

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
FACULDADE DE EDUCAÇÃO
Programa de Pós-Graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação

JAKELINE RODRIGUES DE AQUINO BEZERRA

COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL EM EMPREENDIMENTOS SOLIDÁRIOS:
perspectiva de transformação social e cidadã de agricultores familiares do Território Vale do
Guaribas, no Piauí.

Uberlândia-MG,
2014

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
FACULDADE DE EDUCAÇÃO
Programa de Pós-Graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação

JAKELINE RODRIGUES DE AQUINO BEZERRA

COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL EM EMPREENDIMENTOS SOLIDÁRIOS:
perspectiva de transformação social e cidadã de agricultores familiares do Território Vale do
Guaribas, no Piauí.

Dissertação apresentado para o Programa de
Mestrado em Tecnologias, Comunicação e
Educação, da Universidade Federal de
Uberlândia como exigência parcial para
obtenção do Título de mestre em Tecnologias,
Comunicação e Educação.

Área de concentração: Comunicação e
Sociedade.

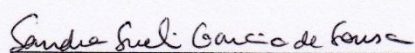
Orientador(a): Profa. Dra. Sandra Sueli Garcia
de Sousa.

Uberlândia-MG
2014

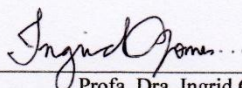
Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema de Bibliotecas da UFU, MG, Brasil.

- B574c
2014 Bezerra, Jakeline Rodrigues de Aquino, 1982-
Comunicação organizacional em empreendimentos solidários:
perspectiva de transformação social e cidadã de agricultores familiares
do Território Vale do Guaribas, no Piauí. / Jakeline Rodrigues de Aquino
Bezerra. - 2014.
97 f. : il.
- Orientador: Sandra Sueli Garcia de Sousa.
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Uberlândia,
Programa de Pós-Graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação.
Inclui bibliografia.
1. Educação - Teses. 2. Comunicação nas organizações - Teses. 3.
Empreendedorismo - Teses. 4. Inclusão social - Teses. 5. Agricultura
familiar - Piauí. I. Sousa, Sandra Sueli Garcia de. II. Universidade
Federal de Uberlândia. Programa de Pós-Graduação em Tecnologias,
Comunicação e Educação. III. Título.

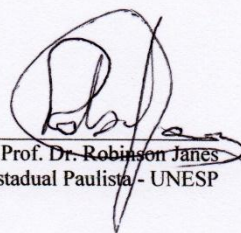
BANCA EXAMINADORA



Profa. Dra. Sandra Sueli Garcia de Sousa
Universidade Federal de Uberlândia – UFU



Profa. Dra. Ingrid Gomes
Universidade Federal de Uberlândia – UFU



Prof. Dr. Robinson Janes
Universidade Estadual Paulista – UNESP

Dedico este trabalho aos agricultores familiares do Território Vale do Guaribas, no Piauí, gente guerreira, de fé e crença de que a terra um dia poderá lhe oferecer condições dignas de vida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, por ter me dado forças para persistir e tornar possível a conclusão desse trabalho,

A toda minha família, pelo apoio e incentivo, em especial aqueles que compreenderam a minha constante ausência,

Ao meu companheiro de batalhas Jairon, pela companhia durante as madrugadas de estudo, pelo amor e apoio incondicionais,

A todos os caríssimos professores do mestrado, que através de dedicação e doações constantes, contribuíram para o meu crescimento profissional,

A todos os meus alunos, pelas experiências e aprendizado compartilhados,

Aos meus amigos, pelo incentivo, compreensão, em especial a minha amiga Fran, pelos momentos convividos, alegrias e tristezas, certezas e incertezas compartilhados durante minha passagem por Uberlândia,

Aos servidores da UFU, em especial a Luciana, pela gentileza e prontidão de sempre,

Aos empreendimentos Casa Apis e Cocajupi, que gentilmente permitiu a realização da pesquisa,

Agradeço de forma especial e calorosa, os agricultores familiares, apicultores e cajucultores do Território Vale do Guaribas, no Piauí, em especial aqueles que se disponibilizaram a sair de suas roças para participar desta pesquisa; minha profunda gratidão pela acolhida em suas comunidades e pela troca de conhecimentos e experiências incríveis,

A professora Ingrid Gomes e ao professor Robinson Janes, que gentilmente aceitaram fazer parte da banca examinadora,

Gratidão especial a minha orientadora, mestre e amiga, Sandra Garcia, pela paciência e sabedoria com que me orientou durante todo esse tempo, foi uma experiência enriquecedora, obrigada por tudo,

A todos, a minha intensa gratidão de coração!

*Bate a enxada no chão
Limpa o pé de algodão
Pois pra vencer a batalha,
É preciso ser forte, robusto, valente ou nascer
no sertão.*

(Luiz Gonzaga)

RESUMO

No campo organizacional, a comunicação surge com o intuito de estabelecer um elo entre a empresa e o público, além de esclarecer o significado, o papel e a razão de ser da Organização. Contudo, o processo de comunicação organizacional acontece em todos os tipos de organizações, inclusive aquelas autogestionárias. Para melhor entender tal perspectiva, buscamos saber, através desta dissertação, a complexidade do processo de comunicação organizacional em empreendimentos solidários a partir da percepção de agricultores familiares, além de compreender o papel de tais empreendimentos no fomento à inclusão social. Os múltiplos fatores que nutrem essa pesquisa nos levam a questionar a importância da comunicação organizacional no reconhecimento dos empreendimentos solidários, enquanto coletividade, na busca de seu respectivo fortalecimento. Nessa perspectiva, percebe-se que qualquer organização precisa desenvolver seus processos comunicativos para que assim possa efetivar sua função no meio social. Esse estudo é baseado em pesquisa exploratória e qualitativa, sendo seus dados obtidos por meio de entrevista semiestruturada. A análise dos dados foi realizada mediante o conjunto de técnica de análise de conteúdo, conforme modelo de Bardin (2004). O presente estudo teve como objeto os agricultores familiares pertencentes aos empreendimentos econômicos e solidários Casa Apis e Cocajupi, localizados no Território Vale do Guaribas, no sertão piauiense. Sendo que, por meio dessa pesquisa, pôde-se constatar que a Comunicação Organizacional é um processo fundamental na construção da sustentabilidade dos empreendimentos econômicos e solidários em estudo, no Piauí, e consequentemente uma possível desencadeadora da inclusão social de agricultores familiares pertencentes aos empreendimentos estudados.

Palavras-chave: Comunicação Organizacional. Empreendimentos solidários. Inclusão Social.

ABSTRACT

In the organizational field, the communication appears in order to establish a link between the company and the public, and clarify the meaning the role and the reason for the Organization. However, the organizational communication process happens in all kinds of organizations, including those self-managed. To better understand this perspective, we seek to know, through this thesis, the complexity of the organizational communication process on developments solidarity from the perception of family farmers and to understand the role of such enterprises in fostering social inclusion. The multiple factors that nourish this research lead us to question the importance of organizational communication in recognition of solidarity enterprises as community in the search for their respective strengthening. From this perspective, it perceives that any organization needs to develop their communicative processes to can carry out its function in the social environment. This study is based on exploratory and qualitative research and its data obtained through semi-structured interview. Data analysis was performed using the set of content analysis technique as Bardin model. The present study had as its object the family farmers belonging to Casa Apis and Cocajupi economic and solidarity enterprises, located in the Valley Guaribas Territory in Piauí backwoods.

Keywords: Organizational Communication. Solidarity enterprises. Social Inclusion.

LISTA DE MAPAS E QUADROS

Mapa 1 -	Piauí dividido pelos territórios da Cidadania, com destaque para o Território do Vale do Guaribas.....	21
Quadro 1 -	Relação das cooperativas: localização e filiação, em ordem por central e território.....	55
Quadro 2 -	Relação dos discursos proferidos pelos entrevistados no desencadeante: Comunicação Positiva dentro da Singular.....	65
Quadro 3 -	Relação dos discursos proferidos pelos entrevistados no desencadeante: Comunicação Negativa dentro da Singular.....	66
Quadro 4 -	Relação dos discursos proferidos pelos entrevistados no desencadeante: Meios de Comunicação.....	68
Quadro 5 -	Relação dos discursos proferidos pelos entrevistados no desencadeante: Atuação Positiva.....	71
Quadro 6 -	Relação dos discursos proferidos pelos entrevistados no desencadeante: Atuação Negativa.....	72
Quadro 7 -	Relação dos discursos proferidos pelos entrevistados no desencadeante: Relações Sociais - Atuações Positivas.....	75
Quadro 8 -	Relação dos discursos proferidos pelos entrevistados no desencadeante: Relações Sociais - Atuações Negativas.....	77
Quadro 9 -	Relação dos discursos proferidos pelos entrevistados na Temática: Inclusão Social dos Agricultores familiares através da Cooperativa.....	82

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 -	Categorias de Comunicação Organizacional como <i>via</i> de sustentabilidade da cooperativa.....	62
Tabela 2 -	Agricultores familiares como Atores Sociais (Dentro da Cooperativa Singular).....	69
Tabela 3 -	Relações sociais entre Central de cooperativas e Singular.....	73
Tabela 4 -	Inclusão Social dos Agricultores familiares através da Cooperativa.....	77

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ADRS – Agente de Desenvolvimento Regional e Sustentável

CASA APIS – Central de Cooperativas Apícolas do Semiárido Brasileiro

COM – Comissão das Comunidades Européias

COCAJUPI – Central de Cooperativas de Cajucultores do Estado do Piauí

COMAF – Cooperativa Mista de Francisco Santos

COMAJ – Cooperativa Mista Agroindustrial de Jaicós

COOMAVINP – Cooperativa Agropecuária e Apícola de Vila Nova do Piauí

COMAMH – Cooperativa Mista Agroindustrial de Monsenhor Hipólito Ltda

COOMACAPIL – Cooperativa Mista Agropecuária e Apícola de Campo Grande Piauí Ltda

CAJITA – Cooperativa Agroindustrial dos Cajucultores de Itainópolis Ltda

COOABEL – Cooperativa Apícola de Batalha Esperantina Ltda

CODEVARP – Cooperativa de Desenvolvimento do Vale do Rio Piracuruca

COOPARN – Cooperativa Apícola da Macrorregião de São Raimundo Nonato

COOPASC – Cooperativa dos Apicultores e Produtores Rurais do Território Serra da Capivara

MELCCOP – Cooperativa dos Apicultores do Piauí

COMPAI – Cooperativa Mista de Pequenos Agricultores de Itainópolis

COMIP – Cooperativa Mista Industrial dos Pequenos Produtores de Baixo

COOAPIS – Cooperativa Mista dos Apicultores do Cariri

COOPERNECTAR – Cooperativa dos Apicultores do Semiárido

COOAPP – Cooperativa Agroindustrial de Pequenos Produtores

COMPRAG – Cooperativa Mista dos Produtores Agrícolas de Ipiranga Ltda

COMASA – Cooperativa Mista Agroindustrial de Serra da Aparecida

COMAJ – Cooperativa Mista Agropecuária de Jaicós

EES – Empreendimentos Econômicos e Solidários

Embrapa – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária

ONGs – Organizações Não Governamentais

PI – Piauí

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	INTRODUÇÃO.....	15
1.1	Problema de pesquisa.....	17
1.2	Hipóteses.....	17
1.3	Objetivos.....	18
1.3.1	Objetivo geral.....	18
1.3.2	Objetivos específicos.....	18
1.4	Justificativa.....	19
1.5	Estrutura da monografia.....	22
CAPITULO 2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	23
2.1	Base conceitual da comunicação em organizações.....	23
2.2	Panorama da Comunicação Organizacional no Brasil.....	26
2.3	Economia Solidária: conceitos e princípios básicos para Empreendimentos Econômicos e Solidários.....	30
2.4	A economia solidária frente ao Capitalismo.....	35
2.5	Inclusão e exclusão social no Brasil: contexto histórico.....	39
2.6	Cidadania: uma evolução para a igualdade social.....	42
2.7	Comunicação e Diálogo: bases para a consolidação da sustentabilidade dos Empreendimentos Casa Apis e Coocajupi.....	46
CAPÍTULO 3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	50
3.1	Conceitos.....	50
3.2	Tipos de pesquisa.....	51
3.3	Fontes de dados.....	53
3.4	Objeto de pesquisa.....	53
3.5	Coleta de dados.....	56
3.6	Tratamento e análise dos dados.....	58
CAPÍTULO 4	APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	61
4.1	Comunicação Organizacional como via de sustentabilidade da cooperativa.	62
4.1.1	Comunicação Positiva dentro da Singular.....	63
4.1.2	Comunicação Negativa dentro da Singular.....	65

4.1.3	Meios de Comunicação.....	67
4.2	Agricultores familiares como Atores Sociais (Dentro da Cooperativa Singular).....	69
4.2.1	Agricultores familiares como Atores Sociais (Dentro da Cooperativa Singular): Atuação Positiva.....	69
4.2.2	Agricultores familiares como Atores Sociais (Dentro da Cooperativa Singular): Atuação Negativa.....	71
4.3	Relações sociais entre Central de cooperativas e Singular.....	73
4.3.1	Relações Sociais entre Central de cooperativas e Singular: Atuações Positivas.....	73
4.3.2	Relações Sociais entre Central de cooperativas e Singular: Atuações Negativas.....	75
4.4	Inclusão Social dos Agricultores familiares através da Cooperativa.....	77
4.4.1	Sentem-se parte integrante dos EES.....	78
4.4.2	Melhorias precisam ser feitas com urgência.....	79
4.4.3	Não se dedicam exclusivamente ao Cooperativismo.....	80
CAPÍTULO 5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	83
	REFERÊNCIAS	
	APÊNDICES	

CAPÍTULO I

1 Introdução

Por meio do ato de comunicar, nos foi possível transmitir conhecimentos e aprimorar tecnologias. A maioria dos estudiosos, dentre estes Moraes (2006), afirma que os caminhos da linguagem foram traçados desde as pinturas rupestres, passando pela invenção de Gutemberg até chegar a 4ª era da comunicação, onde todos nós somos ou nos tornamos agentes da informação e da transformação gerada por esta.

Com o passar dos tempos, o fenômeno chamado de globalização passa a ter maior influência sobre o ser humano, principalmente quando se trata de um ambiente organizacional. Diante dessa realidade, a comunicação passa a ser fator condicionante para a sobrevivência das organizações, sejam elas públicas, privadas e, até mesmo, as autogestionárias, como é o caso dos empreendimentos econômicos e solidários.

É através de uma comunicação elaborada e planejada adequadamente que a cooperação será mútua entre cooperativa e cooperados e, é através da política do diálogo, esclarecimento, respeito e integração que os cooperados podem transformar coletivamente tanto a sua realidade social e econômica como a da sua comunidade, propiciando, assim, a inclusão social.

No atual cenário em que vivemos, percebemos que as organizações necessitam conhecer a melhor forma de se comunicar com o indivíduo. Para tal compreensão, alguns estudiosos defendem que a comunicação organizacional, além de ser uma ferramenta estratégica, abrange todas as formas de comunicação utilizadas e desenvolvidas pela organização no relacionamento e interação com seus públicos. Entende-se a comunicação organizacional como “um processo relacional – emissor/receptor – isto é, as relações sociais que se processam entre ambos, os envolvem, como seus efeitos recíprocos à medida que se comunicam”. (SCROFERNEKER, 2006, p. 48-49).

Sendo assim, tornou-se vital à sobrevivência das organizações atuais a transmissão de informações corretas por meio de uma comunicação ágil e eficiente, o que não se torna diferente em cooperativas de economia solidária, que mesmo partilhando de objetivos

coletivos, quando todos os componentes de um empreendimento têm o mesmo peso de votação, trabalham e, ao mesmo tempo, administram o negócio.

A partir da década de 1980, período marcado pelo início da desindustrialização do país, o cooperativismo começa a ganhar mais espaço, sendo apontado por muitos estudiosos como alternativa para geração de trabalho e renda. Esta outra economia passa a ser representada como uma nova forma que os trabalhadores têm para se organizarem e manterem ou inserirem-se (quando excluídos) no mercado de trabalho e na sociedade.

Nesse contexto, é fundada no ano de 2005, a Central de Cooperativas Apícolas do Semiárido Brasileiro, Casa Apis e a Central de Cooperativas de Cajucultores do Estado do Piauí, Cocajupi, ambas com sede no município de Picos – PI. Tais instituições têm como base a atuação em cadeias produtivas envolvendo populações pobres e marginalizadas, além de fomentar a apicultura e a cajucultura, no país, para a geração de ocupação e renda.

Por ser outra proposta, baseada nos princípios da coletividade, da não concorrência e apoio mútuo, novas linhas de pesquisa sobre a economia solidária e o cooperativismo têm surgido no meio acadêmico, em diversos campos do saber, inclusive o da comunicação. Com isso, este estudo tem sua relevância no momento em que busca um entendimento do processo de comunicação organizacional das cooperativas de economia solidária, a partir das relações de diálogo.

