



Redes de Informação no Sistema Cooperativado ¹

Solange Prediger²

Elisângela Carlossa Machado Mortari³

Universidade Federal de Santa Maria, Rio Grande do Sul, RS

Resumo

Este trabalho busca discutir a respeito das redes de informação nos diferentes sistemas organizacionais, inclusive no sistema cooperativista. Para tanto, traz-se inicialmente alguns conceitos de informação e comunicação, para depois analisar estes conceitos em relação aos sistemas organizacionais, visando verificar como se dá a relação de comunicação dentro dos sistemas, bem como a forma como as diferentes informações circulam, tanto nas organizações como no sistema cooperativo. O trabalho foi desenvolvido a partir de pesquisa bibliográfica e tem, como intuito final, levar à melhor compreensão dos fluxos de comunicação e informação nas organizações, em especial, nos sistemas cooperativos.

Palavras-chave

Comunicação; informação; cooperativas; organizações.

1. Conceitos da teoria da informação:

Como aponta Epstein, o sentido da palavra informação, tomando como fonte o dicionário⁴, é restrito, significando “tomar ciência, tomar ou dar conhecimento” (EPSTEIN, 1988, p. 35). Se avaliarmos apenas essa questão, realmente não teremos idéia do que, de fato, implica a palavra informação. Indo para o cerne de seu conceito, têm-se diversos apontamentos, os quais facilitam a compreensão do termo em si e, posteriormente, da relação que existe entre a informação, a comunicação e as práticas sociais.

Tomando como base os estudos da Teoria da Informação, trazem-se algumas afirmações; primeiramente a afirmativa de Shannon, que diz que “a informação é uma redução de incerteza, oferecida quando se obtém resposta a uma pergunta” (SHANNON apud EPSTEIN, 1988, p. 35). Isso nos leva a entender que quando nos é apresentada

¹ Trabalho apresentado ao Intercom Junior, na Divisão Temática de Relações Públicas e Comunicação Organizacional, do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul.

² Estudante de Graduação do 7º. semestre do Curso de Comunicação Social, Hab. em Relações Públicas da UFSM-RS, integrante do Programa de Educação Tutorial (PET) da Comunicação Social da UFSM, e-mail: sol_prediger@yahoo.com.br

³ Orientadora do trabalho. Doutorado em Comunicação e Cultura pela UFRJ. Professora do Curso de Comunicação Social, Hab. em Relações Públicas da UFSM-RS, e-mail: elimortari@smail.ufsm.br

⁴ HOLANDA FERREIRA, Aurélio Buarque de. Novo dicionário da Língua Portuguesa. 1. ed. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, s.d. p. 765.



uma situação qualquer, deve-se conhecer todas as respostas ou possibilidades possíveis para a solução desta situação; quando eliminarmos todas as alternativas que não aconteceram, é que se terá a informação correta para aquele momento.

“O conteúdo informacional de uma mensagem é a medida da mudança da incerteza do receptor antes de receber a mensagem para depois de recebê-la” (EPSTEIN, 1988, p. 36). Ou seja, a quantidade de informação será medida a partir da mudança que esta mensagem causou no receptor, depois deste tê-la recebido.

Esta informação “depende do conjunto de mensagens possíveis. A informação não é propriedade de uma mensagem, mas do conjunto de mensagens possíveis do qual provém” (EPSTEIN, 1988, p. 36). Assim também aponta Pignatari quando afirma que “só pode haver informação onde há dúvida e dúvida implica na existência de alternativas – donde escolha, seleção, discriminação (...). Informação, pois, pode ser entendida como instruções seletivas” (PIGNATARI, 1974, p. 40).

Pode-se avaliar a informação recebida, analisando-a em relação ao conjunto de mensagens de onde provém; quanto maior o repertório/código, maiores serão as possibilidades de se entender a informação de diferentes maneiras. “Logo, se a informação é proporcional ao número de alternativas que elimina, ela também o é em relação ao que não transmitiu, mas poderia ter transmitido” (EPSTEIN, 1988, p. 37). Dessa forma, o que não é dito com a informação também auxilia na compreensão do que é dito com o conteúdo informacional.

Quanto mais provável for o dito no conteúdo da informação, menor a incerteza que isso gera no receptor e menor será, dessa forma, a informação; ao contrário, quanto mais raro for o conteúdo informativo, maior será a incerteza do receptor ao receber a informação e esta, por sua vez, será maior, já que vem carregada de novos signos desconhecidos até então pelo receptor.

