., nós não temos na Coopernatural todos os produtos, eles querem alface, batata doce e nós não temos na Coopernatural quem produza isto.

Amadeu: está bom como nós estamos fazendo, enquanto funciona.

Jorge: entra no bloco então.

Amadeu: Sim e todo mundo esta ganhando igual.

Percebe-se que mesmo que a comercialização não esteja vinculada à Coopernatural, o grupo se (re)organiza na tentativa de criar movimentos agregadores como formas alternativas de viabilização de recursos com a comercialização de produtos e, conseqüentemente, combate à competitividade gerada pela própria lógica de uma economia autorregulada. Com isto, emerge o pensamento proposto por Morin (2002) do anel eco-organizador que começa a indicar que não apenas uma reorganização responde à desorganização, mas sobretudo que o processo de reorganização se encontra no próprio processo de desorganização. Ou dito de outra forma, entendendo a desorganização como a possibilidade da cooperativa de não contemplar todos os produtos solicitados pelas escolas sob a Lei 11.947, o grupo, enquanto comunidade, se (re)organiza para se manter ativo no processo do mercado autorregulado desenvolvendo ações e pensamentos estratégicos em busca dos objetivos organizacionais, mas também individuais. Enquanto comunidade, o grupo tem o intento de criar vários vínculos, principalmente sociais, entre os sujeitos para que estes se mantenham unidos de forma espontânea através de um compartilhamento de solidariedades, com o intuito de que “todo mundo está ganhando igual”, segundo fala do cooperativado Amadeu (2012).

Entretanto, ressalta-se que a importância dos recursos financeiros é preponderante no grupo, uma vez em que a Organização se eco-auto-organiza¹²⁴ na busca de excedentes ou lucros para acumular capital. Os grupos familiares que trabalham na Cooperativa participam do processo de produção, via relações sociais, oferecendo a sua força de trabalho em busca de rendimentos e fomentando a atividade econômica. Com os rendimentos que os grupos adquirem, todos se tornam consumidores para suprir as necessidades socialmente determinadas. Porém, com a

¹²⁴ De acordo com Morin (2002).

solidariedade compartilhada entre o grupo, é possível potencializar para que todos os cooperativados tenham maior poder econômico frente às possibilidades de concorrência e de sua manutenção no mercado. O processo estabelecido pelo cooperativado entre economia e seus laços sociais de solidariedade torna-se uma relação complementar em alguns momentos e antagônicos em outros, mas são instâncias necessárias agindo em conjunto para a existência, o funcionamento, e o desenvolvimento da Coopernatural e sua atuação no mercado.

Em determinadas épocas, a Coopernatural não produz matérias-primas suficientes para toda a produção dos seus quase 60 produtos diferentes (FIGURA 3). Com isto, em alguns momentos acaba adquirindo produtos orgânicos de outros produtores da região. Para que estes produtos possam ser adquiridos pela cooperativa é necessário que o fornecedor produza de forma natural, sem o uso de agrotóxicos ou preferencialmente que possua também a certificação da Ecovida, assim como todos os cooperativados da Coopernatural já possuem. Os novos membros também precisam estar certificados. A Ecovida¹²⁵ é um sistema solidário de certificação participativa para a geração de credibilidade, no qual a elaboração e a verificação das normas de produção ecológica são realizadas com a participação efetiva de agricultores e consumidores, buscando o aperfeiçoamento constante e o respeito às características de cada realidade. O selo Ecovida é obtido após uma série de procedimentos desenvolvidos dentro de cada núcleo regional para posteriormente ocorrer a filiação à rede, a troca de experiências e verificação do Conselho de Ética. A certificação participativa é uma certificação que garante a qualidade do produto ecológico, permite o respeito e a valorização da cultura local através da aproximação de agricultores e consumidores e da construção de uma rede que congrega iniciativas de diferentes regiões. Foi possível observar a relação que a Coopernatural estabelece com a Ecovida. De acordo com o diálogo dos cooperativados:

¹²⁵Depois da auditoria realizada pelo Ministério da Agricultura – MAPA, entre os dias 30/11 a 2/12 de 2010, a Associação Ecovida – OPAC (Organismo Participativo de Avaliação de Conformidade) está credenciada oficialmente pelo MAPA, o que significa o reconhecimento da capacidade da Rede Ecovida e de suas instâncias afirmarem a qualidade ecológica de seus produtos/unidades produtivas. <http://www.ecovida.org.br>.

Amadeu: eu acho assim, a Ecovida é uma ONG, sem fins lucrativos, porém depende de recursos para poder operar, pelo que eu constatei eles não conseguiram angariar recursos neste período, pela questão que no governo federal tiveram muitas ONGs que foram penalizadas, e eles devem estar no meio. Pelo que eu entendi, nos últimos 90 dias nenhuma ONG ganhou dinheiro do governo federal, nenhuma, por que todas elas estão sob análise, por que muitos pegaram dinheiro e não justificaram o gasto, não prestaram contas, e elas estão muito mal faladas, e, como não tem recursos, eles não conseguem operar.

Mario: mas nunca andou, desde que começou, começou torto.

Ana: por que assim, é complicado, é uma distância muito grande, porque assim eu não sei o que acontece, a gente sabe que a Ecovida existe porque eles vêm fazer vistoria, e depois quando tem assembleia, mas eles avisam hoje e daí semana que vem tem assembleia.



Figura 3: foto de alguns dos produtos da Coopernatural

Durante o primeiro contato com a cooperativa, em 2011, a informação oficial era de que havia 27 cooperativados¹²⁶, atingindo, de forma indireta, 52 famílias das quais alguns produtos são comprados quando há necessidade. Esta informação se manteve na observação realizada em novembro. Porém, nas observações realizadas em janeiro e fevereiro de 2012, identificou-se que havia um movimento para aumentar o número de cooperativados e agregar novos membros. Este fato¹²⁷ foi percebido na reunião realizada em janeiro, na qual já compareceu um novo integrante. Em fevereiro, três novos membros ingressaram na cooperativa. Esta atitude corrobora com o pensamento de Freitas (2000), segundo o qual o homem, como ser social, necessita algumas vezes do seu semelhante para satisfazer algumas necessidades e completar-se, o que só é possível mediante uma interação de pessoas que buscam alcançar resultados pela conjugação de esforços.

Embora a cooperativa busque a interação entre seus associados, o beneficiamento dos produtos ocorre, na grande maioria das vezes, nas propriedades rurais dos agricultores em função da estrutura física que já possuem instaladas e pelo fato de que cada cooperativado desenvolve uma produção específica, com suas peculiaridades, uma vez que são quase 60 produtos diferenciados que possuem a certificação da Ecovida¹²⁸. Porém, a rotulagem de todos os produtos ocorre na sede da Coopernatural. Hoje, os cooperativados estão em processo de organização de detalhes da estrutura física da sede para ter o alvará definitivo de licença e funcionamento de atividades e para criar suas rotinas produtivas com o trabalho de todo o grupo na sede. Porém, ressalta-se que a estrutura da sede da cooperativa, financiada pelo governo federal e prefeitura de Picada Café, concede o beneficiamento apenas para a produção conjunta de doces.

Uma vez esclarecido o funcionamento da produção e comercialização da cooperativa e suas relações em grupo, torna-se relevante explicar como alguns dos dados coletados nesta pesquisa foram analisados. Porém, cabe salientar que na

¹²⁶ Estas são as informações oficiais fornecidas por alguns sócios da cooperativa. Entretanto de acordo com alguns outros membros a Coopernatural, há hoje cerca de 14 associados que só têm o nome na lista para fechar o número de associados e manter a cooperativa. Ativos há apenas 6 pessoas. Dados obtidos nas entrevistas realizadas em janeiro e fevereiro de 2012.

¹²⁷ Será discutido com profundidade a seguir.

¹²⁸ Tanto produtor quanto produto precisam da certificação.

observação realizada em fevereiro, a pesquisadora identificou que estava havendo uma interferência da sua participação nas reuniões, talvez pela relação de proximidade já estabelecida com alguns membros da cooperativa. Conforme Peruzzo (2008), com o procedimento de observação, o pesquisador não necessita se deixar passar por membro do grupo pesquisado. Neste caso foi necessário manter a postura de pesquisador observador para não interromper os processos naturais no objeto estudado. As colocações de alguns cooperativados, principalmente da Ana e de Amadeu, estavam mais explicativas, argumentativas e defensivas sobre o funcionamento da cooperativa, conforme fala abaixo. Esta interferência poderia não permitir o distanciamento e desentranhamento necessário para as análises da pesquisa e, por esta razão, optou-se por não participar mais das reuniões durante um período de tempo, suspendendo assim os laços com os cooperativados.

Amadeu: e tem a Caroline, para quem não conhece, ela está fazendo um trabalho de conclusão, não, um doutorado em cima do trabalho de cooperativas como a nossa, na verdade hoje nós estamos no RS, mas em todo o Brasil as cooperativas de agricultura familiar têm suas dificuldades e todas muito parecidas. Elas não conseguem fazer logística de entrega, elas perdem produção na roça porque não conseguem levar da roça para indústria e não conseguem vender da indústria para as lojas. Esta é a grande realidade, e temos muitas cooperativas com dificuldade de gestão e não tem quem tome a frente. Hoje eu ajudo, mas o Adão e a Ana tomam a frente. Mas nós não temos hoje a nível de Brasil uma cooperativa que tenha uma direção, que tenha alguém que convoca reunião, que tenha alguém que responda e-mail, alguém que vai pagar as contas, então fica tudo atirado, né? Então a nível de RS, por mais que a nossa cooperativa não tenha muitos sócios, sejam poucos assim atuantes de verdade¹²⁹, nós ainda funcionamos, pagamos as contas em dia, não devemos nada para ninguém, não devemos respostas para ninguém. Nos já tivemos tensionamento com os órgão fiscalizadores de todos os tipos, nos já tivemos um Adão apavorado com o MAPA¹³⁰, nos já respondemos respostas com advogados para a Anvisa¹³¹ com todas as dificuldades que todas as cooperativas enfrentam e muitas vezes a cooperativa não sabe como sair da situação. Mas por enquanto nós conseguimos resolver as situações de tensionamento, né? Nós também tivemos nossos problemas com o MAPA mesmo, Ministério da Agricultura que vinha na nossa casa

¹²⁹ Observa-se aqui novamente a informação trazida anteriormente no que diz respeito à necessidade da Coopernatural aumentar o número de associados. Esta observação será discutida no decorrer do trabalho.

¹³⁰ Ministério Agricultura Pecuária e Abastecimento.

¹³¹ A Anvisa tem a finalidade institucional de promover a proteção da saúde da população por intermédio do controle sanitário da produção e da comercialização de produtos e serviços submetidos à vigilância sanitária, inclusive dos ambientes, dos processos, dos insumos e das tecnologias a eles relacionados. <http://portal.anvisa.gov.br/wps/portal/anvisa/anvisa/agencia>.

fazer invasão, mas nós resolvemos né? Nós resolvemos, por um lado porque nós fazíamos feira no prédio do MAPA e que tinha a Laura¹³², que era chata, mas na hora nos resolveu o problema, ela apagou o incêndio.

Com os dados coletados, muitos já utilizados nesta pesquisa, buscou-se compreender também como as relações de trabalho constituem e são constituídas pela comunicação organizacional no contexto das cooperativas de economia solidária e tentar perceber de que forma os mitos, ritos, heróis e as relações de poder, enquanto elementos simbólicos da comunicação organizacional, interagem, alteram, interferem e (re)criam as identidades e o imaginário dos cooperativados. Estes dados, coletados através de observações e entrevistas em profundidade, foram analisados à luz do interacionismo simbólico com as três facetas sugeridas por Mead (1993) abordadas nesta pesquisa: a vida em grupo (solidariedade), eu (identidade do cooperativado) e a mente (imaginário do cooperativado). Para isto é necessário retomar o pensamento de Mead (1993) quando expõe que o indivíduo é um organismo biologicamente avançado com capacidade de pensamento racional, de criar seus próprios significados sobre os símbolos aos quais está sujeito e ser capaz de interagir e efetivar processos de comunicação. Os sujeitos que estão em processo de interação, interpretação e reflexão com os símbolos da Coopernatural fazem a cooperativa se (re)construir constantemente.

5.1 A comunicação organizacional e as relações de trabalho em recursividade na Coopernatural

Conforme os apontamentos teóricos, para o entendimento da comunicação e da comunicação organizacional neste estudo, definiu-se uma compreensão da comunicação enquanto compartilhamento, processo de trocas, intercâmbios e interações culturais, tornando-se necessário para sua efetivação conviver, buscar o outro através da relação, reforçar e renovar os laços sociais. A compreensão da comunicação organizacional pode ocorrer pela comunicação sujeito/sujeito e pela comunicação Organização/sujeito, com as possíveis partilhas de elementos culturais e simbólicos que estabelecem entre si

¹³² Nome fictício

e com o ambiente externo.

A comunicação organizacional da Coopernatural pode ser compreendida como um sistema aberto, pois efetua trocas com seu ambiente em um estado de contínua interação e mútua interdependência, ou seja, a cooperativa estabelece processos de troca e compartilhamento com várias instâncias além do limite organizacional. Segundo Srour (1998), as Organizações como sistemas abertos se estabelecem como campos de forças que competem entre si para absorver energia do ambiente externo, processar insumos e gerar produtos. Para isto é necessário administrar pressões e fomentar grupos de apoio para criar credibilidade junto à sociedade. Neste sentido torna-se importante a capacidade de adaptação das Organizações.

À medida que desenvolve a comunicação organizacional como um sistema aberto, a Coopernatural tem possibilidade de se reestruturar continuamente nos processos econômicos, pois se autocorrige e se adapta de acordo com as mudanças do ambiente do qual depende sua existência. A cooperativa se mantém economicamente porque estabelece um nível de abertura com o sistema externo, no qual a entrada e saída de informações geram níveis cada vez mais altos de diversidade e complexidade. Desse modo, a cooperativa aprimora suas atividades e sua forma de produção e oferece seus produtos de acordo com as necessidades dos consumidores. Vale ressaltar e reforçar o posicionamento de França e Laville (2004) quando 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 autorregulador, mas que de certa forma, realizam tal intuito dentro deste mercado.

A comunicação organizacional estabelecida pela Coopernatural possibilita sua capacidade de evoluir e progredir em direção a formas complexas e variadas que facilitem o seu relacionamento com os desafios e oportunidades oferecidas pelo ambiente econômico. Uma das questões observadas na comunicação organizacional da cooperativa, que a configura como sistema aberto, é a necessidade de, neste momento, aumentar seu quadro de cooperativados através da mobilização de novos membros. Na observação realizada em novembro 2011, este assunto não estava sendo comentado

pelo grupo, mas identificou-se que nos meses de dezembro e janeiro, houve uma desmobilização dos atuais membros da cooperativa, o que acarretou a necessidade de aumentar o grupo através de uma (re)estruturação. Na observação realizada em janeiro de 2012, havia um novo integrante que estava participando pela primeira vez das reuniões.

Marta: ele faz feira em Porto Alegre dos orgânicos.

Amadeu: no sábado ele faz na José Bonifácio¹³³ e na quarta, na Secretaria da Agricultura.

Adriana¹³⁴: e o que que é que eles vendem lá?

Pedro¹³⁵: eu vendo hortifruti em geral, e agora, vamos dizer assim, já venho vendendo há anos, a palavra certa seria ilegalmente, ovos, mas agora, a gente já tá há cinco anos registrando a agroindústria, só que a única coisa que faltou do presente do Papai Noel foi o fiscal vir olhar, e aprovar e dar o número do CISPOA¹³⁶, porque o resto já está tudo nos conforme, até o pessoal veio, fez a vistoria e disse: - oh, aqui tem que botar uma tela para não entrar mosca, as mínimas coisinhas assim, mas foi feito, passou um ano, um ano e meio e cadê o fiscal? E daí agora, vamos dizer assim, está com um pé no altar... Cispoa vale assim para todo o Rio grande do Sul, a venda e o comércio de ovos...é ovos, frutas e verduras em geral que eu levo, no caso.

Marta: ninguém tem?

Adriana: como é teu nome?

Pedro: é Pedro

No contexto organizacional, os grupos estruturam-se segundo interesses próprios, pelos quais vivenciam sentimentos de partilhas, solidariedade e luta comum. Diante desta necessidade de articulação, para manter o contexto organizacional, nesta mesma reunião já ficou estabelecido, em comum acordo entre todos os membros da cooperativa o convite para mais três possíveis sócios integrarem a cooperativa, entre

¹³³ Feira que acontece todos os sábados, pela manhã e parte da tarde na rua José Bonifácio, em frente ao Parque da Redenção, em Porto Alegre. Possui grande movimentação.

¹³⁴ Adriana, esposa de Jorge, secretário da cooperativa. Nomes fictícios.

¹³⁵ Pedro, novo integrante da cooperativa.

¹³⁶ Cispoa: registro fornecido pela Coordenadoria de Inspeção de Produtos de Origem Animal -Cispoa é o órgão da Secretaria da Agricultura, Pecuária e Agronegócio do Rio Grande do Sul, responsável pela inspeção de produtos de origem animal que são comercializados dentro do estado. A Cispoa atua em estabelecimentos de abate de bovinos, bubalinos, ovinos, suínos, javalis, aves, pescado e coelhos. Seus fiscais também trabalham junto a entrepostos de carnes, pescado, laticínios, mel, ovos e na industrialização de seus derivados. <http://www.saa.rs.gov.br/servicos.php?cod=25>

eles o padre¹³⁷ de Picada Café. Isto demonstra, segundo Lapassade (1989), o grupo da cooperativa como sistema de forças para o desenvolvimento, cujas ações o impulsionam para atingir os fins a que se atribui:

Amadeu: na próxima reunião convidamos o padre, o Rafael e o marinheiro.
 Jorge: qual marinheiro tu falou?
 Amadeu: o Ari.
 Marta: ele ajudou a tirar uva para mim.
 Adão: ele é novo, né?
 Jorge: ta, e o padre? Este vai plantar o quê?
 Amadeu: ele comprou a terra que era da Maria¹³⁸.
 Marta: tem tudo em cima, uva, pêssego. Ele comprou a propriedade e ele é diabético e tá comendo de tudo, mas eu não falei nada, porque padre tem mais conhecimento que eu nas coisas e é tão bom comer uva e tomar suco.
 Jorge: qual é a propriedade dele?
 Amadeu: ele comprou da Maria depois da ponte, à esquerda, no banhado...eu já imaginava convidar o padre, agora que ele comprou terra, agora ele tem que entrar, e na primeira reunião da Ecovida o padre tem que ir junto, porque os outros padres se encarregam de convencer ele.

Na observação realizada em fevereiro, mais três novos sócios¹³⁹ estavam presentes. A intenção da cooperativa é de compor um quadro de cooperativados atuantes, coesos e participantes no processo da cooperativa, em que todos se sintam motivados enquanto membros e permaneçam unidos em grupo (LAPASSADE, 1989). Porém, salienta-se que o interesse do grupo cooperativado também é possuir uma maior demanda de matéria prima.

Ana: aliás, podia apresentar o pessoal.
 Amadeu: O Marcos, nós já vinha conversando, e agora nós estamos convidando, já veio ele (Pedro) na outra reunião. O Marcos produz umas laranjas, umas bergamotas montenegrina e uns limões, e podemos certificar ele na Ecovida.
 Marcos: e goiaba.
 Amadeu: e goiaba.
 Pedro: mas não é a nossa goiaba daqui, é goiaba abacate de 500g, 600g, 700g cada goiaba.
 Ana: quando é a época desta fruta?

¹³⁷ Será discutido posteriormente.

¹³⁸ Nome fictício.

¹³⁹ Neste trabalho, “sócios”, “cooperativados” e “membros da cooperativa” são entendidos como sinônimos.

Marcos: ela tem a partir de maio, final de maio ela começa a amadurecer, e então o término dela é início de junho, ela termina aqui, mas eu tenho mais lá em Picada São Paulo¹⁴⁰, que o clima é mais frio, e quando as daqui terminam, começa as de lá, que vêm quase dois meses depois que esta aqui. Eu tenho quase 120 pés desta e eu tenho lá outro tipo que não sei o nome, eu vou ter quase 100 pés este ano e dá 800g, 900g cada goiaba.

Ana: como consome esta goiaba?

Marcos: fazendo chimia.

Ana: come assim... dá para comer?

Mario: in natura?

Marcos: dá sim, o gosto dela é diferente da nossa goiaba, não tem aquele cheiro forte, porque a nossa goiaba, aqui ela fede, esta não, a nossa é bem vermelha, e esta é marrom, ela tem um tanto assim de semente, e o resto é só massa.

Ana: mas dá para comer?

Marcos: mas muito melhor do que a nossa

Amadeu: dá para vender para as escolas.

Os novos participantes são sempre questionados sobre a procedência natural de seus produtos, da mesma forma que sempre possuem alguma referência e indicação de alguém da cooperativa para seu ingresso, ainda que de forma não consciente, como se observa no diálogo no momento em que Amadeu indica que já conhece Marcos pela compra de seus produtos. Segundo Morin (2002), os vínculos entre indivíduos de uma sociedade não são apenas de comunicação segundo um código comum. Eles comportam também uma dimensão comunitária, isto é, de inclusão dos seres num circuito subjetivo.

O segundo sócio já estabelecia relações com a cooperativa na venda de produtos orgânicos como forma de matéria prima, além de possuir uma vasta experiência no cultivo de produtos sem agrotóxicos.

Amadeu: bom, daí tem o Mario, ele já é certificado na Ecovida antes que nós e até o ano passado nós pegávamos muitas frutas dele.

Jorge: este é o Mario, então.

Amadeu: é isto, o Mario da nectarina, das ameixas, da uva, da pêra.

Adão: onde é tua área?

Mario: ali em Farroupilha

Amadeu: mas a propriedade dele temos que fazer Ecocert¹⁴¹, porque ali praticamente 30% do que nós vendemos vem da propriedade do Mario.

¹⁴⁰ Próximo a Picada Café, distrito do município de Morro Heuter.

¹⁴¹ A ECOCERT BRASIL realiza a certificação voltada para o mercado interno, atuando também como agente de certificação da ECOCERT SA para todos os principais mercados mundiais. Conta para isso com profissionais que controlam a gestão da qualidade, todos treinados e habilitados pela ECOCERT SA para

30% do que nos vendemos na Coopernatural vem da propriedade do Mario, então o Mario já devia ser sócio com nós há muito mais tempo. É relevante para a sobrevivência da Coopernatural, né? Como propriedade, nós temos que certificar a Ecocert e o produto dele tem muita relevância
 Jorge: o que tu tem além de nectarina, pêssego...
 Mario: agora tem uva, nectarina, ameixa, pêra, vou querer plantar cereja.

O terceiro novo integrante da reunião de fevereiro chegou atrasado, mas já sabia o motivo da sua participação. De acordo com Lapassade (1989, p.65) “nós vivemos em grupos sem tomar necessariamente consciência das leis de seu funcionamento interno”, o que demonstra que nesta integração de novos membros, há um consentimento coletivo por parte dos cooperativados mais antigos para que novos produtores integrem a cooperativa, e de outro lado há, também, uma aceitação positiva por parte dos produtores em integrar a cooperativa:

Amadeu: ele é o Cristiano.
 Jorge: meio atrasado.
 Amadeu: mas não encerramos, estamos todos aqui ainda e ele planta na propriedade do José¹⁴² ele tem uma parreiral de uva e uns pés de banana e planta feijão. O seu José não quer vender para ele.
 Cristiano: é uma briga.
 Amadeu: é uma briga então, mas o Cristiano trabalha lá, então quem tem que entrar como sócio é o Cristiano, né?
 Ana: ou os dois.
 Amadeu: ou os dois, então eu acho importante ele fazer parte também.
 Jorge: mas ele quer entrar?
 Ana: opa, tem um minuto para pensar...
 Cristiano: claro
 Jorge: tem o CPF?
 Amadeu: mas não tem problema, na próxima reunião entra em dia, já sabe dia 16 de março às 7h
 Ana: tu tem telefone?
 Cristiano: 99999999
 Ana: precisamos do teu CPF e Identidade.
 Jorge: planta feijão, tu falou?
 Cristiano: feijão, uva, banana, pêssego, um eito de laranja de umbigo e de laranja comum.
 Jorge: tem bergamota também?
 Cristiano: bergamota tem um pouco, mas pouquinho.

aplicação dos diferentes regulamentos utilizados na certificação. A ECOCERT é acreditada para suas atividades internacionais segundo o guia ISO 65. Isso assegura aos produtores brasileiros certificados irrestrito acesso aos principais mercados mundiais de produtos orgânicos. <http://www.ecocert.com.br>. A Coopernatural esta buscando a certificação da Ecocert para exportação de seus produtos. Este assunto será amplamente discutido a seguir.

¹⁴² Nome fictício.

Jorge: tu não é daqui?
 Cristiano: do Joanete.
 Amadeu: natural.
 Cristiano: não, de Santa Catarina, São Miguel do Oeste.

Esta abertura para novos participantes, configurando a possibilidade de uma comunicação na Organização como sistema aberto, proporciona à Coopernatural um aprendizado contínuo com novas formas de produção e comercialização, impedindo um isolamento e fechamento com o exterior, obrigando uma adaptação constante no grupo. De acordo com Lapassade (1989), todos os grupos parecem organizar-se segundo processos que lhes são comuns. No caso da Coopernatural, o processo comum é o cultivo de produtos sem agrotóxicos, mas os cooperativados, nem sempre tomam consciência das leis internas da cooperativa, ou seja, muito interessa para os antigos membros da cooperativa a forma de produção de cada membro, mas em momento algum das reuniões percebe-se uma conversa explicativa do funcionamento da cooperativa e qual o papel efetivo de cada membro.