Contudo, a comunicação organizacional a partir da relação dialógica dos agricultores familiares em estudo deve ter prioridade, uma vez que esse público funciona como base de sustentação da estrutura organizacional cooperativa.

1.1 Problema de pesquisa

Podemos destacar que na sociedade contemporânea a informação ganhou rapidez, dinamismo e amplitude. Baseado nesse cenário de competitividade, faz-se necessário que as organizações aprimorem suas estratégias de comunicação levando em consideração a importância da participação ativa do sujeito e estimulando o desejo de pertencimento deste. Tal realidade deve se fazer presente nas organizações de economia solidária, locais estes onde todos os integrantes fazem parte do empreendimento e possuem poder de decisão.

Neste viés de pesquisa, é pertinente a seguinte interrogação: Como a comunicação organizacional pode contribuir para a inclusão social de agricultores familiares pertencentes a empreendimentos econômicos e solidários do território Vale do Guaribas, no Piauí ?

Podemos destacar que a maioria dos agricultores familiares em estudo sobrevive exclusivamente de atividades do campo, sendo que o cooperativismo se mostra como uma alternativa de melhoria de vida para os pesquisados e seus familiares. Nesse sentido, a comunicação organizacional se mostra como uma ponte na superação das dificuldades existentes no processo que envolve a comunicação em empreendimentos solidários, não apenas no nordeste, mas no Brasil como um todo.

Vale ressaltar que esta pesquisa é fundamental para os empreendimentos econômicos e solidários em estudo, pois, por meio dela, é possível conhecer as principais deficiências dessa “outra economia” que tem como principal característica a inclusão social através da geração de trabalho e renda, sendo possível identificar maneiras de estar em constante processo de melhorias e de aprimoramento.

1.2 Hipóteses

- A comunicação organizacional é uma peça chave para a consolidação e fortalecimento dos empreendimentos econômicos e solidários do Território Vale do Guaribas, no sertão piauiense.
- Os empreendimentos em estudo precisam desenvolver seus processos comunicativos, a partir da efetivação das relações dialógicas entre Singulares (agricultores familiares)

e Central de cooperativas (gestores), para que assim possam efetivar sua função no meio social e propiciar a inclusão dos agricultores familiares pertencentes às cooperativas.

- Faz-se necessário elaborar e executar ações coletivas, a partir das necessidades dos agricultores familiares, que desencadeiem a percepção da importância do sentimento de “pertencimento” tanto dos agricultores familiares como dos gestores dos empreendimentos Casa Apis e Cocajupi, para que assim haja o fortalecimento dos empreendimentos em estudo.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo Geral

- Compreender a complexidade do processo de comunicação organizacional em empreendimentos solidários a partir da percepção dos agricultores familiares cooperados pertencentes aos empreendimentos Casa Apis e Cocajupi, no Território Vale do Guaribas, no Piauí.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Entender como a comunicação organizacional pode contribuir para a sustentabilidade do modelo democrático de economia solidária e cooperativismo nos empreendimentos estudados;
- Investigar a participação dos agricultores familiares na construção do diálogo entre cooperativa-singular e cooperado, a fim de favorecer a concepção de uma sociedade democrática;
- Averiguar como se dá o fortalecimento das relações sociais entre os agricultores familiares pesquisados e as centrais de cooperativas, Casa Apis e Cocajupi;

- Compreender o papel dos empreendimentos Casa Apis e Cocajupi no fomento à inclusão social e construção da cidadania, no Território Vale do Guaribas, Piauí.

1.4 Justificativa

Com base em estudos realizados pela Embrapa Meio Norte, Veit (2003) afirma que uma nova atividade agrícola está mudando a paisagem socioeconômica e a capacidade de organização de alguns municípios localizados na região semiárida do Estado do Piauí. Trata-se da apicultura e cajucultura, atividade econômica que resulta na produção de mel e caju incluindo outros produtos derivados.

Outro aspecto que merece relevância é o fato de essa atividade ter a maioria de seus produtores localizados na região semiárida do Estado, onde se destaca a macrorregião de Picos, sendo esta uma área sempre muito castigada pelas secas e que, devido a este aspecto peculiar, também é extremamente carente de atividades geradoras de ocupação e renda para os seus habitantes. No entanto, os períodos de estiagem em determinadas épocas do ano podem ser importantes aliados da apicultura, porque favorecem o desabrochar das flores de importantes plantas melíferas, como o marmeleiro, a aroeira, o juazeiro e o cajueiro abundantes na macrorregião de Picos. Já no caso do caju, pode-se afirmar que é uma planta que necessita de pouca água comparada com outras de mesmo porte.

A Central de Cooperativas Apícolas do Semiárido Brasileiro, Casa Apis e a Central de Cooperativas de Cajucultores do Estado do Piauí, Cocajupi, ambas localizadas no município de Picos – PI foram constituídas e estruturadas com o objetivo de gerar ocupação e renda, além de combater a pobreza na região que abrange o Território Vale do Guaribas. Vale destacar que o Território Vale do Guaribas, localizado no Estado do Piauí, integra o Programa do Governo Federal “Territórios da Cidadania”, que tem como objetivos promover o desenvolvimento econômico e universalizar programas básicos de cidadania, por meio de uma estratégia de desenvolvimento territorial sustentável. Essa região é composta por 39 municípios piauienses.

Os empreendimentos econômicos e solidários Casa Apis e Cocajupi abrangem quatorze municípios, sendo dez destes pertencentes ao Território Vale do Guaribas. Tais empreendimentos somam um mil duzentos e oitenta e nove famílias nas cadeias produtivas do

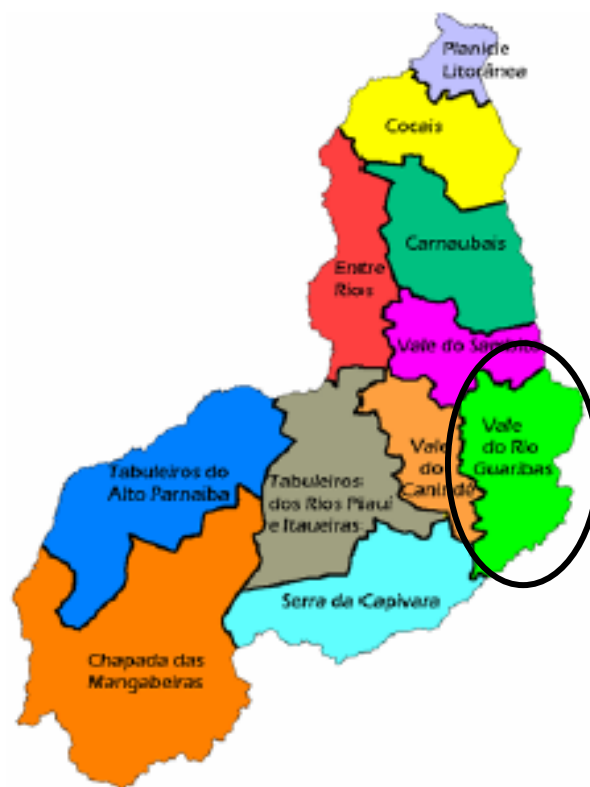
mel e do caju, sendo que é no Território Vale do Guaribas onde estão concentradas a maioria das cooperativas singulares e associações vinculadas às duas centrais de processamento. É importante ressaltar que dez daquelas estão localizadas na macrorregião de Picos. Tal fator explicita a importância, tanto para o município de Picos como para o Estado do Piauí, do desenvolvimento de pesquisas nesta área.

Percebe-se que mesmo diante da notória importância dos empreendimentos solidários para a macrorregião de Picos, onde a maioria dos agricultores familiares estão associados a uma cooperativa, poucos são os estudos científicos desenvolvidos nos municípios de abrangência do Território Vale do Guaribas. Na biblioteca da Universidade Federal do Piauí, campus de Picos, consta apenas um título de monografia nesta área.

Esta pesquisa visa contribuir para a compreensão dos processos de comunicação organizacional dos empreendimentos solidários na região “Território Vale do Guaribas”, bem como servir de dado inicial para posteriores pesquisas que venham a ser realizadas na região, tanto no campo empírico como no teórico.

Os EES pesquisados localizam-se na cidade de Picos, no Estado do Piauí. Para que se tenha melhor entendimento de onde os mesmos estão localizados, seus territórios geográficos e suas dimensões espaciais frente às suas atuações, a Figura 1 Mapa de Localização dos Empreendimentos, a seguir, permite a visualização dessas dimensões.

Mapa 1 - Piauí dividido pelos territórios da Cidadania, com destaque para o Território do Vale do Guaribas



Fonte: Google, com adaptações da autora.

1.5 Estrutura da dissertação

Esta seção pretende demonstrar de forma sucinta as partes constantes nesta dissertação, visando propiciar maior facilidade na localização e um entendimento inicial dos mesmos.

No capítulo 1, estão presentes a introdução, a formulação do problema de pesquisa, construção de hipóteses ou questões de pesquisa, os objetivos gerais e específicos, as justificativas e esta seção. Já no capítulo 2, encontra-se a revisão da literatura, na qual são apresentados os conceitos teóricos que sustentam o estudo e a visão de diversos autores e pesquisadores sobre os assuntos abordados em tal pesquisa. No capítulo 3, são apresentados os procedimentos metodológicos, onde se enfatiza a importância da metodologia científica, além de esclarecer o tipo de pesquisa realizada, as fontes de dados, a forma como foram coletados e tratados os dados. No capítulo seguinte, encontram-se a apresentação e análise dos resultados obtidos com a realização da pesquisa, explicitados por meio de frequências e de discussões e a apresentação de sugestões de melhorias para eficácia da comunicação organizacional nos EES estudados. Por fim, no capítulo 5, apresentam-se as considerações finais acerca desse estudo.

CAPÍTULO 2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Base conceitual da comunicação em organizações

A comunicação se manifesta como parte integrante de cada indivíduo, sendo esta apresentada de diferentes formas e impregnada de significados diversos que necessitam ser interpretados e reinventados. Assim, a comunicação está implícita na troca, atos e ações compartilhadas. Dela pressupõe-se interação, diálogo e respeito mútuo do falar, do ouvir, do entender e fazer-se entender. “É a sempre busca da relação e do compartilhamento”, afirma Wolton (2006, p. 13).

Para Cahen (1999) e Chiavenato (2008), a comunicação ocorre quando uma informação é enviada ao seu destinatário, uma vez que o destinatário da informação deve recebê-la e compreendê-la. Nesse contexto, o comunicador tem que ser bem claro na comunicação, principalmente para evitar o compartilhamento ou a confusão de conceitos e ideias transmitidas a alguém. Contudo, Wolton (2006, p. 13) defende que “a comunicação parece tão natural que, *a priori*, não há nada a ser dito a seu respeito. E, no entanto, tanto o seu êxito como o seu recomeço não são fáceis”.

Abordada conceitualmente, a comunicação pode ser entendida como meio, como função, como processo de interação, como fonte de dominação. Para Rudger, “a comunicação constitui valorativamente um tema de importância consensual, cujo conteúdo, todavia, está longe de ter sido esclarecido, quando se passa a sua definição teórica” (RUDGER, 1998, p. 9).

No âmbito da comunicação organizacional não é diferente. Muitas organizações acreditam que basta a informação ser disseminada internamente e/ou externamente para já existir a comunicação, porém, ressalta-se que se o receptor dessa informação não compreender não haverá comunicação. Talvez esse seja um dos problemas que levam à distorção desse processo.

No entanto, podemos destacar que a comunicação tem exercido um papel fundamental nas organizações da atualidade, permitindo a troca de informação por toda a estrutura organizacional, constituindo uma ferramenta essencial ao bom gerenciamento tanto das pessoas como da organização em si.

Para Cardoso (2006),

A comunicação organizacional vem assumindo uma nova dimensão estratégica nas organizações que, como se vê, modifica paulatinamente antigos limites. A comunicação assume um papel muito mais abrangente, fazendo referência a tudo que diz respeito à posição social e ao funcionamento da organização, que envolve desde seu clima interno até suas relações institucionais. As empresas precisam abrir portas, reduzir desconfianças e iniciar um diálogo – sem limites – com os formadores de opinião, o que só será possível se as opiniões e posturas da sociedade forem levadas em conta (CARDOSO, 2006, p. 16).

Essa dimensão e relevância da comunicação nas organizações/empresas têm contribuído para um debate mais amplo e que envolve os conceitos utilizados nessa área. Alguns autores, dentre esses Torquato (2010) e Kunsch (2003), preferem utilizar o termo “Comunicação Organizacional”. Já Bueno (2009) dá preferência ao termo “Comunicação Empresarial”, pelo fato de esta, segundo o autor, ser mais aceita no ambiente profissional. Algumas outras expressões também são utilizadas pelo mercado para designar essa área, tais como “Comunicação Corporativa” e “Comunicação Institucional”.

Bueno (2009) explica que, no universo acadêmico, tem-se optado pela expressão “Comunicação Organizacional”, não pelo fato de outros termos serem menos valorosos, mas para que assim possa dar à área a amplitude com que ela vem sendo contemplada no mercado atual. Nesse sentido, o autor ainda destaca que:

Quem age dessa forma julga que a expressão “Comunicação Empresarial” pode denotar apenas a comunicação que se efetiva nas empresas públicas e privadas, com a exclusão da que ocorre em outras instâncias organizacionais (entidades em geral, ONGs, autarquias etc.). Se a intenção é evocar a comunicação nas organizações em geral, sem quaisquer restrições, certamente comunicação organizacional será a expressão mais indicada (BUENO, 2009, p. 2).

Contudo, Bueno (2009) enfatiza que talvez tenhamos que rever esse e outros conceitos que giram em torno da Comunicação Organizacional, pois, de acordo com o autor (2009, p. 3), “a comunicação não deve ser pensada para as organizações apenas como *management* e incorpora, entre outras perspectivas, o relacionamento com a comunidade, a contribuição para a qualidade de vida no trabalho, a realização profissional e pessoal”.

Levando em consideração tal contexto, aqui trabalharemos com a expressão Comunicação Organizacional pela sua frequência de uso no meio acadêmico e por esse estudo

tratar de organizações que se enquadram nos princípios da Economia Solidária. Entretanto, não descartaremos o uso da expressão Comunicação Empresarial, pois compartilhamos do pensamento de Bueno (2009) o qual afirma que, na sociedade moderna, uma organização não deve se reduzir apenas ao objetivo do lucro, porque esta também cumpre outras funções de suma importância que visam o bem estar da sociedade em geral.

Assim, Scroferneker (2006) defende que a comunicação organizacional abrange todas as formas de comunicação utilizadas e desenvolvidas pela organização para relacionar-se e interagir com seus públicos. Entende-se “a comunicação organizacional como um processo relacional – emissor/receptor – isto é, as relações sociais que se processam entre ambos, os envolvem, como seus efeitos recíprocos à medida que se comunicam” (SCROFERNEKER, 2006, pp. 48-49).

Em contrapartida, Kreps (1990) entende a comunicação organizacional como um processo através do qual os membros da organização obtêm as informações pertinentes sobre ela e as mudanças que nela ocorrem. De acordo com esse autor, a comunicação organizacional atua como fonte de informação para os membros da organização, sendo que essa informação se constitui na variável intermediária que une a comunicação à organização (KREPS, 1990, p. 72).

Já Bueno (2009) parte do princípio que tanto a Comunicação Empresarial como a Comunicação Organizacional dever se constituir de um “Conjunto integrado de ações, estratégias, planos, políticas e produtos planejados e desenvolvidos por uma organização para estabelecer a relação permanente e sistemática com todos os seus públicos de interesse” (BUENO, 2009, p. 4).

Nesse sentido, Hall (1984) examina a comunicação nas organizações considerando que diversos são os fatores que afetam o envio, o recebimento, a percepção e as interpretações dessas informações. O autor alerta para uma série de fatores que dificultam as comunicações nas organizações, destacando que “o processo de comunicação deve ser encarado como um processo dinâmico, em que novos atores, novos meios e novas definições entram constantemente em cena” (HALL, 1984, p. 147).

Restrepo J. (1995) enfatiza que a comunicação nas organizações deve ser entendida de forma integral, permeando todas as ações organizacionais, viabilizando de maneira permanente a construção de sua cultura e identidade, e marcando um estilo próprio e suas formas de projetar-se exteriormente. Ainda, o autor ressalta que a organização deve ser compreendida como unidades coletivas de ação constituídas para atingir fins específicos, e

dirigidas por um poder que estabelece uma forma de autoridade determinante do *status* e do papel de seus membros.

2.2 Panorama da Comunicação Organizacional no Brasil

A comunicação faz parte de todos os atos da vivência humana e, nas organizações, não é diferente, pois as mesmas, sejam públicas ou privadas, são consideradas organismos vivos e interdependentes. Com isso, a comunicação está inserida na base das funções administrativas de planejamento, organização, direção e controle, sendo considerada por muitos pesquisadores como a alma da organização.