1.1 A informação no processo de comunicação:

A partir da teoria da informação é que surge a teoria da comunicação, a qual se caracteriza basicamente como uma relação, uma troca entre dois seres. Peruzzolo afirma que o termo comunicação designa “fenômenos de relação dos seres vivos dotados de percepção com outros de semelhantes capacidades, operada por meio material, quando essa meio vem representado por ambos num grau de significação possível” (PERUZZOLO, 2006, p.52). A comunicação é desta forma, uma relação.



A informação é caracterizada, como visto anteriormente, como uma forma de diferenciar. Isso nos leva a perceber que no processo de comunicação pode haver a troca de informações, no momento em que essa troca se caracteriza pela diferenciação; dessa forma, pode-se dizer que nem todo o processo de comunicação é constituído de uma informação, no entanto, toda a informação passa a ser desenvolvida em um processo de comunicação, ou seja, num processo de relação.

Essa informação, analisada junto ao processo de comunicação, vem a ser o conhecimento novo, um saber adquirido, é o elemento que acrescenta ou amplia o repertório existente no domínio de quem recebe a mensagem. Esta informação é composta de códigos, ou seja, de uma linguagem específica, sendo que quanto mais raro for esse código, maior será o conteúdo informativo transmitido.

Nesse sentido, Charaudeau considera a informação como a “transmissão de saber, com ajuda de uma determinada linguagem, por alguém que a possui a alguém que se presume não possuí-lo” (CHARAUDEAU, 2007, p. 33). Isso considera que o processo de comunicação, quando na presença de informação, sendo dessa forma, também um processo de transmissão, transforma o indivíduo ignorante em possuidor de um saber. Assim, pode-se dizer que “a informação implica processo de produção de discurso em situação de comunicação” (CHARAUDEAU, 2007, p. 34), já que é caracterizada como a transmissão de um saber de um ser para outro num processo de comunicação.

Isso implica dizer que a comunicação dotada de uma nova informação, é capaz de transformar a sociedade e os organismos. Uma visão ingênua, apontada por Charaudeau (2007, p.35), está em analisar a informação como sendo parte do processo de comunicação que corresponde a uma visão técnica do mundo, em que se consideravam as primeiras teorias da informação.

Nessa teoria inicial, a comunicação é concebida apenas no interior de máquinas. E isso pode ser percebido no modelo que traz a existência de uma fonte de informação e de um receptor dessa informação, colocando que, entre eles, existe uma instância de transmissão encarregada de fazer circular certo saber da fonte ao receptor. É um modelo que considera a comunicação como um circuito fechado entre emissão e recepção, em que o emissor seria responsável por codificar a mensagem e o receptor por decodificar.

Esse modelo leva em conta a informação apenas dentro do mecanismo, não se importando com a intersubjetividade das trocas humanas e “identifica a comunicação com a informação e esta como um simples procedimento de transmissão de sinais”



(CHARAUDEAU, 2007, p. 35). Dessa forma, pode-se dizer que o modelo traz problemas reais, mas apresentados de maneira muito simples, não considerando questões de fundo que existem nas instâncias de produção, recepção e transmissão e a relação que mantém entre si.

O que se pode dizer, no entanto, é que no processo de comunicação que hoje se analisa,

a informação é pura enunciação. Ela constrói saber e, como todo saber, depende ao mesmo tempo do campo de conhecimentos que o circunscreve, da situação de enunciação na qual se insere e do dispositivo o qual é posta em funcionamento (CHARAUDEAU, 2007, p. 36).

A informação é considerada por Charaudeau (2007, p.36) como o ato de comunicação e este é considerado o fenômeno de produção do sentido social. É a informação que ocupa o lugar central na comunicação e é esta que organiza a sociedade, acionando dispositivos midiáticos nas relações entre diferentes atores sociais. Porto Simões afirma que “o elemento ativador e organizador do processo é a informação, ou seja a qualidade dos dados, com significado e utilidade para as partes, com a verdade e reduzindo a incerteza em face da necessidade e resposta a uma pergunta” (SIMÕES, 2001, p.60).

Trazendo a questão da informação para os estudos acerca das Relações Públicas, Porto Simões (2001) considera a informação como sendo a matéria-prima das práticas das Relações Públicas, sendo que o RP deve entender a circulação destas informações, já que é a partir delas que as pessoas se organizam.