Entretanto, uma vez que os grupos se unem em torno daquilo que lhes é comum, neste caso a forma de produção orgânica, aponta-se para um grupo com capacidade de desenvolvimento e maior coesão. A coesão e o desenvolvimento do grupo reduzem a individualidade dos sujeitos, e a relação sujeito/Organização/sociedade é (re)construída constantemente, consolidando as comunidades nas quais os sujeitos estão incluídos. Estas comunidades têm o intento de criar vínculos, principalmente sociais, entre os sujeitos para que estes mantenham-se unidos de forma espontânea. Bauman (2003) entende que o estilo comunitário é casual, e não precisa ser procurado.

Mas o antagonismo se faz presente na constituição de grupos comunitários, pois a integração de novos sócios pode acontecer pelo interesse de complementar seu capital social¹⁴³ ou de adquirir novas fontes de matéria-prima para a cooperativa, pois segundo alguns sócios não há cooperativados suficientes para manter a sua estrutura. Percebe-se na fala de Amadeu (2012) a necessidade de fechar um grupo coeso:

¹⁴³ Capital social, no caso da Coopernatural, pode ser entendido de duas formas: referente às redes de relacionamento baseadas na confiança, cooperação e inovação que são desenvolvidas pelos indivíduos dentro e fora da organização, facilitando o acesso à informação e ao conhecimento; ou referentes às quotas que abrange não somente as parcelas entregues pelos cooperativados, mas também os valores obtidos pela cooperativa e que por decisão dos membros são incorporados no capital social. Os dois entendimentos são pertinentes para esta pesquisa (DOMINGUES, 2009).

Daí, para a próxima reunião montamos uma pauta de novo e chamamos o padre e o marinho e aí nós fechamos. Fizemos uma foto bonita para o site e daí, por enquanto, ficam estes de sócios, e daí vamos fazer nossas interações e um churrasco e vamos ver se conseguimos tensionar um pouco na feira lá, que por enquanto vamos ficar longe, não vamos abrir as provocações, mas uma vez nós queríamos ir para a feira e não deixaram, agora tu (Pedro) é quem pode nos apresentar.

O não fechamento sistêmico da cooperativa, seja para manter-se economicamente, seja para o maior desenvolvimento do grupo, indica a existência de um sistema de autogestão entendido por Albuquerque (2003) como o conjunto de práticas sociais que se caracteriza pela natureza democrática das tomadas de decisões e que propicia a autonomia de um coletivo. Para Lapassade (1989), a autogestão propõe um sistema de organização e produção da vida social na qual a Organização e gestão deixam de ser propriedade privada de alguns para tornar-se propriedade coletiva. Segundo o autor, hoje em dia há duas concepções de autogestão: a primeira define-se como autogestão em termos econômicos e administrativos e situa-se ao nível das estruturas de poder; e a segunda sugere que a autogestão supõe também motivações e decisões coletivas e tem raízes na vida afetiva e na cultura dos grupos. De certa forma, as duas concepções de autogestão podem ser identificadas na Coopernatural, através do exercício de poder, às vezes compartilhado, no qual o líder qualifica as relações sociais de cooperação entre os sujeitos e grupo, que expressam de alguma forma relações sociais horizontais. Esta autogestão faz com que a cooperativa se mantenha, mesmo que parcialmente, coesa na diversidade e estabeleça múltiplas trocas e interações tanto com o meio externo quanto com o meio interno. São estas trocas e interações que fazem a cooperativa se (re)criar, se (re)estruturar e se (re)configurar nas condições impostas pela lógica do capital.

Amadeu: eu tava conversando com ele (Pedro), e eu acho que nós sempre queríamos entrar na José Bonifácio para vender, e eles lá não queriam.

Pedro: ah, e outra coisa, o Amadeu me convidou para me associar e daí, claro, eu logo pensei neste quesito: é bom para mim, é bom para vocês, é bom para todo mundo, e outra, assim neste ponto que ele frisou é meio chato de entrar.

Tratando-se de um ambiente aberto de trocas externas para manter a sua estabilidade econômica, conforme sugere Pedro (2012) – “eu logo pensei neste quesito: é bom para mim, é bom para vocês, é bom para todo mundo” –, torna-se evidente o entendimento da cooperativa como Organização que, ao mesmo tempo em que procura interagir com a lógica capitalista, se apropria dos pressupostos de autogestão, mantendo ou não o caráter de solidariedade através das oportunidades de desenvolvimento de capacidades, da melhoria das condições de vida dos indivíduos e das relações que se estabelecem com a comunidade local, principalmente no que diz respeito à preservação dos direitos dos trabalhadores.

Manter o caráter de solidariedade aumenta, muitas vezes, o compartilhamento interno de informações, mesmo que frequentemente involuntário, e acaba por elevar o nível da comunicação, otimizando as relações estabelecidas entre os sujeitos da cooperativa e da cooperativa com seu macrosistema. Ana (2011) afirma que “com alguns se pode conversar abertamente, tem bastante conhecimento, participam das conversas, trazem ideias e procuram inovar, nos produtos e também na sua comercialização”. O diálogo abaixo demonstra um intenso e constante compartilhamento de informações que potencializa as relações sociais na Coopernatural, principalmente com o novo integrante.

Marta: o grupo da Jose Bonifácio é um grupo fechado?

Jorge: é um conselho?

Pedro: não, também não é pelo grupo fechado, é que assim, o espaço físico que não ajuda mais, então não adianta tu vir, claro às vezes é uma boa intenção, já vários vieram e o espaço da feira era dividido. O fulano tem alface e brócolis e outro tem berinjela, isto e aquilo, de repente lá no meio de tudo eles: - aqui não tem jiló e não tem quiabo, eu quero botar uma banca para vender estes produtos. Daí assim, às vezes isto é a desculpa “eu vou vir vender a berinjela, quiabo e jiló, e de repente esta lá me sobrando uma caixa de pepino e eu vou vender pepino”, e daí se alastra e tu não tem como freiar. Quem vê de fora acha que é o clube do bolinha, porque não deixam ninguém entrar, mas ao mesmo tempo, por exemplo, se tu tem custo para manter alvará e manter todos os custos para estar lá e pagar funcionários, dois, três de nós temos lá, que tem que ser pago, e aí, por exemplo, eu vejo assim, é chato eu chegar e dizer “ninguém vai entrar aqui com morango por que eu quero vender meu

morango, por que eu tenho este custo”. Quem sabe se vier outro para vender morango, vai vender morango e já está tirando cliente meu, mas eu não vejo por aí, não é correto, mas acontece, e o Amadeu sabe...já tem uns quatro com morango lá, e aí? E se vem o quinto e prejudica os quatro que tão? Quando vê, já estamos brigando entre nós, esta é que é a verdade, e o que eu vejo que seria um ponto bem a favor não é brigar entre nós, mas brigar por um outro espaço de feira, porque a cidade está cheia de carência de feira destes produtos. Tem uns que atravessam a cidade e dizem ‘passei quarenta minutos no trânsito para chegar até aqui’.

Marta: a gente sabe disto.

Pedro: eu conheço gente que vem de Novo Hamburgo ou Nova Petrópolis para comprar e depois voltam, daí por exemplo, poderia ter um outro espaço, não digo na própria cidade, mas assim por exemplo, a Coopernatural abrir uma lojinha em Nova Petrópolis, Gramado, claro tem um custo...para dar um passo destes tu tem que te planejar antes. Quantos de nós queriam chegar lá e colocar os nossos produtos aqui, só que sozinho não vai chegar lá, tu tem que ter voz.

Adão: uma vez nós queria abrir uma no RJ, e calculando bem não dá.

Pedro: porque tudo hoje em dia tem que planejar, até para tu ir daqui até tua casa, rrsrsrsrs então não é grupo fechado ou panelinha, é que tudo tem custo, e o espaço físico tu mexeu para cá, está cutucando um, na quarta é mais suave, mas no sábado é assim.

Aponta-se neste diálogo a socialização de muitas informações no grupo referentes à forma de realização de feiras, e novamente a necessidade de trabalhar em comunidade: “sozinho não vai chegar lá, tu tem que ter voz” (PEDRO, 2012). Ressalta-se também a preocupação dos cooperativados para a forma de comercialização dos produtos, uma vez que não querem sair prejudicados nas relações de mercado que estabelecem. Isto demonstra, por enquanto, que a solidariedade existe dentro do grupo, mas fora dele prevalece a lógica mercantil. O mesmo diálogo continua no compartilhamento de informações para efetivar a comunicação organizacional como sistema aberto.

Marta: na quarta (a feira) é naquele lugar que tu trabalhava?

Pedro: a princípio é assim, a Smic¹⁴⁴ que comanda, só que vamos dizer, a primeira quadra a gente ainda tem uma autonomia de dizer ‘olha, tu fica aqui, tu fica lá...’, na José Bonifácio, porque tem duas quadras no caso.

¹⁴⁴SMIC:Secretaria Municipal da Produção, Indústria e Comércio de Porto Alegre. Visa a incentivar a produção agropecuária do município, controlar e fiscalizar entrepostos, mercados e feiras livres, licenciar e controlar o comércio, e aplicar a parte do código de posturas de Porto Alegre relacionada à sua área. A secretaria tem como missão articular e induzir os agentes econômicos e sociais no município, na construção de um projeto de desenvolvimento sustentável, com base nos princípios da cooperação, solidariedade e ética. http://www2.portoalegre.rs.gov.br/smic/default.php?p_secao=160.

Amadeu: a primeira é dos orgânicos, e a segunda é da Ceasa.

Pedro: é a primeira quadra é dos orgânicos, e de repente vem o pessoal que compra da Ceasa e se instalou do lado para aproveitar o gancho. Daí deu uma briga meio que desleal, nós com produtos orgânicos, e eles com produto da Ceasa com preço quase igual do orgânico para chamar o povo para lá, depois começou assim como está até hoje, tem os que são orgânicos e tem os que não são e se passam por orgânico.

Adriana: Exatamente.

Pedro: e daí o que acontece? A imagem de todos os orgânicos é prejudicada...

Jorge: tu tem certificação?

Pedro: tenho

Jorge: e o pessoal da feira pede certificação?

Pedro: é assim, eu não posso falar mal...

Jorge: não, não, não ...tu diz "o meu tem certificação".

Pedro: pois é, é isto que eu estou dizendo, a primeira quadra a gente garante, é toda ela certificada e porque passa por vistoria, vamos supor, a gente tem comissão interna que vem visitar a propriedade para a certificação, porque depois a Ecovida vem e diz "e este problema, da onde ele surgiu?" Daí tem a comissão da feira dos feirantes, a da região central, do litoral, da serra, daí cada um dirige como achar certo... Então no nosso caso, vamos dizer, todos que estão lá dentro tem alvará da prefeitura, todos tem certificação da Ecovida no mínimo, mas todos são certificados, o grupo por si só é pela certificação da Ecovida, então a primeira quadra a gente pode garantir para o consumidor "aqui é certificada", a segunda fica a dúvida porque eu não conheço o pessoal. Eu respondo assim "porque eu não tenho como provar. Lá tem um encarte que veio direto hoje de manhã da Ceasa", o meu consumidor fala e fica aquela coisa, para não entrar em atrito, vamos dizer assim, na primeira quadra é um grupo que administra ali. Já ouviram falar da Colmeia, da antiga Colmeia, todos eles eram associados à Colmeia, mas como a Colmeia fechou as portas, então a gente fez um grupo próprio, Associação Agroecológica, no caso na primeira quadra. Na segunda quadra tem a Arco-Íris e tem os grupos independentes que jogam os pauzinhos da barraca ali e diz: "vamos vender o que tem sem ver as conseqüências". Só que agora eles estão querendo até unificar o negócio, só que a gente, vamos dizer assim, a gente, como a Agroecológica não quer permitir, porque os bons vão se juntar aos ruins e aí fica aquela coisa, se começar a peneirar, são três ou quatro bons, e o resto, tudo ruim, então nós estamos brigando com a SMIC para ela não ter autonomia de chegar lá e "oh, fulano de tal vai receber o alvará e ficar aqui, fulano de tal que ficava aqui vai lá no final". Ela tem poder de dizer "aqui tu não fica mais", e é isto que a gente não quer permitir, porque daí ela tá descaracterizando nosso trabalho de 22 anos.

Nesta conversa, mesmo com o intenso e constante compartilhamento de informações, evidencia-se que não há, necessariamente, a existência de uma rede unificada e homogênea de comunicação. Ao contrário, há infinitas possibilidades de interpretação de acordo com a cultura e o interesse de cada membro da cooperativa pelo processo de comunicação estabelecido. Ou seja, mesmo que o novo integrante

(Pedro) tenha passado muitas informações, há uma possibilidade de interpretação segundo a qual este tenha interesse em participar de um grupo estruturado, com boa aparência de seus produtos e comercialização no mercado nacional, ao mesmo tempo em que o interesse do grupo, com sua entrada, é usufruir do espaço físico que o novo integrante (Pedro) possui na feira de grande porte em Porto alegre. As contradições acontecem justamente pela capacidade que cada indivíduo tem de convergir ou divergir do que está em discussão nas relações de convivência com o outro, ou até mesmo pela capacidade dos sujeitos de subverter as falas do que é dito. Mesmo que a comunicação se efetive pelos laços sociais, pelo compartilhamento de informações e pela convivência, é necessário admitir as diferenças de interpretações e reconstruções do que é comunicado nesta teia, uma vez que não estão claros os reais interesses de cada parte do processo comunicativo e que as culturas constituídas de cada um podem ser diferentes. Marcondes Filho (2004) afirma que mesmo que as pessoas vivam juntas, constata que jamais conhecem de fato umas às outras. Há um isolamento na cultura e nos pensamentos de cada um, mesmo quando se está na presença de outros. É difícil compartilhar um sentimento, uma preocupação, uma dor e fazer com que o outro sinta o que se compartilha. Para o autor a comunicação é “uma relação entre mim e o outro e os demais” (2004, p. 16). Por esta razão ela ultrapassa a linguagem realizando-se no silêncio, no contato dos corpos, nos olhares e nos ambientes (MARCONDES FILHO, 2004).

Pode-se entender o processo comunicativo através do que não é dito, que, de acordo com Dutra (2010), é passível de dois entendimentos: aquilo que não é dito num enunciado é inferido/decodificado pelo receptor por meio de sinais implícitos que atuam como pressupostos complementares daquilo que é dito. Esses não-ditos são apreendidos e auxiliam a produção de sentidos; e os discursos não-ditos¹⁴⁵, que por outra via, referem-se às falas que não podem ou não devem ser expressas pelos sujeitos em ações específicas. Roman (2009) afirma que nos contextos organizacionais os enunciados não-ditos são os mal-ditos¹⁴⁶ porém impedidos de serem expressos. O

¹⁴⁵ Dizem respeito ao diálogo acima.

¹⁴⁶ Para Roman (2009) os discursos mal-ditos são produzidos às sombras dos espaços organizacionais e divulgados as margens dos canais convencionais de comunicação. Segundo o autor são clandestinos e se propagam facilmente pelos canais informais e com maior credibilidade.

mal-dito é proibido e/ou silenciado em razão de uma censura explícita ou não. Esta fala negada pode gerar desconforto em alguns cooperativados. Para que a cooperativa se torne uma “organização dialógica” (ROMAN, 2009, p. 145) é preciso ouvir mal-ditos e reduzir os não-ditos.

Assim, pode-se admitir que haja uma suposta abertura do sistema da cooperativa pelo processo de comunicação, uma vez em que recebe muitas informações externas e partilha estas 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. Entretanto, para que este 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, assim como mal-ditos e não-ditos. Isto ocorre por que na Coopernatural, assim como em outras Organizações, há uma pluralidade de sujeitos. Cada um destes sujeitos é ao mesmo tempo singular e universal, de acordo com a sua cultura. 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”.

Para que o sujeito individual possa ser entendido no coletivo da cooperativa, os novos integrantes são questionados sobre a área plantada, a sua certificação, a forma de irrigação dos seus produtos, entre outras questões importantes para manter o nível da qualidade dos produtos orgânicos exigida na certificação que a Coopernatural já possui. Observa-se, no diálogo entre os cooperativados, que quando o novo integrante é questionado, um dos líderes responde antecipadamente, para ratificar a entrada do novo membro. Identifica-se também o mesmo questionamento realizado várias vezes, o que sugere uma possibilidade de evitar os não-ditos e possíveis conflitos futuros com este novo membro.

Jorge: o que que o Pedro produz?

Amadeu: eu vejo ele na feira com morango, ovos, abacate...

Pedro:...abacate, daí quarta eu não levo nenhuma verdura para não dar ruela com outros, ovos batata, morango, vamos dizer, amora, figo, e sábado vai verdura em geral, também pepino, tudo...

Ana: daí é tudo certificado, né?

Pedro: sim, tem muita coisa exótica, por exemplo, quiabo, batata iacon, batata cará e uma linha mais simples mais antiga, gengibre, figo e mel...

Adriana: mas tudo tu produz?

Pedro: tudo, tem pai e mãe em casa e pago uma diarista.

Ana: eu vi que tu não ia dar conta de tudo isto.

Pedro: não, não, não, e tem o maquinário, que ajuda bastante, tem uma várzea que eu faço tudo com máquina, planta milho, só não tenho rótulo.

Jorge: mas tu é certificado?

Pedro: tudo certo.

Jorge: e as tuas barreiras?

Pedro: assim, tem vizinho que é convencional, mas vamos dizer assim 100m, 200m que pode dar problema, mas ali já tem barreira numa área toda com potreiro ou residência, e tem uma área de mato natural que tem que ter porque passa um riacho ali e ali não tem problema.

Jorge: tem riacho na tua propriedade que tu irriga os morangos?

Pedro: tem dois na verdade, um que corta a propriedade e um que faz divisa, e aí tem um açude e tem poço.

Jorge: este que corta tu propriedade tu pega água?

Pedro: não.

Amadeu: mas eu acho que pode pegar.

Adriana: e quanto morango tu tem?

Pedro: irrigado?

Adriana: plantado?

Pedro: deve ter uns 15, 16 mil pés.

Jorge: beiiiiiiiiiiiiiiiiiiii

Amadeu: mas ele vende na feira, né? Tu é o rei do morango na feira.

Pedro: é para ser, mas eu mesmo não coloco o título.

Amadeu: mas eles põem, tem o rei do pêssego.

Ana: tu tem o ano todo morango?

Pedro: tem, mas agora mesmo tem só moranguinho, não é morango.

Os questionamentos são realizados para entender o que é produzido por cada agricultor¹⁴⁷ e as devidas quantidades, uma vez em que a produção de um cooperativado pode prejudicar e/ou auxiliar no beneficiamento e comercialização dos demais cooperativados. Infere-se também que estas perguntas são realizadas para preservar o artigo 3º do Estatuto Social (2004), que trata sobre a produção livre de agrotóxico, segundo os padrões da cooperativa. De acordo com Ivete (2012), “a produção orgânica é sem dúvida o que nos prende na cooperativa”:

Art. 3º - Poderá ingressar na cooperativa, salvo se houver impossibilidade técnica de prestação de serviços, qualquer agricultor que esteja desenvolvendo suas atividades sem o uso de agrotóxicos na área de ação da cooperativa, desde que observe as disposições deste Estatuto e não

¹⁴⁷ Observa-se que estes questionamentos são realizados com todos os novos membros da cooperativa que ingressaram neste período de pesquisa. Para alguns, os questionamentos tiveram maior intensidade que outros.

pratique outra atividade que possa prejudicar ou colidir com os interesses e objetivos da entidade (ESTATUTO SOCIAL 2004).

Segundo o Estatuto Social (2004), para que um novo integrante faça parte da cooperativa é necessário preencher uma proposta fornecida pela Coopernatural e assinada posteriormente por dois sócios. Depois a proposta deverá ser aprovada pelo Conselho de Administração no qual o candidato subscreverá as quotas-partes de capital¹⁴⁸ nos termos e condições previstas no Estatuto e, juntamente com o presidente da Cooperativa, assinará o livro ou ficha de matrícula. Entretanto, os novos sócios, que ingressaram na cooperativa neste momento, estavam temporariamente isentos de pagar as quotas-partes.

Amadeu: tu tem que colocar CPF e identidade dele (Pedro).

Jorge: eu não coloquei nada, só coloquei o que nós conversamos.

Amadeu: mas depois, no final, tu coloca os dados dele que está ingressando e também depois trazer uma cópia disto para nós.

Ana: ele tem que fazer Ecovida.

Amadeu: se nos fizemos Ecocert¹⁴⁹ não, mas ele já tem Ecovida.

Jorge: quanto tu tem de área plantada?

Pedro: toda ela junto vai dar 17 hectare, tem alguma joia para entrar?

Amadeu: conforme o Estatuto tem, mas deixa assim...

Isto demonstra a necessidade da cooperativa em fazer com que o grupo aumente, mas permaneça coeso com novos integrantes, sem que para isto se imponha exigências. O não pagamento das quotas-partes pelos novos sócios não diminui o

¹⁴⁸ As quotas-partes é o que constitui o capital da cooperativa, conforme o Estatuto Social: o capital social da Cooperativa, representado por quotas-partes, não terá limites quanto ao máximo, mas não poderá ser inferior a R\$ 10.000,00 (dez mil reais). A seguir alguns parágrafos que o Estatuto Social relata sobre as cotas-partes

Parágrafo 3º - As quotas-partes, depois de integralizadas, poderão ser transferidas proporcionalmente em igual quantidade entre todos os associados, a partir do primeiro balanço de exercício social, mediante averbação do livro de matrícula, termo que conterà a assinatura do Cedente dos Cessionários e do Presidente, de forma que todos os associados mantenham a mesma quantidade de quotas.

Art. 17 - Cada associado obriga-se, no ato de sua matrícula, a subscrever, no mínimo, 50 (cinquenta) quotas-partes, cuja integralização se dará em 50 (cinquenta) parcelas mensais, iniciando a partir do segundo mês da fundação da COOPERATIVA AGROPECUÁRIA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO VIDA NATURAL – COOPERNATURAL.

Parágrafo Único - Cada associado obriga-se a pagar um juro anual de 06% (seis por cento) pela quota-parte não integralizada. Fonte: Estatuto Social. (2004)

¹⁴⁹ Será discutida posteriormente.

interesse dos cooperativados em fomentar, cada vez mais a comercialização e as relações de troca da Coopernatural. De acordo com depoimento da cooperativada Ana (2012), “o estatuto não está sendo respeitado, a cooperativa não tem capital social, um associado ganha em cima do esforço de outros”.

Pode-se ainda considerar outras formas de comunicação que a cooperativa estabelece e que a caracteriza como sistema aberto, como a participação em feiras, eventos nacionais e internacionais, o que possibilita a partilha constante de informações e que viabiliza a melhora da produção. Há também a comercialização de seus produtos para outros estados do Brasil¹⁵⁰ 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 estas 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 para sua vida 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 numa 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 (2012):

¹⁵⁰ Hoje comercializa nos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, Minas Gerais, São Paulo, Rio de Janeiro e Bahia, segunda dados coletados nas entrevistas.

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.

A comunicação organizacional estabelecida pela Coopernatural, que viabiliza a relação econômica entre o local e global, 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, circulação e consumo da significação na vida social. Ianni (1999) corrobora com esta 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. Muitos cooperativados já viajaram para outros países e estabeleceram, nestes momentos, muitos compartilhamentos de elementos simbólicos e trocas culturais para a produção da cooperativa, como demonstra o diálogo.

Pedro: mas depende de como é feito o processo, eu fui de viagem para a Europa e conheci um cara, e daí ele me chamou “tu é brasileiro? Vem cá... lá no teu país tem manga, tem tomate, tem isto, isto e isto?” “Tem a dar com pau.” “Então nós vamos fazer um negócio eu e tu, tu produz lá e eu te dou o maquinário e tu manda para mim”. Eu fiquei meio assim, é tipo uma Expointer da vida, mas daí a gente foi lá e viu todo o maquinário. O que me interessou é que tu larga o grão de soja e de um lado sai o óleo, uma maquininha deste tamanho, e do outro sai a ração que ele precisava pronta para o gado, e é indiferente que tu colocar o milho, soja, girassol. O que ele tava fazendo era girassol e caía direto no saco tudo que ele precisava da ração, não perdia nada, e ele falava que era absurdo de lucro. Daí tu imagina isto aqui no Brasil, se aqui ia dar lucro, imagina lá, e ele tinha um balcão, tipo este aqui de amostra, e aí ele me ofereceu “eu te dou o maquinário e tu faz... coloca num saco de 25kg, coloca no contêiner e vêm”... já podemos pensar no assunto...contêiner rrsrsrsrsr é, e os olhos estalaram, mas daí depois ele marcou um dia para ir na casa do meu irmão e falar sobre os negócios. “Te pago tantos dólares o kg”. Daí eu voltei e comecei a pesquisa do preço da manga, da caixa de tomate, do abacaxi que tem que vir do Norte, se eu morasse no Norte tudo bem, mas daí tem que pagar transporte do Norte para cá, tem que botar funcionário e tem que render e justo naquela época começou o dólar em vez de subir

só descer. Daí eu disse “Quer saber, não vou me meter em besteira”, mas o cara tem um maquinário de primeira.

Nesta explicação do cooperativado, identifica-se que o compartilhamento de informações com culturas diferentes acontece através das relações sociais estabelecidas. Estas novas informações auxiliam os cooperativados a pensarem e desenvolverem melhor suas formas de produção, uma vez que se tornam necessárias constantes readaptações para se manter no mercado. Mais uma vez o pensamento mercantil se faz presente no compartilhamento de informações. Neste sentido, a dialógica entre as relações sociais e culturais com o pensamento econômico da cooperativa acabam gerando, ou não, influências mútuas e contínuas nas identidades culturais, influências estas que estão sujeitas a possíveis interferências globais com algumas consequências locais. O diálogo prossegue abordando possíveis trocas culturais e mercantis entre o local e o global.

Amadeu: é, fora do país tem tecnologia, nós não temos aqui, da próxima vez que eu for para a Europa vou trazer debaixo do braço esta máquina de embalar geléia automática.

Pedro: a vácuo?

Amadeu: não, para embalar geléia, tu põe lá 250ml ou a medida que tu quer, coloca o vidro embaixo, e ela tem um sensor e enche...e vai uma pessoa colocando tampa e outra colocando o vidro.