De acordo com Bueno (2009), a Comunicação Empresarial, no Brasil, é uma atividade ainda recente, pois está completando apenas 30 anos. O autor afirma que, na década de 1970, as empresas e associações já se comunicavam, muitas delas, por meio de *house-organs*. Porém, Bueno (2009) destaca que, nesse período, não havia ainda uma comunicação empresarial no sentido amplo de hoje em dia e que, no contexto histórico do Brasil e, conseqüentemente, das empresas aqui instaladas, na década de 1970, vivia-se a truculência do regime militar.

Era um tempo em que as greves por salários ou melhores condições de trabalho eram resolvidas pelas milícias estaduais e não pela negociação e pelo diálogo. Enfim, não havia espaço para o diálogo e a participação. Vigorava o lema: Manda quem pode, obedece quem tem juízo (BUENO, 2009, p. 5).

Diante desse cenário, Bueno (2009) afirma que as atividades de comunicação nas empresas eram desenvolvidas de forma restrita e isolada: “a edição de publicações empresariais, a assessoria de imprensa, a organização de eventos, a publicidade e o marketing, de maneira geral, eram assumidos, na quase totalidade dos casos, por departamentos e profissionais sem qualquer vinculação” (BUENO, 2009, p. 5). O autor ressalta ainda que dessa fragmentação acabava resultando, dentro das empresas, uma comunicação difusa e muitas vezes, até contraditória.

Na década de 1980, assiste-se: “[...] uma reviravolta no conhecimento acadêmico da comunicação organizacional” (PUTMAN, PHILLIPS e CHAPMAN, 2004, p. 79), sendo tal

fato reflexo dos efeitos tanto da Democracia como da Revolução Industrial e da globalização. Essa década, de acordo com Bueno (2009), deu o impulso que faltava à Comunicação Empresarial que: “ganhou *status* nas organizações e passou, efetivamente, a se constituir em um campo de trabalho profícuo, atraindo profissionais de todas as áreas” (BUENO, 2009, p. 7). Vale destacar que a chegada dos egressos das universidades e dos cursos de Comunicação Social exigiu das organizações uma nova postura.

Nesse período, Bueno (2009) afirma que os profissionais da área de comunicação já percebiam que o campo da Comunicação Empresarial era maior do que a simples edição de *house-organs*. O autor ressalta ainda que nos cursos recém-criados de pós-graduação em comunicação, as dissertações e as teses envolvendo tal temática começavam a obter reconhecimento e com isso se multiplicar.

Já nos anos de 1990, a comunicação organizacional assume uma função estratégica dentro das empresas. Ela passa a ter uma posição ativa e incorpora os mais diversos departamento e setores, a fim de desempenhar um papel significativo no processo de tomada de decisões. Nesse sentido, alguns teóricos como Bueno (2009), Torquato (2010) e Vieira (2004) concordam entre si ao afirmar que a Comunicação Organizacional deixou de ser um conjunto de atividade desenvolvida de forma fragmentada e departamentalizada para compor um processo integrado e de visão abrangente que orienta o relacionamento da empresa ou entidade com seus públicos de interesse.

Bueno (2009) afirma que, ao longo dessas quase quatro décadas, a evolução da comunicação organizacional vem acontecendo de forma gradativa, de tal modo que, nos dias atuais, as organizações modernas não mais poderão prescindir dessa articulação. O autor reforça que: “a comunicação é o espelho da cultura empresarial e reflete, necessariamente, os valores das organizações” (BUENO, 2009, p. 6).

Vieira (2004) defende que a Comunicação Organizacional objetiva difundir o posicionamento da empresa, sendo ela responsável por estabelecer o diálogo tanto interno quanto externo nas organizações. Para tanto, tal perspectiva aponta essa comunicação como uma atividade complexa em que a organização deve levar em conta os interesses coletivos e conhecer as necessidades do seu público.

Alinhada a essa perspectiva, a Comunicação Organizacional compreende um conjunto complexo de atividades, ações, estratégias, produtos e processos desenvolvidos para reforçar as ideias e a imagem organizacional junto aos seus públicos de interesse ou, até mesmo, junto à opinião pública (VIEIRA, 2004, p. 37).

Através de um sistema de comunicação necessariamente constituído nas organizações, Wels (2005) afirma que “as informações são transmitidas, fluem e se retroalimentam; e as ações organizacionais se encaminham, se sustentam, se concretizam, se constroem e se reproduzem” (WELS, 2005, p.73). Diante de tal cenário, fazem-se necessárias estratégias de comunicação para que, através destas, possa-se estabelecer o diálogo nas organizações tanto em âmbito interno como externo.

No entanto, podemos perceber que a comunicação é um elemento vital no processamento das funções administrativas, fazendo com que as organizações atinjam seus públicos e, conseqüentemente, seus objetivos. É a comunicação que ocorre dentro da organização e a comunicação entre ela e o meio onde está inserida a define e determina as condições da sua existência. Assim, Silveira e Felizola (2009) destacam como seu principal objetivo:

No campo organizacional, a comunicação surge com o intuito de estabelecer um elo entre a empresa e o público, além de esclarecer o significado, o papel e a razão de ser da Organização. Ao entender isso, é possível deduzir que cabe ao profissional responsável pela comunicação organizacional tornar coletivos os interesses e pretensões da empresa para que, desta forma, além de conhecer o local em que trabalha, o funcionário possa também se enxergar parte deste e trabalhar como construtor de uma identidade organizacional (SILVEIRA E FELIZOLA, 2009, p. 02).

Com o objetivo de conquistar o público e mostrar a este que tem qualidades e serviços eficazes a oferecer, as instituições procuram investir em sua própria imagem. Para tanto, através de informes, campanhas publicitárias ou tantas outras estratégias, a comunicação organizacional também se apresenta como uma ferramenta capaz de atingir esse propósito. Porém, tais estratégias ao serem desenvolvidas devem levar em consideração as peculiaridades de cada organização.

Contudo, Silveira e Felizola (2009) ressaltam que a Comunicação Organizacional não deve se restringir unicamente a criar estratégias. “Também é de sua incumbência a construção de uma identidade e a busca contínua do bem estar dos grupos envolvidos” (SILVEIRA E FELIZOLA, 2009, p. 2). Dessa forma, desenvolver-se-á o espírito de equipe a partir de uma relação sólida e amigável, em que os colaboradores são comprometidos com as suas atividades e, sobretudo, com a organização.

Diante desse aspecto, Peruzzo (2013) apresenta a Comunicação nas Organizações através de outras perspectivas, sendo que, para a autora, essa Comunicação Organizacional possui conotações diferenciadas:

Tem conotações diferentes, pois ocorre a partir de perspectivas como a comunicação de empresas, do poder público e das demais instituições com o terceiro setor, além daquela desenvolvida pelos próprios movimentos sociais, ONGs, associações comunitárias e similares, sem finalidade de lucro, e, por extensão, outras também próprias do mundo do trabalho (PERUZZO, 2013, p. 93).

Peruzzo (2013) ressalta, ainda, que a partir do momento em que tal comunicação é desenvolvida sob a ótica dos próprios atores sociais, nas relações com seus públicos e com a sociedade, e envolve organizações comunitárias, ONG's, movimentos sociais, novos fundamentos balizam os conceitos e as práticas de Comunicação Organizacional.

A autora destaca ainda que, na década de 1980, após apropriação por organizações e movimentos sociais, coube, especificamente, a um segmento de Relações Públicas recriar-se teoricamente levando em consideração a perspectiva comunitária. A partir daí, surgem outras denominações tais como: Relações Públicas Comunitárias, Populares ou Alternativas ou, ainda, as “Relações Públicas na contramão”, como sendo aquelas realizadas no âmbito de comunidades, associações, movimentos sociais populares, organizações não-governamentais e outras instituições sem finalidade de lucro e, por extensão, aquelas do mundo do trabalho, como os sindicatos e outras entidades civis. “Essas denominações aplicam-se às iniciativas configuradas em contraposição aos mecanismos reprodutores dos interesses do capital e das condições alienadoras da pessoa humana” (PERUZZO, 2013, p. 93).

Contudo, Peruzzo (2013) destaca que tal perspectiva não tem a intenção de substituir as Relações Públicas ou a Comunicação Organizacional tradicionais, sendo que estas “continuam seus próprios percursos, mesmo requerendo atualizações prático-conceituais” (PERUZZO, 2013, p. 93). Essa nova denominação, na verdade, se caracteriza como uma alternativa ou mais um campo de atuação profissional.

Quaisquer que sejam as formas e os meios, é perceptível que a comunicação se apresente como uma dinâmica constantemente presente no cotidiano organizacional. Nesse sentido, Hall (1984) destaca que:

O processo de comunicação é, por definição, um processo relacional: um elemento é o emissor e o outro, o receptor num ponto específico do tempo [...]. As relações sociais que ocorrem no processo de comunicação envolvem o emissor e o receptor e seus efeitos recíprocos um no outro à medida que se comunicam. Quando um emissor é intimidado por seu receptor durante o processo de envio de uma mensagem, a própria mensagem e a interpretação dela serão afetadas (HALL, 1984, p. 133).

Nessa proposição, Hall (1984, p. 132) afirma que o processo de comunicação nas organizações “contém elementos que são fortemente organizacionais e fortemente individuais”, confirmando que, em todas as discussões sobre comunicação organizacional, o indivíduo deve exercer o papel central no processo, através da relação dialógica, conferindo assim sua natureza de ser social.

2.3 Economia Solidária: conceitos e princípios básicos para Empreendimentos Econômicos e Solidários

Dentre as definições teóricas da economia solidária, há pelo menos uma unanimidade entre os pesquisadores do tema: ela se apresenta como uma nova estratégia alternativa de luta contra o desemprego. Tauile (2001) defende que a economia solidária se insere nas diversas formas de organização e os envolvidos objetivam criar sua própria fonte de trabalho ou ter acesso a bens e serviços de qualidade ao mais baixo custo possível, numa dinâmica de solidariedade e de reciprocidade que articula os interesses individuais aos coletivos.

França Filho e Laville (2004, p. 18) ao analisarem a emergência de laços sociais de solidariedade, especialmente frente à crise generalizada do emprego consideram que:

[...] a economia solidária mergulha suas raízes nas relações de pertencimento vividas que podem ser tradicionais. Entretanto, ela não se confunde com a economia tradicional, pois vai além do domínio privado, exprimindo no espaço público a reivindicação de um poder-agir na economia, isto é, a demanda de uma legitimação da iniciativa, independente da detenção de um capital. Ela funda, assim, um empreendedorismo que não é movido pela rentabilidade do capital investido e não distingue o que é da ordem da produção e da distribuição, combinando associação para exercer uma profissão em comum e ajuda mútua (FRANÇA FILHO E LAVILLE, 2004, p. 18).

Para a compreensão da lógica da economia solidária, Singer e Souza (2000) ressaltam que é de fundamental importância reconsiderar “a crescente desigualdade entre a classe capitalista, cuja riqueza aumenta com a acumulação do capital, e a classe trabalhadora, cujos ganhos são apenas suficientes para reproduzir sua força de trabalho continuamente [...]” (SINGER; SOUZA, 2000, p. 14).

O mesmo autor difere os princípios da economia solidária dos princípios do capitalismo ao afirmar que a economia solidária possui como unidade típica:

[...] posse coletiva dos meios de produção pelas pessoas que as utilizam para produzir; gestão democrática da empresa ou por participação direta (quando o número de cooperados não é demasiado) ou por representação; repartição da receita líquida entre os cooperadores por critérios aprovados após discussões e negociações entre todos; destinação do excedente anual (denominado sobras) também por critérios acertados entre todos os cooperados (SINGER; SOUZA, 2000, p. 13).

Talvez uma das principais diferenças entre a empresa privada e a solidária seja o modo como estas são administradas. “A primeira aplica a heterogestão, ou seja, a administração hierárquica, formada por níveis sucessivos de autoridade [...] já a empresa solidária se administra democraticamente, ou seja, pratica a autogestão” (SINGER, 2002, p.18).

Segundo Silva (2009), a economia solidária pode ser definida, de forma mais ampla, como o conjunto das atividades que contribuem para a democratização econômica a partir do engajamento de todos os envolvidos, que devem levar consigo os princípios de preservação do meio ambiente, a busca pela igualdade racial e a luta por justiça social, além da constante busca pela garantia dos direitos fundamentais dos cidadãos.

O mesmo autor revela, ainda, que as iniciativas da economia solidária são marcadas por uma pluralidade de ações e atores sociais que se configuram em diferentes formas organizativas, tais como: “associações de produtores, cooperativas populares, centros de formação, espaços coletivos de comercialização, clubes de trocas, feiras agroecológicas, entre diversas outras, também denominadas de empreendimentos de economia solidária” (SILVA, 2009, pp. 47-48).

Quanto às origens da economia solidária, Singer (2002) destaca que esta pode situar-se a partir das iniciativas cooperativistas em busca de trabalho e renda, reflexos da Revolução Industrial na Grã-Bretanha. “O surgimento das máquinas industriais e da organização fabril da produção levou os artesãos ao empobrecimento e marginalização” (SINGER, 2002, p. 22).

Muitos estudiosos apontam a Grã-Bretanha como a pátria da Primeira Revolução Industrial que foi marcada pela expulsão em massa dos camponeses, sendo que estes se transformaram no proletariado moderno. “A exploração do trabalho nas fábricas não tinha limites legais e ameaçava a reprodução biológica do proletariado” (SINGER, p. 24, 2002). Diante do exposto, o mesmo autor revela que no modo capitalista da Primeira Revolução Industrial:

As crianças começavam a trabalhar tão logo podiam ficar de pé, e as jornadas de trabalho eram tão longas que o debilitamento físico dos trabalhadores e sua elevada morbidade e mortalidade impediam que a produtividade do trabalho pudesse se elevar (SINGER, p. 24, 2002).

Singer (2002) destaca que, na primeira década do século XIX, por esses e outros motivos, alguns industriais começaram a propor leis de proteção aos trabalhadores visando, além de melhorias trabalhistas, aumento na produtividade. Neste cenário, destaca-se o britânico Robert Owen, proprietário de um imenso complexo têxtil, que revolucionou suas estratégias ao limitar a jornada de trabalho para seus funcionários e proibir o emprego de crianças para as quais ele ergueu escolas.

Diante de seu impecável raciocínio, Owen apresentou ao governo, em 1817, um plano para reverter a situação econômica britânica: “os fundos de sustento dos pobres [...], em vez de serem meramente distribuídos fossem invertidos na compra de terras e construção de Aldeias Cooperativas” (SINGER, 2002, p. 25). Nestas aldeias, as pessoas trabalhariam e produziriam para sua própria subsistência.

Contribuindo para o entendimento da influência da Revolução Industrial no trabalho cooperativo, estudos apontam que a cooperativa mais antiga e detentora de algum registro documentado teria sido iniciada em 1760, na Inglaterra, em Woolwich e Chatham (VEIGA; FONSECA, 2001). Mas, na verdade, eram moinhos de cereais, em base cooperativa, organizados para que os produtores não pagassem os altos preços cobrados pelos moleiros da época. Porém, o primeiro registro oficial que se tem de uma sociedade cooperativa data de 1844. Esse registro nos leva a Rochdale, uma pequena cidade do interior da Inglaterra.

Já Singer (2002), aponta em seus estudos que George Mudie criou a primeira cooperativa owenista em Londres, onde um grupo de jornalistas e gráficos se propuseram a formar uma comunidade e viverem dos ganhos de suas atividades profissionais. “Em 1821 e 1822, Mudie e seus companheiros publicaram *The Economist*, o primeiro jornal cooperativo” (SINGER, 2002, p. 27).

No Brasil, estudiosos reportam divergências sobre o surgimento da primeira cooperativa brasileira. Para Oliveira (1979), foi o jesuíta suíço Padre Theodor Amstad que deu início ao cooperativismo no Brasil, numa reunião da Sociedade de Agricultores Rio Grandenses, realizada no interior do Município de Nova Petrópolis. Porém, para Pinho (1982) a primeira cooperativa do Brasil surgiu no Estado de São Paulo, em Limeira, no ano de 1891, com a denominação de Associação Cooperativa dos Empregados da Companhia Telefônica.

Após a II Guerra Mundial, as cooperativas brasileiras se desenvolveram com maior intensidade. A partir da década de 1970, tomam mais força devido aos processos de reestruturação produtiva pelos quais passavam as organizações e, em 1988, o governo passa a fomentar o cooperativismo, fundamentado no artigo 174 da Constituição Federal, parágrafo 2º, e na Lei 5.764/71, criada 17 anos antes. (PICCININI *et al.*, 2003).

“A economia solidária começou a ressurgir, no Brasil, de forma esparsa na década de 1980 e tomou impulso crescente a partir da segunda metade dos anos 1990” (SINGER; SOUZA, 2000, p.25). Ela resulta de movimentos sociais que reagem à crise do desemprego em massa, que tem início em 1981 e se agrega com a abertura do mercado interno às importações, a partir de 1990. (SINGER; SOUZA, 2000).

Singer (2002) afirma que, devido às revoluções industriais que ocorreram ao longo da história, inúmeras consequências apareceram, tais como: os novos modos de estruturação do emprego, a precarização do emprego e o desemprego que se inseriram na dinâmica atual da modernização. Tal aspecto teve grande influência na consolidação dos princípios da economia solidária no Brasil, movimento em evidente expansão e que se apresenta como uma organização social extremamente promissora, sobretudo no que se refere a mudanças nas relações e condições de trabalho.