Estas informações que circulam na sociedade precisam ser de qualidade, precisam ter algum valor para que sejam aceitas pelo receptor; a informação é considerada uma fonte de poder e a matéria da comunicação. Isso pode ser percebido analisando a afirmativa de Charaudeau, quando diz que

informar é possuir um saber que o outro ignora (“saber”), ter a aptidão que permite transmiti-lo a esse outro (“poder dizer”), ser legitimado nessa atividade de transmissão (“poder de dizer”).(...) Toda instância de informação, quer queira, quer não, exerce um poder de fato sobre o outro (CHARAUDEAU, 2007, p. 63).

Dessa forma, é possível dizer que a instância que tiver a informação, será detentora de certo poder. Isso ocorre com a mídia, sendo que “as mídias constituem uma instância que detém uma parte do poder social” (CHARAUDEAU, 2007, p. 63). Assim



como as mídias, outros casos, quando detentores da informação, serão também detentores de poder, levando em conta que o poder está na informação, no saber novo.

Levando em conta a atuação do profissional da área de Relações Públicas, pode-se pensar que, cada vez mais, torna-se importante que este esteja atento a tudo o que acontece ao seu redor, sendo que seu trabalho depende diretamente do controle de informação, já que é ela que organiza a sociedade e está presente nos processos de comunicação, ou seja, está presente nos processos de relação entre indivíduos e organizações. Por isso que se diz que o RP tem o poder da informação em suas mãos, já que é ele que analisa as relações entre os indivíduos, ou seja, ele que analisa os processos de comunicação, verificando se, de fato, estas relações são públicas, promovendo a troca de saber.

2. Os sistemas organizacionais:

Primeiramente, busca-se descrever o que vem a ser uma organização no sistema global atualmente; as organizações sempre existiram, mas na sociedade de hoje, o número delas aumenta consideravelmente, tendo em vista as necessidades sociais e pessoais, bem como o mercado competitivo que exige que as pessoas se organizem em grupos para sobreviverem diante da atual conjuntura da sociedade e do mundo.

Kunsch afirma que

as origens e a evolução das organizações se fundamentam na natureza humana. O homem, como ser social, necessita do seu semelhante para satisfazer suas necessidades e completar-se, o que só é possível mediante uma interação de pessoas que buscam alcançar resultados pela conjuntura de esforços (KUNSCH, 2003, p. 21).

No momento em que o homem junta seus esforços, a fim de atingir objetivos mútuos, é que surge uma organização. Nesse sentido, “a organização corresponde a uma associação de homens e uma coordenação de esforços” (MARCOVITCH apud KUNSCH, 2003, p. 21).

Toma-se ainda como referência, o trecho citado por Kunsch, em que a autora cita os pontos de vista de diferentes autores, afirmando que “as organizações constituem aglomerados humanos planejados conscientemente, que passam por um processo de mudanças, se constroem e reconstroem sem cessar e visam obter determinados resultados” (KUNSCH, 2003, p. 27).



São muitas as organizações existentes nos dias de hoje, das mais variadas áreas, para diferentes fins. O interessante é notar que todas surgem da união de esforços de diferentes pessoas, que visam obter algum resultado e atingir determinados objetivos. Cada uma dessas organizações possui seus próprios objetivos, organizando-se da maneira única e atuando com características próprias no mercado atual, mas todas elas dependem do sistema global no qual estão inseridas, ou seja, dependem do ambiente em que atuam. Isso nos leva a entender a organização sob um olhar sistêmico, ou seja, analisar a organização como uma unidade dependente do sistema em que se desenvolve, não apenas analisando suas partes, mas sim analisando o todo e sua relação com o meio.

O fato é que não podemos considerar uma organização somente em seu âmbito interno e de forma estática. É preciso vê-la em relação a um contexto muito mais amplo, numa perspectiva holística. Temos de considerá-la vinculada ao ambiente em que ela vive, incluindo os aspectos sociais, econômicos, políticos, tecnológicos, ecológicos e culturais, variáveis que interferem enormemente na vida organizacional (KUNSCH, 2003, p. 30).

Além disso, é necessário entender também as pessoas que fazem parte dessa organização e do contexto em que ela se encontra; analisando seus valores culturais, seu repertório e sua maneira de ver o mundo e de encarar os diferentes acontecimentos do dia-a-dia. É imprescindível lembrar que são essas pessoas, com sua cultura e seus costumes, que conduzem as organizações no sistema global; elas que são responsáveis pelas relações de troca simbólicas que ocorrem entre as organizações e o ambiente.

Nesse contexto, trata-se da importância da comunicação no processo de relacionamento entre a organização, desta com o ambiente e também a relação desta com outras organizações.