Marta: o que precisa é uma coisa que levante peso, eu não posso mais levantar peso, tem que ser alguma coisa que levante o tacho para mim, eu até coloco a tampa.

Ana: é complicado, tem que tirar do tacho, colocar na outra panela, daí põe em cima da mesa, daí tem que cuidar para não encostar, porque onde encostou, é queimada na certa né? Este é um problema para a gente resolver.

Amadeu: dá para bombear ou colocar um ponto de resfriamento.

Pedro: Lá nos outros países estas máquinas já são doação.

Amadeu: mas mesmo vindo de doação, tem que pagar os impostos, que são caros.

Ana: só que daí assim... é a mesma coisa que a gente pagasse pela máquina.

Marta: daí a máquina tu não ganha.

Ana: se a gente pega ela aqui tem que pagar caro.

Entretanto, torna-se perceptível que a cooperativa ainda mantém os princípios que a consolidam no local e transaciona apenas com os aspectos da realidade global

que estão implícitos em sua cultura e nos seus elementos simbólicos, como demonstrado pela fala de Pedro (2012): “quer saber, não vou me meter em besteira, mas o cara tem um maquinário de primeira.” Esta colocação do cooperativado sugere um conflito com os argumentos propostos por Santos (2001), quando este afirma que a relação com economia global e autorregulada acaba por “destróçar” antigas solidariedades horizontais e impor uma solidariedade vertical, cujo epicentro é a organização hegemônica, localmente obediente a interesses globais mais poderosos. As solidariedades horizontais podem se destróçar, se fragmentar, mas não desaparecem e não perdem a vontade de reconstruir-se. Isto ocasiona a brecha ou a ruptura do *imprinting*, conforme sugere Morin (2008b). É nas brechas do *imprinting* que a cultura se (re)constrói, (re)constrói o indivíduo, a sociedade, o grupo, a Organização e a comunidade.

Através da comunicação organizacional estabelecida entre os membros da Coopernatural, ou seja, na comunicação sujeito/sujeito, também são compartilhados muitos conhecimentos e experiências que cada um adquire no dia-a-dia, conforme o exposto por Ana (2012).

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 SEBRAE¹⁵¹, Emater¹⁵², faz com que você enxergue o mundo de outras maneiras.

Compartilhar as experiências e conhecimentos possibilita a manutenção do laço social e da solidariedade. A ideia principal é que esta possa ser um elemento integrador, um elo social fundador de uma economia solidária. Jorge (2012) diz 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 isto se mantém o princípio de unidade, tendo em perspectiva a renovação dos aspectos contemporâneos dos laços sociais pelo compartilhamento de informações. Amadeu compartilha muitas das informações que adquire na sua vida profissional com o grupo, conforme diálogo:

¹⁵¹ Serviço Brasileiro de apoio às micro e pequenas empresas.

¹⁵² Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural.

Amadeu: eu vi na CoopX¹⁵³ a pasta de pêssego que eles fazem...eu perguntei se é economicamente viável, eles descascam tudo com descascador de batata, e para tirar o caroço é tudo com uma colher com ponta, é pré-histórico.

Ana: aquela outra lá, não me lembro o nome, também tira com a colher o caroço dos pêssegos.

Marta: quando nós olhamos aquela máquina lá em Pelotas, ela disse, isto nos fizemos tudo manual com a colher, tu senta ali pega a prática e só vai.

Amadeu: e aí a polpa que eles fazem vai para um tacho a vácuo... Eles tem um tacho a vácuo que eles fazem a polpa para a RX¹⁵⁴, só que o tacho deve ter uns 20 anos, e eles tem uma caldeira, um demônio de caldeira.

Adão: se eles têm duas salas deste tamanho dá mesmo...

Amadeu: ali queima um metro de lenha por hora.

Marta: mas dá lucro?

Amadeu: eu fui perguntar, eles têm que empregar gente lá dentro.

Jorge: mas é uma cooperativa?

Amadeu: era uma associação, e agora quem cuida é a família Silva¹⁵⁵, mas ele falou que hoje não tem mais este negócio de não poder entrar para conhecer, como aquela vez que a gente foi lá, qualquer um entra, quem não deixava entrar era o presidente da associação. Hoje qualquer um vem ali, e eles mostram tudo. Quando eu saí, um ônibus de turista chegou, e eles mostram tudo...tá todo mundo de avental, de toca e de bota.

Jorge: e os custos?

Amadeu: eu perguntei para ele se é viável, porque não parece barato, mas se tu vê tudo o que eles fazem é barato demais, quando tu compra no balcão é barato.

Ana: eu nem sei quanto é agora.

Amadeu: e a laranja, tem três mulher em volta de uma mesa para tirar a casca branca da laranja... então assim, gente, se nós quisermos fazer este tipo de trabalho, olha...

Jorge: envolve mão de obra.

Ana: mas de que maneira a gente vai trabalhar e o que a gente vai trabalhar, figo por exemplo, é uma coisa que não dá.

Amadeu: eu fui atrás dos figos, eu fui atrás de informação com o cara lá. Ele é o cara que compra e vende, ele é um picareta e eu perguntei "e os figos?", e ele disse que o único que dá para fazer fruta seca, não passas, é o pingo de ouro, esquece todo o resto, e se nós quisermos fazer, tem que comprar pingo de ouro, ele disse que o resto fica preto e borrachudo.

Adão: é doce, os passarinhos não deixam um no pé.

Pedro: ao meio ou fatiado?

Amandeu: inteiro.

Ana: inteiro é o que eles têm lá em Veranópolis, só que a apresentação deles é ruim, a gente fica com vergonha.

Amadeu: não tem apresentação.

Adão: não tem, colocam tudo os cabinho para cima.

Amadeu: mas então, se a gente quer ter, tem que ver estes pingos de ouro.

Adão: mas compra de quem?

Ana: os Souza¹⁵⁶ têm, só que eles vendem tudo para a COOPW¹⁵⁷.

¹⁵³ Nome fictício de uma produtora de orgânicos da região.

¹⁵⁴ Nome fictício.

¹⁵⁵ Nome fictício

¹⁵⁶ Nome fictício

Na cooperativa, os laços sociais que possibilitam o compartilhamento e troca de informações mantêm a Organização em comunhão e o grupo em convivência, reforçando [ou não] a ideia de solidariedade. Porém, é necessário admitir as possibilidades de contradições que os laços sociais podem causar no grupo, conforme exposto no diálogo quando Ana (2012) contraria as informações compartilhadas por Amadeu: “mas de que maneira a gente vai trabalhar? E o que a gente vai trabalhar? Figo, por exemplo, é uma coisa que não dá”. Pode-se entender a comunicação da cooperativa de acordo com o sugerido por Morin (2002), segundo o qual cada ser vivo é um emissor e um receptor e vice-versa em constante movimento. A comunicação pelos laços sociais se faz teia, pois emana de todos os emissores para todos os receptores. Todavia, com isto não se quer dizer que exista uma rede unificada de comunicação, mas há infinitas possibilidades de interpretação. As contradições acontecem justamente pela capacidade que cada indivíduo tem de convergir 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, é necessário admitir as diferenças de interpretações e reconstruções do que é comunicado nessa teia.

Assim se estabelece formas complexas e dialógicas de observar a comunicação organizacional da cooperativa enquanto sistema aberto: a primeira é manter a identidade ou padrão de Organização cooperativa de economia solidária, e a segunda é adaptar-se às mudanças ambientais externas. Estas formas antagônicas remetem ao princípio dialógico da complexidade, que pode ser definido, neste caso, como a associação complexa de instâncias divergentes, mas, ao mesmo tempo necessárias, atuando em conjunto para a existência, o funcionamento e o desenvolvimento da Coopernatural.

Sob o ponto de vista da cooperativada Ana (2012), “a comunicação é difícil” e prossegue

Os encontros em reuniões acontecem geralmente uma vez ao mês, mais ou menos. Tenho contato com vários associados através do trabalho, da industrialização dos produtos. As reuniões são geralmente amistosas, mas

¹⁵⁷ Nome fictício

é bastante difícil, pois os associados ativos são poucos, e é muito difícil ter o apoio destes em melhorar a produção e se adequar à legislação vigente. Temos um relacionamento diferente com cada associado. Com alguns é preciso ser muito paciente, explicar as coisas bem detalhadas e ainda assim, dificilmente eles entendem do que se trata. Já com outros, se pode conversar abertamente, tem bastante conhecimento, participam das conversas, trazem ideias e procuram inovar, nos produtos e também na sua comercialização

É possível que esta dificuldade de viabilizar a comunicação na Organização se agrave pela disparidade das idades, níveis sociais e de escolaridade dos integrantes, além de que a grande maioria dos cooperativados fala a língua alemã em função da colonização germânica na Serra Gaúcha. Cada membro possui seu conhecimento construído no cultivo de seus produtos orgânicos que, por sua vez, foi adquirido ao longo dos tempos. Assim, quanto mais tempo se tem nesta prática, maior é o *imprinting* que normatiza o cultivo. Entende-se, com isto, a cultura transmitida pela comunicação da Coopernatural como construída, mas também construtora, uma vez que está inscrita na memória dos indivíduos pelas práticas de cultivos de seus produtos, e toda vez que esta cultura é (re)lembrada e (re)utilizada, é “continuamente regenerada” (MORIN, 2007, p.165), (re)interpretada e (re)significada. Entretanto, a entrada de novos membros flexibiliza este *imprinting*.

Outra forma de comunicação percebida na cooperativa é aquela promovida pelos possíveis representantes de produtos, que levam estes para outros estados e regiões do país. Este tipo de comunicação pode desencadear uma relação de trabalho entre representantes e a cooperativa. Figaro (2010) entende a comunicação como um processo que se realiza pela interação de sujeitos determinados, históricos e que se inter-relacionam a partir de um contexto. No caso da cooperativa, entende-se este contexto como as relações de trabalho nela ensejadas. Configuram-se neste contexto múltiplas dimensões individuais, formando um todo ao mesmo tempo com enfoque econômico e com reforço dos valores individuais, coletivos e, portanto, sociais. Sendo assim, o trabalho não separa a vida individual e coletiva, conforme observado no diálogo:

Amadeu: Tem uma mulher que morou em Portugal e na Itália e ela quer começar a distribuir os produtos em Recife. Está bastante animada e empolgada.

Ana: eu perguntei se ela ia distribuir, e ela disse “representante da Coopernatural”.

Marta: experiência ela tem.

Amadeu: a família dela trabalhou com orgânicos.

Marta: a mãe dela vai ajudar porque sempre trabalhou com o pai.

Ana: e quando ela trabalhou fora do país, ela trabalhava com importação.

Marta: por isto ela trabalhou lá, daí se casou, não deu certo e veio embora, eu acho que ela voltou recentemente da Itália.

Ana: sim, ela veio de mudança domingo passado.

Marta: e ela foi logo começar a trabalhar, ela não é parada, ela é a mil.

Adriana: mas de onde veio o contato? Ela falou?

Amadeu: ela disse “daquela lista do sindicato”. Vamos ter que dar alguma contribuição, no outro ano nós pagamos, mas ano passado nada.

Jorge: Esta mulher que quer vender?

Ana: ela veio especificamente aqui, nós conversamos, daí fomos na chácara ver os figos e daí levei ela nos Mouras¹⁵⁸. Eu achei que a Rosana ia ficar meio assim, mas eles adoraram.

Amadeu: eu acho que ela (Rosana) tem uns chá que ela pode trabalhar.

Ana: sim, ela me fez uma pergunta que eu não soube responder, mas daí ela e a Rosana chegaram num acordo. Ela perguntou assim “quanto de chá eu posso fazer com isto (um saco)?”, porque daí as pessoas comparam o sachê. Se eu quero fazer um litro de chá, faço de manhã e tomo durante o dia

Jorge: uma caixinha de sachê dá quantas xícaras?

Amadeu: um saco dá uma xícara, então uma caixa dá 10 xícaras.

Ana: por isto ela perguntou, ela disse assim “porque de alguma maneira eu tenho que convencer o cliente que é melhor comprar isto aqui do que a caixinha”.

Marta: mas ela não é boba, ela tem experiência nisto e vai atrás

Ana: e eu achei bem interessante, se a gente colocar no mercado, a gente tem que colocar uma pessoa lá para ficar oferecendo para os clientes.

Marta: ela quer entrar nos restaurantes, nos hotéis...

Ana: ela pediu do suco de 2l, foi a primeira coisa que ela pediu, eu acho que ela quer trabalhar restaurantes.

Marta: sim, ela quer entrar ali porque daí ela não tem muito serviço, e as geléias no café da manhã.

Jorge: e ela viu?

Amadeu: sim, ela levou, pagou?

Marta: eu não cobrei.

Ana: ela quer vir em maio no Salão do Turismo em SP e depois ela quer vir para cá para conhecer mais, ela me perguntou se nós íamos no Salão do Turismo e eu disse que quem ia era vocês dois (Amadeu e Adão).

Com isto, tem-se a percepção que a comunicação organizacional da Coopernatural constitui mais as suas relações de trabalho do que estas constituem a sua comunicação, ou seja, a comunicação organizacional da cooperativa faz com que as

¹⁵⁸ Casal sócio da cooperativa. Nomes fictícios.

relações de trabalho se constituam cada vez mais, porém as relações de trabalho nem sempre fomentam a comunicação organizacional. Isto é percebido porque as relações de trabalho não são homogêneas, uma vez que as rotinas produtivas não ocorrem na sede da cooperativa, e sim nas propriedades de cada membro da cooperativa. O que não proporciona também uma homogeneidade nas relações de trabalho é o cultivo das plantações que possuem ciclos alternados naturais para cada produto. Como cada produtor tem a sua especialidade no cultivo, logo o período de muito trabalho para uma família nem sempre é de muito trabalho para outra.

Porém há um ponto que liga todos os agricultores pelas suas relações de trabalho: pertencer à Coopernatural enquanto grupo, de modo que as múltiplas dimensões individuais e familiares formam o todo da cooperativa. Para Jorge (2012) “há uma união de todos os sócios na cooperativa, para uma mesma causa, que é a produção de produtos orgânicos de qualidade, e este objetivo nós já atingimos”. Segundo Ana (2012) “Sinto-me orgulhosa de estar fazendo parte de uma iniciativa tão importante, que serve de exemplo para muita gente” e continua:

Qualquer projeto ou trabalho desse nível, para ser sustentável precisa ser economicamente viável, socialmente justo, ecologicamente correto e humano. Assim, é importante que se consiga ter uma boa renda para o sustento da família, mas é imprescindível que se busque algo mais como a ecologia, trabalhar com algo que traga satisfação para o trabalhador, mas que em algum momento também seja promotor de justiça social. Isso poderá ser possível trabalhando juntos. Sei que esta é uma visão somente minha e que não é compartilhada pelos demais colegas associados, que possuem o foco voltado exclusivamente para o lado financeiro, mas ainda assim, mantenho a minha opinião.

O trabalho desenvolvido na cooperativa não separa a vida individual e financeira da vida coletiva. As relações de trabalho, por mais heterogêneas que possam ser, acabam por produzir significados e valores concretos, que produzem sentido por meio de processos de comunicação. Figaro (2010) entende que o sujeito se constrói na interação com o outro, acontecendo aí uma materialidade do social para a produção de sentidos e, sobretudo, para a subjetividade. Sendo assim, o cooperativado se constrói no compartilhamento de informações e na efetivação da comunicação, que por sua vez

constitui as relações de trabalho da cooperativa. Na Coopernatural, as relações de trabalho estabelecidas procuram agregar os valores individuais aos coletivos, tornando-se um 'lugar' de interação, fazendo com que o trabalho assuma um sentido de liberdade para os sujeitos. Para Augé (1994), neste lugar de sentido inscrito e simbolizado, o sujeito cria raízes através de um processo de identificação com seus elementos simbólicos. É um lugar relacional que se completa pela fala, na troca alusiva de algumas senhas, pela convivência e pelo compartilhamento.

5.2 A comunicação organizacional da Coopernatural na interação, (re)criação e (re)construção da identidade e do imaginário dos cooperativados

O indivíduo é um ser social e, segundo Morin (2007), auto-eco-organizado extraindo energias físicas e biológicas, informação e organização do seu meio, constituindo-se nesse meio e dele dependendo. Neste mesmo meio o indivíduo realiza-se culturalmente a partir do momento que cria significados, mas dentro da cultura também pode permanecer inacabado, pois não pode realizar todas as possibilidades de significações, uma vez que a cultura está constantemente se (re)construindo.

Muitos dos elementos culturais que circulam entre os indivíduos através de suas relações sociais transformam-se através de usos e (re)apropriações, tanto por parte de um grupo como por parte de um indivíduo. Para Morin (2008b), a cultura e a sociedade estão em relação geradora mútua, e nessa relação não se pode esquecer as interações entre os indivíduos, eles próprios portadores/transmissores de cultura, que regeneram a sociedade, a qual regenera a cultura. A relação entre cultura e grupos/Organizações/sociedade/comunidades está em movimento recursivo, no qual todos os elementos que compõem tanto a cultura como os grupos são produtores de uma nova ordem, e também produtos desta ordem estabelecida simultaneamente.

É neste contexto que os indivíduos criam e recriam a sua identidade individual e social, pois ao mesmo tempo em que permitem a sua própria identificação com o outro, também é capaz de subjugar-lo, excluí-lo e fragmentá-lo, uma vez que a identidade individual não é fixa, estável, coerente, unificada e permanente. A identidade é uma construção, um efeito, um processo de produção, uma relação com o outro. Tanto a

identidade social como a identidade individual são constituídas por compartilhamentos de informações e/ou pelos processos de comunicação. As Organizações podem ser lugares ou não-lugares (AUGÈ, 1994), dependendo da apropriação de cada sujeito, capaz de modificar, (re)construir ou (re)significar a identidade de seus membros de acordo com as culturas e a comunicação organizacional estabelecidas entre sujeito/Organização.

Neste mesmo cenário organizacional, o imaginário coexiste com a identidade e pode se encontrar de duas maneiras: individual (imaginário dos sujeitos que compõem a organização) e imaginário social (imaginário formado pela própria organização composta de símbolos, valores e imagens). Uma vez que tanto nos imaginários individuais quanto nos imaginários sociais os símbolos recriam-se como reais e irrealis, corrobora-se com a afirmação de Silva (2003) que, pelo imaginário, o indivíduo (re)constrói-se na cultura. Assim, o sujeito, com seu imaginário individual coexistindo com o imaginário social, se constrói e se reconstrói dentro de uma cultura que pode ser também a cultura organizacional. Imaginário e cultura coabitam e coexistem no espaço organizacional e estão constantemente transformando-se em função das representações simbólicas e identitárias dos sujeitos que compõem a Organização.

Assim, em um processo recursivo, no qual a cultura compartilhada pelos processos comunicativos é capaz de reconstruir a identidade e o imaginário dos sujeitos, e os sujeitos, por sua vez, são capazes de reconstruir a identidade e o imaginário da Organização, é fundamental que se analise alguns elementos simbólicos constituintes desta cultura. Nesta pesquisa, para compreender como a comunicação organizacional da Coopernatural atua na interação, (re)criação e (re)construção da identidade e do imaginário dos cooperativados, optou-se pelos seguintes elementos culturais: os mitos, os ritos, os heróis e as relações de poder. A análise destes quatro elementos culturais acontece através das três facetas do interacionismo simbólico: a “vida em grupo”, para a percepção da solidariedade nas interações sociais e compartilhamento do ideário organizacional; do “eu”, para a percepção dos elementos simbólicos constituintes da identidade; e da “mente”, para a percepção da construção do imaginário do cooperativado e da Organização.

5.2.1 Os Mitos em narrativas na cooperativa

Os mitos são narrativas recebidos/percebidos como verdadeiras que comportam infinitas metamorfoses e constituem um discurso de entendimento subjetivo e singular. Na maioria das vezes, estas narrativas tentam congregiar os sujeitos de forma afetiva, criando um possível vínculo social e algumas identificações. Estas narrativas míticas estão carregadas de simbolismos e plenas de significação. Há, por exemplo, segundo Ianni (2000), mitos que possuem uma forte e nítida marca “nacional” e interferem, mais ou menos, na constituição da “identidade nacional”. São repetidos e parafraseados, recriados e caricaturizados, contínua e periodicamente. Simultaneamente, no entanto, alguns dos mesmos mitos podem adquirir novos e surpreendentes significados e conotações. É difícil apreender plenamente a forma pelas quais indivíduos e coletividades ou grupos sociais de diferentes etnias e gêneros apreendem e reelaboram, rejeitam ou recriam as figuras e figurações míticas. São muitas as possibilidades de apreensão que se sucedem com as situações e os lugares, os indivíduos e as coletividades, as culturas e as civilizações. Podem mudar o leitor e a leitura, o espectador e a perspectiva, o texto e contexto, o dito, o mal-dito e não-dito.

Na Coopernatural, um dos mitos que consolida a vida em grupo¹⁵⁹ é a ajuda mútua que se encontra na narrativa dos cooperativados. Muitas vezes são apropriados com o sentido de deixar os membros da cooperativa unidos e coesos aos seus princípios, usando para isto uma sequência dos acontecimentos para a criação dos laços afetivos, conforme os exemplos das narrativas de Ana (2012):

Ana: por que assim...eu vou te explicar, eu faço assim... eu pego um grupo de agricultores, a gente faz o contrato e entrega na prefeitura, se a gente consegue passar...todo mundo entrega lá na minha casa os

¹⁵⁹ Segundo o interacionismo simbólico (MEAD, 1993), a primeira faceta nesta análise trata da sociedade ou da vida em grupo, neste caso a cooperativa de economia solidária, na qual há um aglomerado de comportamentos cooperativos por parte de seus membros. Este comportamento cooperativo humano consiste em interpretar as ações, interações e os símbolos da outra pessoa e em responder de um modo apropriado. O símbolo é interpretado pelo receptor, e isso se torna a essência da comunicação interpessoal. Essa noção de resposta mútua faz do interacionismo simbólico uma perspectiva vital da comunicação. O símbolo pode possuir um significado compartilhado entre os sujeitos do grupo da cooperativa de economia solidária, assim como uma interpretação das ações e interações dos sujeitos com estes símbolos diante das várias possibilidades de comunicação narrativa da cooperativa.

produtos, eu separo em tal e tal escola, para esta escola, para aquela escola, tanto para aquela outra...faço as notas, entrego e distribuo o dinheiro.

Outro exemplo de narrativa da vida em grupo que configura os laços sociais dos cooperativados e reforça o mito da solidariedade através do ideário organizacional é a iniciativa coletiva para comercializar os produtos de um novo integrante do grupo. A solidariedade é vista como elo de integração entre os indivíduos e é este laço social integrador que pode unir cidadãos livres e iguais nos processos democráticos. Porém, esta solidariedade enquanto mito passa a ser incorporada no dia-a-dia dos indivíduos para fomentar as atividades econômicas. Ao contrário do que pensam França e Laville (2004), que apontam como finalidade da economia solidária o social e cultural, não é apenas o social e cultural, mas o econômico que acaba sendo, muitas vezes, condição preponderante das ações dos cooperativados. Isso sugere que a relação estabelecida entre os cooperativados da Coopernatural, através da solidariedade em forma de mito, tem o fim mercantil de comercialização de produtos, e os meios são as relações sociais e culturais conforme diálogo:

Amadeu: mas nós não temos destino para o limão do Marcos, mas acho que a CoopK¹⁶⁰ compra.
 Mário: já tentou vender ali para Caxias nas bancas de frutas, agora não tem limão.
 Marcos: não?
 Mário: mas claro que não.
 Marcos: eu tenho quantia.
 Mário: mas agora não é época de limão.
 Amadeu: podia passar o telefone do Ari da fruteira para ele, eu tenho aqui, podia mandar o limão dele junto com as outras coisas, limão não é perecível
 Marcos: limão dura 10 dias

De toda a forma, a solidariedade se faz mito, pois está nas narrativas e nos discursos de alguns cooperativados como o elo da vida do grupo. Segundo Ana (2012), “a solidariedade é todos, a cooperativa, é trabalharem juntos para o bem comum. Assim, com o apoio de todos, é possível se tornar um grupo forte”. Já Amadeu (2012) afirma

¹⁶⁰ Nome fictício

que “a união soma para ter força” e que a solidariedade é “a ajuda mútua”, ao passo que a economia solidária é “o bem coletivo” e que “ser solidário e atuar em parceria em uma sociedade igualitária é muito mais racional. Trabalhar em um grupo de pessoas com os mesmos interesses é muito prazeroso”. E continua:

Temos um interesse muito grande em produzir coletivamente, pois sozinhos não somos nada. Precisamos do coletivo para ser fortes e estar presentes no mercado é extremamente importante também. Um depende do outro, ou seja, a produção coletiva é necessária para que haja renda para os sócios. (AMADEU, 2012).

A solidariedade é um forte elemento do imaginário individual que quando passa a ser compartilhado no grupo, atua também no imaginário coletivo como um ideal a ser conquistado. Esta solidariedade, enquanto mito no imaginário da cooperativa, passa a ser o ponto de partida de muitas significações. Entretanto, o imaginário não surge do nada, não é espontâneo, e de certa maneira pode ser induzido. A partir da fala de Amadeu, percebe-se que toda a iniciativa de manter o imaginário da solidariedade compartilhada no grupo como mito passa pela lógica de mercado. É relevante para o grupo que cada vez mais se comercialize seus produtos. Desta forma, o trabalho coletivo é pensado para alavancar as vendas:

Ana: por que isto já seria uma mão na roda para comercializar.
 Amadeu: mas aquele ponto...eu faço uma sugestão para vocês, se vocês realmente querem aquele ponto lá, que já ta definido em mapa na câmara de vereadores e já foi feita a discussão... aquele ponto tá definido para que seja feito de comercialização, já tá feita uma lei da feira livre do produtor de Picada Café, a lei já existe, eu fiz a lei quando eu tava lá, inclusive na lei consta que é o Comitê Gestor da Feira do Produtor Rural de Picada Café, então assim o ponto de comercialização é o melhor de Picada Café¹⁶¹.
 Ana: sim
 Amadeu: vocês têm 2000 pessoas todo dia ali, na frente que passam a pé ali, vocês tem tudo ali, então vocês cheguem lá e digam “Vocês não fazem, nos vamos fazer”.