Com isso, a disseminação geográfica crescente de atividades econômicas rompeu as fronteiras de inúmeros países. Para Pinho (1982), este fenômeno é conhecido como “internacionalização” e logo evoluiu para outro mais amplo e generalizado denominado “globalização”, que é a integração funcional entre economias dispersas internacionalmente. Consequentemente, instaurou-se sensível diminuição nos níveis de desenvolvimento social nas nações influenciadas por tal fenômeno, com aspectos peculiares no Brasil.

Nesse contexto, pode-se constatar que o Estado brasileiro historicamente não cumpriu sua função distributiva e não conduziu a economia nacional na direção da inclusão social. Segundo Veronese (2004, p. 121):

Com a crise social das duas “décadas perdidas” (80 e 90), a economia solidária renasce no Brasil; após algumas experiências isoladas nos anos 80, em 1991 a empresa calçadista Makerli, em Franca (SP) ressuscitou como cooperativa, inaugurando uma série de eventos semelhantes nos anos 90. Ainda nos anos 80, a Cáritas, entidade ligada à CNBB (Confederação Nacional dos Bispos do Brasil), financiou milhares de pequenos projetos, os PACs (Projetos Alternativos Comunitários), a princípio para gerar renda para as populações de periferia. Alguns deram origem a empreendimentos autogestionários, outros dependem mais de ajuda externa. O Movimento sem Terra (MST) contribuiu efetivamente para o campo através do fomento ao cooperativismo agrícola (VERONESE, 2004, p. 121).

A economia solidária, no Brasil, de acordo com Singer (2002), reviveu nas décadas de 80 e 90 com a desindustrialização do país, período em que milhares de postos de trabalho foram perdidos, resultando no desemprego em massa e na acentuada exclusão social. “Ela assumiu em geral a forma de cooperativa ou associação produtiva, sob diferentes modalidades, mas sempre autogestionárias”. (SINGER, 2002, p. 122)

No processo evolutivo brasileiro, os interesses individuais não se aliavam aos interesses coletivos. Pinho (1977) ressalta que tal realidade colocara em evidência, de maneira brutal, a oposição entre o interesse individual e o interesse social, pois enquanto de um lado um grupo cada vez menor de empresários enriquecia, do outro a classe operária vivia miseravelmente:

De fato, a liberdade econômica conduziu a uma luta desbragada: *entre produtores*, que se digladiavam entre si, eliminando ou absorvendo as empresas marginais (dando origem, progressivamente, à constituição de grandes grupos monopolísticos ou quase monopolísticos; *entre trabalhadores*, devido à concorrência da mão-de-obra feminina e de menores que passaram a disputar mercado de trabalho, sobretudo com a introdução da máquina no processo produtivo) e também às periódicas depressões econômicas, que geravam desemprego em massa, obrigando-os a oferecer trabalho a preços vis, apenas suficientes para garantir a sobrevivência: *entre produtores e assalariados*, já que a pretendida liberdade contratual degenera em imposição de salários de fome e de longa jornada de trabalho (PINHO, 1977, p.5).

No contexto da origem histórica da economia solidária, Singer (2002) afirma que seria justo denominar a fase inicial de “cooperativismo revolucionário”, pois esta jamais se repetiu de forma tão nítida, em nenhuma parte do mundo. “Ela tornou evidente a ligação essencial da economia solidária com a crítica operária e socialista do capitalismo” (SINGER, 2002, p. 35).

2.4 A economia solidária frente ao Capitalismo

Numa divisão social do trabalho, existem diversas maneiras de organizar a produção e a distribuição de bens e serviços produzidos a partir da interação de agentes especializados. Muitos estudiosos afirmam que um dos meios mais antigos é a produção simples de mercadorias, na qual os agentes são os possuidores individuais das ferramentas ou meios de produção e distribuição tornando-se, conseqüentemente, donos também dos produtos de sua atividade, que serão inseridos no mercado. “O agente é, neste modo, quase sempre uma família ou domicílio, cujos membros trabalham em conjunto, usufruindo coletivamente dos resultados de sua atividade” (SINGER; SOUZA, 2000, p. 11).

“O capitalismo é o modo de produção em que os meios de produção e de distribuição, assim como o trabalho, se tornam mercadorias, apropriadas privadamente” (SINGER; SOUZA, 2000, p.11). Quando os meios de produção e distribuição se concentram nas mãos de uma minoria, há submissão da maioria a um determinado domínio que é capaz de limitar a capacidade individual de trabalho do agente.

Marx (1983), ao tratar de economia política, cita, em seus estudos, que os meios de produção capitalista tem como principal consequência o fato de mercantilizar as relações sociais, políticas e econômicas. Tal aspecto reflete diretamente na concepção de que os indivíduos dependem das condições materiais de produção ou dos processos produtivos para a sua sustentabilidade.

Para uma melhor compreensão das percepções de Marx, é de suma importância compreender o que é o capitalismo:

É um sistema de mercantilização universal e de produção de mais-valia. Ele mercantiliza as relações, as pessoas e as coisas. Ao mesmo tempo, pois, mercantiliza a força de trabalho, a energia humana que produz valor. Por isso mesmo, transforma as próprias pessoas em mercadorias, tornando-as adjetivas de sua força de trabalho (IANNI, 1982, p. 8).

Pode-se, então, dizer que a mais-valia e a mercadoria são “a condição e o produto das relações de dependência, alienação e antagonismo do operário e do capitalista, um em face do outro” (IANNI, 1982, p. 9). Marx compreende que a mercadoria é fruto do trabalho realizado socialmente, cristalizado e alienado. O trabalho realizado pelo operário na produção de um bem mercantiliza este bem e gera um valor, valor este que pode ter valor de uso ou valor de

troca. Marx entende trabalho como “uma das formas pelas quais se concretizam as relações de alienação e antagonismo que estão na base do capitalismo” (IANNI, 1982, p. 15).

Através do trabalho, o homem transforma a natureza e reproduz a sua existência. A relação dialética entre o homem e a natureza em Marx pode se apresentar nesta citação:

O trabalho é um processo de que participam o homem e a natureza, processo em que o ser humano, com sua própria ação, impulsiona, regula, e controla seu intercâmbio material com a natureza [...]. Atuando, assim, sobre a natureza externa e modificando-a, ao mesmo tempo modifica sua própria natureza (MARX, 1994, p. 202).

No modo de produção e distribuição capitalista, as relações sociais tornam-se dependentes e interligadas, onde o processo produtivo torna-se cada vez mais especializado devido tanto às necessidades do mercado como do consumidor. “O conjunto destas relações de produções constitui a estrutura econômica da sociedade, a base concreta sobre a qual se eleva uma superestrutura jurídica e política” (MARX, 1983, p.24). Na concepção de Marx, tal estrutura, através do modo de produção, condiciona o desenvolvimento da vida em meio social, intelectual e político.

Para Netto e Braz (2009), o que levou à expansão do modo de produção e distribuição capitalista, após as revoluções industriais, foi a concentração de capital que possibilitou o emprego de vastas somas na atividade inventiva e na fabricação dos novos meios de produção e distribuição em detrimento da produção simples de mercadorias. O mesmo autor ressalta ainda que a liberação da mão de obra que foi parcialmente absorvida pela economia capitalista se deu através da ruína de parte do artesanato, do pequeno comércio e da agricultura camponesa.

De acordo com Singer e Souza (2000), uma das características mais presentes no capitalismo é o aproveitamento incompleto da capacidade de trabalho do proletariado, o que Marx completa afirmando: “o indivíduo aparece isolado dos laços naturais que fazem dele [...] um elemento de um conglomerado humano determinado e delimitado” (MARX, 1983, p. 201).

Marx (1983) revela que no modo de produção capitalista o trabalho se manifesta através do valor da troca e do trabalho do indivíduo na forma individualizada. O mesmo teórico reflete ainda:

É o regime comunitário, no qual repousa a produção, que impede que o trabalho do indivíduo seja trabalho privado e o seu produto um produto privado, e que, pelo contrário, faz diretamente do trabalho individual a atividade de um membro organismo social (MARX, 1983, p. 37).

“Houve apenas uma época na história do capitalismo em que imperou o pleno emprego nos países mais adiantados: os assim chamados trinta anos “dourados” após o fim da Segunda Guerra Mundial” (SINGER; SOUZA, 2000, p. 12). Foram quase trinta anos em que o sistema apresentou resultados econômicos nunca vistos, e que não se repetiriam mais. Neste período, alguns estudiosos revelam que a classe operária subordinou os interesses da classe capitalista ao pleno aproveitamento das forças produtivas.

Em pouco mais de um século, como se constata, a dinâmica capitalista revelou-se profundamente instável, “com períodos de expansão e crescimento da produção sendo bruscamente coartados por depressões, caracterizadas por falências, quebradeiras e, no que toca aos trabalhadores, desemprego e miséria” (NETTO; BRAZ, 2009, p.156). Este período se caracterizou pelo fortalecimento da crise do capitalismo que teve início no século XIX, eclodindo em 1873 e perpetuando até os dias atuais.

A partir do pós-guerra, foram executadas políticas que tinham o objetivo de reduzir os impactos das crises advindas do capitalismo. Apesar dessas providências, que apontam o papel do Estado frente à dinâmica econômica, “o desenvolvimento do capitalismo, ao longo de toda a segunda metade do século XX e na entrada do século XXI, continuou alterando prosperidade e depressão, o que aponta para o caráter ineliminável das crises” (NETO; BRAZ, 2009, p.157).

Tal contexto não significa uma naturalização da crise econômica em que toda organização da economia, não importando sua contextualização histórica, experimentasse crise. Vale ressaltar que Netto e Braz (2009, p 18) deixam bem claro, em seus estudos, que as “crises são inevitáveis sob o capitalismo; mas é perfeitamente possível e viável uma organização da economia estruturalmente diferente da organização capitalista ser capaz de suprimir as causas das crises”.

“A economia solidária surge como modo de produção e distribuição alternativo ao capitalismo, criado e recriado periodicamente pelos que se encontram ou temem ficar marginalizados do mercado de trabalho” (SINGER; SOUZA, 2000, p. 13). De acordo com o mesmo autor, o que rege a economia solidária é o princípio da unidade entre posse e uso dos meios de produção e distribuição, ou seja, produção simples de mercadoria casando com o princípio da socialização desses meios, que é o capitalismo.

À primeira vista, o modo solidário de produção e distribuição parece ser uma mistura entre o capitalismo e a pequena produção de mercadorias, no entanto, Singer e Souza (2000), o diferenciam da seguinte maneira:

Na realidade, ele constitui uma síntese que supera ambos, onde a unidade típica da economia solidária é a cooperativa de produção, cujos princípios organizativos são: posse coletiva dos meios de produção pelas pessoas que as utilizam para produzir; gestão democrática da empresa ou por participação direta ou por representação; repartição da receita líquida entre os cooperados por critérios aprovados após discussões e negociações entre todos; destinação do excedente anual, também por critérios acertados entre todos os cooperadores (SINGER E SOUZA, 2000, p. 13).

Para Gaiger (2004), a economia solidária é regida de acordo com cada empreendimento, onde estes apresentam medidas diversificadas que giram em torno de oito princípios, os quais devem internalizar a compreensão e a prática das vivências associativas: autogestão, democracia, participação, igualitarismo, cooperação, autossustentação, desenvolvimento humano e responsabilidade social.

Singer e Souza (2000) ressaltam que a economia solidária é uma luta dos trabalhadores contra o capitalismo, pois este os acompanha como uma sombra em toda sua evolução:

A crítica ao capitalismo prossegue ao considerar os seus efeitos extraempresa: a crescente desigualdade entre a classe capitalista, cuja riqueza aumenta com a acumulação do capital, e a classe trabalhadora, cujos ganhos são apenas suficientes para reproduzir sua força de trabalho cotidianamente e produzir nova força de trabalho - os seus descendentes - que substituirão os trabalhadores aposentados e os sustentarão mediante suas contribuições previdenciárias (SINGER E SOUZA, 2000, p. 14).

De acordo com Singer e Souza (2000), nem todos os trabalhadores rejeitam o capitalismo, mas a maioria deles o faz devido à competitividade do mercado, havendo a necessidade de associar-se para produzir, comprar, vender ou consumir, em que a forma mais viável é a economia solidária. De uma maneira ou de outra, “a construção da economia solidária tem sido, em muitos países ao longo de muitas gerações, uma das principais formas de luta contra o capitalismo, ao lado da ação combativa de sindicatos e partidos por direitos políticos e sociais” (SINGER; SOUZA, 2000, p.15).

Quem se associa a uma empresa solidária “não faz um contrato de trabalho, mas entra numa união em que o seu destino individual se funde com o de seus companheiros” (SINGER; SOUZA, 2000, p. 22). Diferentemente de uma empresa onde versa o capitalismo, que, mediante a competitividade e visando o lucro, explora não somente a mão-de-obra mas também os produtos afins.

Quando surge uma empresa solidária, em sua origem, percebe-se que há em geral uma comunidade diversificada e formada por ex-empregados de uma empresa capitalista ou por companheiros de jornadas sindicais, estudantis, comunitárias etc. Singer e Souza (2000), afirmam que a extraordinária variedade de organizações componentes do campo da economia solidária permite formular a hipótese de que ela poderá se estender a todos os campos de atividade econômica.

Para que esta hipótese se torne realidade, nos vários países, é necessário garantir bases de sustentação à economia solidária. As mais importantes são fontes de financiamento, redes de comercialização, assessoria técnico-científica, formação continuada dos trabalhadores e apoio institucional e legal por parte das autoridades governamentais.

De acordo com Singer e Souza (2000), existem diversos fatores que debilitam o desenvolvimento da economia solidária, dentre eles, pode-se destacar o fato de suas unidades atuarem isoladamente em mercados dominados por empresas capitalistas, com pouco ou nenhum acesso a crédito, a redes de comercialização, à assessoria tecnológica etc. A construção de um setor integrado de empresas e instituições que se regem pelos princípios da economia solidária é condição essencial para a prosperidade do cooperativismo.

A construção da competência nos princípios da solidariedade é perfeitamente possível desde que “cada empreendimento possa se financiar, abastecer-se, escoar sua produção, aperfeiçoar-se tecnologicamente e educar seus membros em intercâmbio com outros empreendimentos solidários” (SINGER; SOUZA, 2000, p.24).

2.5 Inclusão e exclusão social no Brasil: contexto histórico

Durante as últimas décadas, na sociedade brasileira, têm ocorrido inúmeras práticas de fragmentação e exclusão de grandes segmentos da população devido a uma série de transformações no campo do trabalho, aprofundando com isso a pobreza e a desigualdade

social. Para Gomá (2004), tal aspecto vem se tornando evidente devido aos efeitos da reestruturação do mercado provocados pela globalização da economia:

Estamos testemunhando a transformação de uma época. As principais coordenadas sócio-econômicas e culturais que fundamentaram durante mais de meio século a sociedade industrial estão se transformando de maneira profunda e acelerada. [...] De fato, a produção em massa e padronizada é substituída por modelos muito mais flexíveis, o esquema patriarcal é substituído pela diversidade de formas familiares e pelas novas relações de gênero. [...] As sociedades avançadas entram em cheio em uma segunda modernidade [...], com lógicas culturais muito mais pluralistas e subjetivadas, sem grandes narrativas, sem grandes ancoradouros coletivos de coesão e com a consciência cada vez mais ampliada dos riscos ecológicos socialmente produzidos. Este é, muito sinteticamente, o contexto em que opera a idéia complexa e emergente de exclusão social (GOMÁ, 2004, p.13).

A exclusão social tem se tornado, nos últimos anos, um dos principais focos das políticas públicas governamentais. No entanto, o processo de industrialização e as transformações tecnológicas modificaram totalmente o elemento estruturador da vida e das relações pessoais. Diante de tal contexto, Gomá (2004) afirma que há uma transição de uma sociedade de classes a uma sociedade cruzada por múltiplos eixos de desigualdade (de gênero, étnico-culturais, digitais, familiares, relacionais, de idade) que pode ser vista também como uma transição de uma sociedade estruturada, certa e previsível, conformada por grandes agregados sociais, com interesses e valores padronizados, a uma sociedade de riscos e incertezas que devem ser confrontadas por uma individualidade com poucas conexões de estruturas coletivas.

De acordo com Xiberras (1993), com o passar do tempo, tais relações produtivas tomam outros contornos e processos de organização, e dessas mudanças, no que refere às diferenças sociais, todos os envolvidos no sistema capitalista se tornam vulneráveis às possíveis consequências desse sistema. Nesse sentido, “o processo de exclusão parece, pois, arrastar por difusão diferentes categorias de população para a franja da exclusão” (XIBERRAS, 1993, p.16).

Rattner (2002), na definição dos termos “inclusão” e “exclusão”, ressalta que a inclusão social é o produto de políticas públicas dirigidas para o resgate e a incorporação da população marginalizada, oferecendo condições e acesso à organização social, já a exclusão é o resultado de uma dinâmica “perversa” de acumulação e reprodução do capital, marcada pela concentração massiva de capitais que rege os mercados e os espaços globalizados.