2.1 A comunicação e a informação nos sistemas organizacionais:

Todo e qualquer sistema atual se organiza de forma a atuar no mercado competitivo, fazendo frente aos sistemas concorrentes. A comunicação se insere nesse processo como um diferencial competitivo dos sistemas atuais, pois é ela que trabalha com a relação, com a interação do sistema ao ambiente e aos diferentes públicos com os quais este sistema se relaciona.

No caso das organizações não é diferente; estes sistemas estão cada vez mais dependentes de profissionais de comunicação, já que as organizações sentem a



necessidade de se comunicarem entre si e com os diferentes públicos. “O sistema comunicacional é fundamental para o processamento das funções administrativas internas e do relacionamento da organização com o meio externo” (KUNSCH, 2003, p. 69).

A comunicação proporcionará que a organização mantenha relacionamento com seus diferentes públicos (indivíduos, departamentos, unidades e organizações), possibilitando a troca de informações entre eles. Isso é de suma importância num processo organizacional; as informações devem estar ao alcance de todos dentro da organização; por mais que ela esteja dividida em departamentos, sendo que uns possuem mais poder que outros, em função da posição que ocupam na mesma, todos os públicos desta organização devem estar por dentro de tudo o que está acontecendo. O público bem informado se compromete muito mais com seu trabalho, no momento em que percebe que a organização também se preocupa com ele.

No entanto, não se pode achar que o simples ato de comunicar gera todos os efeitos esperados nos receptores, por isso que a área da comunicação deve ter muito cuidado com as informações que circulam dentro da organização. Isso pode ser visto, no momento em que Kunsch afirma que

as organizações em geral, como fontes emissoras de informação para seus mais diversos públicos, não devem ter a ilusão de que todos os seus atos comunicativos causam os efeitos positivos desejados ou são automaticamente respondidos e aceitos da forma como foram intencionados. É preciso levar em conta os aspectos relacionais, os contextos, os condicionamentos internos e externos, bem como a complexidade que permeia todo o processo comunicativo. (KUNSCH, 2003, p. 72).

Essa comunicação, dentro da organização, se dá basicamente por meio de duas formas, a rede formal e a rede informal; a rede formal é a comunicação que surge da organização, através da qual ela emana um conjunto de informações através de veículos já conhecidos perante o público. “Trata-se da comunicação administrativa, que se relaciona com o sistema expresso de normas que regem o comportamento, os objetivos, as estratégias e conduzem as responsabilidades dos integrantes dentro das organizações” (KUNSCH, 2003, p. 84).

A rede informal de comunicação está relacionada com a comunicação desenvolvida dentro da organização pelos próprios públicos, não sendo contratada pelas organizações; ela surge das relações sociais entre as pessoas muitas vezes em função da



falta de informação dentro da organização (sendo uma falha do sistema formal de comunicação), ou até mesmo pela ansiedade e pela insegurança do público que compõe a organização. Essa comunicação informal é caracterizada, muitas vezes, como sendo o boato ou rumor, que pode até ser negativo para a organização, mas deve ser tomado por esta como mais uma forma de se analisar as necessidades do público e, também, como mais um meio de levar a informação até este. Esse é um dos trabalhos do profissional de comunicação: analisar as diferentes formas de comunicação que estão se desenvolvendo na organização e fazer com que a mesma mensagem seja veiculada por todos os meios, garantindo uma imagem positiva perante o público e gerando, dessa forma, a legitimidade da organização.

Em relação aos fluxos de comunicação que existem nos sistemas organizacionais, cita-se Kunsch que aponta os fluxos descendentes ou verticais, os ascendentes e os horizontais ou laterais como os fluxos comumente encontrados nas organizações. (KUNSCH, 2003, p. 84).

A comunicação descendente ou vertical está ligada à comunicação administrativa da organização, que vem de cima para baixo, ou seja, relacionada às informações da direção para os empregados, sendo que traduz a filosofia, as normas e diretrizes da organização. A comunicação ascendente caracteriza-se pela comunicação dos empregados com a direção, uma comunicação de baixo para cima, que se processa através de caixas de sugestões, reuniões, pesquisas, entre outros, sendo que depende do tipo de organização, ou seja, se ela está aberta às opiniões dos empregados e à sua participação. A comunicação horizontal ou lateral é a comunicação que acontece no mesmo nível, entre pessoas que estão na mesma posição hierárquica na organização, acontecendo entre seções e departamentos.