¹⁶¹ Identificam-se neste diálogo as relações de poder e os heróis organizacionais que serão discutidos posteriormente.

Ana: porque assim, no Conselho de Desenvolvimento Rural eles só se interessam em plantar milho transgênico e acham o máximo, eu fico louca com isto

Amadeu: então a Ana tem entrada no Conselho, vocês podem proceder desta forma.

Ana: vão me ignorar no Conselho.

Amadeu: não... mas tem que ser desta forma, vamos fazer uma banca única, vamos comprar aquela barraca bonita, aquela melhor que tem que tu abre assim... e aí vocês dizem “tal dia, sexta feira, nos vamos fazer a feira lá, porque já tá na lei”, a única coisa é que daí o Comitê Gestor da feira vai se reunir e avaliar se sim ou não. Por que na verdade a prefeitura não tá mais em momento de interferir, porque já está pronto, e vocês dizem “nós vamos fazer a feira e nos vamos montar todo sábado” que nem ele (Pedro) monta em POA. Daí só um vai tá vendendo, porque a lei diz que é para três, então se outros tiverem interessados que compareçam

Mario: coloca ali e depois recolhe tudo e pronto.

Amadeu: mas daí vai provocar eles também, e aí chega alguém lá e arruma e faz melhor

Ana: sim, era uma coisa bem interessante para começar, era colocar aquela camiseta da Coopernatural.

Com isto, a comercialização e as vendas dos produtos também passam a ser mitos constituídos nas narrativas dos membros da cooperativa, que por sua vez interferem diretamente na identidade dos cooperativados. Observa-se, através da segunda faceta do interacionismo simbólico, a capacidade que o sujeito tem de atuar em relação ao seu eu. Neste sentido, articula a vida em grupo para viabilizar e constituir a sua identidade ou parte dela, mesmo que momentaneamente. Segunda a cooperativada Ana (2012), “o que mais motiva a permanecer na cooperativa, confesso, é a renda que me traz e também em função do alto valor já investido na cooperativa. Porém, tenho ainda a esperança de que muita coisa pode ser feita, há vários projetos que poderão ser colocados em prática futuramente” e prossegue “também acredito que uma cooperativa possa dar aos produtores força para competir no mercado, seja na compra de insumos ou na comercialização de seus produtos”. Já Amadeu (2012) reforça o mito da solidariedade constituído na vida em grupo afirmando que “a ação em conjunto favorece em muitas questões, e isso nos faz permanecer na Cooperativa. É muito melhor atuar em grupo que sozinho” ao mesmo tempo em que, na mesma narrativa, demonstra recriações da sua identidade como membro da cooperativa: “falta recursos para encarar o mercado sozinho”, e complementa que a cooperativa “contribui para a conquista de novos mercados e nos processos produtivos e logísticos”.

Entretanto, quando se pensa na venda e comercialização dos produtos da cooperativa, enquanto questão constituinte da identidade dos cooperativados, e atuando em relação ao eu, ressalta-se que as rendas da família dos cooperativados não provem unicamente da Coopernatural, a maioria dos cooperativados possuem outras formas de renda. De acordo com a narrativa de Ana (2012): “Temos a produção agrícola de frutas diversas. Algumas são comercializadas de casa em casa in natura, e a maior parte são vendidas para uma fábrica de schmier¹⁶² convencional. Vendemos através da cooperativa talvez uns 15% da produção agrícola, mas como é industrializada, gera uma renda maior”. Já Amadeu (2012) afirma que a Coopernatural “não é sua única fonte de renda, porém já foi por diversas vezes”. Com isto, pode-se pensar, ou não, que a identidade dos membros da cooperativa é constituída na relação de recriação do mito da comercialização e venda dos seus produtos de forma parcial, não fixa e estável. Tais recriações do mito da comercialização na constituição da identidade dos cooperativados muitas vezes emergem das suas origens, adquirem significados e conotações surpreendentes, como se renovado de época em época, ou de geração em geração, segundo as configurações econômicas e culturais em que se encontram cada um dos membros da cooperativa. Mas pode-se afirmar que aumentar a comercialização dos produtos da Coopernatural faz parte do imaginário coletivo dos cooperativados como o ponto central de todas as significações e que tal ponto central é compartilhado pelos membros do grupo.

Um segundo mito simbólico percebido nas narrativas dos membros da cooperativa que faz parte da vida em grupo é a certificação dos produtos e produtores da Coopernatural. Estas certificações consolidam a qualidade dos produtos orgânicos tanto no seu cultivo como na sua comercialização para atingir novos mercados para a venda de seus produtos. Sendo assim, o mito simbólico da certificação interfere também na identidade e no imaginário dos cooperativados. Os membros da Coopernatural já possuem a certificação da Ecovida e agora estão tramitando a certificação da Ecocert, que possibilita a exportação de seus produtos.

¹⁶² Conhecido como chimia

Amadeu: Ta, eu conversei com a Ecocert, demorou para eles passarem o orçamento, mas eles passaram um orçamento. Eu coloquei 10 propriedades com dois hectares em média, mas não quer dizer... pode ser que uma, um hectare, outra, meio, outra, três hectares. A Ecocert fez R\$ 6.900,00 o preço.

Ana: eu só não entendi como tu imagina fazer o processo certo?

Amadeu: nós vamos ter que fazer que nem nós fizemos com a Ecovida. Cada um faz a sua, mas daí a gente pega um GPS¹⁶³ e vai nas propriedades e georreferência, fica bem mais fácil, bem mais simples, vai georreferenciando os pontos dos cantos das propriedades.

Pedro: isto é para toda a cooperativa?

Amadeu: para tudo, e daí tenho uma notícia boa, liguei para o SEBRAE¹⁶⁴, eles vão pagar 80%.

Marta: opa, aí nós já começamos a conversar.

Adriana: ai... eu tava assustada.

Ana: dá R\$ 690,00 a hectare, é caro.

Jorge: é caro, mas agora se é o SEBRAE que paga.

Ana: a minha pergunta...

Amadeu: eles vão ajudar, mas não sei por quantos anos, não dá para se fiar muito.

Jorge: o SEBRAE paga um ano e depois cada ano é um ano no SEBRAE.

Ana: se a gente fizer a Ecocert, o que a gente faz?

Amadeu: eu falei com o SEBRAE um pouco, eles vão querer que a gente tenha uma consultora e pagar 20% do serviço da consultora, que daí ela vai fazer este serviço todo, daí também é bom, tem que fazer os mapinhas, e ela faz tudo.

Adão: em cada propriedade?

Amadeu: é, ela vai lá e faz o mapinha, aí coloca tudo: as jabuticaba, as laranjas.

Adão: porque ali é o que falta.

Amadeu: é, assim, pelo que tô vendo, o SEBRAE vai contratar a Miriam.

Jorge: a Miriam já conhece as propriedades.

Amadeu: daí a Miriam diz que não tem GPS, mas eu arrumo um para ela.

Jorge: a Emater¹⁶⁵ tem um também.

Ana: na Emater eles fizeram um curso de georreferenciamento.

Amadeu: mas eles têm um GPS na Emater também, mas eu arrumo outro para ela, a minha máquina fotográfica tem GPS, toda vez que faz uma foto aparece o lugar.

Ana: ta, daí onde eu quero chegar, se a gente certificar pela Ecocert, nós temos que mudar o nosso rótulo ou vale colocar só o selo?

¹⁶³ Global Positioning System. Chama-se atenção a menção na fala do Amadeu ao GPS e ao georreferenciamento. A maioria dos cooperativados faz uso de tecnologias da informação como computadores, smartphones e o próprio aparelho de GPS para a viabilização das suas rotinas de trabalho.

¹⁶⁴ SEBRAE: Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas é uma entidade privada sem fins lucrativos criada em 1972. Tem por missão promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequeno porte. <http://www.sebrae.com.br/customizado/sebrae>

¹⁶⁵ A Emater visa a promover o desenvolvimento rural sustentável por meio de ações de assistência técnica e extensão rural, mediante processos educativos e participativos, visando ao fortalecimento da agricultura familiar e suas organizações e criando condições para o pleno exercício da cidadania e a melhoria da qualidade de vida da população gaúcha. <http://www.emater.tche.br/site/sobre/missao.php>

Os rótulos dos produtos da Coopernatural (FIGURA 4) tornam-se símbolos organizacionais que possuem aspectos dinâmicos capazes de produzir resultados no mundo real com seu valor simbólico. O valor simbólico é aquele que os objetos ou símbolos têm em virtude do que produzem para os indivíduos, ou seja, podem ser aprovados, condenados, apreciados ou desprezados, não necessariamente possuindo relação econômica com o objeto ou símbolo. Este valor simbólico, representado pelo rótulo dos produtos, dá existência a um discurso no qual os sujeitos integrantes do contexto organizacional da cooperativa possam identificar-se, reconhecer-se e sentir-se parte da Coopernatural.



Figura 4: Exemplo de rótulo dos produtos da Coopernatural

Com isto, neste espaço simbólico interno à Organização, os logotipos (FIGURA 5) também podem se constituir como simbolismos organizacionais capazes de fomentar e

alavancar a cultura de uma Organização, assim como a cultura de seus sujeitos. Para Morin (2008a), o símbolo comporta uma relação de identidade com o que simboliza, suscita o sentimento de presença concreta do que é simbolizado e, na plenitude da sua força, constitui, numa só palavra ou figura, uma implicação ou concentração da totalidade que faz presente.



Figura 5: Logotipo da Coopernatural

Neste caso, a certificação pela Ecocert poderia acarretar algumas alterações (FIGURA 6) nos rótulos dos produtos da cooperativa. De acordo com Amadeu (2012) “o selo, só o selo vai mudar nos rótulos, nós temos Ecovida dos produtos que nós temos hoje, um ou outro que não, e nas novas impressões nós mandamos fazer já com o

outro... aqui diz 'Sistema Participativo', então o outro vai dizer 'Auditoria de Terceira Parte'".



□ Figura 6: Parte do selo com a certificação que a Coopernatural possui atualmente

Chama-se atenção para a fala dos cooperativados sobre a importância que é dada ao rótulo dos produtos e ao selo da Coopernatural. Estes simbolismos, entendidos como constituintes de mitos, orientam muitos dos pensamentos da cooperativa e servem de cimento social para muitas das atividades por ela realizadas. Desta forma, os mitos organizacionais atribuem significados às ações e acontecimentos no ambiente da Organização, representando uma grande parte dos pressupostos subconscientes e elementos de senso comum que acontecem neste contexto. Estes mitos, muitas vezes eleitos através de um processo de seleção natural entre os cooperativados, organizam e explicam as atividades e acontecimentos do passado e tornam-se referenciais básicos para direcionar objetivos presentes e futuros, como a constituição de um novo selo para a certificação do Ecocert.

Pedro: isto é Ecocert?

Amadeu: é, o selo fica o mesmo, só muda o que diz embaixo pequenininho.

Ana: coloca então o selo da Ecocert.

Amadeu: coloca, mas deixa o selo da Ecovida, mas daí vamos prestar atenção, aquele produto que a Ecovida não tem certificação, como por exemplo, se nós colocar a jabuticaba, e o Adão tem várias de jabuticaba, deixa só Ecocert.

Jorge: mas pode usar os dois selos .

Amadeu: a CoopQ¹⁶⁶ faz assim, usa o selo da Ecovida e da Ecocert, nós vamos continuar com as duas, só que estas questões de lei, que nós compramos dos vizinhos de fora estes pés de jabuticaba... perdido por aí, usa a Ecocert e daí eu imaginava certificar 10 propriedades também.

Jorge: porque daí estas matérias-primas que a gente compra, vamos certificar tudo.

Amadeu: é que daí assim, a CoopC¹⁶⁷ exportava o melado para a Áustria, totalmente desestruturado, e agora a Áustria não consegue mais comprar mais o melado, e eles tão pedindo para nós. Então acho que vamos certificar uma área de cana de açúcar e alguém que faz o melado, aí exportamos o melado. Acho que é uma vantagem, daí a gente abre uma outra conexão aí, né? Muito não vai dar para exportar, mas pelo menos nós abrimos mais um leque.

Ana: mas com este selo nos conseguimos exportar?

Amadeu: sim, certificação internacional, mas tem uma opção lá que diz ...mas eles já estão sabendo que a gente tem este projeto, que uma das intenções de certificar é exportar, mas tu pode optar pela exportação e não exportação na certificação que daí tem uma diferenciação de preços para a certificação....a Mirian vai entrar em contato, bom daí eu pensei antes de fazer a reunião, eu vou falar com o SEBRAE, mas então vamos colocar todos os selos com certificação de terceira parte e não participativa, porque daí nos vamos ter os dois selos, certo, né? Mas daí para nós esta terceira parte para exportação já tá liquidada, já tá pronta, senão a participativa não é aceita no exterior, porque tu exporta com o rótulo que tem e um rótulo atrás que especifica a tradução já padrão, o importador que coloca e o nosso vai junto.

A certificação para exportação dos produtos é um mito que cria um processo de projeção-subjetivação, lançando a subjetividade do cooperativado sobre o mundo exterior natural, material e ideal. Estes mitos podem ser criações de linguagens, e todos os indivíduos e coletividades imprimem o que pensam, sentem e imaginam através da linguagem que dá forma ao mito e o coloca na realidade. Estas criações do pensamento que se entranham na cultura ou no imaginário de uns e outros podem adquirir significado e conotação na realidade.

¹⁶⁶ Nome fictício.

¹⁶⁷ Nome fictício.

Jorge: tem que ver quais as feiras que vocês querem?

Amadeu: tem a Feira Nacional de Agricultura Familiar, Rio Brasil, Salão do Turismo e, se nós tivermos certificado, nós podíamos ir para a Alemanha.

Marta: lá nos podemos entrar com melado, cana de açúcar, açúcar mascavo na Alemanha, lá eles não tem.

Jorge: mas a geleia deles é mais barata.

Marta: mas com geleia não dá para entrar, mas com o que eles não têm, melado, tu tem que entrar com o que eles não têm.

Amadeu: geleia é mais barato que aqui?

Marta: mas toda a vida, mas eu não gostei da geleia que eles trouxeram de lá.

Amadeu: 1 euro a geleia.

Marta: baratíssimo.

Este mito atua diretamente sobre o imaginário dos cooperativados como um reservatório que agrega imagens, sentimentos, lembranças, experiências, visões do real que realizam o imaginado e, através de um mecanismo individual e/ou grupal, sedimenta um modo de ver, de ser, de agir, de sentir e de aspirar. Identifica-se na fala de Amadeu, Marta e Jorge a terceira faceta do interacionismo simbólico, conforme a qual a mente é a capacidade de reflexão mental que torna o sujeito ator e não reator passivo dos símbolos a que está exposto. Sob esta perspectiva, o símbolo pode ser percebido pelo sujeito com base na sua capacidade de reflexão mental, e os membros da Coopernatural criam no seu imaginário a possibilidade de exportar seus produtos e participar de um mercado de produtos orgânicos internacional.

Este mito de certificação para a exportação dos produtos é recursivo, uma vez que se encontra, mesmo que momentaneamente, no imaginário dos cooperativados, mas para que de fato se efetive como real, é necessária a atuação da vida em grupo e do compartilhamento da solidariedade. Quando estiver efetivado, é provável que interfira diretamente na identidade, no eu de cada cooperativado, pois tende a possibilitar novas formas de comercialização dos produtos.

Assim, os mitos são capazes de transformar a história de uma Organização e estão ligados a tudo que diz respeito à “identidade, ao passado, ao futuro, ao possível, ao impossível, e de tudo que suscita a interrogação, a curiosidade, a necessidade, a aspiração” (MORIN, 2008a, p. 175).

De acordo com Ianni (2000), há criações culturais que se apresentam como típicas, há tipos que se transformam em mitos. São mitos e mitologias que se formam e

desenvolvem, predominam e declinam, ressurgem e se transformam. Os tipos e as tipologias, tanto quanto os mitos e as mitologias, estão migrando e transformando-se. Migram de geração a geração e de época a época, atravessando territórios e fronteiras, culturas e civilizações. Dessa forma, os mitos da Coopernatural migram e transmigram, assimilam-se e transfiguram-se, mutilam-se e recriam-se, expressando as mais diversas e surpreendentes transculturações¹⁶⁸ da vida em grupo, da identidade e do imaginário dos cooperativados.

5.2.2 Os Ritos em processo na Coopernatural

Os ritos, neste trabalho, são entendidos como um conjunto de atos formalizados, expressivos e portadores de uma dimensão simbólica, relativamente codificada, com suporte corporal e caráter repetitivo. Os ritos podem ser de caráter diferente, mas de certa forma podem (re)organizar a desordem em um grupo, sociedade ou Organização. Retoma-se assim a proposição de Morin (2002) do anel eco-organizador que começa a indicar que não apenas uma reorganização permanente responde à desorganização também permanente, mas, sobretudo que o processo de reorganização se encontra no próprio processo de desorganização. Entretanto, as desordens não fazem retroceder a ordem, mas sim remetem a uma nova ordem. A constante reorganização é produção permanente de outra ordem que ainda não havia sido contemplada. Desta forma, os ritos dentro de um sistema complexo tornam-se implicados, proporcionalmente, pelo aumento de ordem, de desordem, de organização e reorganização.

Na Coopernatural, os ritos se consolidam e constantemente reorganizam a desordem no que se refere à forma de produzir cada vez melhor e livres de agrotóxicos seus produtos orgânicos e às estratégias de melhor comercializá-los, expandindo o mercado de atuação. Com isto, o principal rito percebido na Coopernatural são as rotinas de trabalho desenvolvidas nas propriedades de cada cooperativado, nas quais as

¹⁶⁸ Transculturação é definida neste texto no seu sentido denotativo. Está ligada à transformação de padrões culturais locais, a partir da adoção de novos padrões vindos através das fronteiras culturais (IANNI, 2000).

estratégias de produção tornam-se ritos compartilhados. Para Segalen (2002), o rito somente faz sentido para todos que dele compartilham e reconhecem suas manifestações, uma vez que é caracterizado por sistemas de linguagens e comportamentos específicos e por signos emblemáticos, cujo sentido codificado constitui um dos bens comuns de um grupo. No diálogo percebe-se o compartilhamento do rito de produção com um novo integrante que ingressa na Coopernatural.

Marcos: eu só não sei como fica para vender pela associação sem pulverizar.

Ana: não dá para pulverizar.

Marcos: é, eu até agora fechei tudo com saquinho.

Mário: perfeito, o Sr. poderia fazer com saquinho de papel.

Marcos: eu fiz com plástico, mas um pé que dá seiscentas e tantas frutas, como é que vai fechar todas elas?

Mário: se compra saco de papel, aquele marrom.

Amadeu: dá para comprar em fardo?

Mário: tem uma empresa em Lages que produz isto, eu comprei também de 5 a 6 mil.

Amadeu: e se ele queria pulverizar, teria alguns produtos ecológicos que funcionam também.

Mário: não funcionam não, a mosca da fruta vem igual.

Ana: é, ela vem antes, ela é bichada antes.

Amadeu: mas tem solução para isto.

Mario: o melhor é o saquinho, mas tem a garrafa pet, que tu coloca uns atrativos para a mosca da fruta.

Jorge: eu fiz lá em casa com vinagre e vinho tinto, e a mosca se sufoca.

No diálogo há um compartilhamento das formas rituais de produção dos produtos orgânicos. Este compartilhamento acontece constantemente entre os membros da cooperativa nas reuniões mensais. Observa-se que a linguagem estabelecida é comum a todos os associados e, por terem os mesmos ritos para a produção, o compartilhamento de informações produz sentido para todos, reforçando a comunicação organizacional da cooperativa como processo de construção e disputa de sentido (BALDISSERA, 2009) que se efetiva pela relação, interação e significação do contexto organizacional.

As reuniões mensais também podem ser entendidas como rituais da vida em grupo que compartilham alguns ritos da Coopernatural, entre eles as próprias rotinas de produção. Nestas reuniões, o uso da palavra é relevante, assim como o poder da

argumentação para o convencimento refletido e o contra-argumento. Os membros da cooperativa fazem uso da palavra nas reuniões, alguns mais que outros, principalmente para expor suas formas, técnicas e estratégias de cultivo dos produtos orgânicos e formas de comercialização. Geralmente esgota-se o assunto não pela redundância, mas pelo debate de ideias, no qual ninguém é representado e todos estão presentes, manifestando pela palavra oral suas opiniões e suas experiências.

A partir do momento em que a cooperativa compartilha objetivos comuns entendidos por todos, os ritos são os responsáveis pela tessitura do grupo. Podem se constituir na cola que mantém a Coopernatural em funcionamento, uma vez que os elementos simbólicos que constituem os ritos são por todos reconhecidos. As próprias relações de trabalho e a forma como o trabalho se consolida na Coopernatural passam por rituais, uma vez em que o trabalho não separa, totalmente, a vida individual e coletiva. As relações de trabalho produzem significados e valores concretos que produzem sentido por meio de processos de comunicação e que estabelecem entre si correspondências múltiplas no interior de um território delimitado. Na cooperativa, as relações de trabalho procuram agregar os valores individuais aos coletivos com os ritos, na tentativa de tornar-se um 'lugar'¹⁶⁹.

Assim, os ritos podem consolidar a vida em grupo da cooperativa mantendo ou não a consistência dos princípios de solidariedade entre os membros do grupo. Podem ser organizadores da vida cotidiana dos sujeitos da cooperativa e/ou apenas formas de expressar um pensamento que constitui a identidade ou imaginário de quem o expressa, sem que isto interfira diretamente na vida identidade e imaginário dos outros indivíduos. Desta forma, os ritos, enquanto elementos da cultura organizacional, podem ser entendidos como comum a todos os membros desta Organização, ou seja, podem ser compartilhados de forma homogênea ou podem ainda, em alguns casos, ser assimilados heterogeneamente como uma cultura estranha aos sujeitos que compõem a cooperativa (FREITAS, 2000).

Nas observações realizadas, identificou-se também o ritual das estratégias para a comercialização dos produtos, sendo fortemente compartilhado entre os membros da

¹⁶⁹ Conceito já abordado segundo Augè (1994).

cooperativa. Estas estratégias mudam e tomam novas formas rituais na rotina produtiva da cooperativa.

Amadeu: este ano nós vamos mudar a estratégia. É que nós estamos mudando umas coisas aí, estamos misturando pêssego com laranja no suco, pêssego com tangerina e frutas vermelhas também, porque pêssego puro não vendeu tudo, e nós vamos mudar um pouco a estratégia. Eu lancei um e-mail na internet e a Leda¹⁷⁰ conseguiu lançar na Globo do Rio de Janeiro que nós lançamos produtos novos, aí mandei as fotos. Então suco de pêssego com tangerina, suco de frutas vermelhas que vai amora, morango, mirtilo e laranja, e a garrafinha pequena de suco de laranja e a garrafinha pequena de suco de uva em outro modelo. Acho que isto vai ajudar nos próximos dois meses, repercute logo na imprensa.

Ana: eu tava vendo esta semana a Rede Globo, na novela das 6h tava falando bastante de produtos orgânicos, e é uma novela¹⁷¹ localizada já em Porto Alegre e Gramado, para eles são cidades vizinhas, né?

Amadeu: eu acho bom, assim oh... se as vendas continuarem na tendência de janeiro, nós aumentamos 40%.

Jorge: tá falando em geral ou da geléia?

Amadeu: em tudo, ano passado a gente não cresceu nada, mas o suco sempre foi o carro-chefe, se nós não tivermos suco não vende um pote de geléia.

Jorge: mas eu quero que cresça na geléia.

Amadeu: ano passado a estratégia foi um pouco errada, embalei muito suco em garrafa de litro, foi errada... nós embalamos este ano 30% da produção em 2 litros, então tem que mudar a estratégia, tem que colocar em garrafinha pequena 300ml, o mercado é um mercado estranho.

Mario: tu vai num restaurante e tu não vai tomar um litro de suco.

Amadeu: nós embalamos 4.400 nestas garrafas de 300 ml.

Jorge: qual o preço de garrafa?

Amadeu: 0,56 centavos.

Ana: acho legal assim, o pessoal pode colocar na geladeira, o pessoal vai lá pega geladinho ao invés de pegar um refrigerante.

Mario: e quanto sai? eu vi um lá comum por R\$ 4,50.

Amadeu: nós já estávamos vendendo a R\$ 3,50, não vamos mexer naquela garrafa de tampa de meia volta.

Tem-se a perspectiva de que os ritos tendem a se multiplicar e se alterar dentro dos formatos institucionais específicos de forma recursiva, de modo que um rito pode retroagir sobre outro em processos circulares, com a intenção de dialogicamente organizar a desordem estabelecida. Os ritos da Coopernatural são recriados

¹⁷⁰ Nome fictício.

¹⁷¹ A novela que estava no ar na Rede Globo no momento das observações era "A vida da Gente" gravada em Porto Alegre e Gramado

constantemente, tanto nas rotinas de produção de orgânicos como nas estratégias de vendas dos produtos da cooperativa para a manutenção da cooperativa no mercado competitivo. Da mesma forma que a comercialização de produtos torna-se um grande mito na narrativa da cooperativa, torna-se também um grande rito, passando por quase todos os elementos simbólicos da Coopernatural. Identifica-se nestes elementos simbólicos organizacionais um processo contínuo e estratégico dos cooperativados, para ter possibilidades econômicas melhores. Assim, contraria-se o argumento de Singer (2002) quando afirma que a economia solidária acompanha o capitalismo “como uma sombra” em toda a sua evolução. O que é notório nas observações é que cada vez mais a economia solidária contemporânea se consolida como estratégia capitalista e mercantil, ocupando valores centrais na vida dos cooperativados e constituindo sua identidade.