Ainda para Rattner (2002), a exclusão é um fenômeno universal e inevitável que, ao acompanhar os ciclos de expansão da economia, vem crescendo em ritmo acelerado. Tal fenômeno pode ser analisado sob três dimensões: “primeira, a dimensão material e objetiva da desigualdade social e econômica; a segunda refere-se à ética da injustiça social e dos preconceitos; e a terceira dimensão, subjetiva, de sofrimentos impostos a milhões de seres humanos” (RATTNER, 2002, p. 8).

Por sua vez, o termo exclusão social estende o conceito de pobreza para além da capacidade aquisitiva de serviços e bens materiais. Conforme Sposati (*apud* GOMIDE, 2003), a exclusão social inclui também a discriminação social, a segregação espacial, a não equidade e a negação dos direitos sociais. A exclusão social é, desse modo, uma situação de privação não só individual, mas coletiva.

Rodrigues (2000) defende que o fenômeno da exclusão social é um processo que abrange a todos com condições e níveis diferenciados. Tal processo sugere que a sociedade está suscetível, a qualquer momento, à exclusão social. O autor defende, ainda, que além dos recursos financeiros e materiais, a exclusão social engloba aqueles que são limitados por uma causa ou uma diversidade de obstáculos, tais como: a discriminação, a falta de oportunidades de emprego local, baixas qualificações, doença crônica, medo do crime e isolamento geográfico.

Através de tais obstáculos, podemos perceber que as diversas representações de exclusões sociais conectam-se umas com as outras e, com isso, seguem gerando um efeito acumulativo. Nessa perspectiva, Tsugumi (2006) considera o processo de exclusão social perverso, pois “condiciona os excluídos a criarem situações que garantam a sua própria sobrevivência através do mercado de trabalho informal ou da ilegalidade” (TSUGUMI, 2006, p. 21).

Já o termo inclusão social engloba diversas áreas sociais, como saúde, lazer, educação, no entanto, é uma questão de políticas públicas. Muitos estudiosos do tema afirmam que tal termo surgiu há algumas décadas, mas somente há pouco tempo veio ganhar destaque nos planos de governo federal, estadual e municipal. Contudo, Lopes (2006) ressalta que a concepção de exclusão e inclusão social evolui conforme a época e situação caracterizando-se por uma definição aberta e flexível.

O relatório da Comissão das Comunidades Europeias – COM, realizado em 2003, enfatiza que o conceito de inclusão social está associado ao termo igualdade social:

Processo que garante que as pessoas em risco de pobreza e exclusão social acessem às oportunidades e aos recursos necessários para participarem plenamente nas esferas econômica, social e cultural e beneficiem de um nível de vida e bem-estar considerado normal na sociedade em que vivem (COM, 2003, p. 9).

Nesse contexto, Bonelli (2001) ressalta que melhoria nas condições educacionais, aumentos da renda familiar, aumentos na longevidade das populações, melhorias nas condições de saúde e habitacionais são, todas e cada uma, representativas de importantes aspectos na minimização da exclusão social e, conseqüentemente, inclusão social.

Porém, Borda e Lima (2011) destacam que, no combate à exclusão social, é essencial que haja uma análise holística de todos os problemas sociais para que, posteriormente, possam se definir eventuais medidas de inclusão social. Tais autores reforçam que a transformação social por meio da inclusão “requer uma dinâmica mais criativa de intervenção social na medida em que não existe um padrão de resposta, ou seja, nem sempre uma intervenção aplicada a uma questão social de determinado lugar servirá para outro” (BORDA; LIMA, 2011, p. 226).

Assim, é de suma importância dar atenção às diferentes formas de exclusão social para que, posteriormente, possam-se aplicar políticas públicas eficientes e com maior nível de sucesso. Nesse processo, é imprescindível, também, considerar as particularidades locais para adotar uma abordagem adequada no âmbito da identificação do problema e, assim, viabilizar uma investigação completa e detalhada para a minimização da exclusão social.

2.6 Cidadania: uma evolução para a igualdade social

No Brasil, o uso da palavra "cidadania" torna-se cada vez mais comum nos dias de hoje. Ela se faz presente, em grande parte do nosso cotidiano, por meio de campanhas publicitárias, comerciais, outdoors, onde discursos inflamados prometem ações que garantirão aos comuns o que essa palavra veicula. Com isso, uma breve discussão acerca da complexidade dessa palavra se faz necessária.

Marshall (1967), ao conceituar cidadania, divide-o em três partes: civil, política e social. Vale destacar que Marshall utilizou, em seus estudos e reflexões, o desenvolvimento da cidadania na Inglaterra.

(...) Chamarei estas três partes, ou elementos, de civil, política e social. O elemento civil é composto dos direitos necessários à liberdade individual — liberdade de ir e vir, liberdade de imprensa, pensamento e fé, o direito à propriedade e de concluir contratos válidos e o direito à justiça. Este último difere dos outros porque é o direito de defender e afirmar todos os direitos em termos de igualdade com os outros e pelo devido encaminhamento processual. Isto nos mostra que as instituições mais intimamente associadas com os direitos civis são os tribunais de justiça. Por elemento político se deve entender o direito de participar no exercício do poder político, como um membro de um organismo investido da autoridade política ou como um eleitor dos membros de tal organismo. As instituições correspondentes são o parlamento e conselhos do Governo local. O elemento social se refere a tudo que vai desde o direito a um mínimo de bem-estar econômico e segurança ao direito de participar, por completo, na herança social e levar a vida de um ser civilizado de acordo com os padrões que prevalecem na sociedade. As instituições mais intimamente ligadas com ele são o sistema educacional e os serviços sociais (MARSHALL, 1967, p. 63-64, grifo nosso).

Seguindo a distinção apontada por Marshall, Carvalho (2002) também desdobra a Cidadania em direitos civis, políticos e sociais e este complementa tal definição ressaltando que a ideia central na qual se baseia a cidadania é a justiça social. Aqui daremos maior ênfase ao aspecto social da cidadania.

Levando em consideração tal aspecto, Carvalho (2002) aponta a existência de três categorias pertencentes à cidadania: os cidadãos em plenos, são aqueles detentores dos três direitos; os incompletos, são possuidores de alguns dos direitos e os não cidadãos, são os que não se beneficiam de nenhum dos direitos apontados por Marshall.

O autor destaca ainda que para o ideal de cidadania plena, muitas vezes, os caminhos são distintos e nem sempre seguem em linha reta (como pretendia Marshall). Diante desse ponto, Carvalho (2002) afirma que: “a construção da cidadania tem a ver com a relação das pessoas com o Estado e com a nação” (CARVALHO, 2002, p. 12).

No contexto histórico, alguns estudiosos como Coutinho (2003), Silveira (2013), Carvalho (2002), dentre outros, defendem que o processo de colonização do Brasil está diretamente atrelado à atual perspectiva de cidadania do povo brasileiro. Carvalho (2002) enfatiza que, em três séculos de colonização, “os portugueses tinham construído um enorme país dotado de unidade territorial, lingüística, cultural e religiosa” (CARVALHO 2002, p. 18). Porém, o autor destaca que tal processo de colonização também deixou marcas profundas no país, tais como uma população analfabeta, uma sociedade escravocrata, uma economia monocultora e latifundiária, um Estado absolutista.

De acordo com Carvalho (2002), após a ditadura militar e, conseqüentemente, no esforço da sociedade para a reconstrução da democracia no Brasil, a palavra cidadania caiu no

gosto dos brasileiros, principalmente dos representantes políticos. O autor alerta, ainda, que “o fenômeno da cidadania é complexo e historicamente definido” (CARVALHO, 2002, p.8). Por isso, o exercício de certos direitos não garante automaticamente o gozo de outros.

A Constituição de 1988, também conhecida por “Constituição cidadã”, em seu art. 1º, define o Brasil como um Estado Democrático de Direito que tem na “cidadania” um de seus fundamentos (inciso II). Contudo, a lei não enuncia explicitamente o que vem a ser essa cidadania, porém, a partir de sua leitura, Silveira (2013) enfatiza que o termo é utilizado em dois sentidos: como sinônimo de nacionalidade e como condição que possibilita o exercício de direitos e deveres.

No primeiro sentido, Silveira (2013) destaca que a cidadania é reconhecida através da nacionalidade atribuída a uma pessoa de acordo com o local de seu nascimento ou pela ascendência da pessoa, ou seja, pela nacionalidade de seus pais. Já no segundo sentido, o autor ressalta que, está diretamente ligado ao primeiro. Uma vez reconhecida a cidadania no sentido do pertencimento a um determinado país, a um Estado, o cidadão se torna beneficiário de certos direitos e submetido a certos deveres fixados e garantidos por esse mesmo Estado.

No caso do Brasil, a Constituição estabelece como direitos e deveres de todo cidadão: a vida, a liberdade, igualdade, a segurança, a propriedade (art. 5º), a educação, a saúde, a alimentação, o trabalho, a moradia, o lazer, a segurança, a previdência social, a proteção à maternidade e à infância, a assistência aos desamparados (art. 6º.), a soberania popular, o sufrágio universal, o voto direto e secreto (art. 14), entre outros.

Coutinho (2003) considera que, mesmo com a promulgação de tais direitos e deveres através da Constituição de 1988, a cidadania se configurou como uma “transição fraca”, pois, apesar de o processo de transformação ocorrido no país ter ampliado os espaços políticos, o autor enfatiza que, ao mesmo tempo, foram mantidos os elementos tanto autoritários como excludentes característicos do regime anterior. Para Coutinho (2003), essa falta de ruptura é consequência da:

Herança patrimonialista, elitista, autoritária e excludente, caracterizada pela ausência ou insuficiência dos direitos sociais, como trabalho, educação, saúde, moradia e alimentação, pós golpe-militar de 1964, que exerceu papel preponderante na configuração da sociedade brasileira, onde as classes subalternas não eram reconhecidas como sujeito de direitos, dificultando o acesso a esses direitos e à vida digna prescrita na Constituição (COUTINHO, 2003, p. 48).

Levando em consideração tais estratégias de dominação burguesa vigente no Brasil, muito se discute sobre a importância do pensamento de Antonio Gramsci a respeito do assunto.

Frente às mudanças revolucionárias defendidas no interior da sociedade de classe capitalista, Gramsci (2006) defende que a cidadania não deve se limitar ao conhecimento e à defesa dos direitos e deveres constitucionais. O autor aponta que para a superação da sociedade de classes e, conseqüentemente, da desigualdade social exige-se que os subalternos estejam preparados para assumir a posição de governantes. Com isso, o autor destaca que para deixar a condição de subalternos, a escola cumpre um papel decisivo na formação desse cidadão “como pessoa capaz de pensar, de estudar, de dirigir ou de controlar quem dirige” (Gramsci, 2006, C 12, § 2, p. 49).

Com o intuito de delimitar esse campo de reflexões e contribuir com o pensamento de Gramsci, Zanella (2008) destaca a necessidade de explicitar a cidadania como condição à medida que diz respeito ao lugar que o sujeito deve ocupar na esfera social. “Diz respeito, portanto, a forma como nos inserimos no contexto social, ao acesso (ou não) que temos aos bens culturais [...], à possibilidade de participar das decisões que dizem respeito à coletividade, ao efetivo exercício das possibilidades humanas” (Zanella, 2008, p. 88).

Desse modo, a autora ressalta que, enquanto condição, devemos considerar tanto o contexto social como o econômico e político em que vivemos nos dias de hoje, a fim de podermos perceber que a cidadania não é algo a ser concedido e que, se assim o fosse, restaria apenas à grande maioria da população esperar essa concessão. “Ao contrário, essa condição advém da luta, do confronto, da explicitação das graves contradições que marcam nossa sociedade, decorrentes de um modelo social e econômico pautado pela lógica da exclusão” (Zanella, 2008, p. 88).

Putnam (2000) defende que as práticas sociais que constroem a cidadania representam a possibilidade de constituição de um espaço privilegiado para cultivar a responsabilidade pessoal, a obrigação mútua e a cooperação voluntária. As práticas sociais que lhe são inerentes baseiam-se na solidariedade e no encontro entre direitos e deveres.

Nesse contexto, Marshal (1967, p. 79) reforça que “não obstante, a verdade é que a cidadania, mesmo em suas formas iniciais, constituiu um princípio de igualdade”. Assim, a participação social consciente se torna um instrumento de construção da cidadania plena, onde a sociedade, de modo geral, deve estar permanentemente em contato com o Estado e, este último, estabelecendo estratégias de fortalecimento e desenvolvimento autônomo do sujeito.

2.7 Comunicação e Diálogo: bases para a consolidação da sustentabilidade dos Empreendimentos Casa Apis e Cocajupi

Etimologicamente o termo "Diálogo" resulta da fusão das palavras gregas “dia” e “logos” que denota “por meio do significado”. De acordo com Zuben (2004), o diálogo é o lugar desse encontro e a palavra é essencialmente dialógica, quer dizer, algo que, conforme o prefixo dia-, atravessa, perpassa a relação.

No meio social todo indivíduo tem o direito de opinar e de se expressar, contudo, nas organizações não deve ser diferente. Ao permitir que o sujeito se posicione através de um diálogo sincero e democrático, a organização fortalece as relações existentes dentro de si, sendo que, há tempos, o diálogo é utilizado como meio de se estabelecer bons relacionamentos e até de solucionar divergências em ambiente organizacional.

O diálogo juntamente com a linguagem sempre teve um caráter fundamental na vida dos homens. Motter (2006), em seus estudos, destaca que tal fator vai além da resposta à necessidade de distinguir o homem dos outros seres da natureza. Nessa perspectiva, a autora destaca que:

A linguagem diferencia não só o ser humano de outras espécies, mas também os indivíduos entre si. O sujeito se define de acordo com a sua posição em relação à linguagem, se dá a conhecer, revela particularidades de seu mundo interior, na interação com o outro, expressando seus desejos, anseios e inquietações e idiossincrasias nos diálogos que estabelece com o mundo exterior, seja através de sua fala, de seus escritos, de seus gestos, suas ações (MOTTER, 2006, p. 22).

Com isso, Vieira (2004) complementa tal perspectiva afirmando que por meio do diálogo é que foi possível estabelecer, nos mais diversos momentos históricos da sociedade, o entendimento e a obtenção do consenso. “A atitude dialógica, portanto, foi e continua a ser a base da legitimidade da ordem social” (VIEIRA, 2004, p. 31).

Bakhtin (1992) entende que a palavra a partir do diálogo é uma condição humana e defende que toda a nossa realidade deve ser mediada por tal, pois este está indissociavelmente ligado a todas as atividades do dia a dia do ser humano: “Ela está na base de todas as relações sociais e é graças a ela que as sociedades se organizam e se desenvolvem alcançando patamares de complexidade crescente” (BAKHTIN, 1992, p. 46)

Com isso, Silveira e Felizola (2009) defendem que o diálogo traz benefícios incomparáveis às organizações, pois adotar o diálogo como base do processo comunicacional ajuda a conquistar a empatia do público, dos colaboradores e, ainda, ajuda manter a democracia interna. Assim, podemos ressaltar que o diálogo possibilita que as pessoas conheçam o posicionamento uma das outras, proporcionando o entendimento mútuo.

Contudo, nas mais diversas organizações, o diálogo deve ser adaptado aos interesses da maioria, pois ser democrático é fundamental, e todos devem falar e ser ouvidos. Para tanto, Grandó (2006) ressalta que:

Os diversos interesses precisam ser traçados para que se efetive a comunicação. É preciso a troca que vem do conhecimento, do respeito e do conseqüente entendimento mútuo. É participação programada por meio do diálogo sem exclusões; do diálogo que congrega os indivíduos dos diferentes níveis (GRANDÓ, 2006, P. 238).

O verdadeiro ato comunicacional é bilateral e objetiva a inclusão, ou seja, ambos os lados falam, se manifestam, pois, como afirma Marchiori (2006, p. 217), “comunicar é conseguir uma reação, que prove que o receptor também se comunicou”. A comunicação deve ser recíproca e possuir um potencial construtivo; caso contrário, será apenas um monólogo.

No entanto, vale destacar que a comunicação é um fenômeno contínuo e, por essa razão, muitos estudiosos associam ao conceito de comunicação a noção de processo. Berlo (1985, p. 33) afirma que “a palavra processo designa um fenômeno contínuo que apresenta contínuas mudanças no tempo”. Corroborando Berlo (1985), Hall (1984) enfatiza que quanto mais uma organização se orienta para pessoas e ideias, mais importante se torna o processo de comunicação.

Assim, podemos enfatizar que a comunicação é um processo que deve ser incorporado no dia a dia das organizações, sejam elas privadas, públicas, associações ou cooperativas que trabalham com o propósito da transformação e sustentabilidade social. Nesse processo, a comunicação dialógica e planejada se torna vital na construção efetiva da organização.