Pode-se perceber que, na maioria das organizações, a comunicação ainda se processa muito através do fluxo descendente ou vertical, já que a maioria delas ainda é muito dividida hierarquicamente, com setores bem divididos e tarefas bem definidas, sendo que o próprio setor de comunicação encontra-se, geralmente, em um setor centralizado dentro da organização. Isso fornece “uma maneira mais fácil de as empresas alcançarem equilíbrio e de controlarem todas as atividades de comunicação” (ARGENTI, 2006, p. 53). Argenti, quando trata da comunicação organizacional num nível descentralizado, afirma que esta “confere as unidades de negócios mais flexibilidade na adaptação às suas próprias necessidades” (ARGENTI, 2006, p. 53).



Isso mostra que tanto a comunicação centralizada, como a descentralizada, possui suas vantagens, mas como colocado anteriormente, ainda é mais comumente o desenvolvimento da comunicação de forma centralizada dentro da organização e através do fluxo descendente. Dessa forma, a comunicação acaba por ser um setor que auxilia a alta direção a tomar as decisões e apenas passar a informação aos demais integrantes da organização. Com isso, os níveis hierárquicos inferiores acabam por não possuírem poder de decisão dentro da organização; são meros trabalhadores que desempenham sua função; isso é prejudicial no momento em que diminui o grau de comprometimento das pessoas com o lugar em que trabalham. Nessas organizações, os trabalhadores só terão direito de se manifestarem, caso se organizem, a fim de desenvolver um fluxo de comunicação ascendente.

Não se quer dizer que todas as organizações atuem através da comunicação descendente, mas o que se afirma é que a maioria delas ainda atua dessa forma no mercado atual (em função de sua organização interna), abrindo poucos espaços para os empregados de nível hierárquico inferior participarem das decisões. Modelos de comunicação horizontais ou ascendentes, que primam pela participação de todos nas decisões tomadas dentro da organização, são os mais indicados, principalmente nos dias atuais, em que o bem-estar dos trabalhadores está muito relacionado com a forma com que este se considera parte ou não da organização, comprometendo-se ou não com o seu local de trabalho.

Nesse sentido, considerando neste momento o sistema de trabalho cooperativo, considera-se que este preze muito mais o desenvolvimento da comunicação horizontal, no momento em que são associações de livre adesão em que todos são considerados uma parte do processo, todos são donos e, dessa forma, co-responsáveis pelas decisões tomadas. Apesar de já ser grande a sua preocupação com a participação dos cooperados no processo decisório (desenvolvendo a comunicação horizontal), imagina-se que a cooperativa também valorize muito a comunicação ascendente que se desenvolve na mesma, já que está é uma resposta dos próprios participantes do sistema a alguma decisão ou atitude tomada dentro da cooperativa. A fim de explicar melhor o sistema cooperativado, desenvolvem-se os trechos abaixo.

3. O funcionamento do sistema de cooperativa:

Desde que se conhece a existência do ser humano, pode-se dizer que ele já vivia em grupos, sendo que ao longo de toda sua evolução, a idéia de cooperação sempre



esteve presente. Segundo SCHNEIDER e WEBER (2004, p. 5), seus primeiros indícios podem ser observados já no século IV a.C., na Babilônia, onde se pode encontrar registros escritos da existência de um sistema de exploração associativa de terras arrendadas, ou ainda na Grécia Antiga, no século III a.C., onde o espírito comunitário e associativo propunha o partilhamento por todos das terras, dos escravos, das crianças e até mesmo das mulheres. Em Roma proliferavam, nessa mesma época, as chamadas “Escolas Coletivas”, nas quais diversas profissões, como carpinteiros, sapateiros, ferreiros, entre outros, eram ensinadas, e onde todos os problemas surgidos deviam ser superados, através da ajuda mútua entre todos os participantes.

Com estes exemplos, pode-se afirmar que o homem é um ser que, através dos tempos, sempre demonstrou sua vontade de viver em grupo ou em sociedade, e que a solidariedade e a ajuda mútua, fundamentos básicos do sistema cooperativista, sempre estiveram presentes na medida em que o homem teve necessidade de se unir, se organizar e se tornar mais forte, para poder enfrentar e vencer todas as suas dificuldades e os inimigos em comum.