A participação em feiras também pode ser entendida como um ritual da cooperativa, uma vez que se constitui de atos formalizados, expressivos e portadores de uma dimensão simbólica e que a maioria dos membros participa ativamente com o intuito de consolidar a imagem da cooperativa. De acordo com Amadeu (2012), as melhores memórias que possui junto à Coopernatural é a participação no Salão de Turismo¹⁷² de 2004, BioFach Brasil de 2005, BioFach¹⁷³ Alemanha 2008 e a Feira Nacional da Agricultura Familiar¹⁷⁴ de 2004.

Ana: querem alguma coisa da Festa do Figo?

Jorge: quando que é?

Ana: amanhã, é para quando a próxima reunião?

Amadeu: agora tem que esperar passar estas feiras.

Ana: até quando vai a Festa da Uva?

Amadeu: depois do dia 10 março.

Jorge: tem que ser mais, eu vou voltar dia 10 de março.

¹⁷² É um evento do turismo brasileiro, que possui como estratégia a mobilização, promoção e comercialização dos roteiros turísticos desenvolvidos a partir das diretrizes do Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil. Os visitantes podem ver e comprar artesanato e produtos da agricultura familiar (no qual a Coopernatural se encaixa) e conhecer a gastronomia típica, além de assistir às manifestações artísticas de diversas regiões do País. <http://www.salao.turismo.gov.br/salao/home.html>

¹⁷³ Feira de produtos orgânicos com sua origem na Alemanha, mas que acontece também no Brasil como a representação latinoamericana da feira <http://www.biofach-americalatina.com.br>

¹⁷⁴ Feira de produtos orgânicos, artesanato, cultura, música e gastronomia, promovida pelo Ministério de Desenvolvimento Agrário <http://www.mda.gov.br/feira/>

Amadeu: então lá para o dia 16.
 Jorge: eu vou tocar direto, começo pelo dia 05 e volto dia 09 ou 10 de março.
 Amadeu: então dia 14 ou 15.
 Jorge: quando é que é a Afubra?
 Amadeu: a Afubra é na outra semana, vinte e poucos.
 Ana: tu vai fazer Afubra?
 Amadeu: vai fazer, a Coopernatural vai estar em todas.
 Pedro: tem que fazer feira?
 Jorge: tem... quem quer, quem quer?
 Pedro: eu só pergunto porque conforme o dia a gente se divide.
 Jorge: gostei da coisa.
 Pedro: é, não é assim: pega os produtos e leva.
 Ana: eu prefiro me dedicar a fazer as burocracias do que fazer feira, mas vou fazer a Festa do Figo.

Pode-se entender que a Coopernatural, além de compartilhar alguns ritos da identidade de seus sujeitos, também é fabricante e criadora de alguns outros ritos, como a participação em grandes feiras. Este rito pode ou não atuar na identidade e imaginário dos sujeitos, conforme fala de Ana (2012).

Assim, a vida do indivíduo membro da Coopernatural está entretecida de ritos dos quais as concatenações destes elementos rituais governam boa parte da vida dos cooperativados que estão em relação, em “lugares” e/ou “não-lugares” (AUGÈ, 1994), mas na maioria das vezes atuando como uma atividade coletiva, comunitária. Com isto, alguns ritos da cooperativa podem ser a própria identidade dos cooperativados. Quando compartilhados no grupo, esses ritos podem ser aderidos por novos sujeitos ou podem simplesmente atuar no imaginário dos cooperativados até que, em determinado momento, ou não, podem entrar na sua rotina produtiva e fazer parte da sua identidade, em um processo recursivo de interação e retroação, no qual os ritos são ao mesmo tempo causadores e produtores de identidades e imaginários, desde que compartilhados.

5.2.3 Os heróis simbólicos de referência na cooperativa

Os heróis têm o poder de articular o pensamento e muitas vezes resolver enigmas indecifráveis. Estes enigmas podem estar dentro de comunidades, grupos e Organizações. Dessa maneira, os heróis podem tornar-se símbolos nos seus lugares de

atuação. De acordo com Enriquez (1997), o herói é transformado em mito vivo, desenvolvendo uma narrativa pura e nova e situando-se num pólo idealizado e representativo da verdade, requerendo muitas vezes de seus discípulos um comportamento semelhante ao seu e uma prova constante de fidelidade e submissão. O herói desenvolve a invencibilidade, a superação do conflito moral e ético, incidindo sobre a ativação de um sentimento de identidade coletiva quando fala aos anseios de uma maioria e dá contornos precisos ao que, num dado momento, representa suas angústias.

Nas observações realizadas na Coopernatural, percebeu-se que o primeiro herói identificado pelos membros da cooperativa é Amadeu, 43 anos, sócio-fundador da Coopernatural. Atualmente assume o cargo de tesoureiro, pois também é Diretor do Departamento de Agroindústria Familiar do Governo do Estado do Rio Grande do Sul¹⁷⁵. Quando questionado a Ana (2012) qual era o membro mais marcante da cooperativa, imediatamente ela respondeu: “O Amadeu. Foi responsável pela nossa entrada na cooperativa e puxa a frente da cooperativa, na compra de insumos e também na comercialização de nossos produtos. Busca novos clientes e, quando possível, vai visitar os lojistas que vendem os produtos Coopernatural.”

Para Schimidt e Perius (2003), a cooperativa precisa estar baseada nos valores da autoajuda, responsabilidade própria, democracia, igualdade, equidade e solidariedade, e, baseados na tradição de seus fundadores, todos os membros da cooperativa acreditam nos valores éticos de honestidade, sinceridade, responsabilidade social e preocupação com os outros. Porém, é necessário ressaltar que, além de todos estes valores atribuídos ou não aos fundadores, o fomento à comercialização dos produtos é condição principal, conforme fala da cooperativada Ana, para defini-lo como herói. Amadeu é visto como herói primeiramente porque articula as práticas de comercialização da cooperativa e porque em todas as reuniões observadas é quem traz informações e as compartilha com o grupo, toma algumas decisões e faz a articulação da cooperativa com outras instâncias políticas e institucionais.

Amadeu: eu fui lá na CoopF¹⁷⁶, mas daí como governo.

¹⁷⁵ Até 2011 ocupava o cargo de presidente.

¹⁷⁶ Nome fictício.

Marta: ele tirou foto de tudo.
 Amadeu: é assim oh, eu vi eles fazendo frutas passas, eles têm um forno de tabaco para secar a fruta.
 Ana: numa peça grande?
 Amadeu: é, são duas salas grandes deste tamanho, e eles entram com os carinhos e colocam tudo na mesa, eu fiz um monte de fotos, podemos olhar, mas o que eles mais fazem não é fruta seca, é passas. O que que é passas? Eles têm dois tachos e passam todas as frutas em uma calda de açúcar, tudo, tudo...por isto que conserva.
 Ana: eu imaginei já, eu já comi as frutas deles, mas aquelas que são crocante e seca, não são passa.
 Amadeu: não, estas não, eles não fazem a maçã e o mirtilo eles não fazem passa, mas também fazem de tudo passa, mas o mirtilo é mais fruta seca mesmo.
 Ana: tu vê, assim as frutas são conservadas...
 Pedro: vocês fazem?
 Amadeu: nos estávamos estudando aqui, mas o mestre que teve aqui nos apavorou pela validade.

No diálogo identifica-se que algumas informações, experiências e conhecimentos que Amadeu adquire, enquanto membro do governo do Estado, são repassadas para a grupo. Este compartilhamento de informações, por sua vez, pode gerar ou não um maior reconhecimento do herói pelos demais membros da cooperativa, pois os heróis, em geral, defendem e buscam a construção de uma comunidade com mobilização social, atuando a favor dela, mas não necessariamente sendo líderes destas comunidades ou Organizações, de acordo com a conversa de Amadeu, Adriana e Marta:

Amadeu: e outra coisa, eles querem produto novo de frutas vermelhas.
 Marta: mas não tem nada ainda.
 Amadeu: mas é o que eles querem.
 Adriana: mas como eu faço para registrar?
 Amadeu: eu já pedi o registro...
 Adriana: e se eu quiser pedir mais algum, tu pode incluir?
 Amadeu: sim, sim.
 Adriana: e tu já mandou?
 Amadeu: eu já mandei porque demora 2 ou 3 meses, mas dá para incluir. Agora eles andam aprovando de primeira, teve épocas que nunca aprovava de primeira, e alguém comentou que o Paulo¹⁷⁷ não tá com registro no rótulo do suco de uva, mas até mim não chegou nada, porque é importante chegar oficialmente.
 Ana: eu não sei por que, eu sei que o Paulo não tava vendendo, não sei porque...
 Amadeu: tá louco, ficando com o produto estocado.
 Marta: mas eles vendem assim para famílias.

¹⁷⁷ Nome fictício

Entretanto, mesmo não sendo mais o presidente da Coopernatural, Amadeu assume também o papel de liderança para as regulamentações e burocratizações em andamento da cooperativa quando expõe “mas até mim não chegou nada, porque é importante chegar oficialmente”. Adão o atual presidente, não tem papel ativo e pouco se manifesta e articula em prol da cooperativa, como nesta sua fala para definir uma data de uma reunião: “na sexta, dia 10, vocês podem fazer a reunião, mas eu não vou estar aqui, eu tenho que arrumar os figos”, e Amadeu responde “ta, a Ana vem, tu não precisa”. Neste caso, hoje o herói construído na cooperativa é pelo poder de liderança e não necessariamente pelo cargo hierárquico que ocupa. Este herói líder tem o poder de organizar e mobilizar o grupo a ter aspirações compartilhadas. O herói da Coopernatural, além de ser um articulador da cooperativa, a insere em espaços mais amplos de diálogo para ampliar a comercialização e a sua inserção nas discussões sobre cooperativas no país, conforme a fala abaixo.

Amadeu:... o MDA (Ministério do Desenvolvimento Agrário) organizou e pagou para todo mundo ir para Brasília. Fui eu para Brasília, foi um de cada cooperativa de produção orgânica do Brasil para Brasília. Lá se discutiu... e nesta discussão todos nós decidimos, (...), fundar uma associação de todos os empreendimentos que produzem orgânico no Brasil na agricultura familiar, porque já tinha uma associação de produtores orgânicos, mas daí quem tava se associando àquela demanda era os grandes. Daí o MDA achou conveniente que os pequenos também tivessem uma forma de representatividade por causa das questões políticas, porque senão só os grandes iam defender a ideia deles e nós íamos ficar fora do circuito. Então o MDA achou por bem fundar uma Associação dos Produtores Orgânicos da Agricultura Familiar do Brasil, que vai defender a causa. Só que o MDA também salientou que naquele momento eles pagaram a passagem de avião para todo mundo, pagaram a estadia e todo o seminário, que foi num lugar bem afastado do centro de Brasília, que eles gostariam que esta Associação andasse com pernas próprias e não com dinheiro do MDA, que eles fizeram aquela reunião para todo mundo se juntar e o negócio acontecer, mas que a partir dali: “vocês estão por vocês e não esperem que o MDA financie e fique pagando e dando dinheiro para vocês pagarem computador, vocês tem que se virar”. Tá, daí no final quando nós fundamos em assembleia a Associação, o secretário pediu que cada um desse um valor, que cada cooperativa pudesse contribuir mensalmente com esta construção, daí cada um foi dizendo R\$30, R\$40, R\$50 e avaliando o que podia dar, daí deu esta discussão... Mas eu era de outra discussão, eu achava que cada cooperativa anualmente mandava para a Associação um valor em cima do

valor que obteve no ano, mas não foi aceito, daí tudo bem, cada uma falava quanto pagava e aí foi indo. O que acontece hoje é que apenas estão contribuindo rigorosamente em dia com aquilo que falaram, e são ao todo 60 e poucos lembrando que nos não contribuimos com nada...

Adão: que valor ficou?

Amadeu: R\$60.

Ana: tá, e quando foi fundada?

Amadeu: foi fundada em novembro de 2010, mas estas contribuições eram para ser para 2011, e naquela reunião foi definido um tesoureiro (...) eu sou o presidente do conselho fiscal e daí ainda tínhamos um compromisso maior, mas com eles tiveram muitos problemas para conseguir o CNPJ, eles conseguiram o CNPJ acho que em novembro do ano passado, o endereço desta Associação agora é em São Paulo porque o secretário é de São Paulo (...) quem está articulando hoje é o cara de São Paulo, o produtor da cachaça, não me lembro o nome... (...). O pessoal tá cobrando, tá mandando e-mail, e no penúltimo e-mail que ele mandou o cara de São Paulo tá dizendo o seguinte: “que está sendo montado um projeto para auxiliar as cooperativas e associações de produção orgânica e só vai contemplar neste projeto quem estiver com as contribuições em dia”. Agora tem CNPJ, agora existe e então nos tínhamos um débito, mas acho que se nós pagarmos R\$ 600 está ok. Mas daí nós temos que definir se nós vamos pagar atrasado, se nós vamos começar a pagar agora.

Amadeu tem articulações pessoais e profissionais, e nestas articulações prospecta a Coopernatural para espaços mais amplos de mercado. Isto faz seu papel de herói ser cada vez mais compartilhado com o grupo, uma vez que utiliza a mesma linguagem dos membros da cooperativa para o compartilhamento. Porém, identifica-se também na sua fala algumas autoafirmações como herói “Fui eu para Brasília, foi um de cada cooperativa de produção orgânica do Brasil para Brasília”, ou “eu sou o presidente do conselho fiscal, e daí ainda tínhamos um compromisso maior”, ou ainda, “já tá feita uma lei da feira livre do produtor de Picada Café, a lei já existe, eu fiz a lei quando eu tava lá”, o que faz perceber a sua própria identificação como o herói da cooperativa. Assim, reforçada pelo pensamento de Bauman (2001) e Hall (2001), a consciência de si passa a ser reconhecida dentro do contexto cultural da cooperativa, tornando-se possível refletir continuamente sobre os papéis e as possibilidades sociais do herói. A identidade de herói está ligada à individualidade e ao desenvolvimento de um único eu.

Entretanto, a imagem de herói constituída no imaginário dos demais membros da cooperativa pode não ser necessariamente positiva, uma vez que o herói está presente no imaginário, porém revestida de mistérios, e com possíveis interpretações diferentes. Desta forma, por mais que Amadeu se identifique como herói e possa ser visto

claramente como herói pelo grupo, uma vez que compartilha as informações e gera possibilidades de inserções da Coopernatural em grandes centros e instituições, no imaginário de alguns cooperativados o herói pode ser [ou não] dialógico, em alguns momentos tendo influências positivas, em outros tendo influências negativas.

Outra percepção quanto aos heróis da cooperativa pode ser vista na construção identitária da cooperativada Ana. Apesar da presença de heróis masculinos ser mais abundante no imaginário coletivo, há a presença da heroína que se formam em comunidades nas quais a mulher tem poder.

No caso de Ana, esposa do presidente da Coopernatural, apesar de não ser perceptível no seu discurso a identidade de uma heroína, ela exerce sobre os outros membros da Coopernatural uma postura de herói-líder por possuir ensino superior, por tramitar a documentação da cooperativa de maneira organizada para mantê-la regularizada e por atuar em instâncias políticas do município. Ana (2012) constantemente relata o interesse de que todos os membros da cooperativa, inclusive os recém ingressantes, tenham as certificações necessárias para fazer parte da Coopernatural quando afirma que “a minha preocupação é assim, no caso dele a gente tem que mandar ata para Ecovida dizendo que este produtor entrou na cooperativa e que tem interesse na certificação, do mesmo jeito que nós temos que fazer com eles para pegar a certificação por aqui”. Isso leva os membros da cooperativa, inclusive o herói Amadeu, a terem interesse pelas informações compartilhadas por Ana, pois quanto mais significativo forem os resultados gerados por esta heroína no seu discurso de liderança, mais ela se consolida no papel de herói organizacional.

Amadeu: outro assunto que tem é aquele guri que quer fazer estágio.

Ana: sim, ele já me procurou.

Amadeu: mas não é muitos dias, é só ele ver fazer um pouco de suco.

Marta: mas aquele outro não fez nada.

Ana: é que assim... ele quer saber como funciona, o funcionamento, alguma coisa da documentação, o manual dos POPs (Procedimento Operacional Padrão), alguma coisa deste tipo, mais ou menos para ele saber como é o funcionamento de uma vinícola.

Amadeu: tá, nós vamos fazer suco de uva?

Marta: só de laranja.

Ana: é que tem ver que ele quer começar em março, daí posso confirmar com ele.

Amadeu: confirma, confirma.

Marta: qual a idade?

Amadeu: 19, 20 anos.

Marta: eu não quero mais uma pessoa assim, tu perde muito tempo explicando.

Adão: ele tem 28.

Amadeu: então é bom.

Ana: é, se ele tem 28 já não é mais criança, ele ficou de ver com o pessoal da UFRGS se eu posso assinar como orientadora, por que tenho curso superior completo na área da agricultura.

Amadeu: devia poder...

Ana: ele vai ver se consegue e daí eu vou assinar como orientadora.

A relação identitária de Ana como heroína da cooperativa, mesmo que involuntariamente, é reforçada por Bauman (2001, p.155) quando diz que “os homens e as mulheres [...] às suas próprias custas deverão usar, individualmente, seu próprio juízo, [...] para elevar-se a uma condição mais satisfatória.” O indivíduo se responsabiliza pelas suas ações e com isto procura a sua satisfação e suas relações de identificação. Em outra fala, Ana (2012) relata sobre seu Trabalho de Conclusão de Curso e a atuação dos sindicatos:

porque daí assim, ano passado quando eu fiz meu TCC, eu fui lá conversar e ver o que eles (sindicato) poderiam fazer para ajudar: “representar os agricultores em reuniões e assembleia do Estado”, o que isto representa na prática para nosso agricultor? Nada, aqui não resolve nada, precisa ter ações para fazer com que as coisas mudem no município, mas olha, eu já estou cutucando daqui a pouco não me querem mais lá.

Ana (2012) pode ser considerada ainda como heroína pelo imaginário de alguns cooperativados pelo fato de desenvolver uma reflexão crítica sobre as relações políticas da cooperativa e defender os agricultores familiares, principalmente os de produtos orgânicos: “daí a gente fala ‘a prefeitura não ajuda em nada’ e nem é só o prefeito, é a Secretaria da Agricultura que devia fazer alguma coisa, não faz nada, eles só se preocupam em vender milho transgênico”.

Estes sujeitos heróis, masculino ou feminino, percebidos ou não como liderança, conseguem articular as atividades e a rotina produtiva da cooperativa. No caso da

Coopernatural, os heróis-líderes trabalham conjuntamente no compartilhamento de informações para ampliar a comercialização da cooperativa e para refletir criticamente sobre as relações políticas, mas de toda forma ambos atribuem significado ao trabalho dos cooperativados, propiciando o engajamento voluntário de todos. Quanto mais significado for gerado por estes heróis no seu discurso de liderança, seja um discurso voluntário ou não, mais estes sujeitos podem, ou não, se consolidar no papel de heróis organizacionais e interferir positiva ou negativamente na identidade e imaginário dos cooperativados.

5.2.4 Relações de poder efetivando a Coopernatural

Para a compreensão de relações de poder, este trabalho, como já destacado, aborda as concepções de Foucault (1981) e Bourdieu (1989). Para o primeiro autor, o poder acontece por meio de uma relação e não por posse de alguma coisa: “O poder é uma relação, não é uma coisa”, (FOUCAULT, 1981). O poder deixa ser localizável ou propriedade de alguns indivíduos e passa a estar implícito dentro de qualquer tipo de relação que se estabelece na sociedade. Para o segundo autor, a compreensão recai sobre o poder a partir da noção de campo de forças entre sujeitos diferentes, que por sua vez, também estabelecem uma relação. Segundo Bourdieu (1989), o poder é exercido muitas vezes pelo poder simbólico, atuante sobre campos, por isto se torna mágico, em sua capacidade de mobilização. Todo poder simbólico é um poder capaz de se impor como legítimo, sem que tenha que usar da força, entretanto somente terá fundamento se for reconhecido no seu simbolismo. Neste caso, os heróis organizacionais podem ser considerados símbolos que exercem as relações de poder no ambiente organizacional.

Na Coopernatural há muitas relações de poder estabelecidas constantemente. Estas relações de poder, conseqüentemente interferem na constituição de identidade e do imaginário de seus cooperativados de forma dialógica, com possíveis antagonismos entre identificações positivas e negativas. Podem interferir, ainda, de forma recursiva como produto e produtor da identidade e do imaginário que estão em (re)construção, ou ainda podem interferir de forma hologramática, uma vez que as relações de poder

podem estar na identidade e imaginário do cooperativa assim como estas podem criar as relações de poder.

Com base nas observações e entrevistas realizadas na Coopernatural, percebe-se que as relações de poder, enquanto campos de relações, acontecem entre seus membros na cooperativa e com outras instituições fora dela. A primeira relação de poder observada, que se estabelece no interior da cooperativa enquanto campo de forças, está ligada aos heróis organizacionais, uma vez que se configuram como símbolos e interferem na identidade dos cooperativados. As reuniões da cooperativa não acontecem sem a presença de Ana e Amadeu, mesmo não sendo este o presidente, conforme diálogo.

Amadeu: e a próxima reunião?

Ana: dia 11 nós vamos estar na festa do figo.

Amadeu: dia 10.

Ana: pode ser.

Amadeu: mas tá muito em cima, dia 17 então.

Jorge: tem feira.

Adriana: e durante a semana de noite?

Marta: daí o Ricardo não tá aqui, ele volta as 8h, 9h da noite.

Amadeu: então vamos fazer na sexta de noite, naquela sexta dia 10, eu volto mais cedo.

Amadeu utiliza do seu papel/figura de herói, possivelmente reconhecido por todos, para estabelecer relações de poder interna na cooperativa a partir das informações que recebe no cargo que ocupa no governo do Estado. Estas informações, quando compartilhadas no grupo, mesmo que se consolidando como relações de poder, auxiliam na constituição do grupo e na consolidação de novas formas de comercialização. Pode-se entender que Amadeu assume um papel de herói simbólico organizacional com relações de poder solidárias junto à Coopernatural.

Amadeu: eu vi que o Tarso disse que os presídios vão começar a ter compras institucionais, para hospitais também e tal, nós teríamos que tomar a atenção, isto não tá operando ainda, mas seria mais um local para vender, mas acho que este vai ser um bom ano, as vendas de janeiro já foram bem diferente que o ano passado, este ano vai ser igual ou melhor que 2010.

Novamente as formas de comercialização estão presentes nos elementos simbólicos da Coopernatural. Quando as relações de poder de um membro remete-se para a comercialização dos produtos, tem-se a colaboração objetiva da consciência ou das disposições previamente organizadas dos sujeitos que a reconhecem e creem nela, prestando-lhe obediência (BOURDIEU, 1989). Outra forma de relação de poder estabelecida que se identifica na cooperativa na tentativa de aumentar o número de cooperativados atuantes na Coopernatural é que novos membros possam desenvolver cada vez mais novas relações de poder.

Amadeu: vamos convidar o padre.

Marta: eu já falei com ele, ele disse que para ele não funciona sem agrotóxico.

Amadeu: mas nós resolvemos o problema dele, é só levar ele na reunião da Ecovida, que os outros padres convencem ele.

Adão: ele já conhece o padre daqui?

Marta: ele é gente fina.

Ana: porque isto do padre já é uma coisa que vai dar mais cliente.

Marta: vocês têm que conhecer a figura.

Ana: ele tem contato com as pessoas, ele tem influência.

Adão: ele é um pouco rígido.

Identifica-se um interesse muito grande, por quase todos os membros da cooperativa, pela entrada do padre como novo participante, uma vez que a sua influência pode fomentar a comercialização dos produtos, de acordo com a afirmação de Ana (2012): “porque isto do padre já é uma coisa que vai dar mais cliente”. Isto amplia o campo de poder do padre para além da cooperativa, influenciando também no externo. Salienta-se a relevância que os padres tiveram na colonização alemã, principalmente no Rio Grande do Sul, e seu papel junto a grupos de pequenos agricultores, como o exemplo do padre jesuíta Theodor Amstad¹⁷⁸. Por este motivo, o ingresso do padre como novo integrante da Coopernatural tem uma forte influência e estabelece um novo

¹⁷⁸ Um padre católico nascido na Suíça tornou-se um grande personagem dentro da comunidade gaúcha de origem alemã. Calcula-se que o jesuíta Theodor Amstad (1851 – 1938) chegou a percorrer uns bons 80 mil quilômetros, montado em um burro, percorrendo regiões de colonização alemã no Estado. Amstad chegou ao Estado em 1885 e, em 23 anos de ministério pastoral, conheceu bem as dificuldades dos agricultores estabelecidos nas regiões de colônia alemã. Tanto que os incentivou a se unirem em associações. Hoje há um monumento erguido em homenagem a ele em Linha Imperial, dentro de Nova Petrópolis, próxima a Picada Café. <http://wp.clicrbs.com.br/almanaquegaucho/>

campo de relações de poder social dentro do próprio grupo, já que as próprias reuniões estavam sendo marcadas em função do horário de disponibilidade do padre.

Marta: numa sexta de noite.
 Jorge: é, sexta de noite.
 Amadeu: de noite o padre não tem missa?
 Ana: às vezes.
 Jorge: mas o padre não precisa tá aí...
 Amadeu: não, na primeira precisa sim, só na primeira.

E em uma segunda tentativa de comparecimento do padre, em outra reunião, esta também foi agendada em função dos horários do padre.

Amadeu: dia 16 às 19h e aí nós vamos ver se o padre vai vir.
 Ana: eu só não sei se sexta de noite tem missa.
 Amadeu: mas ele vem depois.
 Jorge: o padre vai entrar certo?
 Amadeu: ele comprou terra agora, ele pode entrar, agora ele pode ser sócio vamos colocar ele no circuito... e comprou um bom pedaço.