A promoção desse engajamento só será possível em uma organização que compreenda o diálogo como meio de estabelecer pontes entre as pessoas envolvidas no ambiente organizacional. O sucesso da Organização está diretamente ligado à eficácia do seu sistema comunicacional. Estabelecer uma convivência dialógica é essencial para que a empresa possa galgar de

credibilidade junto ao público, assim como angariar um futuro êxito mercadológico (SILVEIRA E FELIZOLA, 2009, p. 2).

No meio social, todo indivíduo tem o direito de opinar e de se expressar, e nas organizações não deve ser diferente. Ao permitir que o sujeito se posicione através de um diálogo sincero e democrático, a organização fortalece as relações existentes dentro de si, e, há tempos, o diálogo é utilizado como meio de se estabelecerem bons relacionamentos e até de se solucionarem divergências em ambiente organizacional.

Ressaltando a sua pertinência, o diálogo legitima um espaço que estimula a participação, o desejo de pertença, no qual cada indivíduo torna-se agente no desenvolvimento da organização. Senge (1990) aponta que esta “linguagem” compartilhada se torna natural para as pessoas, desse modo, elas pensam de uma forma não convencional e, conseqüentemente, compreendem e agem de modo inovador, eficaz e criativo.

Em muitos casos, é frequente a redução do termo sustentabilidade à simples dimensão ambiental, deixando a perspectiva social em segundo plano. Vale destacar que aqui o termo sustentabilidade busca eliminar tal equívoco ao incorporar aspectos socioculturais, políticos e econômicos. Em princípio, a sustentabilidade deve “permear todas as ações humanas, com o objetivo precípua de preservar condições ideais para que todos os cidadãos desfrutem de qualidade de vida” (BUENO, 2014, p. 47).

Visando tal aspecto, Bueno (2014) instiga uma reflexão: a necessidade da “comunicação da (e para a) sustentabilidade”. Essa comunicação defendida por tal teórico é comprometida com os valores da equidade, da justiça social, da liberdade e, sobretudo, com os valores do diálogo. De acordo com Bueno (2014), o princípio dessa comunicação é:

[...] atentar para os direitos das minorias, o respeito à diversidade e o reconhecimento da importância das culturas e das comunidades tradicionais. A sustentabilidade deve ser pensada como eixo norteador das condutas individuais e organizacionais e estar respaldada por uma ética planetária que privilegia o interesse coletivo em lugar de olhares contaminados pela ganância econômico-financeira ou pelo compromisso com interesses políticos mesquinhos (BUENO, 2014, p. 48).

Diante de tal perspectiva, Bueno (2014) complementa afirmando que: “a comunicação para a sustentabilidade implica, necessariamente, compromisso dos diversos protagonistas [...] com um mundo mais justo, que não tolera a manutenção das desigualdades e repudia a hipocrisia” (BUENO, 2014, p. 48). Assim, as organizações com foco em

empreendimentos solidários e que pretendem estabelecer diálogos não apenas com a comunidade, mas também com os seus associados, cooperados ou dirigentes, outras organizações parceiras ou pessoas influentes precisam pensar a “comunicação da (e para a) sustentabilidade”.

CAPÍTULO 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 Conceitos

Pode-se definir pesquisa como “o processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico” (GIL, 2012, p. 26). O mesmo autor ressalta que o objetivo fundamental da pesquisa é descobrir respostas para problemas mediante o emprego de procedimentos científicos adequados, a fim de obter novos conhecimentos no campo da realidade social.

De acordo com Gil (2012), “realidade social”, no âmbito da pesquisa, passa a ser entendida em sentido amplo, pois tal realidade abarca todos os aspectos que envolvem o homem em seus múltiplos relacionamentos, sejam estes com outros homens ou com instituições sociais.

Como a pesquisa está diretamente relacionada com a metodologia científica, vale ressaltar que metodologia refere-se “a apresentação adequada e justificada dos métodos, das técnicas e dos instrumentos operativos que devem ser utilizados para as buscas relativas às indagações da investigação” (MINAYO, 2014, p. 44).

Para o desenvolvimento do presente estudo, que tem como tema a Comunicação Organizacional e o Fortalecimento de Empreendimentos Econômicos e Solidários (EES's) no Território Vale do Guaribas, no Piauí, será desenvolvido o emprego de alguns procedimentos científicos característicos e que, sobretudo, se enquadrem nos objetivos deste estudo.

Nesse sentido, tal pesquisa é classificada como pesquisa de campo, sendo seu problema: Como a comunicação organizacional pode contribuir para a inclusão social dos agricultores familiares pertencentes aos empreendimentos econômicos e solidários do Território Vale do Guaribas?

Marconi e Lakatos (2006) afirmam que a pesquisa de campo tem como objetivo adquirir respostas para determinados problemas ou hipóteses que se queiram comprovar, além de descobrir novos fenômenos ou as relações existentes entre estes.

3.2 Tipos de pesquisa

Quanto à natureza da pesquisa, pode-se afirmar que seu respectivo problema é relativo à sua aplicabilidade, sendo este conduzido basicamente para solucionar questões gerais a partir da aplicação imediata do conhecimento. Nesse sentido, tal estudo é classificado como pesquisa aplicada.

Gil (2012) revela que a pesquisa aplicada está mais preocupada com a aplicação imediata de uma solução para o problema do que com o desenvolvimento de teorias de valor universal. Contudo, o autor ressalta que a pesquisa aplicada “tem como característica fundamental o interesse na aplicação, utilização e consequências práticas dos conhecimentos” (GIL, 2012, p. 27).

Quanto às bases lógicas da investigação, adotou-se o método indutivo, devendo este partir da observação dos fatos para que assim possa conhecer as causas desejadas. Esse método se tornou necessário para examinar e refletir o processo de comunicação organizacional nos empreendimentos econômicos e solidários em estudo, obtendo assim um melhor entendimento sobre a atividade de comunicação nos EES estudados.

No tocante à abordagem, optamos pela pesquisa qualitativa, pois a pesquisadora procura aprofundar-se na compreensão dos fenômenos que estuda. Minayo (2014, p. 57) caracteriza esse método de abordagem “pela empiria e pela sistematização progressiva de conhecimento até a compreensão da lógica interna do grupo ou do processo em estudo”. O ambiente natural será a fonte direta para coleta de dados, uma vez que o pesquisador é o instrumento essencial para o desenvolvimento da pesquisa.

Com relação aos objetivos, vale ressaltar que o presente estudo, por ser um tema novo e pouco explorado, teve como base a pesquisa exploratória. Nesse sentido, a pesquisa avaliou quais teorias e conceitos existentes podem ser aplicados ao problema ou se novas teorias e conceitos devem ser desenvolvidos.

Gil (2012, p. 27) revela que “as pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores”. Essa fase foi envolvida com levantamento bibliográfico e documental dos temas relacionados à comunicação organizacional, diálogo, inclusão social, cidadania e economia solidária. Também nesse momento, realizou-se entrevistas com membros do grupo da pesquisa.

Para o desenvolvimento desse estudo, como procedimento técnico, utilizou-se a pesquisa de campo, e, para o estudo aprofundado, deste realizou-se a pesquisa bibliográfica, a análise documental, a coleta e análise de dados.

Nesse sentido, Marconi e Lakatos (2006, p. 83) afirmam que a pesquisa de campo “consiste na observação de fatos e fenômenos tal como ocorrem espontaneamente, na coleta de dados a eles referentes e no registro de variáveis que se presumem relevantes para analisá-los”, tal característica sendo relevante para o desenvolvimento da pesquisa em questão.

Esse estudo exigiu um conhecimento aprofundado sobre o ambiente e o grupo social em apreciação, para que possamos analisar de que forma a comunicação organizacional é inserida nos empreendimentos solidários e como o fenômeno da inclusão social se manifesta no sertão piauiense.

Marconi e Lakatos (2006, p. 17) afirmam que “a pesquisa não é apenas confirmação ou reorganização de dados já conhecidos ou escritos nem a mera elaboração de ideias; ela exige comprovação e verificação”. Partindo desse pressuposto, utilizou-se a observação participante com o intuito de aproximação do objeto de estudo.

Gil (2012) contribui com esse pensamento ressaltando que a observação é um elemento fundamental para a pesquisa. “Desde a formulação do problema, passando pela construção de hipóteses, coleta, análise e interpretação dos dados, a observação desempenha papel imprescindível no processo da pesquisa” (GIL, 2012, p. 100).

Também entendemos que tal método de abordagem foi fundamental para o desenvolvimento da proposta de estudo. A pesquisa ou observação participante é um procedimento totalmente interpretativo que busca a compreensão do comportamento dos indivíduos do grupo pesquisado – os produtores rurais do Território do Guaribas - a partir da presença do pesquisador no cotidiano do grupo. Além da observação participante, utilizamos como metodologia a entrevista semi-estruturada e informal, a fim de conhecer como a comunicação organizacional é desenvolvida junto à Central de Cooperativismo, Cooperativas e Produtores Rurais.

Muitos estudiosos consideram a entrevista como uma das principais técnicas utilizadas na investigação social. Com isso, Gil (2012) define entrevista como “a técnica em que o investigador se apresenta frente ao investigado e lhe formula perguntas, com o objetivo de obtenção de dados que interessam à investigação” (GIL, 2012, p. 109).

3.3 Fontes de dados

No desenvolvimento da presente pesquisa, as fontes utilizadas e capazes de fornecer respostas adequadas à solução do problema proposto foram as fontes primárias e também as fontes secundárias.

As fontes primárias ou fontes diretas utilizadas foram documentos relativos tanto as duas centrais de processamento como às cooperativas singulares em questão, registros e atas de reuniões e assembleias e entrevistas aos cooperados, sendo estas nunca antes analisadas.

Já as fontes secundárias ou indiretas se concentraram em pesquisa e análise de artigos que retratam o assunto, estes encontrados na internet; consulta a livros que abordam o tema e outras publicações sobre o estudo em questão e que estão disponíveis para consulta.

3.4 Objeto de pesquisa

A população que compõe o objeto de pesquisa em questão é composta pelos cooperados que integram as cadeias produtivas do mel e do caju, no Território Vale do Guaribas. Vale ressaltar que a Casa Apis contou, no ano de 2014, com 859 cooperados distribuídos em 5 cooperativas. Já a Cocajupi possuiu, neste mesmo ano, 380 cooperados distribuídos, também em 9 cooperativas.

No Estado do Piauí, o Território Vale do Guaribas está localizado na macrorregião do Semiárido piauiense. Esse território faz parte do programa do governo federal Territórios da Cidadania, criado no ano de 2008 com objetivo de promover o desenvolvimento econômico e universalizar programas básicos de cidadania por meio de uma estratégia de desenvolvimento territorial sustentável.

O Território Vale do Guaribas-PI abrange uma área de 22.822,40 Km² e é composto por 39 municípios: Acauã, Bocaina, Caldeirão Grande do Piauí, Campo Grande do Piauí, Fronteiras, Jaicós, Paulistana, Picos, Pio IX, São João da Canabrava, São José do Piauí, Alagoinha do Piauí, Alegrete do Piauí, Belém do Piauí, Betânia do Piauí, Caridade do Piauí, Curral Novo do Piauí, Dom Expedito Lopes, Francisco Santos, Geminiano, Itainópolis, Jacobina do Piauí, Marcolândia, Massapê do Piauí, Monsenhor Hipólito, Padre Marcos,

Paquetá, Patos do Piauí, Queimada Nova, Santana do Piauí, Santo Antônio de Lisboa, São Julião, São Luis do Piauí, Simões, Sussuapara, Vera Mendes, Vila Nova do Piauí, Francisco Macedo e Aroeiras do Itaim.

De acordo com dados do Ministério do Desenvolvimento Agrário, MDA, a população total do território é de 340.286 habitantes, dos quais 180.816 vivem na área rural, o que corresponde a 53,14% do total. Possui 47.428 agricultores familiares, 1.193 famílias assentadas e 20 comunidades quilombolas. Seu IDH médio é 0,60.

A Central de Cooperativas Casa Apis e Cocajupi, juntamente com suas respectivas cooperativas singulares pertencem ao Território Vale do Guaribas, no Piauí. As cooperativas singulares que formam o empreendimento de economia solidária na região se classificam em: cooperativas de mel, cooperativas de caju e cooperativas mistas, estas trabalham tanto o mel como o caju.

Atualmente a Casa Apis e a Cocajupi possuem um total de 1.239 agricultores familiares sócios distribuídos por 14 municípios do sertão piauiense, sendo que 10 desses municípios pertencem ao Território Vale do Guaribas. Diante de tal população, houve a necessidade de delimitar o universo de pesquisa através de um arcabouço amostral. A amostragem desse estudo compreendeu tanto os cooperados sócios da Casa Apis como os da Cocajupi.

Segundo Gil (2012, p. 89), as pesquisas normalmente “abrangem um universo de elementos tão grande que se torna impossível considerá-los em sua totalidade”. Por essa razão, se torna frequente a necessidade de se trabalhar com uma amostra, ou seja, com uma pequena parte que compõe o universo a ser pesquisado.

Por se tratar de uma pesquisa qualitativa que envolve 10 municípios pertencentes ao Território Vale do Guaribas, no Piauí, a técnica amostral utilizada na realização desse estudo foi caracterizada como: amostragem não probabilística por acessibilidade. GIL (2012) revela que a amostragem não probabilística se caracteriza por não necessitar de fundamentação matemática ou estatística. Com relação ao tipo de amostragem por acessibilidade, o mesmo autor revela que nesse caso “o pesquisador seleciona os elementos a que tem acesso, admitindo que estes possam, de alguma forma, representar o universo. Aplica-se este tipo de abordagem em estudos exploratórios ou qualitativos, onde não é requerido elevado nível de precisão” (GIL, 2012, p. 94).

No quadro 1 pode-se observar a lista de todas as cooperativas singulares, que somam 1.239 famílias de agricultores filiados às centrais de cooperativas. No destaque, estão os

empreendimentos econômicos e solidários localizados dentro do Território Vale do Guaribas, três de apicultores e sete de cajucultores, bem como as duas centrais Casa Apis e Cocajupi, localizadas na cidade de Picos, no Estado do Piauí.

Quadro 1 - Relação das cooperativas: localização e filiação, em ordem por central e território.

Cooperativas	Municípios	Território	Casa Apis Nº coop.	Cocajupi Nº coop.
Cooperativa de Desenvolvimento do Vale do Rio Piracuruca (Codevarp)	Piracuruca, PI	Cocais	150	
Cooperativa dos Apicultores e Produtores Rurais do Território Serra da Capivara (Coopasc)	Anísio de Abreu, PI	Serra da Capivara	183	
Cooperativa dos Apicultores do Piauí (Melccop)	Picos, PI	Vale do Guaribas	427	
Cooperativa Mista de Pequenos Agricultores de Itainópolis (Compai)	Itainópolis, PI	Vale do Guaribas	51	
Cooperativa Mista Industrial dos Pequenos Produtores de Baixo (Comiba)	São José, PI	Vale do Guaribas	48	
Cooperativa Agroindustrial de Pequenos Produtores (Cooapp)	Altos, PI	Entre Rios		49
Cooperativa Mista dos Produtores Agrícolas de Ipiranga Ltda (Comprag)	Ipiranga, PI	Vale do Canindé		35
Cooperativa Mista Agroindustrial de Serra da Aparecida (Comasa)	Pio IX, PI	Vale do Guaribas		17
Cooperativa Mista Agropecuária de Jaicós (Comaj)	Jaicós, PI	Vale do Guaribas		49
Cooperativa Agroindustrial dos Cajucultores de Itainópolis Ltda (Cajita)	Itainópolis, PI	Vale do Guaribas		37
Cooperativa Mista Agropecuária e Apícola de Campo Grande Piauí Ltda (Coomacapil)	Campo Grande do Piauí, PI	Vale do Guaribas		47
Cooperativa Mista Agroindustrial de Monsenhor Hipólito Ltda (Comamh)	Monsenhor Hipólito, PI	Vale do Guaribas		44
Cooperativa Mista Agroindustrial de Francisco Santos (Comaf)	Francisco Santos, PI	Vale do Guaribas		31

Cooperativa Agropecuária e Apícola de Vila Nova do Piauí (Coomavinp)	Vila Nova do Piauí, PI	Vale do Guaribas		71
Número total de cooperados	1.239		859	380

Fonte: Casa Apis e Cocajupi (2014).