3.1 Origens do cooperativismo:

Segundo SCHNEIDER e WEBER (2004, p. 7), o movimento que mais contribuiu para a implantação do cooperativismo foi a Revolução Francesa, ocorrida em 14 de julho de 1789, promovendo os ideais de Liberdade, Igualdade e Fraternidade. Esse movimento que surgia, conhecido como cooperativismo, era uma expressão do movimento operário, como forma de reagir ao sistema então vigente, que explorava a classe operária, a fim de garantir o lucro e a bonança de poucos, características do chamado sistema capitalista. Na época, os trabalhadores passavam praticamente o dia todo nas fábricas, sem direito a férias, décimo terceiro e segurança. Isso passou a gerar uma revolta na classe operária, que iniciou as mobilizações contra a classe dominante. Nesse contexto, surge o sistema cooperativista, a previdência social e o sindicalismo. Mas esses sistemas não pretendiam apenas superar os males provocados pelo capitalismo, mas sim “eliminar o próprio regime econômico que os provoca” (RIOS, 1989, p.21).

Nessa mesma época inicia-se a Revolução Industrial, com o advento de novas tecnologias e a divisão e especialização do trabalho. Estes modificaram completamente os padrões de produção e consumo até então vigentes. Os operários, inseridos nesse contexto histórico viram-se obrigados a se unirem para se manterem na atividade; em



função disso, surge a primeira cooperativa de que se tem notícia, conhecida como uma cooperativa de produção organizada pelo “Pioneiros de Rochdale”, na Inglaterra. Apesar de outros movimentos anteriores a esse também serem caracterizados como cooperativistas, essa associação é a primeira a ficar conhecida como tal. “A partir de Rochdale, o crescimento da idéia foi vertiginoso e, já em 1881, existiam na Europa cerca de mil cooperativas” (RIZZI, 2000, p. 16).

Segundo SCHNEIDER e WEBER (2004, p. 8), os princípios capitalistas da liberdade econômica, da ascensão da indústria e enriquecimento de pequena parcela da população se confrontam com os princípios socialistas da igualdade econômica. Dessa forma, surge o Cooperativismo. “O cooperativismo como fruto do movimento operário resultou na criação de um modelo de associação com as seguintes características: propriedade cooperativa, gestão cooperativa e repartição cooperativa” (RIOS, 1989, p.13). O primeiro deles refere-se ao fato de estarmos lidando com pessoas e não com recursos financeiros. A segunda característica diz respeito ao fato de não existir um poder único, que lidere as reuniões e que tome as decisões, ao contrário, estas são definidas pela assembléia dos associados àquela cooperativa, como forma de desenvolver a participação destas pessoas. A terceira característica, a repartição cooperativa, mostra que realmente a cooperativa não possui seu fim voltado para o lucro, mas para o bem estar de quem trabalha por este sistema cooperativo, já que a distribuição das sobras é feita de acordo com a participação de cada associado. “A cooperativa não lucra em cima do associado, ela é apenas um instrumento, para os associados, estes sim, lucrarem” (RIOS, 1989, p.14).

3.2 Conceitos básicos do cooperativismo:

Segundo SCHNEIDER e WEBER, cooperativa é

uma associação autônoma de pessoas, que se reúnem, voluntariamente, para satisfazer suas aspirações e necessidades econômicas, sociais e culturais comuns, por meio da formação de uma empresa de propriedade comum e democraticamente gerida por todos (SCHNEIDER e WEBER, 2004, p. 33).

Pode-se perceber, dessa forma, que as cooperativas realmente não visam ao lucro, já que é uma associação autônoma, sendo que as pessoas se reúnem de acordo com a própria vontade que possuem de pertencer àquele grupo, que trabalha junto e cresce de forma conjunta, a fim de se satisfazerem e se desenvolverem pessoalmente.



Isso ocorre através da formação de um grupo, ou seja, de uma cooperativa, que é de todos e, dessa forma, gerida por todos. Ainda conforme define a cartilha organizada pela OCESC (OCESC apud RIZZI, 2000, p. 12) cooperativa é

uma associação de pessoas com interesses comuns, organizada economicamente e de forma democrática, com a participação livre de todos os que têm idênticas necessidades e interesses, com igualdade de deveres e direitos para a execução de quaisquer atividades, operações ou serviços (OCESC apud RIZZI, 2000, p. 12).

Quando se fala do conceito de cooperativismo, Schneider e Weber afirmam que este “é um sistema econômico-social, autogerido em bases democráticas, operacionalizado através de ajuda-mútua, que se destina à satisfação das necessidades econômicas e à produção moral dos membros a ele integrado”. (SCHNEIDER e WEBER, 2004, p. 32). Isso mostra que o sistema cooperativo não visa ao lucro e ao benefício de poucos, como propõem muitas das diretrizes do capitalismo; muito pelo contrário, o cooperativismo propõe ajuda mútua e divisão das sobras, trabalho em grupo, de forma participativa, onde as decisões são tomadas em conjunto com todos os associados.