O interesse dos cooperativados em ter o padre como membro da cooperativa estabelece uma relação de poder simbólica (BOURDIEU, 1989), na qual se torna um poder capaz de se impor como legítimo sem que tenha que usar da força. Na relação de poder estabelecida pelo simbólico, a ordem pode se tornar (re)organizadora pelas disposições dos sujeitos que a reconhecem ou pela sua identidade ou pelo seu imaginário. Entretanto, não se descarta que a entrada do padre na Coopernatural possibilitará uma (re)significação das relações de poder, o que de certa forma pode ser percebida pelo discurso insistente do herói Amadeu no ingresso do padre. Em alguns momentos parece evidente a necessidade de dividir com outro herói as relações de poder que estabelece na cooperativa.

Além das relações de poder internas da cooperativa, existem, também, várias relações externas à cooperativa, quando esta estabelece campos de relações com outras instâncias e instituições. Estas relações se estabelecem como campos de

relações principalmente para resolver problemas que a cooperativa possui, de acordo com o diálogo de Amadeu e Pedro.

Amadeu: ela resolveu, nós tínhamos um problema que eles pegaram um mel nosso lá em Curitiba sem registro. Daí a Angela foi lá e disse: “isto aí é um pessoal que eu conheço, para eles não vai ter penalidade”. Pronto acabou, acabou com a história. Mas nós tínhamos com quem falar dentro do Ministério, nos tínhamos com quem falar, nos tínhamos mais gente, vamos dizer as costas quentes, mas a Angela era quem foi lá e fez.

Pedro: ela continua lá?

Amadeu: sim, ela é fiscal do porto de Porto Alegre e continua lá. O problema da ANVISA, nós já estamos na quarta defesa com o advogado, continuamos na defesa.

Pedro: do que é esta?

Amadeu: esta é a questão do chá, por propaganda na internet, porque nós falamos que ele é bom para isto ou para aquilo e não pode, né? Então ali continua com tencionamento, e eu acho que vamos pagar R\$2 mil.

Ana: ainda é pouco.

Amadeu: se nós pagar os R\$2 mil, vamos pagar e ficar quieto. Do Inmetro nós pagamos duas multas de R\$1.200 e também resolvemos.

Pedro: e quem foi que pegou?

Amadeu: agora de Dois Irmãos e na anterior, daqui, mas agora eu fui a Brasília e sentei na frente deles, matei trabalho e conversei com eles, eu mandei de novo os documentos, mas acho que vai ficar em R\$2mil, mas todos os problemas que nós tivemos nós resolvemos. Nós não estamos no Serasa e em nenhum cadastro de inadimplente, e os nosso produtos hoje, praticamente todos, têm registro, e agora para vender o mel, agora eu consegui um registro de mel para nós, mandei vir 6 caixas de mel de Santa Catarina.

Nesta ação percebe-se o poder compensatório descrito por Galbraith (1986), no qual o poder se estabelece oferecendo uma recompensa positiva na relação estabelecida, proporcionando algo de valor ao indivíduo ou ao grupo que se submete à relação de poder, como por exemplo, uma troca de favores. Estas relações de poder permeiam o mesmo campo simbólico dentro da Coopernatural e de certa forma suprimem a desordem, resolvem problemas, (re)organizam o grupo (re)criando elementos para a (re)constituição da identidade do cooperativado.

O poder está embutido nas relações que a Coopernatural desenvolve entres seus membros, interferindo na (re)constituição das identidades e dos imaginários dos cooperativados e também nas relações com outras instituições ou instâncias que estão no macrossistema da cooperativa. A cooperativa exerce relações de poder, mas também acaba sendo influenciada por outras relações de poder do seu macrossistema. Mas,

estas relações de poder podem ser dialógicas - explícita ou implícita e constantemente criando e (re)criando as crenças, os valores e os significados da cultura organizacional.

O poder torna-se legitimado no ideário organizacional da cooperativa, porém variável, amplo e complexo enquanto elemento importante na dinâmica interna e externa da organização. O poder pode possuir um atributo (re)modelador e transformador da Organização quando estabelece para esta novas formas de comercialização dos produtos e (re)estabelece novas harmonias, novo equilíbrio interno e novas fronteiras com o macrossistema, validando os processos organizacionais e permitindo o bom desempenho da Coopernatural. Este poder atuante no grupo pode, também, compartilhar a solidariedade, mas em outros momentos pode tornar esta solidariedade abafada e escondida, prevalecendo os interesses individuais. Isto ocorre porque não se pode omitir que o exercício de poder esta em cada indivíduo, independentemente de sua posição na estrutura social, cada um é titular de certo poder, mesmo que inconscientemente.

Os elementos simbólicos da Coopernatural estudados nesta pesquisa - mitos, ritos, heróis e relações de poder - são elementos da cultura organizacional e compartilhados pelos laços sociais que mantêm ligados os cooperativados em grupos e comunidades. Ao mesmo tempo em que constitui as identidades e imaginários, o laço social possibilita a abertura de outras formas de identificação, compartilhando alguns novos valores e mantendo o grupo em convivência. Porém, é necessário admitir as várias possibilidades de manutenção dos laços sociais para a convivência em grupo da Coopernatural reforçando o que sobressaem na sua cultura organizacional: as formas mercantis para a comercialização dos produtos.

O que se pode admitir é que há um constante processo de recriação da cultura da cooperativa com a rearticulação dos símbolos referentes à comercialização de seus produtos. Segundo Fleury (1996) a cultura organizacional é concebida como um conjunto de valores expressos em elementos simbólicos, que possui a capacidade de ordenar, atribuir significações e (re)construir a identidade organizacional, assim como de seus sujeitos. Esta recriação só é possível de se estabelecer com uma efetiva relação entre Organização e seus sujeitos. Esta relação se efetiva basicamente por um processo de comunicação. Se há uma cultura, ela precisa ser difundida e recebida. Esta

difusão e recepção vai (re)construir identidade e imaginários que estão em compartilhamento. O que se compartilha pelos processos comunicativos entre os membros da Coopernatural é uma cultura organizacional, na qual se identificou, por meio da pesquisa, explicitamente a comercialização dos produtos como constituinte, principalmente, das identidades, e de forma implícita, a solidariedade como constituinte dos imaginários dos cooperativados.

6. ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

O movimento organizador dos conhecimentos que teceram este trabalho atuou em uma lógica recursiva, tendo o pesquisador como produto e produtor, cujo conhecimento adquirido das partes regressou sobre o todo, mantendo a dualidade dialógica no seio da produção científica. O pensamento norteador desta pesquisa implicou todo o ser (MORIN, 2007) para a geração de um conhecimento e se consolidou, ou não, com o exercício constante do pensamento complexo.

Espera-se que este não seja um processo isolado, mas se torne uma caminhada na vida do pesquisador para que seja possível, cada vez mais, a compreensão do Paradigma da Complexidade recriando infinitas possibilidades de problematização. Assim, todos os apontamentos e desapontamentos deste trabalho demarcam o início de uma caminhada transdisciplinar para a produção de novos conhecimentos.

Para isto foi preciso substituir os pensamentos separados por pensamentos unidos (MORIN, 2008a), e foi preciso o início de uma reforma no pensamento na qual a linearidade fosse substituída pela transdisciplinaridade. O pensamento complexo comporta e desenvolve diferentes tipos ou modos de inteligência, mas os supera pela importância de seu componente reflexivo. A inteligência resolve problemas. O pensamento complexo também resolve problemas, mas propõe outros mais profundos, gerais, sem solução (MORIN, 2007).

O conhecimento do conhecimento (MORIN, 2008a) aqui desenvolvido necessitou de uma reforma dos seus princípios organizadores. O seu operador precisou tornar-se seu objeto. Assim, o pesquisador procurou produzir um novo conhecimento levando em consideração as premissas do Paradigma da Complexidade. Foi preciso visualizar a objetividade, a verdade e o erro como o desafio da complexidade no mundo do conhecer.

Entre os apontamentos e desapontamentos desta pesquisa os objetivos propostos foram sendo tecidos e (re)tecidos junto ao objeto de estudo¹⁷⁹, na tentativa de produzir conhecimento do conhecimento. Ao discutir-se as cooperativas de economia solidária no processo capitalista vigente mantendo, ou não, seus princípios de solidariedade, como sendo este o primeiro objetivo, percebeu-se as cooperativas, constituídas como Organização e/ou comunidades. Em tempos de relações de trabalho flexibilizadas, tornaram-se possibilidades desenvolvidas pelos sujeitos para satisfazer seus anseios no que diz respeito ao trabalho e às condições econômicas.

Muitos pensadores contemporâneos da economia solidária, entre eles Singer (2001), França e Laville (2004), a entendem de forma ressignificada, pois vários grupos sociais (re)organizaram-se para a sua própria produção, sem separar a esfera econômica das dimensões sociais, políticas e culturais. Pela visão dos autores, 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, estes grupos (re)organizam-se 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. Neste sentido, a economia solidária identificada neste estudo busca recolocar o indivíduo e sua subjetividade na esfera econômica. Entretanto, estão todos amplamente inseridos no mercado capitalista, valendo-se das suas estratégias econômicas para manter-se neste 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. O fato de deixar de vender para grandes grupos corporativos¹⁸⁰ não significa que a preocupação com a comercialização dos produtos diminui, mas ao contrário, se intensifica, pois há a necessidade de demandar os produtos que estão sendo ofertados pelo grupo.

¹⁷⁹ Reforça-se que esta é uma pesquisa qualitativa, assim limita-se a observar o recorte do objeto de estudo dentro do seu contexto, e que a generalização dos seus resultados não é possível para outros objetos de estudo similares, uma vez que corresponde às peculiaridades do fenômeno observado.

¹⁸⁰ Walmart e Pão de Açúcar como explicado anteriormente

Os grupos familiares que trabalham na cooperativa participam coletivamente do processo de produção via relações sociais oferecendo a sua força de trabalho. Porém, isto somente acontece a fim de atingir o principal objetivo que os mantém unidos: a busca de rendimentos e fomento da atividade econômica. Não se refuta a solidariedade compartilhada entre o grupo, mas esta se efetiva para assegurar que todos os cooperativados tenham maior poder econômico frente às possibilidades de concorrência e de sua manutenção no mercado. O processo estabelecido pelo cooperativado entre economia e seus laços sociais de solidariedade torna-se, em alguns momentos, uma relação complementar, em outros, antagônicos. Contudo, são instâncias necessárias agindo em conjunto para a existência, o funcionamento e o desenvolvimento da Coopernatural e sua atuação no mercado.

A solidariedade passa a ser vista como elo de integração entre os indivíduos. Porém, esta solidariedade é um mito, pois é incorporada no dia-a-dia dos indivíduos apenas nas narrativas uma vez em que se pretende, prioritariamente com esta solidariedade, fomentar as atividades econômicas. A mobilização de (re)organização destes trabalhadores pela solidariedade direciona-se à produção econômica. França e Laville (2004) apontam que a atividade da economia solidária contemporânea visa o social e o cultural tendo o econômico apenas como resultado secundário. Mas contraria-se esta ideia, na cooperativa observada, uma vez que o econômico acaba sendo, muitas vezes, condição prioritária de todas as ações dos cooperativados. Desta forma, admite-se que a relação estabelecida entre os cooperativados da Coopernatural, através da solidariedade, enquanto mito, tem o objetivo de comercialização dos seus produtos e as relações sociais e culturais são apenas intermediárias deste processo.

Aqui acontece a união do conceito de Organização e comunidade diante da realidade das cooperativas de economia solidária. Tanto como Organização, quanto como comunidade, uma cooperativa busca estabelecer uma cultura própria, mas que tem como pressuposto a cultura da sociedade (macrossistema) na que está inserida. A cooperativa estudada, assim como qualquer Organização ou comunidade, se constitui com suas peculiaridades locais e tem suas características de acordo com a cultura das pessoas que a integram e com a cultura da região (local). Porém, Organizações e comunidades se assemelham ao macrossistema capitalista, à medida em que procuram

constantemente fomentar a comercialização de seus produtos e em que a valorização dos laços sociais torna-se um meio para atingir os objetivos.

Com isto se estabelece possibilidades complexas e dialógicas de observar a comunicação organizacional da cooperativa, em razão de que se caracteriza como sistema aberto. A primeira possibilidade é manter a identidade ou padrão de Organização cooperativa de economia solidária, e a segunda, e mais evidente, é adaptar-se às mudanças ambientais externas do mercado capitalista. Estas possibilidades antagônicas remetem, mais uma vez ao princípio dialógico da complexidade com a associação complexa de instâncias divergentes mas necessárias.

No que se refere ao segundo objetivo proposto para este estudo, que consiste em entender como as relações de trabalho constituem e são constituídas pela comunicação organizacional no contexto das cooperativas de economia solidária, reforça-se a afirmação de Figaro (2010 p. 94) de que a “comunicação é o processo que se realiza na/pela interação de sujeitos determinados, históricos e que se inter-relacionam a partir de um contexto”. Entende-se este contexto como sendo as relações de trabalho da cooperativa estudada e que se configuram como um ato complexo, cujas múltiplas dimensões individuais formam um todo, com enfoque econômico e, neste caso, alguns momentos também com enfoques sociais. Sendo assim, o trabalho não separa a vida individual e coletiva. As relações de trabalho produzem significados e valores concretos, que produzem sentido por meio de processos de comunicação, e que estabelecem entre si correspondências múltiplas no interior da cooperativa.

Os processos de comunicação estabelecidos na Coopernatural, enquanto uma Organização podem ser compreendidos como formas de interação, sejam elas culturais e/ou simbólicas, intermediadas nas relações de trabalho. Para tal, a comunicação organizacional tenta abranger todas as possibilidades de comunicação utilizadas e desenvolvidas pela Organização para se relacionar e interagir com seus sujeitos e todas as formas de comunicação que acontecem entre seus sujeitos (SCROFERNEKER, 2006).

Com isto observa-se que a comunicação organizacional da Coopernatural constitui muito mais as suas relações de trabalho do que estas constituem a comunicação, ou seja, a comunicação organizacional da cooperativa faz com que as

relações de trabalho se estabeleçam cada vez mais e se mantenham, na medida do possível, estáveis e consolidadas, mantendo o grupo coeso. As relações de trabalho, por serem realizadas de forma heterogênea e com base no *imprinting* cultural de cada cooperativado, nem sempre constituem a comunicação organizacional. Na Coopernatural, as relações de trabalho estabelecidas pela comunicação procuram agregar os valores individuais aos valores coletivos, fazendo com que o trabalho assuma um sentido de liberdade para os sujeitos. Isto somente se torna possível pela comunicação organizacional, representada pela comunicação Organização/sujeito, sujeito/sujeito.

O terceiro objetivo proposto neste trabalho foi compreender de que forma os mitos, ritos, heróis e as relações de poder, enquanto elementos simbólicos da comunicação organizacional, interagem, alteram, interferem e (re)criam as identidades e o imaginário dos cooperativados. Os mitos, ritos, heróis e relações de poder são entendidos como elementos simbólicos da cultura organizacional. A relação entre cultura e Organização/comunidade, aqui estudados, está em movimento recursivo, no qual estes elementos simbólicos que compõem tanto a cultura como os grupos são produtores de uma nova ordem e ao mesmo tempo produtos desta ordem estabelecida simultaneamente (MORIN, 2008b). O que se observa é que há um constante processo de recriação da cultura da Coopernatural, juntamente com a recriação dos elementos simbólicos referentes à comercialização de seus produtos.

Sendo assim, admite-se que as práticas mercantis estão, a todo o momento, nos mitos, ritos, heróis e relações de poder, interagindo, alterando, interferindo e (re)criando as identidades dos cooperativados. Reforça-se o entendimento de Bauman (2001) de que na modernidade a identidade torna-se líquida, múltipla, móvel, pessoal ou coletiva e sujeita a mudanças e inovações. Esta ligada à individualidade e ao desenvolvimento de um único eu, ou seja, a todos os membros do grupo da Coopernatural, a prioridade recai sobre a necessidade de comercializar seus produtos, e por esta razão faz-se necessário pertencer ao grupo.

Com isto a solidariedade, enquanto elemento mítico de integração do grupo, está interagindo, alterando, interferindo e (re)criando apenas o imaginário dos cooperativados, uma vez que o imaginário pode ser compreendido como oposto ao real.

Segundo Castoriadis (1982), o imaginário é expresso quando se quer falar de alguma coisa 'inventada', quer se trate de uma história imaginada em todas as partes, ou de um deslocamento de sentido, na qual os símbolos já disponíveis, neste caso mitos, ritos, heróis e relações de poder, são investidos de outras significações que não as suas significações reais. Sob esta perspectiva o imaginário se separa do real, e, neste caso estudado, a solidariedade passa a ser o compartilhamento de ideias apenas de forma imaginada pelo o grupo.

Os elementos simbólicos pressupõem a existência do imaginário na cooperativa pela da solidariedade, mas que pode ser apropriado de forma diferenciada pelos imaginários individuais. O sujeito, com seu imaginário individual, coexistindo com o imaginário social, se constrói e se reconstrói dentro da cultura da cooperativa. Imaginário e cultura coabitam e coexistem no espaço organizacional e estão constantemente transformando-se em função das representações simbólicas dos sujeitos que compõem a Organização. Percebe-se pela fala de alguns cooperativados (Ana) o imaginário motor que a possibilita ser levada pela imaginação criativa no ambiente de trabalho, sem se sentir reprimida pelas regras imperativas, muitas vezes agindo contra o pensamento do grupo. Em outros cooperativados (Jorge) identifica-se o imaginário enganador, que tenta prender os sujeitos nas armadilhas dos seus próprios desejos e carências.

Assim, quando se entende a cooperativa enquanto Organização com uma estrutura complexa e um sistema de comunicação aberto, a tendência é pensar em uma forma de imaginário (enganador e/ou motor) em detrimento do outro, ou de uma cultura mais homogênea, ou da realidade/irrealidade dos elementos simbólicos. Em Organizações complexas e abertas, os sistemas imaginários, culturais e simbólicos (ENRIQUEZ, 1997) e identitários tanto da Organização quanto dos sujeitos não têm limites de começo e de fim. Eles se penetram, se misturam, se mesclam constantemente na (re)criação da Organização, sua cultura, seus símbolos, identidades e imaginários. O que se pode identificar, pelas observações, é que a solidariedade compartilhada no grupo, por processos de comunicação, (re)cria muito mais o imaginário, ao passo que a comercialização dos produtos, (re)cria a identidade dos cooperativados.

Diante de tantas identificações, percepções, observações e inferências realizadas neste trabalho o processo para a construção deste conhecimento agora se torna parte. A

relação entre pesquisador e pesquisa aconteceu de forma recursiva e hologramática, na qual o pesquisador se tornou parte do todo no processo de produção da pesquisa, ao mesmo tempo em que a pesquisa o produziu. A relação se deu ainda de forma dialógica com seus antagonismos e complementaridades em que algumas incertezas, que motivaram este trabalho foram compreendidas, ao passo que outras surgiram uma vez que o conhecimento não é acabado.

Guiada pelas motivações que deram início a esta pesquisa, junto ao objeto de estudo trabalhado, as incertezas¹⁸¹ aqui apresentadas podem ser problematizadas em outros objetos de estudos a fim de novos conhecimentos tornarem-se parte de um todo maior. Morin (2007) sugere que não há teoria sem brecha, não há pensamento sem risco, e é nisto que o pensamento desta pesquisa se apoiou: em abrir novas brechas, no risco, na incerteza, na desordem para a geração de novos outros conhecimentos. Afinal, o que se espera de um processo de pesquisa e geração de conhecimento do conhecimento é subverter o pensamento linear, procurar, cada vez mais, por novas possibilidades de compreensões, implicando nelas subjetividades e afetividades, sem visualizar a finalização do processo de pesquisa. Assim a problematização gera novas problematizações para (re)tecer um pensamento complexo.

¹⁸¹ Incertezas entendidas aqui como os problemas desta pesquisa sendo eles: como as cooperativas de economia solidária se efetivam no processo capitalista vigente mantendo, ou não, seus princípios de solidariedade? E como as relações de trabalho constituem e são constituídas pela comunicação organizacional em cooperativas de economia solidária? E de que forma os mitos, ritos, heróis e as relações de poder, enquanto elementos simbólicos da comunicação organizacional, interagem, alteram, interferem e (re)criam as identidades e o imaginário dos cooperativados?

7 REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE (2003). Autogestão. IN: CATTANI, Antonio David. **A outra economia**. Porto Alegre: Veraz Editores, 2003.

AKTOUF, Omar. O simbolismo e a cultura da empresa: dos abusos conceituais às lições empíricas. IN: CHANLAT, Jean François. **O indivíduo na organização**: dimensões esquecidas. Vol. II. São Paulo: Atlas, 1994.

AUGÉ. Marc. **Não-lugares**: introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas, SP: Papyrus, 1994.

BALDISSERA, Rudimar. A teoria da complexidade e novas perspectivas para os estudos de comunicação organizacional. IN: KUNSCH, Margarida. **Comunicação organizacional**: históricos, fundamentos e processos. Vol.1. São Paulo: Saraiva, 2009.

_____. Organizações como complexus de diálogos, subjetividades e significações. IN:KUNSCH, Margarida. **A comunicação como fator humano nas organizações**. São Caetano do Sul, SP: Difusão editora, 2010.

BARBOSA, Rosangela Nair de Carvalho. **A economia solidária como política pública**: uma tendência de geração de renda e ressignificação do trabalho no Brasil. São Paulo: Cortez, 2007.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as conseqüências humanas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

_____. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

_____. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

BEDIN, Gilmar Antônio. **Os direitos do homem e do neoliberalismo**. Ijuí: Editora UNIJUI, 1998.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil; São Paulo: Difel, 1989.

BUENO, Wilson da Costa. **A comunicação empresarial estratégica: definindo os contornos de um conceito**. Conexão – Comunicação e Cultura, UCS, Caxias do Sul, v. 4, n. 7, p. 11-20, jan./jun. 2005.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Diferentes, desiguais e desconectados: mapas de interculturalidade**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2007.

CASTORIADIS, Cornelius. **A Instituição imaginada da sociedade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra. 1982.

COLPO, Caroline D. **Responsabilidade social no desenvolvimento regional**. Dissertação de mestrado UNISC, 2005.

COSTA, Maria Eugenia. Grupo focal. IN: DUARTE, Jorge. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2008.

COSTA, Pedro; CARRION, Rosinha. Situando a Economia Solidária no Campo dos Estudos Organizacionais. **Otra Economía** - Volumen III - Nº 4 - 1º semestre/ 2009, Buenos Aires, Argentina. ISSN 1851-4715 - www.riless.org/otraeconomia

CURVELLO, João José. O desvendar da cultura organizacional. . IN: DUARTE, Jorge. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2008.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Contraponto editora, 2003.

DIAS, José Peregrino Araújo. **Cooperativismo**: o que é, por quê e como. São Luís: Instituto do Homem, 1991.

DOMINGUES. Paulo de Tarso. **Variações sobre o Capital Social**. Editora [Almedina](#). Coleção: [Teses de Doutorado](#), 2009

DORFLES, Gillo. **Novos ritos, novos mitos**. São Paulo, Editora Arte e Comunicação, 1965.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. IN: DUARTE, Jorge. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2008.

DUTRA, Myriam Cadorin. **Comunicação e trabalho**: as (im)possibilidades da investigação apreciativa. Tese doutorado. Fac. de Comunicação Social, PUCRS, 2010

ENRIQUEZ, Eugène. **A organização em análise**. Petrópolis, RJ: Vozes 1997.

_____. Vida psíquica e organização. IN: FREITAS, Maria. MOTTA, Fernando. **Vida psíquica e organização**. Rio de Janeiro: FGV, 2000.

FIGARO, Roseli. Relações de comunicação no mundo do trabalho e a comunicação das organizações. IN:KUNSCH, Margarida. **A comunicação como fator humano nas organizações**. São Caetano do Sul, SP: Difusão editora, 2010.

FLEURY, Maria Tereza Leme. O desvendar a cultura de uma organização: uma discussão metodológica. In: FLEURY, Maria Tereza Leme; FISCHER, Rosa Maria. **Cultura e poder nas organizações**. São Paulo: Atlas, 1996.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1981.

FRANÇA, Genauto e LAVILLE, Jean-Louis. **A economia solidária**: uma abordagem internacional. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004.

FREITAS, Maria Ester. **Cultura organizacional**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2000.

GALBRAITH, John Kenneth. **Anatomia do poder**. São Paulo: Pioneira, 1986.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1989.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas em pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1994.

GODOY, Arilda Schmidt. **Pesquisa Qualitativa**. Revista de administração de empresas. São Paulo, v.35, n.3, p 20 – 29, 1995.

GOLDIM, José Roberto. **Cadernos de ética em pesquisa**. Publicação da Conep. Ano V. Número 9. Janeiro de 2002

HALL, Stuart. Quem precisa de identidade? IN: SILVA, Tomaz Tadeu de. **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

_____. **A identidade Cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

HARVEY, David. **Espaços de esperança**. 2ed. São Paulo: Loyola, 2009.

HESPANHA, Pedro. Mal-estar e risco social num mundo globalizado: novos problemas e novos desafios para a teoria social. IN: SANTOS, Boaventura. **A globalização e as ciências sociais**. 3ed. São Paulo: Cortez 2005.

IANNI, Octavio. **Teorias da globalização**. 5ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

_____, Octavio. **Enigmas da Modernidade-Mundo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

_____, Octavio. **A sociedade global**. 10ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

LAPASSADE, Georges. **Grupos, organizações e instituições**. Rio de Janeiro: F Alves, 1989.

LITTLEJOHN, Stephen W. **Fundamentos teóricos da comunicação humana**. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

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

KUNSCH, Margarida Maria K. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Até que ponto, de fato, no comunicamos?** São Paulo: Paulus, 2004.

_____. **Para entender a comunicação:** contatos antecipados com a nova teoria. São Paulo: Paulus, 2008.

MATTELART, Armand. **Comunicação-mundo: história das ideias e das estratégias.** 4ed. Petropolis, RJ: Vozes, 1994.

McGrew. A. A global Society. In: HALL. Stuart. **Modernity and its futures.** Cambridge: Polity Press, 1992.

MEAD, George H. **Espírito, persona y sociedad.** Mexico: Editora Paidós, 1993.