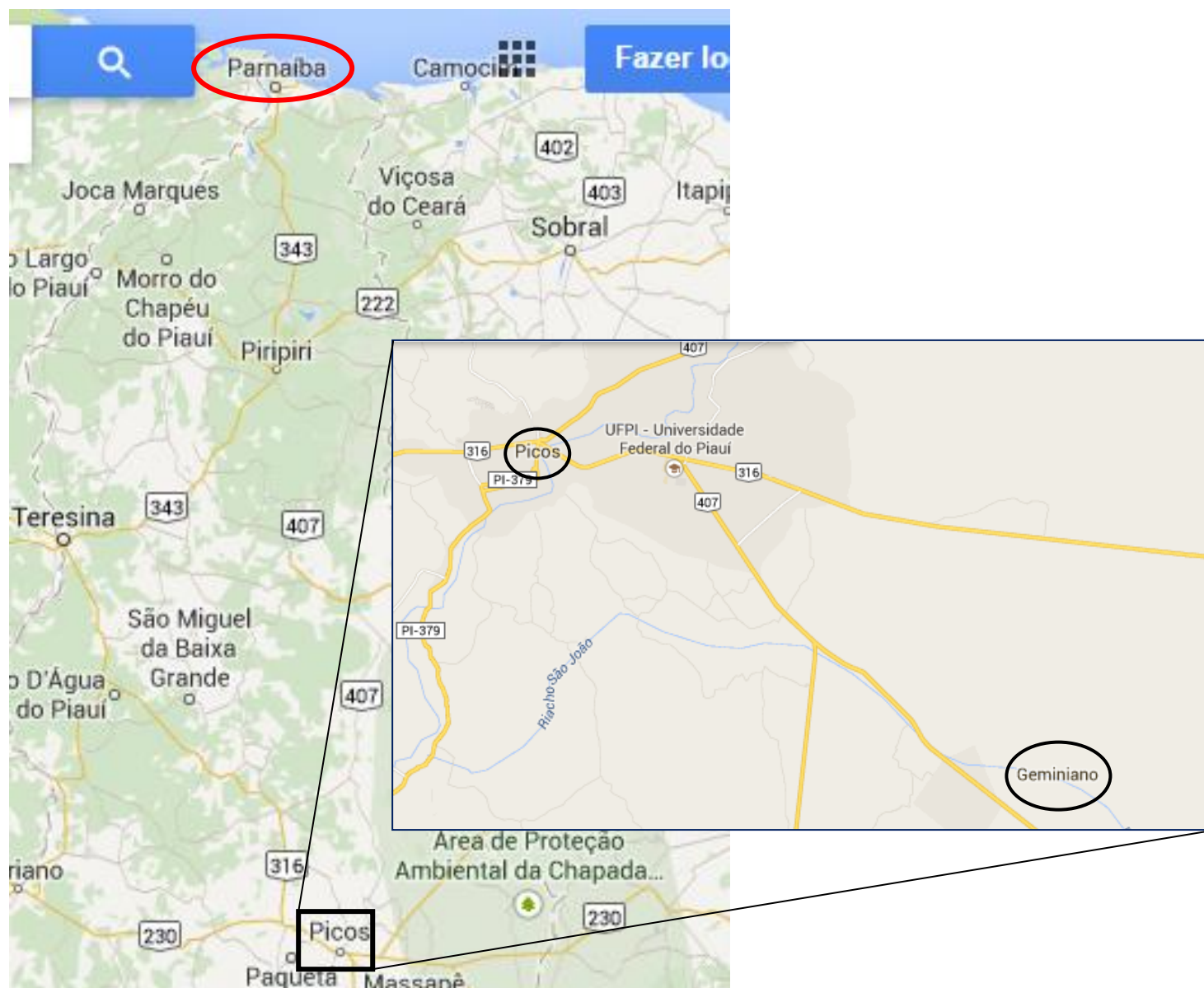
3.5 Coleta de dados

Como estratégia de coleta de dados, a pesquisadora visitou alguns municípios e, quando necessário, as comunidades nas quais as cooperativas estão inseridas. Houve coleta de dados no município de Picos-PI, de maneira que, através de uma reunião programada pela Cocajupi, a pesquisadora teve acesso a 9 cooperados de diferentes municípios do Território Vale do Guaribas. Vale ressaltar que tais cooperados são agricultores familiares sócios da Central de Cooperativas Cocajupi.

Realizou-se coleta de dados também no Assentamento “Bom Princípio”, localizado no município de Geminiano, PI, sendo que os agricultores familiares dessa localidade são sócios da Melccop, cooperativa singular que faz parte da central Casa Apis. Aqui foram entrevistados 4 sócios.

Desse modo, foram escolhidos municípios do Território do Vale do Guaribas que têm cooperativas com produções de mel e de caju. A escolha dessas cooperativas foi discutida com os dirigentes dos EES e, devido ao tempo disposto à pesquisa, consideraram-se como preferência as cooperativas em que haveria melhor acesso à comunidade, caracterizando-se, portanto, a pesquisa como não probabilística por acessibilidade. Abaixo segue mapa rodoviário com destaque para os municípios pesquisados.

Mapa 2 - Mapa rodoviário com destaque para os municípios pesquisados.



Fonte: Google, com adaptações da autora.

O processo que abarca a coleta de dados aconteceu em 4 etapas, sendo estas divididas por datas e municípios, ou seja, cada data ficou restrita a um único município.

A primeira e a segunda etapa da pesquisa ocorreram nos dias 16, 17 e 18/06/14 e consistiram no contato prévio com as duas centrais de cooperativas, Casa Apis e Cocajupi. Nessa fase conversamos com os diretores dos empreendimentos para esplanção da pesquisa e dos seus respectivos objetivos e, na ocasião, coletamos a assinatura dos termos de autorização da pesquisa por parte dos gestores frente às duas centrais.

A segunda e terceira fases aconteceram na segunda semana de outubro de 2014, do dia 22/09/14 ao dia 30/09/14. Nesses dias, a pesquisadora visitou as Centrais de cooperativas Cocajupi e Casa Apis e agendou as entrevistas junto aos agricultores familiares. Vale ressaltar que as entrevistas junto aos sócios da Cocajupi e da Casa Apis aconteceram em momentos diferentes.

A pesquisadora teve contato prévio com os cooperados para que, através deste, fosse explicada a finalidade da pesquisa e solicitada a colaboração dos mesmos. Como se trata de uma pesquisa de campo, as técnicas de coleta de dados aplicadas ocorreram na própria comunidade e em reuniões planejadas pelos próprios cooperados.

Os dados foram coletados através de algumas técnicas, tais como a observação sistemática e participante, na qual a pesquisadora se integrou ao grupo para melhor conhecê-lo. “A observação participante, ou observação ativa, consiste na participação real do conhecimento na vida da comunidade, do grupo ou de uma situação determinada” (GIL, 2010, p. 103).

A entrevista realizada foi do tipo semiestruturada e informal, ao passo que esta foi desenvolvida de forma mais espontânea, contendo apenas um roteiro de questões a serem abordadas. Vale ressaltar que a mesma foi gravada e autorizada por meio de termo de consentimento assinado pelos entrevistados.

Após a coleta de dados, estes deverão ser registrados e analisados. Para tal procedimento utilizaremos o programa Microsoft Word. A classificação e análise desses dados serão efetuadas por meio de transcrição das entrevistas gravadas, digitação, elaboração de quadros e tabelas, apuração e observação de informações obtidas em questões discursivas.

3.5 Tratamento e análise de dados

Após a coleta de dados, estes foram tratados e analisados. Na análise dos dados qualitativos, utilizou-se a análise de conteúdo defendida por Bardin (2004). Para Bardin (2004), a análise de conteúdo pode ser definida como:

Um conjunto de técnicas de análise de comunicação visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção destas mensagens (BARDIN, 1979, p. 42).

Assim, a análise de conteúdo trata de técnicas de pesquisa que possibilitam a validação de inferências sobre dados de um determinado contexto, através de procedimentos especializados e científicos.

Nesse contexto, Minayo (2014) afirma que a “análise de conteúdo, como técnica de tratamento de dados, possui a mesma lógica das metodologias quantitativas, uma vez que busca a interpretação cifrada do material de caráter qualitativo” (MINAYO, 2014, p. 304). A autora ressalta ainda que a relevância concedida ao quantitativo e ao conteúdo manifesto das comunicações dá ênfase às regularidades da fala, à sua análise léxica e remete à questão da significação da palavra, através do conteúdo proferido.

Minayo (2014) ressalta que a análise de conteúdo é uma expressão nova e tal termo surgiu nos Estados Unidos, na época da Primeira Guerra Mundial, dentro do campo jornalístico na Universidade de Colúmbia. Dentre os teóricos que ilustram esse campo de pesquisa, destacam-se Lasswell (1952), que teve fascínio pelo rigor matemático como medida e como parâmetro científico. No entanto, Minayo (2014) ressalta que “o rigor matemático pode ser uma meta e vir junto com outras formas de validação, mas nunca substituir a intuição e a busca do sentido das falas” (MINAYO, 2014, p. 306).

Visando a consistência, Minayo (2014) considera que a análise de conteúdo deve ser objetiva, trabalhando com regras pré-estabelecidas e obedecendo a diretrizes suficientemente claras; sistemática, de modo que o conteúdo seja ordenado em categorias escolhidas, em função dos objetivos e metas anteriormente estabelecidos. Aqui alguns teóricos entendem a importância de estudar a frequência para que os temas tenham a medida exata de sua importância.

São cinco as modalidades de análise de conteúdo defendidas por Bardin (2004), dentre as quais: *Análise Lexical*, *Análise de Expressão*, *Análise de Relações*, *Análise Temática* e *Análise de Enunciação*. Aqui, por hora, demos preferência à Análise Temática.

Operacionalmente, a análise temática divide-se em três etapas: Pré-Análise; Exploração do Material e Tratamento dos Resultados Obtidos.

Assim, a pré-análise desse estudo se constituiu na escolha dos documentos a serem analisados e na retomada dos objetivos iniciais da pesquisa. Aqui determinamos a unidade de registro (expressão), a unidade de contexto (delimitação do contexto de compreensão da unidade de registro), os recortes, a forma de categorização, a modalidade de codificação e os conceitos teóricos que devem orientar a análise.

Na segunda etapa, ou seja, na Exploração do Material, buscou-se encontrar categorias através de expressões ou palavras significativas em função do conteúdo presente na fala do entrevistado, tal etapa consistindo em um processo de redução do texto capaz de alcançar sua respectiva compreensão. Nesse sentido, Minayo (2014) enfatiza que:

A análise temática tradicional trabalha essa fase primeiro, recortando o texto em unidades de registro que podem se constituir de palavras, frases, temas, personagens e acontecimentos indicados como relevantes na pré-análise. Em segundo lugar, o pesquisador escolhe regras de contagem, uma vez que tradicionalmente a compreensão é construída por meio de codificações e índices quantitativos. Em terceiro lugar, ele realiza a classificação e a agregação de dados, escolhendo as categorias teóricas ou empíricas, responsáveis pela especificação dos temas (MINAYO, 2014, p. 317-318).

Vale destacar que, no tratamento dos dados, utilizou-se também o programa *Microsoft Word*, e os resultados brutos foram submetidos a operações de contagem simples para que, assim, se transformassem em frequências (*f*), possibilitando colocar em relevo as informações obtidas.

A partir daí, a pesquisadora fez inferências e realizou interpretações inter-relacionando tais frequências (*f*) com o quadro teórico desenhado e proposto com os principais depoimentos dos entrevistados, levando em consideração as dimensões teóricas e interpretativas sugeridas pelos estudos de Laurence Bardin, professora da Universidade de Paris.

Contribuindo com esse processo, efetuou-se, por meio do *Microsoft Word*, a digitação, a elaboração de quadros e tabelas, a apuração e a observação de informações obtidas em questões discursivas durante a entrevista. A análise qualitativa ocorreu de forma empírica, considerando os conhecimentos adquiridos durante o processo de vivência da pesquisa e o estudo da bibliografia relativa ao assunto, que deram suporte teórico e científico à interpretação e análise dos dados.

CAPÍTULO 4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

A análise desta pesquisa tem o propósito de demonstrar de forma sistematizada e científica, a partir da percepção dos agricultores familiares cooperados, a contribuição da comunicação organizacional para o fortalecimento dos EES, Casa Apis e Cocajupi; e, conseqüentemente, o fomento da inclusão social dos atores sociais das cadeias produtivas do mel e do caju, no Território Vale do Guaribas. Este capítulo objetiva, de acordo com as teorias de Gil (2012), “organizar e sumariar os dados de forma tal que possibilitem o fornecimento de respostas ao problema proposto para investigação” (GIL, 2012, p. 156).

A coleta de dados foi realizada por meio de entrevista em profundidade com roteiro semiestruturado, do dia 22/09/14 ao dia 30/09/14, na própria comunidade pesquisada. Diante disso, foi necessário, por parte da pesquisadora, um melhor planejamento para deslocamento e acessibilidade aos municípios e disponibilidade de tempo por parte dos entrevistados.

O roteiro da entrevista teve suas perguntas elaboradas e estruturadas com a finalidade de traduzir os objetivos da pesquisa em questão, o qual se encontra no apêndice deste trabalho. Durante tal estudo, levaram-se em consideração os princípios da economia solidária com base nos principais estudiosos e teóricos que abordam o tema: Singer; Gaiger; Schneider; Pinho; além de estudiosos da temática inclusão social e cidadania com os principais teóricos: Xiberras, Marshall, Coutinho, Gramsci, Zanella e, sobretudo, os estudiosos da comunicação organizacional: Bueno, Peruzzo, Wolton, Rudger, Scroferneker, dentre outros.

Quanto à análise qualitativa, optou-se por utilizar a técnica de análise de conteúdo proposta por Bardin. A apresentação dos resultados, logo abaixo, foi feita a partir de quatro eixos temáticos: Comunicação Organizacional como *via* de Sustentabilidade da Cooperativa, Agricultores familiares como Atores Sociais (dentro da Cooperativa Singular), Relações sociais entre Central de Cooperativas e Singular e, por último, Inclusão Social dos Agricultores familiares através da Cooperativa, a fim de se destacarem as categorias que surgiram no discurso dos entrevistados.

Dessa forma, encontram-se detalhados os dados referentes às questões abordadas na entrevista, os quais foram analisados visando nortear as proposições finais da pesquisa desenvolvida. Em cada tema da análise da entrevista, levou-se em conta a frequência das respostas dos cooperados sócios da Casa Apis e da Cocajupi.

Demonstrados através de quadros e tabelas, seguem-se os resultados e suas respectivas análises. Tais resultados são apresentados em tabelas de acordo com as categorias destacadas e seus respectivos eixos temáticos, de modo que a compreensão dos dados analisados permita que se cumpra o objetivo desta pesquisa.

4.1 Comunicação Organizacional como *via* de sustentabilidade da cooperativa

Tabela 1: Categorias de Comunicação Organizacional como *via* de sustentabilidade da cooperativa

Categorização: Temática 01

Comunicação Organizacional como <i>via</i> de Sustentabilidade da Cooperativa	<i>f</i>
Comunicação Positiva dentro da Singular:	37
<ul style="list-style-type: none"> - Fundamental para a produção, comercialização e correção do solo (20) - Possuem Liberdade de Expressão dentro das reuniões (15) - Têm o conhecimento prévio das pautas (02) 	
Comunicação Negativa dentro da Singular:	28
<ul style="list-style-type: none"> - A Comunicação com a central é falha (13) - Necessidade de um setor de comunicação na Central para com as demais Singulares (07) - A Assembleia é a única comunicação com a Central (04) - Nem tudo fica claro durante a reunião (02) - Nem todos os cooperados se comunicam (02) 	
Meios de Comunicação:	45
<ul style="list-style-type: none"> - Telefone/Celular/Ligações (18) - ADRS's (11) - Setor de Comunicação-Central de cooperativas (05) - Reuniões (05) -Boca a boca (03) - Rádios (02) - Edital (01) 	

Fonte: Dados da pesquisa, 2014.

Na tabela acima, contendo a Temática 1, pode-se verificar que há percepção por parte dos entrevistados da importância da comunicação organizacional como fator de sustentabilidade dos empreendimentos solidários. Tal categoria surgiu frequentemente no discurso dos pesquisados, quando estes foram abordados sobre a importância da comunicação organizacional para o fortalecimento dos empreendimentos e do cooperado em si. Contudo, observa-se que os objetos de pesquisa apresentaram em seus discursos três desencadeantes dessa perspectiva: “Comunicação Positiva dentro da Singular”, “Comunicação Negativa dentro da Singular” e, por fim, “Meios de Comunicação”.

4.1.1 Comunicação Positiva dentro da Singular

Percebe-se que os sujeitos de estudo consideram, numa frequência de 37 expressões e falas proferidas durante entrevista, que uma comunicação positiva presente nos EES's deve trazer benefícios para as cooperativas em estudo. Os pesquisados reconhecem, numa frequência de 20 expressões, conforme aponta a tabela 1, que tal comunicação aponta benefícios fundamentais tanto no aumento da produção dos produtos oferecidos pelas cooperativas quanto na comercialização destes pela central de cooperativas.

Nessa mesma frequência, os entrevistados percebem também que a comunicação organizacional traz benefícios relacionados ao tratamento e correção adequada dos solos no campo. Nesse último caso, podemos inferir que a comunicação organizacional, trabalhada nos EES's pesquisados, pode ser atrelada a uma assistência técnica oferecida às cooperativas singulares. Já no primeiro aspecto, podemos perceber que tal comunicação seria fundamental para a motivação dos agricultores familiares sócios às cooperativas em estudo.