Isso demonstra o grande desenvolvimento do sistema cooperativado, no momento em que ele proporciona, ou pelo menos deve proporcionar, a participação de todos no processo decisório, o qual define o rumo de toda a cooperativa. Isso resulta no maior desenvolvimento dos associados e, conseqüentemente, da cooperativa e da região em que a mesma está instalada. Nesse sentido, Schneider e Weber apontam para o conceito de cooperação, como sendo “o modo particular de organizar o trabalho e o esforço humano, de uma forma solidária, para concretizar um objetivo comum”. (SCHNEIDER e WEBER, 2004, p. 32) Ou seja, é a motivação que leva a união com outras pessoas, a fim de atingir um mesmo objetivo; uma forma que as pessoas encontraram de se ajudar e, dessa forma, crescerem juntas.

Para Queiroz “cooperar é fazer desenvolver um determinado empreendimento, em conjunto, trabalhar em cooperação, dirigir os esforços de modo coordenado para a realização das metas comuns” (QUEIROZ, 1997, p.44). Essa cooperação deve ser trabalhada dentro do sistema cooperativista; os associados devem se sentir parte do todo, dotados de direitos e deveres, assim como qualquer membro da cooperativa, tendo vontade de ajudar, tanto para seu benefício, como para o crescimento do grupo, já que a cooperativa trabalha para o todo. Segundo RIZZI



a cooperação está na origem do surgimento e manutenção das sociedades humanas. Não há possibilidade de sobrevivência sem cooperação. É através da cooperação que os indivíduos atingem níveis de segurança e bem-estar incomparavelmente maiores do que os que teriam se agissem isoladamente (RIZZI, 2000, p. 16).

Quando duas ou mais cooperativas se unem, ocorre o que Schneider e Weber chamam de “Movimento Cooperativista”, que, para eles é:

o conjunto dinâmico, formado por instituições cooperativistas, acompanhado das respectivas ações, que são executadas em prol da difusão da Doutrina Cooperativista, visando sempre à promoção de transformações sócio-econômicas, preconizadas pelo cooperativismo (SCHNEIDER e WEBER, 2004, p. 32).

Essa associação de cooperativas desenvolve, sem dúvida, ainda mais a região em que as mesmas estão instaladas, afinal, são mais pessoas trabalhando por um mesmo objetivo, com um mesmo intuito; dessa forma, forças são somadas e direcionadas para um mesmo foco, ou seja, ocorre o desenvolvimento mútuo, tanto das pessoas, como das cooperativas e da região.

As cooperativas podem trabalhar de acordo com diversos segmentos, atuando de forma diferenciada na sociedade, sendo que se classificam de acordo com “o objeto ou pela natureza das atividades desenvolvidas por elas ou por seus associados” (art. 10 da Lei nº 5.764, de 16.12.1971 apud RIOS, 1989, p. 28). Dessa forma RIZZI (2000, p. 12) considera existência de alguns tipos mais correntes de cooperativas, que são as Cooperativas Agropecuárias, de Produção, de Consumo, de Trabalho, Serviços, Crédito, Habitacional, de Mineração, Escolar, Especial e da Saúde.

3.3 Princípios Cooperativistas e Informações no Sistema de Cooperativa:

Desde o surgimento do termo cooperativismo, nasceram conjuntamente os princípios que regem esse sistema. Conforme Irion, os valores do cooperativismo são “solidariedade, liberdade, democracia, justiça social e equidade” (IRION, 1997, p 48).

Segundo Schneider e Weber (2004, p. 34), os princípios cooperativistas são os seguintes: adesão livre e voluntária, gestão democrática pelos cooperados, participação econômica dos cooperados, autonomia e independência, educação, formação e informação, intercooperação e interesse pela comunidade.

Dentre eles destaca-se o item que traz como princípio do cooperativismo a educação, a formação e a informação; esse princípio prevê que os associados das



cooperativas devem ser constantemente ensinados e educados sobre novos assuntos, a fim de garantir o desenvolvimento pessoal dessas pessoas e, conseqüentemente, o crescimento da cooperativa. Esta deve informar seus associados, bem como pessoas que ainda não são parte da cooperativa, a fim de gerar o comprometimento dos que já participam e gerar a participação de mais pessoas.