MENDES, José Manuel Oliveira. O desafio das identidades. IN: SANTOS, Boaventura de Souza (org.). **Globalização e as ciências sociais**, 3ª ed. São Paulo: Editora Cortez, 2005.

MORGAN, Gareth. **Imagens da Organização.** São Paulo: Atlas, 2000.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo.** Lisboa: Instituto Piaget, 1991.

_____. **O método II:** a vida da vida. Porto Alegre: Sulina, 2002.

_____. **O Método III:** o conhecimento do conhecimento. Porto Alegre: Sulina, 2008a.

_____. **O Método IV:** as ideias. Porto Alegre: Sulina, 2008b.

_____. **O Método V:** a humanidade da humanidade. Porto Alegre: Sulina, 2007.

_____. **O Método VI:** ética. Porto Alegre: Sulina, 2005.

PERUZZO, Cicília. **A comunicação dos movimentos populares**: a participação na construção da cidadania. Petrópolis, RJ: Vozes. 1998.

PERUZZO, Cicília. Observação participante e pesquisa-ação. IN: DUARTE, Jorge. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2008.

POCHMANN, M. **O emprego na globalização**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2001.

POLANYI, Karl. **A grande transformação**: as origens da nossa época. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

Presidente da Cooperativa, em entrevista a Jacira Colaço, na **Revista Lavoura**. Junho, 2008.

ROMAN, Artur Roberto. Organizações: um universo de discursos bem-ditos, mal-ditos e não-ditos. IN: KUNSCH, Margarida Maria K. **Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectivas**. Volume 2. São Paulo: Saraiva, 2009

RUDIGER, Francisco. **Introdução à Teoria da Comunicação**. São Paulo: Edicon, 1998.

SANTOS, Boaventura. Os processos de globalização. IN: SANTOS, Boaventura. **A globalização e as ciências sociais**. 3ed. São Paulo: Cortez 2005

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. 6ed. Rio de Janeiro: Record, 2001.

_____. **O país distorcido: o Brasil, a globalização e a cidadania**. São Paulo: PublifolhaRecord, 2002.

SCHIMIDT Derli; PERIUS, Vergílio. Cooperativismo e cooperativa. IN: CATTANI, Antonio David. **A outra economia**. Porto Alegre: Veraz Editores, 2003.

SCROFERNEKER. 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.

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

_____. **Comunicação e cultura organizacional**: a complexidade dos diálogos '(in) visíveis'. Porto alegre: PUC/RS, 2009.

SEGALEN, Martine. **Ritos e rituais contemporâneos**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002.

SILVA, Juremir Machado da. **As tecnologias do imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

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

SINGER, Paul. **Globalização e desemprego**: diagnóstico e alternativas. 3.ed. São Paulo: Contexto, 1999.

_____. "Economia solidária: um modo de produção e distribuição", in Paul Singer e André Ricardo de Souza (orgs.), **A economia solidária no Brasil**, São Paulo: Contexto, 2000.

_____. **O que é economia**. 4.ed. São Paulo: Contexto, 2001.

_____. **Introdução à economia solidária**. São Paulo: Perseu Abramo, 2002.

SOUZA, André Ricardo. **Uma outra economia é possível**: Paul Singer e a economia solidária. São Paulo. Contexto, 2003.

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

SULZBACHER, Aline Weber. **Agroindústria Familiar Rural: caminhos para estimar impactos sociais**. XIX Encontro nacional de geografia agrária, São Paulo, 2009, pp. 1-25. Disponível em http://www.geografia.fflch.usp.br/inferior/laboratorios/agraria/Anais%20XIXENGA/artigos/Sulzbacher_AW.pdf acesso em 30/01/2012

TENÓRIO, F.G. Gestão social: uma perspectiva conceitual. **Revista de Administração Pública**, 32 (5): 7-23, set/out 98. Rio de Janeiro: FGV, 1998.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura**: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis: Vozes, 1995.

WOOD Jr. Thomaz. **Organizações espetaculares**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2001.

WOLTON, Dominique. **Pensar a comunicação**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2004.

_____. **Informar não é comunicar**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2010.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. IN: SILVA, Tomaz Tadeu da. **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis, RJ. Vozes, 2000.

SITES:

http://www.coopernatural.com.br/quem_somos.php. Acesso em 17/05/2011.

www.cebrap.org.br. Acesso em 10/01/2011.

www.caritas.pt/cr/noticias. Acesso em 14/12/ 2010.

<http://www.fichalimpa.org.br/>. Acesso em 17/02/ 2011.

<http://veja.abril.com.br/noticia/economia/economia>. Acesso em 27/03/2011.

http://www.mte.gov.br/ecosolidaria/ecosolidaria_default.asp. Acesso em 17/11/ 2010.

<http://www.scp.rs.gov.br/atlas/atlas.asp?menu=298>. Acesso em 12/01/2012.

www.fee.tche.br. Acesso em 02/02/2012.

http://www.acinh.com.br/download/cenarios_JAN2009.pdf. Acesso em 12/12/2011.

<http://www.walmartbrasil.com.br/sobre-o-walmart/no-brasil/>. Acesso em 07/08/2011.

<http://www.grupopaodeacucar.com.br/o-grupo/missao--visao-e-pilares/>. Acesso em 07/08/2011.

<http://portal.mte.gov.br/portal-mte/>. Acesso em 07/02/2012.

<http://www.picadacafe.rs.gov.br/sobre/historia.asp> extraído em 23/05/2011. Acesso em 01/02/2012.

<http://www.cepagro.org.br/news/25/54/>. Acesso em 01/02/2012.

<http://www.ceasa.rs.gov.br/>. Acesso em 23/02/2012.

www.procempa.com.br. Acesso em 18/02/2012.

<http://www.receita.fazenda.gov.br/pessoajuridica/pispasepcofins/default.htm> . Acesso em 23/01/2012.

<http://www.portaltributario.com.br>. Acesso em 23/01/2012.

<http://www.ecovida.org.br>. Acesso 25/01/2012.

<http://portal.anvisa.gov.br/wps/portal/anvisa/anvisa/agencia>. Acesso em 26/02/2012.

<http://www.saa.rs.gov.br/servicos.php?cod=25>. Acesso em 24/01/2012.

<http://www.ecocert.com.br>. Acesso em 25/01/2012.

http://www2.portoalegre.rs.gov.br/smic/default.php?p_secao=160. Acesso em 09/02/2012.

<http://www.sebrae.com.br/customizado/sebrae>. Acesso em 07/03/2012.

<http://www.emater.tche.br/site/sobre/missao.php>. Acesso em 07/03/2012.

<http://www.salao.turismo.gov.br/salao/home.html>. Acesso em 13/03/20112.

<http://www.biofach-americalatina.com.br>. Acesso em 13/03/20112.

<http://www.mda.gov.br/feira2012/>. Acesso em 18/03/2012.

<http://wp.clicrbs.com.br/almanaquegaucho> extraído em 18/03/ 2012. Acesso em 18/03/2012.

8 APÊNDICE

Roteiro de entrevista de acordo com as três facetas do interacionismo simbólico

Nome:

Idade:

Família com quantas pessoas:

Há quanto tempo esta na cooperativa:

Qual o vínculo com a cooperativa:

Como ficou sabendo da cooperativa?

Por que ingressou na cooperativa? convidado, motivação pessoal, amigos, renda, forma de trabalho, trabalho em grupo, solidariedade

Quantas vezes por mês você se encontra com os membros da cooperativa? Como é este encontro?

A família participa do processo da cooperativa?

A renda cooperativa é a única fonte de renda da família?

Como percebe a cooperativa dentro do sistema econômico atual?

Como se sente enquanto membro da cooperativa?

Há um desejo de viver junto ou o interesse econômico prevalece?

Os benefícios sociais são atrativos em que sentido? (relações de poder)

PRIMEIRA FACETA Hoje o que mais motiva a continuar na cooperativa?

Como é o seu relacionamento com os demais integrantes da cooperativa?

Como se comunica com eles?

O relacionamento é igual com todos?

Quem é o membro mais marcante da cooperativa? Por que?

Ele teve papel significativo na entrada ou permanência na cooperativa? (heróis)

SEGUNDA FACETA

O que tem na cooperativa que você mais se identifica (símbolo)?

É isto que faz você permanecer como membro da cooperativa?

Você acredita no futuro da cooperativa como ela esta estruturada hoje?

O que você mudaria?

O que mais o mantém ligado a cooperativa hoje? Por que?

Com quem você tem mais vínculos? (heróis e relações de poder)

TERCEIRA FACETA

Você realmente acredita na causa da cooperativa? Por que?

O que entende por solidariedade?

E economia solidária?

Você aplica no dia-a-dia (comunica)

Como vê a cooperativa hoje?

Evoluiu?

Mudou?

Quais as principais memórias que tem da cooperativa nestes 10 anos?

O que você faz na cooperativa que mais gosta? (mitos e ritos)

Qual sua principal contribuição da cooperativa para sua vida?

Você tem interesse que seus filhos continuem com a cooperativa para perpetuar a história? Por que?

9 ANEXO

Estatuto social da Coopernatural:

COOPERATIVA AGROPECUÁRIA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO VIDA NATURAL – COOPERNATURAL

ESTATUTO SOCIAL

CAPITULO I

DA DENOMINAÇÃO, SEDE, FORO, ÁREA DE AÇÃO, PRAZO DE DURAÇÃO E ANO SOCIAL

Art. 1º - A COOPERATIVA AGROPECUÁRIA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO VIDA NATURAL – COOPERNATURAL - rege-se pelo presente Estatuto Social e pelas disposições legais em vigor, tendo :

- a) Sede e administração à Rodovia Presidente Getulio Vargas, n.º 4077, Bairro Centro, na cidade de Picada Café/RS, CEP 95.175-000, Estado do Rio Grande do Sul, e foro jurídico na Comarca de Nova Petrópolis/RS.
- b) A área de ação, para efeito de admissão de associados, abrangendo todo o Estado do Rio Grande do Sul;**
- c) O prazo de duração indeterminado e ano social compreendido no período de 1º de Janeiro a 31 de Dezembro;
- d) A Cooperativa poderá possuir unidades de produção independente, porém voltados para os mesmos objetivos sociais e econômicos ;
- e) A Assembléia Geral definirá as rotinas administrativas, controles e objetivos de cada unidade de produção.

CAPITULO II

DOS OBJETIVOS SOCIAIS

Art. 2º - A COOPERATIVA AGROPECUÁRIA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO VIDA NATURAL – COOPERNATURAL, com base na colaboração recíproca a que se obrigam seus associados, tem como objetivo principal proporcionar o exercício da atividade profissional aos Agricultores, residentes em sua área de ação, no beneficiamento e comercialização da produção de produtos sem agrotóxicos, exportação, importação, comércio de produtos alimentícios.

Parágrafo Único - Para a execução de seus objetivos e programação:

- a) Contratar serviços para seus associados em condições e preços convenientes;
- b) Fornecer assistência aos associados no que for necessário para melhor executar o trabalho;
- c) Providenciar e organizar os trabalhos de modo a aproveitar a capacidade dos associados, sempre distribuindo-os conforme aptidões e interesses coletivos dos mesmos;
- d) Realizar em companhias seguradoras, em benefício de seus interessados, seguro de vida coletivo e de acidente de trabalho se assim lhes convier;
- e) Prestar assistência social e educacional aos associados e respectivos dependentes, bem como os prestadores de serviços à **COOPERATIVA AGROPECUÁRIA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO VIDA NATURAL – COOPERNATURAL**.
- f) Promover, mediante convênio com entidades especializadas, públicas ou privadas, o aprimoramento técnico, profissional e educacional de seus associados, tendo sempre em vista a educação cooperativista e da ecologia e a racionalização dos meios de produção;
- g) Promover a pesquisa científica em geral e especificamente sobre produção, fabricação, distribuição, armazenamento, consumo e qualidade dos alimentos, mantendo relações com órgãos e instituições afins.

CAPÍTULO III

DOS ASSOCIADOS

Seção I

ADMISSÃO, DIREITOS, DEVERES E RESPONSABILIDADES

Art. 3º - Poderá ingressar na cooperativa, salvo se houver impossibilidade técnica de prestação de serviços, qualquer agricultor que esteja desenvolvendo suas atividades sem o uso de agrotóxicos na área de ação da cooperativa, desde que observe as disposições deste Estatuto e não pratique outra atividade que possa prejudicar ou colidir com os interesses e objetivos da entidade.

Parágrafo 1º - As pessoas jurídicas que praticarem atividades pertinentes com os objetivos da cooperativa, poderão à ela se associarem, porem não ser-lhe-á permitido o acesso a cargos eletivos bem como à seus sócios;

Parágrafo 2º - O número de associados não terá limite quanto ao máximo, mas não poderá em hipótese alguma, ser inferior a 20(vinte) pessoas físicas.

Art. 4º - Para associar-se, o interessado preencherá a respectiva proposta fornecida pela **COOPERATIVA AGROPECUÁRIA DE PRODUÇÃO E**

COMERCIALIZAÇÃO VIDA NATURAL – COOPERNATURAL assinando-a com outros dois associados proponentes.

Parágrafo 1º - Aprovada pelo Conselho de Administração a sua proposta de inscrição, o candidato subscreverá as quotas-partes de capital nos termos e condições previstas neste Estatuto e, juntamente com o presidente da Cooperativa, assinará o livro ou ficha de matrícula;

Parágrafo 2º - A subscrição de quotas-partes de capital pelo associado e assinatura no livro ou ficha de matrícula complementarão a sua admissão na **COOPERATIVA AGROPECUÁRIA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO VIDA NATURAL – COOPERNATURAL**.

Art. 5º - Cumprindo o que dispõe o Art. 4º, o associado adquiri todos os direitos e assume todos os deveres e obrigações decorrentes da Lei, deste Estatuto e das deliberações tomadas pelas Assembléias.

Art. 6º - O associado tem direito a:

- a) Tomar parte nas Assembléias Gerais, discutindo e votando os assuntos que nela se tratarem, ressalvados os casos previstos no Art. 26;
- b) Propor ao conselho de administração ou as Assembléias Gerais medidas de interesses da Cooperativa;
- c) Votar e ser votado para membro do Conselho de Administração ou Fiscal da Cooperativa ou de outros órgãos da mesma, salvo se estiver estabelecida relação empregatícia com a Cooperativa, caso em que só readquire tais direitos após a aprovação, pela Assembléia Geral, das contas do exercício em que tenha deixado de ser empregado;
- d) Demitir-se da Cooperativa quando lhe convier;
- e) Realizar com a Cooperativa as operações que constituam o seu objetivo;
- f) Solicitar por escrito, quaisquer informações sobre os negócios da cooperativa;
- g) Consultar os livros e peças do balanço geral e outros documentos que julgar necessário;
- h) Convocar Assembléia Geral Extraordinária juntamente com outros associados;
- i) Destituir os Administradores ou Conselheiros em Assembléia;
- j) Propor critérios da distribuição das sobras líquidas;
- l) Participar da Provisão de Solidariedade, constituído por valores estimados de encargos sociais e cuja regulamentação constará em Regimento próprio.

Parágrafo Único - A fim de serem apreciadas pela Assembléia Geral, as propostas dos associados referidas na letra “b”, deste artigo, deverão ser apresentadas ao Conselho de Administração com a necessária antecedência, e constar do respectivo Edital de Convocação.

Art. 7º - O associado tem o dever e a obrigação de:

- a) Subscrever e realizar as quotas-partes de capital nos termos deste Estatuto, e

- contribuir com as taxas de serviços e encargos operacionais que forem estabelecidos;
- b) Cumprir as disposições da Lei e do Estatuto, bem como respeitar as Resoluções regularmente tomadas pelo Conselho de Administração e as deliberações das Assembléias Gerais;
 - c) Satisfazer pontualmente seus compromissos para com a cooperativa, dentre os quais o de participar de sua vida societária e empresarial;
 - d) Realizar as operações econômicas que constituem suas finalidades, dentro das limitações, se for o caso, estabelecidas pelo Conselho de Administração;
 - e) Participar das perdas do exercício, proporcionalmente às operações que realizou com a cooperativa, se o fundo de reservas não for suficiente para cobri-las;
 - f) Prestar a cooperativa esclarecimento sobre as suas atividades relacionadas com os objetivos sociais;
 - g) Acusar o seu impedimento nas deliberações sobre qualquer operação em que tenha interesse oposto ao da Cooperativa;
 - h) Levar ao conhecimento do Conselho de Administração e/ou Conselho Fiscal a existência de qualquer irregularidade que atente contra a Lei do Estatuto.

Art. 8º - A perda não justificada da produção, parcial ou total, a juízo do Conselho de Administração, dará lugar a multa de 05%(cinco por cento) sobre a mesma, podendo ser aplicada em dobro, em caso de reincidência sendo que o pagamento deverá ser efetuado até o final do mês em que a multa tiver sido aplicada.

Art. 9º - O associado responde solidariamente pelos compromissos da Cooperativa até o valor do capital por ele subscrito.

Parágrafo Único - A responsabilidade do associado, como tal, pelos compromissos da cooperativa, em face de terceiros, perdura para os demitidos, eliminados ou excluídos, até que sejam aprovadas as contas do exercício em que se deu o desligamento, mas só poderá ser invocada depois de judicialmente exigida da Cooperativa.

Art. 10 - As obrigações dos associados falecidos, contraídas com a Cooperativa e as decorrentes de sua responsabilidade como associado, em face de terceiros, passam aos herdeiros, prescrevendo, após 01(um) ano do dia da abertura da sucessão.

Parágrafo Único - Os herdeiros do associados falecidos tem direito ao Capital realizado e demais créditos pertencentes ao “de cujos” ficando-lhes assegurado o direito de ingresso na Cooperativa desde que preencham as condições estabelecidas deste Estatuto.

Seção II

DA DEMISSÃO, ELIMINAÇÃO EXCLUSÃO

Art. 11 - A demissão do associado, que não poderá ser negada, dar-se-á unicamente a seu pedido e será requerida ao Presidente, sendo por este levada ao Conselho de Administração em sua primeira reunião e averbada no livro de matrícula, mediante termo assinado pelo Presidente e pelo associado demissionário.

Art. 12 - A eliminação do associado, que será aplicada em virtude de infração da Lei ou deste Estatuto, será feita por decisão do Conselho de Administração, depois de reiterada notificação ao infrator, devendo os motivos que a determinaram constar ao termo lavrado no livro matrícula e assinado pelo presidente.

Parágrafo 1º - Além de outros motivos, que porventura vierem a ocorrer, o Conselho de Administração poderá eliminar o associado que:

- a) Vier a exercer qualquer atividade considerada prejudicial a Cooperativa ou que colida com seus objetivos;
- b) Depois de notificado, voltar a infringir disposições da Lei, deste Estatuto, das Resoluções ou Deliberações da Cooperativa;
- c) Deixar de exercer, na área de ação da cooperativa a atividade que lhe facultou associar-se.

Parágrafo 2º - Cópia autêntica da decisão será remetida ao interessado, por processo que comprove as datas da remessa e do recebimento.

Parágrafo 3º - O associado eliminado poderá, dentro do prazo de 30(trinta) dias, a contar da data do recebimento da notificação, interpor recurso, que terá efeito suspensivo até a primeira Assembléia Geral.

Art. 13 - A exclusão do associado será feita:

- a) Por dissolução da pessoa jurídica;
- b) Por morte do associado, pessoa física;
- c) Por incapacidade civil não suprida;
- d) Por deixar de atender os requisitos Estatutários de ingresso ou permanência na Cooperativa.

Parágrafo Único - A exclusão do associado com base nas disposições da alínea “d”, deste artigo, será feita por decisão do Conselho de Administração, aplicando-se o disposto do Art. 12, “caput” e Parágrafos 2º e 3º.

Art. 14 - Em qualquer caso de demissão, eliminação ou exclusão, o associado só terá direito a restituição do Capital que integralizou, das sobras e de outros créditos que lhe tiverem sido registrados, não lhe cabendo nenhum outro direito.

Parágrafo 1º - A restituição, de que se trata este artigo, somente poderá ser exigida em Assembléia Geral depois que o balanço do exercício, for aprovado, em que o associado tenha sido desligado da Cooperativa.

Parágrafo 2º - O Conselho de Administração poderá determinar que a restituição deste capital seja feita em parcelas iguais e mensais, a partir do exercício financeiro que se seguir, ao em que se deu o desligamento.

Parágrafo 3º - Ocorrendo demissões, eliminações ou exclusões de associados, em número tal, que as restituições das importâncias referidas neste artigo possam ameaçar a estabilidade econômica financeira da Cooperativa, esta poderá restituí-la mediante critérios que resguardem a sua continuidade.

Art. 15 - Os atos de demissão ou exclusão, acarretam o vencimento e pronta exigibilidade das dívidas do associado na cooperativa, sobre cuja liquidação caberá ao Conselho de Administração decidir.

Parágrafo Único - A qualidade de associado, para os demitidos, eliminados ou excluídos, em relação aos seus direitos e deveres sobre resultados do exercício em que se deu o desligamento, perdura até a data da Assembléia Geral que aprovar o respectivo balanço de contas, de cujos debates poderá participar, observando o disposto no Art. 27 deste Estatuto.

CAPÍTULO IV

DO CAPITAL

Art. 16 - O capital social da Cooperativa, representado por quotas-partes, não terá limites quanto ao máximo, mas não poderá ser inferior a R\$ 10.000,00(dez mil reais).

Parágrafo 1º - O capital social é subdividido em quotas-partes no valor de R\$ 10,00(dez reais) cada uma.

Parágrafo 2º - A quota parte é indivisível e intransferível a não associado, não podendo ser negociado de modo algum, devendo sua subscrição, realização, transferência ou restituição, ser sempre escriturada no livro de matrícula.

Parágrafo 3º - As quotas partes, depois de integralizadas poderão ser transferidas proporcionalmente em igual quantidade entre todos os associados, a partir do primeiro balanço de exercício social, mediante averbação do livro de matrícula, termo que conterà a assinatura do Cedente dos Cessionários e do Presidente, de forma que todos os associados mantenham a mesma quantidade de quotas.

Parágrafo 4º - As quotas serão atualizadas monetariamente, para manter o seu valor real, recebendo ainda, um juro anual de 06%(seis por cento).

Parágrafo 5º - A Cooperativa poderá criar capital rotativo, consoante proposição do Conselho de Administração, aprovada pela Assembléia Geral.

Parágrafo 6º - Para efeito de integralização das quotas partes ou de aumento de capital social, poderá a cooperativa receber bens avaliados previamente e após homologação da Assembléia Geral.

Art. 17 - Cada associado obriga-se, no ato de sua matrícula, a subscrever, no mínimo, 50(cinquenta) quotas partes, cuja integralização se dará em 50(cinquenta) parcelas mensais, iniciando a partir do segundo mês da fundação da **COOPERATIVA AGROPECUÁRIA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO VIDA NATURAL – COOPERNATURAL**.

Parágrafo Único - Cada associado obriga se a pagar um juro anual de 06%(seis por cento) pela quota-parte não integralizada.

CAPITULO V

DA ASSEMBLÉIA GERAL

Seção I

DA DEFINIÇÃO E FUNCIONAMENTO

Art. 18 - A Assembléia Geral dos Associados, Ordinária ou Extraordinária, é o órgão supremo da cooperativa, e dentro dos limites da Lei e deste Estatuto, tomará todas e quaisquer decisões de interesse da sociedade, e suas deliberações vinculam a todos, ainda que ausentes ou discordantes.

Art. 19 - A Assembléia Geral será habitualmente convocada e dirigida pelo Presidente, após deliberação do Conselho de Administração.

Parágrafo 1º - Poderá ser convocada pelo Conselho Fiscal, se ocorrerem motivos graves e urgentes ou, ainda, por 1/5(um quinto) dos associados em pleno gozo de seus direitos sociais, após uma solicitação não atendida.

Parágrafo 2º - Não poderá participar da Assembléia Geral o associado que:

- a) Tenha sido admitido após a sua convocação;
- b) Esteja na infringência de qualquer disposição do Art. 7º deste Estatuto.

Art. 20 - As Assembléias Gerais, serão convocadas com antecedência mínima de 10(dez) dias, em três convocações com intervalo de 01(uma) hora.

Parágrafo Único - As três convocações poderão ser feitas em um único Edital, desde que nele constem expressamente, os prazos para cada uma.

Art. 21 - Não havendo quórum suficiente para instalação das Assembléias Gerais, convocadas nos termos do Art. 20, será feita nova convocação com antecedência também de 10(dez) dias.

Parágrafo Único - Se ainda assim não existir quórum para instalação, será admitida a intenção de dissolver a sociedade, fato que deverá ser comunicado as autoridades do cooperativismo.

Art. 22 - Nos editais de convocação das Assembléias Gerais deverão constar:

- a) A denominação da Cooperativa seguida da expressão “Convocação da Assembléia Geral, Ordinária ou Extraordinária”, conforme o caso;
- b) O dia e a hora da reunião, em cada convocação, assim como o local e a sua realização, o qual, salvo motivo justificado, será sempre o da sede social;
- c) A seqüência ordinal das convocações;
- d) A ordem do dia dos trabalhos, com as devidas especificações;
- e) O número de associados existentes na data de sua expedição para efeito do cálculo do quórum de instalação;
- f) Data e assinatura do responsável da convocação.

Parágrafo 1º - No caso da convocação ser feita por associados, o Edital será assinado, no mínimo, pelos 05(cinco) primeiros signatários do documento que a solicitou.

Parágrafo 2º - Os Editais de Convocação serão afixados em locais visíveis das dependências comumente freqüentadas pelos associados e publicados em jornal de circulação local ou regional, e/ou através de outros meios de comunicação.

Art. 23 - É da competência das Assembléias Gerais, Ordinárias ou Extraordinárias, a destituição dos membros do Conselho de Administração, Conselho Fiscal ou de outros.

Parágrafo Único - Ocorrendo destituição que possa comprometer a regularidade da administração ou fiscalização da Cooperativa, poderá a Assembléia Geral designar Administradores e Conselheiros Fiscais provisórios até a posse dos novos, cuja eleição se efetuará no prazo de 30(trinta) dias.