Isso mostra a importância do fluxo de comunicação dentro da cooperativa e da troca de informações dentro dela. Levando em conta que a cooperativa é formada a partir da livre adesão, sendo que todos são “donos” e, desta forma, co-responsáveis pelo crescimento do negócio, diz-se que a comunicação deve promover a relação entre todos os seus públicos, sendo que a informação deve circular por todo o sistema. Dessa forma, pode-se dizer que, no sistema cooperativado, a comunicação se dá muito mais através do fluxo horizontal, sendo que os fluxos ascendentes (que dificilmente surgem, mas podem estar presentes) são mais levados em consideração, comparando-se com o que geralmente ocorre nas demais organizações.

Isso ocorre pois todos são parte do processo, responsáveis pelo rumo da cooperativa e, por isso, todos devem participar das decisões. Dessa forma, é imprescindível que a relação de comunicação se processe entre todos os associados da cooperativa e da mesma maneira entre eles, sendo que as informações que circulam devem ser as mesmas para todos. Isso torna a cooperativa concisa e equilibrada. As demais organizações também poderiam adotar esse sistema (sendo que algumas o fazem), sendo que o mesmo traria diversas vantagens, mas a maioria não o faz em função de seu sistema organizacional ser dividido de forma hierárquica, o que facilita a comunicação descendente; mas, mesmo assim, isso não impede que estas organizações promovam a participação de todos no processo decisório.

4. Considerações Finais:

Apesar de o sistema cooperativo promover efetivamente uma comunicação participativa, ou seja, uma relação entre todos os integrantes do sistema, promovendo a troca de informações entre todos, não se pode julgar todas as organizações como não promotoras de uma efetiva relação de comunicação que promova o diálogo e a troca de informações. A maioria delas, de fato, ainda trabalha com a comunicação descendente, mas, cada vez mais, dá-se importância à participação de todos no processo de comunicação, o que gera uma organização mais uniforme e equilibrada, e, nesse sentido, mais preparada para enfrentar seus concorrentes no mercado atual.



Cada vez mais, busca-se promover relações, tanto nas organizações em geral, quanto nas cooperativas, que são públicas, ou seja, que promovam a participação e o diálogo entre as partes, tanto internas do sistema, como deste com seu ambiente externo, visando à colaboração de todos para o cumprimento dos objetivos e assegurando a formação de uma imagem positiva da organização ou cooperativa perante seu público.

Nesse sentido, o trabalho do profissional de comunicação vem ganhando força na sociedade atual. É ele que promove a relação de comunicação, promovendo as trocas de informação tanto dentro das organizações e cooperativas, quanto destas com o ambiente. É o profissional de comunicação que atua visando o equilíbrio do sistema e sua unificação, bem como visando à construção de uma imagem positiva do mesmo, garantindo sua legitimidade frente à sociedade e, desta forma, tornando-o competitivo no mercado atual.

Referências bibliográficas

ARGENTI, Paul. **Comunicação empresarial: a construção da identidade, imagem e reputação.** Trad. Adriana Rieche. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias.** Trad. Ângela S. M. Corrêa . 1 ed., 1ª reimpressão – São Paulo: Contexto, 2007.

EPSTEIN, Isaac. **Teoria da Informação.** São Paulo: Ática, 2ª ed. 1988.

IRION, João Eduardo Oliveira. **Cooperativismo e economia social.** São Paulo: Editora STS, 1997.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada.** São Paulo: Summus, 2003.

PERUZZOLO, Adair Caetano. **A comunicação como encontro.** Bauru, São Paulo: Edusc, 2006.

PIGNATARI, Décio. **Informação, linguagem e comunicação.** São Paulo: Cultrix, 1974.

QUEIROZ, Carlos Alberto Ramos Soares de. **Manual da Cooperativa de Serviços e Trabalho.** São Paulo: Editora STS, 1997.

RIOS, Gilvando Sá Leitão. **O que é cooperativismo.** São Paulo: Brasiliense, 2ª ed., 1989.

RIZZI, Lucinara. **O processo de comunicação na cooperativa de trabalho com enfoque nos clientes.** Monografia de Especialização em Gerência da Produção. Santa Maria, 2000.

SCHNEIDER, Alexandre Marcelo; WEBER, Marco Aurélio. **Cooperativismo – Conceitos básicos, História e Filosofia.** 3. ed. Teutônia, jan. 2004, 92 p.

SIMÕES, Roberto Porto. **Relações Públicas, informação e utopia.** São Paulo: Summus Editorial, 2006.