Art. 24 - O quórum para instalação da Assembléia Geral é o seguinte:

- a) 2/3(dois terços) do numero de associados em condições de votar, a primeira

- convocação;
- b) Metade mais um 01(um) dos associados, em segunda convocação.
 - c) Mínimo de 10(dez) associados em condições de voto, em terceira e última convocação.

Parágrafo 1º - Para efeito de verificação do quórum de que trata este artigo, o número de associados presentes em cada convocação, será contado por sua assinatura, seguida dos respectivos números de matrícula, apostas no Livro de Presenças.

Parágrafo 2º - Constatada a existência de quórum e estando no horário estabelecido no Edital de Convocação, o Presidente instalará a Assembléia e tendo encerrado o Livro de presença, mediante termo que contenha a declaração do número de associados presentes da hora do encerramento e da convocação correspondente, fará transcrever estes dados para a respectiva ata.

Art. 25 - Os trabalhos das Assembléias Gerais serão dirigidos pelo Presidente, auxiliado pelo Secretário da Cooperativa, sendo por aquele convidados para participar da mesa os ocupantes de cargos sociais presentes.

Parágrafo 1º - Na ausência do secretário e do seu substituto, o Presidente convidará outro associado para secretariar os trabalhos e lavrar a respectiva ata.

Parágrafo 2º - Quando a Assembléia Geral não tiver sido convocada pelo Presidente, os trabalhos serão dirigidos por associado escolhido na ocasião e secretariado por outro convidado por aquele, compondo a mesa dos trabalhos os principais interessados na sua convocação.

Art. 26 - Os ocupantes de cargos sociais como quaisquer outros associados, não poderão votar nas decisões sobre assuntos que a eles se refiram de maneira direta ou indireta, entre os quais, de prestação de contas, não ficando porém, privados de tomar parte nos respectivos debates.

Art. 27 - Nas Assembléias Gerais em que forem discutidos o Balanço das Contas, o Presidente e o Tesoureiro da Cooperativa, logo após a leitura do Relatório do Conselho de Administração, das peças contábeis e do parecer do Conselho Fiscal, solicitará ao plenário que indique um associado para coordenar os debates da votação da matéria.

Parágrafo 1º - Transmitida a direção dos trabalhos, o Presidente, os demais administradores e os Fiscais deixarão a mesa, permanecendo contudo no recinto, a disposição da Assembléia Geral para os esclarecimentos que forem solicitados.

Parágrafo 2º - O coordenador indicado escolherá, entre os associados, um secretário para auxiliá-lo na redação das decisões a serem incluídas na ata pelo Secretário da Assembléia Geral.

Art. 28 - As deliberações das Assembléias Gerais somente poderão versar sobre assuntos constantes do Edital de Convocação e os que tenham com eles imediata relação.

Art. 29 - O que ocorre na Assembléia Geral deverá constar de ata circunstanciada, lavrada no Livro próprio, aprovada e assinada ao final dos trabalhos, por todos presentes.

Art. 30 - As deliberações das Assembléias Gerais, serão tomadas por maioria de votos dos associados presentes com direito de votar.

Parágrafo Único - Em regra a votação será a descoberto, mas a Assembléia Geral poderá optar pelo voto secreto, atendendo então as normas usuais.

Art. 31 - Prescreve em 02(dois) anos a ação para anular as deliberações das Assembléias Gerais viciadas em erro, dolo, fraude ou simulações, ou tomadas de violação da Lei do Estatuto, contado o prazo da data em que a Assembléia Geral tiver sido realizada.

Seção II

DA ASSEMBLÉIA GERAL ORDINÁRIA

Art. 32 - A Assembléia Geral Ordinária, que se realizará obrigatoriamente uma vez por ano, no decorrer dos 03(três) primeiros meses após o término do exercício social, deliberará sobre os seguintes assuntos que deverão constar na Ordem do Dia:

- a) Prestação de contas dos órgãos da Administração, acompanhada do Conselho Fiscal, compreendendo:
 - 1- Relatório da gestão;
 - 2- Balanço Geral;
 - 3- Demonstrativos das Sobras Apuradas ou das Perdas e do parecer do Conselho Fiscal;
 - 4- Plano da atividade da cooperativa para o exercício seguinte;
- b) Destinação das Sobras Apuradas ou rateio das Perdas, deduzindo-se no primeiro caso as parcelas para os fundos obrigatórios;
- c) Eleição e posse dos componentes do Conselho de Administração, do Conselho Fiscal e de outros, quando for o caso;
- d) Quaisquer assuntos de interesse social, excluídos os enumerados do Art. 34 deste

Estatuto.

Parágrafo 1º - Os membros dos Órgãos de Administração e de Fiscalização, não poderão participar da votação das matérias referidas na letra "a", deste artigo.

Parágrafo 2º - A aprovação do relatório, balanço e contas dos órgãos de Administração, desonera seus componentes da responsabilidade, ressalvados aos casos de erros, fraude ou simulação, bem como de infração da Lei deste Estatuto.

Seção III

DA ASSEMBLÉIA GERAL EXTRAORDINÁRIA

Art. 33 - A Assembléia Geral Extraordinária, realizar-se-á sempre que necessário e poderá deliberar sobre qualquer assunto de interesse da Cooperativa, desde que mencionado no Edital de Convocação.

Art. 34 - É da competência exclusiva da Assembléia Geral Extraordinária, deliberar sobre os seguintes assuntos:

- a) Reforma do Estatuto;
- b) Fusão, incorporação ou desmembramento;
- c) Mudança de objeto da sociedade;
- d) Dissolução voluntária e nomeação de liquidante;
- e) Contas do liquidante.

Parágrafo Único - São necessários votos de 2/3(dois terços) dos associados presentes, para tornar válidas as deliberações de que trata este artigo.

Seção IV

DAS ELEIÇÕES

Art. 35 - Sempre que for prevista a ocorrência de eleições em Assembléia Geral, o Conselho Administrativo, com antecedência idêntica ao respectivo prazo de convocação, notificará em Assembléia para a Formação da Comissão Eleitoral, para que este assuma a coordenação do processo eleitoral.

Art. 36 - O associado para candidatar-se as eleições, deverá solicitar a inclusão de seu nome entre os concorrentes do mesmo cargo, em petição que contenha além da sua assinatura, de mais dois associados no gozo de seus direitos sociais,

assim como a declaração de não estar incluído nos casos de inelegibilidade, enumeradas no Art. 40.

Art. 37 - No exercício de suas funções e coordenação do processo eleitoral, compete a Comissão Eleitoral:

- a) Cientificar-se dos prazos de vencimentos dos mandatos em exercício e do número de vagas existentes;
- b) Divulgar entre os associados, através de circulares e/ou outros meios adequados, o número e a natureza das vagas a preencher;
- c) Registrar os nomes dos candidatos, pela ordem de inscrição, verificando se os membros estão no gozo de seus direitos sociais e se foram observadas as disposições contidas no Art. 36 deste Estatuto;
- d) Estudar as impugnações, prévia ou posteriormente formuladas por associados no gozo de seus direitos sociais, bem como as denúncias de irregularidade nas eleições, encaminhando suas conclusões ao Conselho de Administração, para que este tome as devidas providências.

Parágrafo 1º - A Comissão Eleitoral fixará o prazo para inscrição de candidatos, de modo que possam ser conhecidos e divulgados os seus nomes 05(cinco) dias antes da data da Assembléia Geral que vai proceder as eleições.

Parágrafo 2º - Não se apresentando candidatos ou seu número insuficiente, caberá a Comissão Eleitoral proceder a seleção entre outros interessados que atendam as condições exigidas e que concordem com as normas e formalidades previstas neste tópico.

Art. 38 - O Presidente da Assembléia Geral suspenderá os trabalhos desta para que um membro da Comissão Eleitoral dirija o trabalho das eleições, compreendendo este a repetição dos nomes dos candidatos ou chapas, se houverem, submetendo-os à votação por voto secreto, nomeando atendentes e escrutinadores, cabendo-lhe proclamar os eleitos.

Parágrafo 1º - O transcurso das eleições e os nomes dos eleitos constarão da ata da Assembléia Geral.

Parágrafo 2º - Os eleitos extemporaneamente para as vagas parciais ou totais do Conselho de Administração e Fiscal exercerão cargos somente até o final do mandato dos respectivos antecessores.

Parágrafo 3º - A posse ocorrerá sempre na Assembléia Geral em que se realizou as eleições, após encerrada a Ordem do Dia.

Art. 39 - Não se efetivando nas épocas devidas a eleição dos sucessores, por motivo de força maior devidamente justificado os prazos dos mandatos dos

administradores e fiscais em exercício consideram-se automaticamente prorrogados pelo tempo necessário a que se efetive a sucessão, nunca além de 90(noventa) dias.

Art. 40 - São inelegíveis, além das pessoas impedidas por lei, os condenados a pena que vede ainda que temporariamente o acesso a cargos públicos, ou por crime falimentar, prevaricação, suborno, peculato ou contra a economia popular, a fé pública ou a propriedade.

CAPITULO VI

Seção I

DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Art. 41 - O Conselho de Administração é o órgão superior na hierarquia administrativa, sendo de sua competência privativa e exclusiva responsabilidade a decisão sobre todo e qualquer assunto de ordem econômica ou social, de interesse da Cooperativa ou de seus associados, nos termos da Lei, deste Estatuto e de recomendação da Assembléia Geral.

Art. 42 - O Conselho de Administração será composto de 04(quatro) membros, todos associados no gozo de seus direitos sociais, eleitos pela Assembléia Geral para um mandato de 04(quatro) anos, sendo obrigatória, ao término de cada mandato, a renovação de no mínimo, 02(dois) dos seus componentes.

Parágrafo 1º - Compõe o Conselho de Administração, o Presidente, Vice-Presidente, Tesoureiro e Secretário.

Parágrafo 2º - Nenhum membro do Conselho de Administração poderá exercer mais de 02(dois) mandatos consecutivos.

Parágrafo 3º - Não podem fazer parte do Conselho de Administração, além dos inelegíveis enumerados nos casos referidos no Art. 40 deste Estatuto, os parentes entre si até o 2º(segundo) grau, em linha reta ou colateral.

Art. 43 - Nos impedimentos por prazo inferior a 90(noventa) dias, o Presidente será substituído pelo Vice-Presidente.

Parágrafo 1º - O Vice-Presidente será substituído pelo Tesoureiro, e este pelo Secretário.

Parágrafo 2º - Se o Conselho de Administração ficar reduzido a menos de 04(quatro) membros, deverá ser convocada a Assembléia Geral para o devido preenchimento.

Art. 44 - O Conselho de Administração rege-se pelas seguintes normas:

- a) Deverá reunir-se Ordinariamente uma vez a cada 03(três) meses e Extraordinariamente sempre que necessário, por convocação do Presidente, da maioria ou do próprio Conselho, ou ainda, por solicitação do Conselho Fiscal.
- b) As deliberações serão consignadas em atas circunstanciadas, lavradas em livro próprio, lidas, aprovadas e assinadas pelos membros presentes do Conselho.

Parágrafo Único - Perderá automaticamente o cargo o membro do Conselho de Administração que, sem justificativa, faltar 04(quatro) reuniões Ordinárias consecutivas, ou a 12(doze) durante o ano.

Art. 45 - Cabem ao Conselho de Administração, dentro dos limites da Lei e deste Estatuto, as seguintes atribuições:

- a) Propor a Assembléia Geral as políticas e metas para a orientação geral das atividades da Cooperativa, apresentando programas de trabalho e orçamentos, além de sugerir as medidas a serem tomadas;
- b) Avaliar e providenciar o montante dos recursos financeiros e dos meios necessários ao atendimento das operações e serviços;
- c) Estimar previamente a rentabilidade das operações e serviços, bem como a sua viabilidade;
- d) Estabelecer as normas para funcionamento da sociedade;
- e) Estabelecer sanções ou penalidades a serem aplicadas nos casos de violação ou abuso cometidos contra disposições da Lei, deste Estatuto ou das regras de relacionamento com a sociedade que venham a ser expedidas;
- f) Deliberar sobre admissão, demissão, eliminação e exclusão de associados e suas implicações, bem como sobre a aplicação ou elevação de multas;
- g) Deliberar sobre a convocação da Assembléia Geral e estabelecer sua Ordem do Dia, considerando as proposições dos associados nos termos do Parágrafo único do Art. 6º;
- h) Estabelecer a estrutura operacional dos negócios sociais da administração executiva, criando cargos e atribuindo funções, reservando-se a contratação dos prestadores de serviços graduados e fixando normas para admissão e demissão dos demais prestadores de serviços;
- i) Fixar as normas de disciplina funcional;
- j) Julgar os recursos formulados pelos associados contra decisões disciplinares;
- k) Avaliar a conveniência e fixar o limite de fiança ou seguro de fidelidade para os sócios ou empregados que manipulam dinheiro ou valores da Cooperativa;
- l) Fixar as despesas de administração em orçamento anual que indique a fonte dos recursos para sua cobertura;
- m) Contratar quando se fizer necessário, um serviço independente de auditoria, para o fim e conforme o disposto no Art. 112 da Lei 5.764, de 16.12.1971- Lei Cooperativista;
- n) Indicar o banco, ou bancos, nos quais devem ser feitos os depósitos de numerários disponíveis e fixar o limite máximo que poderá ser mantido em caixa;
- o) Estabelecer as normas de controle das operações de serviços, verificando no mínimo mensalmente, o estado econômico - financeiro da Cooperativa e o desenvolvimento das operações e serviços, através de balancetes da contabilidade e demonstrativos específicos;

- p) Adquirir, alienar ou onerar bens imóveis da sociedade, com expressa autorização da Assembléia Geral;
- q) Contrair obrigações, transigir, adquirir, alienar e onerar bens móveis, ceder direitos e constituir mandatários;
- r) Fixar anualmente taxas destinadas a cobrir depreciação ou desgastes dos valores que compõem o ativo permanente da sociedade;
- s) Zelar pelo cumprimento das Leis do Cooperativismo e outras aplicáveis, bem como pelo atendimento da legislação trabalhista e fiscal;

Parágrafo 1º - O Presidente providenciará para que os demais membros do Conselho de Administração recebam com a antecedência mínima de 03(três) dias, cópias dos balancetes e demonstrativos, planos, projetos e outros documentos sobre os quais tenham que pronunciar-se, sendo-lhes facultado, ainda antes da reunião correspondente, inquirir empregados ou associados, pesquisar documentos e outros, afim de dirimir as dúvidas eventualmente existentes.

Parágrafo 2º - O Conselho de Administração solicitará sempre que julgar conveniente, o assessoramento de quaisquer funcionários graduados e ou funcionários especializados para auxiliá-lo no esclarecimento dos assuntos a decidir, podendo determinar em quais assuntos deva apresentar previamente, projetos sobre questões específicas.

Parágrafo 3º - As normas estabelecidas pelo Conselho de Administração serão baixadas em formas de Resoluções, Regulamento ou Instruções que, em seu conjunto, constituirão o Regimento Interno da Cooperativa.

Art. 46 - Ao Presidente competem, entre outros, os seguintes poderes e atribuições:

- a) Dirigir e supervisionar todas as atividades da Cooperativa;
- b) Encaminhar os atos de execução das decisões do Conselho de Administração;
- c) Assinar, conjuntamente com o Tesoureiro, ou outro Conselheiro designado pelo Conselho de Administração, contratos e demais documentos constitutivos de obrigações;
- d) Convocar e presidir as reuniões do Conselho de Administração, bem como as Assembléias Gerais dos associados;
- e) Apresentar à Assembléia Geral Ordinária:
 - 1- Relatórios da gestão;
 - 2- Balanço Geral;
 - 3- Demonstrativo das sobras apuradas ou das Perdas verificadas no exercício e o parecer do Conselho Fiscal;
- f) Representar ativa e passivamente a Cooperativa, em juízo ou fora dele;
- g) Representar os associados, como solidário com os financiamentos efetuados por intermédio da Cooperativa, realizados em desacordo da Lei e deste Estatuto;
- h) Elaborar plano anual de atividades da Cooperativa;
- i) Verificar freqüentemente o saldo em caixa;
- j) Assinar os cheques bancários em conjunto com tesoureiro.

Art. 47 - Ao Vice-Presidente compete, interesse permanente pelo trabalho do Presidente, substituindo-o em seus impedimentos inferiores a 90(noventa) dias.

Art. 48 - Ao Secretário e o Tesoureiro competem, entre outras, as seguintes atribuições:

- a) **Ao Secretário:** secretariar os trabalhos e orientar a lavratura das atas das reuniões dos Conselhos de Administração e Fiscal e das Assembléias Gerais, responsabilizando-se pela guarda dos livros, documentos e arquivos referentes aos mesmos;
- b) **Ao Tesoureiro:** Assinar conjuntamente com o presidente, contratos e demais documentos constitutivos de obrigações.

Art. 49 - Os administradores eleitos ou contratados, não serão pessoalmente responsáveis pelas obrigações que contraírem em nome da sociedade, mas responderão solidariamente pelos prejuízos resultantes de desídia e omissão ou se agirem com culpa ou dolo.

Parágrafo 1º - A Cooperativa responderá pelos atos a que se refere este artigo, se os houver ratificado ou deles logrado proveito.

Parágrafo 2º - Os que participarem de atos ou operações sociais em que se oculte a natureza da sociedade, podem ser declarados pessoalmente responsáveis pelas obrigações em nome dela contraídas, sem prejuízo das sanções penais cabíveis.

Parágrafo 3º - O membro do Conselho de Administração que, em qualquer operação, tiver interesse oposto ao da Cooperativa, não poderá participar das deliberações referentes a essa operação, cumprindo-lhe acusar o seu impedimento.

Parágrafo 4º - Os componentes do Conselho de Administração, do Conselho Fiscal ou outros, assim como os liquidantes, equiparam-se aos administradores das sociedades anônimas para efeito de responsabilidade criminal.

Parágrafo 5º - Sem prejuízo de ação que possa caber a qualquer sociedade cooperada, por seus dirigentes, ou representada por associados escolhidos em Assembléia Geral, terá direito de ação contra os administradores, para promover a sua responsabilidade.

Seção II

DOS COMITÊS ESPECIAIS

Art. 50 - Os comitês especiais, temporários ou permanentes, serão órgãos auxiliares da Administração da Cooperativa, que poderão ser criados pelo Conselho de Administração para estudar e apresentar, solução de questão específicas, cabendo-lhes apreciá-las, adotá-las ou modificá-las, e ainda fazê-las cumprir.

CAPITULO VII

DO CONSELHO FISCAL

Art. 51 - A Administração da Cooperativa será fiscalizada assídua e minuciosamente por um Conselho Fiscal constituído de 03(três) membros efetivos e 03(três) suplentes, todos associados, eleitos anualmente pela Assembléia Geral, sendo permitida a reeleição apenas de 02(dois) dos seus componentes.

Parágrafo 1º - Não podem fazer parte do Conselho Fiscal, além dos inelegíveis enumerados no Art. 40 deste Estatuto, os parentes dos membros do Conselhos de Administração, bem como os parentes entre si, em linha reta ou colateral até 2º grau.

Parágrafo 2º- Os associados não podem exercer cumulativamente cargos no Conselho de Administração e Fiscal.

Art. 52 - O Conselho Fiscal reúne-se, ordinariamente, uma vez a cada 03(três) meses e, extraordinariamente, sempre que necessário, com participação de 03(três) de seus membros (efetivos ou suplentes).

Parágrafo 1º - Na sua primeira reunião escolherá dentre seus membros efetivos, um Secretário e um Coordenador, este incumbido de convocar e dirigir os trabalhos das reuniões.

Parágrafo 2º - As reuniões poderão ser convocadas ainda, por qualquer de seus membros, por solicitação do Conselho de Administração ou da Assembléia Geral.

Parágrafo 3º - Na ausência do coordenador será escolhido um substituto, para dirigir os trabalhos.

Parágrafo 4º - As deliberações serão tomadas por maioria simples de votos e constarão de ata lavrada, em livro próprio, lida, aprovada e assinada ao final dos trabalhos de cada reunião pelos 03(três) fiscais presentes.

Art. 53 - Ocorrendo três ou mais vagas no Conselho Fiscal, o Conselho de Administração determinará a convocação da Assembléia Geral, para o devido preenchimento.

Art. 54 - Compete ao Conselho Fiscal exercer assídua fiscalização sobre as operações, atividades e serviços da Cooperativa, examinando contas e documentos, cabendo-lhe, entre outras, as seguintes atribuições:

- a) Conferir mensalmente, o saldo numerário existente em caixa, verificando também, se o mesmo está dentro dos limites estabelecidos pelo Conselho de Administração;
- b) Verificar se os extratos de contas bancárias conferem com a escrituração da Cooperativa;
- c) Examinar se o montante das despesas e inversões realizadas estão de conformidade com os planos e decisões do Conselho de Administração;
- d) Verificar se as operações realizadas e os serviços prestados correspondem em volume, qualidade e valor, as previsões feitas e as conveniências econômico - financeiro da Cooperativa;
- e) Certificar-se, se o Conselho de Administração vem se reunindo regularmente e se existem cargos vagos na sua composição;
- f) Averiguar se existem reclamações dos associados quanto ao serviço prestado;
- g) Inteirar-se, se o recebimento dos créditos estiver sendo feito com regularidade e se os compromissos sociais estão sendo atendidos com pontualidade;
- h) Averiguar se está havendo problemas com associados;
- i) Certificar-se se existem exigências ou deveres a cumprir junto à autoridades fiscais, trabalhistas ou administrativa, bem como quanto aos órgãos do Cooperativismo.
- j) Averiguar se os estoques de materiais, equipamentos e outros estão corretos, bem como se os inventários periódicos ou anuais estão sendo feitos com observância das regras próprias;
- k) Estudar os balancetes e outros demonstrativos mensais, o balanço e o relatório anual do Conselho de Administração, emitindo parecer sobre estes para a Assembléia Geral;
- l) Dar conhecimento ao Conselho de Administração das conclusões de seus trabalhos, denunciando este, a Assembléia Geral ou as autoridades competentes, das irregularidades constadas e convocar a Assembléia Geral, se ocorrerem motivos graves e urgentes.

Parágrafo 1º - Para o desempenho de suas funções, terá, o Conselho Fiscal, acesso a quaisquer livros, contas e outros documentos.

Parágrafo 2º - Poderá o Conselho Fiscal ainda, contratar o necessário assessoramento técnico especializado, ocorrendo, as despesas, por conta da Cooperativa.

CAPITULO VIII

DOS LIVROS E DA CONTABILIDADE

Art. 55 - A Cooperativa deverá, além de outros, ter os seguintes livros:

- a) Com termos de abertura e encerramento subscritos pelo presidente:
- 1- Matrícula;
 - 2- Presença de associados às Assembléias Gerais;
 - 3- Atas das Assembléias Gerais;
 - 4- Atas do Conselho de Administração;
 - 5- Atas do Conselho Fiscal.
- b) Autenticados pela autoridade competente:
- 1- Livros Fiscais;
 - 2- Livros contábeis.

Parágrafo Único - É facultada a adoção de livros de folhas soltas ou fichas, devidamente numeradas.

Art. 56 - Os serviços de contabilidade da Cooperativa deverão ser organizados segundo as normas gerais da contabilidade cooperativista e exigências e recomendações dos órgãos do cooperativismo.

Parágrafo Único - O profissional responsável pela contabilidade será administrativamente vinculado a estrutura referida no Art. 51 deste Estatuto, e hierarquicamente subordinado ao Conselho de Administração.

CAPITULO IX

DAS SOBRAS , PERDAS, FUNDOS E BALANÇO GERAL

Art. 57 - A apuração dos resultados dos exercício social será realizada no dia 31(trinta e um) de Dezembro de cada ano, mas o levantamento do balanço geral será realizado mensalmente.

Art. 58 - Os resultados serão apurados segundo a natureza das operações ou serviços, pelo confronto das respectivas receitas com as despesas diretas e indiretas.

Art. 59 - A Cooperativa constituirá os seguintes fundos:

- I. Fundo de Reserva , constituído de 10%(dez por cento) das sobras anuais;
- II. FATES - Fundo de Assistência Técnica, Educacional e Social, constituído de 05%(cinco por cento) das sobras anuais, o qual deve constar como quota-parte dos associados de acordo com a participação de cada um dos trabalhos realizados durante o respectivo exercício.

Parágrafo 1º - Ficando sem utilização mais de 50%(cinquenta por cento) dos recursos anuais deste fundo, durante dois anos consecutivos, será procedida a revisão dos planos de aplicação, devendo a Assembléia Geral ser informada e fazer as recomendações necessárias ao cumprimento das finalidades objetivadas.

Parágrafo 2º - Das sobras líquidas, 85%(oitenta e cinco por cento) ficará a disposição da Assembléia e serão distribuídas igualmente entre os associados segundo o número de horas trabalhadas no exercício financeiro.

CAPITULO X

DAS DISPOSIÇÕES GERAIS E TRANSITÓRIAS

Art. 60 - Além dos motivos de direito, a Cooperativa poderá ser dissolvida voluntariamente, quando assim o deliberar a Assembléia Geral, desde que os associados, totalizando o número mínimo, não se disponham a assegurar a continuidade.

Parágrafo Único - Resolvida a dissolução, será procedida a liquidação da Sociedade, segundo as disposições atinentes da Lei 5.764, de 16.12.1971 - Lei Cooperativista.

Art. 61 - Será provisória a eleição dos membros do Conselho de Administração e Conselho Fiscal realizadas no ato de fundação da Cooperativa, devendo, obrigatoriamente, ocorrer novo pleito no prazo de 180(cento e oitenta dias) a partir da data da fundação, podendo neste caso todos serem reeleitos.

Art. 62 - Os casos omissos serão resolvidos de acordo com os princípios doutrinários e os dispostos legais, ouvido o órgão oficial do Cooperativismo.

Aprovado na Assembléia de Constituição realizada no dia vinte e um de setembro do ano de dois mil e quatro.

Secretario

Presidente