Percebe-se também que como fator de sustentabilidade, numa frequência de 15 expressões, a comunicação organizacional propicia junto aos entrevistados liberdade de expressão dentro das reuniões. Esse fator pode favorecer os entrevistados ajudando-os a ficarem mais a vontade para falar, expor opiniões e tirar possíveis dúvidas, estreitando, assim, as relações Cooperativa Central x Singular. Numa frequência de 2 falas, tal comunicação também beneficiaria no conhecimento prévio das pautas das reuniões, quando os

entrevistados saberiam, antecipadamente, o assunto a ser tratado nesse momento de contato que envolve tanto a central como a cooperativa singular.

Aqui, o processo de sustentabilidade dos empreendimentos não deve se reduzir meramente ao crescimento econômico, visto que os princípios da economia solidária são muito mais abrangentes. Nesse sentido, Singer (2002) afirma que “a economia solidária é outro modo de produção, cujos princípios básicos são a propriedade coletiva ou associada do capital e o direito à liberdade individual” (SINGER, 2002, p. 10).

Nessa vertente, Bueno (2014) afirma que a sustentabilidade deve ser vista de forma abrangente buscando eliminar alguns equívocos, tais como aqueles que simplesmente se reduzem a simples ações de dimensão ambiental. Com isso, a sustentabilidade “deve permear todas as ações humanas, com o objetivo precípua de preservar as condições ideais para que todos os cidadãos desfrutem de qualidade de vida” (BUENO, 2014, p. 47).

Assim, podemos destacar que esse processo de comunicação organizacional com vistas à sustentabilidade dos EES’s pesquisados deve abarcar, através da liberdade individual, parâmetros de cidadania plena por meio do acesso à educação, moradia digna, saúde, expectativa de vida, seguridade social, renda digna, dentre outros direitos.

Quadro 2 - Relação dos discursos proferidos pelos entrevistados no desencadeante:
Comunicação Positiva dentro da Singular

Sujeito 02: “Eu acho que é fundamental. Se não houver comunicação entre os sócios, então, não há também como ter uma sintonia, um desempenho de trabalho adequado. A comunicação é indispensável, no caso”;

Sujeito 03: “E dentro desse planejamento anual [...] Sempre aparecia o termo de comunicação, né?! Que era mesmo uma preocupação nossa e fazia com que a gente se comunicasse bem. Tanto nas informações, né?! Na divulgação das informações da COCAJUPI pras Cooperativas, como das Cooperativas pra COCAJUPI. Como também da nossa Central com os parceiros, com as entidades que nos apoiavam, né?!”;

Sujeito 04: “Hoje isso aí é... Todo mundo tem liberdade, todo mundo fala, ninguém mais tem medo de falar. (...) é bom”;

Sujeito 03: “Nas reuniões da Singular, todos sempre participam, *fala, dá* opinião, é escutado. Na reunião da Central, como é formado pelo Conselho de Representação, então essa manifestação fica por conta do indicado pela Singular, que, no caso, é o presidente da Singular que se manifesta”;

Fonte: Dados da Pesquisa, 2014.

4.1.2 Comunicação Negativa dentro da Singular

Numa frequência de 28 expressões, os entrevistados acreditam que existe uma comunicação negativa nos EES's pesquisados. Tal fato é percebido no momento em que os cooperados são indagados sobre como eles veem a comunicação dentro e fora da central de cooperativas.

De acordo com a tabela 1 podemos apontar, numa frequência de 13 expressões, que existe falha na comunicação da cooperativa central com a singular. As demais frequências apontam: Necessidade de um setor de comunicação na Central para com as demais Singulares, frequência de 7 expressões; A Assembleia é a única comunicação com a Central com frequência de 4; Nem tudo fica claro com frequência de 2 e Nem todos os cooperados se comunicam, também com frequência 2.

A percepção da falha na comunicação da cooperativa central com a singular, por parte dos entrevistados, pode ser motivada pelas demais frequências apontadas durante entrevista com os cooperados. Percebe-se que a menor frequência está empatada e aponta que: “Nem tudo fica claro durante a reunião” e “Nem todos os cooperados se comunicam”. Podemos inferir que o primeiro ponto pode ser causado por meio da linguagem utilizada pela central, onde se detectou, no discurso dos entrevistados, que nem todos os cooperados compreendem os assuntos discutidos nas reuniões, principalmente quando se trata da prestação de contas anual. Já o ponto “Nem todos os cooperados se comunicam” pode estar relacionado ao fato de a central de cooperativas estar localizada em lugar distinto das singulares.

De acordo com Bueno (2014), a comunicação empresarial se caracteriza, sobretudo, como um sistema complexo de conhecimento e práticas que envolvem as relações entre uma organização e seus diversos públicos de interesse. No entanto, o mesmo autor, ao analisar a natureza e a amplitude da comunicação nas organizações, afirma que esse processo deve possuir atributos inter e multidisciplinar relacionados à gestão de relações e ou de interações para que assim possa, efetivamente, definir parcerias e compromissos entre as organizações e seus múltiplos públicos.

Quadro 3 - Relação dos discursos proferidos pelos entrevistados no desencadeante:
Comunicação Negativa dentro da Singular

Sujeito 02: “Eu vejo muita dificuldade de comunicação, entre a Singular e a Central. Eles [diretores] andam também muito sobrecarregados. Diretor *num* exerce só uma função, né?! Aí, deixa pra dar assim, uma coisa que é pra ser resolvida... Ele deixa pra última hora. Eu acho que o problema maior *tá* sendo isso aí”;

Sujeito 04: “Deveria ser mais eficiente, porque assim, algumas coisas que *poderia* ser mudada, uma em cada tempo, que poderia aprovar, sempre atrasa a comunidade e, aí, uma atividade que era pra Singular agilizar, normalmente, na verdade, sempre atrasa por complicação na Central, de vez em quando”;

Sujeito 05: “Por nome, eu *num* conheço todos não, mas de fisionomia, todos que eu vejo eu sei que fazem parte. É muita gente, é quase mil pessoas. Então, de nome assim não, mas de fisionomia eu conheço todos”;

Fonte: Dados da Pesquisa, 2014.

4.1.3 Meios de Comunicação

O terceiro e último desencadeante da temática “Comunicação Organizacional como *via* de Sustentabilidade da Cooperativa”, apontado pelos pesquisados, mostra numa frequência de 18 expressões que o meio de comunicação mais utilizado atualmente pelos agricultores familiares nas comunidades é o telefone celular.

Os demais meios de comunicação apontados são: ADRS's numa frequência de 11 expressões proferidas pelos entrevistados; Setor de Comunicação na Central de cooperativas com 05; Reuniões com 05; Boca a boca com 03; Rádios com 02 e, por fim, Edital com somente 01 expressão proferida. Aqui podemos perceber que o meio de comunicação menos usado pelos agricultores familiares é o Edital, podemos sugerir que tal fato esteja interligado ao nível de escolaridade dos entrevistados, pois a maioria dos pesquisados declaram, durante entrevista, possuir apenas nível fundamental.

Vale destacar que o ADRS apontado pelos entrevistados significa: Agente de Desenvolvimento Regional e Sustentável, um programa financiado pela Fundação Banco do Brasil junto às cooperativas do Território Vale do Guaribas, no Piauí.

Tal programa financiava um representante de cada cooperativa singular, o qual visitava frequentemente a Central de cooperativas para participar de reuniões e decisões. O papel de cada ADRS era repassar à comunidade de agricultores familiares todas as informações e decisões oriundas da Central de cooperativas. No entanto, há quase um ano que os agricultores aguardam a renovação desse projeto.

Percebe-se que, após o Programa do Governo Federal “Luz Para Todos”, algumas famílias que moram na zona rural do Estado do Piauí, por meio da energia elétrica, passaram a ter acesso aos meios de comunicação; dentre esses, podemos ressaltar o telefone celular.

O dispositivo móvel, junto aos cooperados, tem se mostrado bastante eficiente principalmente no momento de marcar as reuniões da Central de cooperativas com a Singular, porém, vale ressaltar que a comunicação organizacional tem potencial para ir muito além do repasse de recados.

Extrapolando as ideias de Paulo Freire para o mundo da comunicação organizacional, Bueno (2014) chega à conclusão de que: “é preciso democratizar o debate,

que a comunicação ideal é a “de duas mãos” (há comunicação sem interlocução *e feedback?*) e que é fundamental respeitar o *background* cultural, social, lingüístico etc. da audiência” (BUENO, 2014, p. 23).

Quadro 4 - Relação dos discursos proferidos pelos entrevistados no desencadeante: Meios de Comunicação

Sujeito 01: “É o mais usado (o celular), *tá* sendo mais eficiente, mesmo com a dificuldade que eu tenho com as operadoras (...), mas ainda é o mais usado aqui, com mais facilidade”;

Sujeito 02: “De boca em boca, né?! No caso aqui, sai de casa em casa”;

Sujeito 03: “E tinha Singulares que, como seus técnicos (ADRS) trabalhavam lá em suas cidades que faziam essa parte toda de visitarem os sócios todos mesmo; então, eles faziam essa parte de comunicação e avisar todos os cooperados do que que tava acontecendo. Já que ele tinha o cronograma de todo mês passar na casa, então, ele já fazia o serviço completo avisando pelos lugares”;

Sujeito 04: “Todo e qualquer tipo de comunicação é feito por meio de assembleias, né?!”;

Sujeito 06: “E com a comunicação pode ser divulgada em emissoras, rádios; os demais tomam conhecimento e pode a gente *tá* agregando mais pessoas a *tá* participando do cooperativismo”;

Fonte: Dados da Pesquisa, 2014.

4.2 Agricultores familiares como Atores Sociais (Dentro da Cooperativa Singular)

Tabela 2: Agricultores familiares como Atores Sociais (Dentro da Cooperativa Singular)

Categorização: Temática 02

Agricultores familiares como Atores Sociais (Dentro da Cooperativa Singular)	<i>f</i>
Atuação Positiva	75
- Ativos durante as reuniões (18)	
- Compreensão e execução do Cooperativismo e Conhecimento do Estatuto da Singular (13)	
- Interesse em continuar na terra [através dos filhos] (10)	
- Sócio-fundador da Singular (10)	
- Vínculo direto com a terra (09)	
- Cursos feitos através da Singular (09)	
- Oferecem ajuda mútua aos colegas cooperados (6)	
Atuação Negativa	03
- Não possui vínculo com a terra (03)	

Fonte: Dados da pesquisa, 2014.

No tocante à participação ativa dos agricultores familiares na construção do diálogo entre cooperado e cooperativa singular, observa-se, de acordo com a Tabela 2, que os objetos de pesquisa apresentaram em seus discursos dois desencadeantes: “Atuação Positiva” e “Atuação Negativa” dentro da Singular.

4.2.1 Agricultores familiares como Atores Sociais (Dentro da Cooperativa Singular): Atuação Positiva

De acordo com a tabela acima, podemos perceber, numa frequência de 75 expressões proferidas pelos pesquisados, que grande parte dos sócios se consideram cooperados com atuação positiva, na construção do diálogo, junto à singular.

Essas atuações positivas são manifestadas, de acordo com a tabela 2, através das seguintes frequências: Ativos durante as reuniões com 18 frequências; Compreensão e execução do Cooperativismo e Conhecimento do Estatuto da Singular com 13; Interesse em continuar na terra [através dos filhos] representada por 10; Sócio-fundador da Singular com 10; Vínculo direto com a terra representada por 09; Cursos feitos através da Singular com 09 e Vínculo de auxílio com os colegas representado por 06 frequências.

Assim, podemos perceber que a maior frequência apontada, 18, se refere à participação ativa dos cooperados frente às reuniões da cooperativa singular. Esse ponto entra em contradição com a Temática 1 (Comunicação Organizacional como *via* de Sustentabilidade da Cooperativa) através do desencadeante Comunicação Negativa dentro da Singular, quando os cooperados, em entrevista, afirmam que “Nem tudo fica claro durante a reunião”.

Com relação a tal percepção, Singer (2002) enfatiza que o sistema de cooperativismo exige um esforço adicional de todos os cooperados, no qual cada um deles deve se preocupar com os problemas gerais da empresa e participar ativamente da resolução destes. O mesmo autor ressalta ainda que “o fato de todos ficarem a par do que está em jogo contribui para a cooperação inteligente dos sócios” (SINGER, 2002, p. 19).

Já a menor frequência, 06, se refere ao vínculo de auxílio aos colegas. Levando em consideração os princípios da economia solidária, podemos apontar que essa última frequência pode ser considerada preocupante a ponto de se tornar futuramente uma atuação negativa. Pois, consideramos que o vínculo de auxílio deveria ter uma frequência bem maior já que, por meio da coletividade e solidariedade, os agricultores sócios deveriam ajudar-se mutuamente.

Nesse ponto, Singer (2002) faz uma reflexão bastante pertinente quando ressalta que a competição e cooperação são, a rigor, incompatíveis entre si. O autor enfatiza que: “se você coopera com seu rival, você o fortalece e ele pode vencê-lo na competição; se você não coopera com seu colega ou com o setor que depende de sua ajuda, a empresa inteira pode fracassar” (SINGER, 2002, p. 18).

Contudo, podemos sugerir que a maior frequência está interligada com a menor, sendo que, a partir do momento que os cooperados não compreendem a fundo o teor das discussões durante as reuniões, tais cooperados podem não estar motivados ou cientes dos

problemas que envolvem cooperados e cooperativa e, assim, aptos a oferecerem ajuda mútua aos colegas de cooperativa.

Quadro 5 - Relação dos discursos proferidos pelos entrevistados no desencadeante: Atuação Positiva

Sujeito 01: “E venho trabalhando ainda, no decorrer desses anos, né?! Tentando, junto com a COCAJUPI, criar, mostrar lá nos eventos que a gente tenta efetuar [...]. Tivemos grandes resultados também, graças a Deus, a gente obteve, apesar das dificuldades, desse tanto, desses quatro anos de seca, né?!”;

Sujeito 02: “Agora, assim, a gente tem que ir devagar um pouco, porque a gente sabe que o tempo é outro e o sistema que a gente vive, o sistema é ruim; [...] é muito difícil pra gente trabalhar com o sistema de cooperativa [...] é um negócio muito difícil, mas [...] é desejo da gente que essa luta permanecesse”;

Sujeito 03: “Por mais que eles [*filhos*] não sigam o que a gente siga, porque é outro mundo, outra formação, outra tecnologia, mas fica alguma coisa, né? E alguns princípios, né?!”;

Sujeito 04: “Antigamente os pais, a família dizia: ‘- Meu filho você estude, senão você vai pra roça’; E hoje em dia a gente pede é pra eles estudarem pra ir... Pra ele ficar na roça”.

Sujeito 03: “Na colheita, migração de abelha, sim. Dentro da apicultura, precisa muito de mutirão, mas nas outras atividades *num* tem esse hábito não”; [*Costume em reunir-se em mutirão*].

Fonte: Dados da Pesquisa, 2014.

4.2.2 Agricultores familiares como Atores Sociais (Dentro da Cooperativa Singular): Atuação Negativa

Na tabela acima, contendo a Temática 2, pode-se verificar com o desencadeante “Atuação Negativa” que alguns agricultores familiares não são proprietários de terras e, com isso, os mesmos se consideram sem vínculo. Vale destacar que surgiu apenas um motivador para tal desencadeante e este aparece numa frequência de 03 expressões proferidas durante a entrevista.

Por meio de tal desencadeante e através da entrevista realizada, podemos perceber que, dentro da cooperativa singular, há agricultores familiares trabalhando como comodatários, ou seja, trabalhando nas terras de outras pessoas, tais como parentes, amigos, etc. Vale destacar também que alguns dos sócios cooperados trabalham nas terras das cooperativas, no entanto, em momento algum, durante a entrevista, os pesquisados se referiram às terras da cooperativa como propriedade dos próprios agricultores.

Nesse sentido, Singer e Souza (2000) reforçam que um dos princípios da economia solidária consiste em: “(...) posse coletiva dos meios de produção pelas pessoas que as utilizam para produzir” (SINGER; SOUZA, 2000, p. 13). Assim, podemos inferir que seria ideal no estreitamento do diálogo entre cooperativa singular e cooperado, que o mesmo pudesse se sentir proprietário das terras da cooperativa, e que tais terras não fossem vistas, pelos cooperados, como posse da cooperativa, mas como meio coletivo de produção dos cooperados sócios.

Portanto, podemos sugerir que o fato de os agricultores familiares não possuírem vínculo com a terra pode estar interferindo na participação ativa desses durante a construção do diálogo entre cooperativa singular e cooperado. Nesse sentido, Singer (2002) contribui enfatizando que “a economia solidária é outro modo de produção, cujos princípios básicos são a propriedade coletiva ou associada do capital e o direito à liberdade individual” (SINGER, 2002, p. 10).

Quadro 6 - Relação dos discursos proferidos pelos entrevistados no desencadeante: Atuação
Negativa

Sujeito 01: “Eu trabalho como comodatário na terra do meu pai, mas eu trabalho na terra!”;

Sujeito 02: “Eu trabalho nas terras da Cooperativa”;

Sujeito 03: “Eu sou sim proprietário e trabalho na terra, sendo que, com seca e tudo, ainda trabalho na horta”;

Fonte: Dados da Pesquisa, 2014.

4.3 Relações sociais entre Central de cooperativas e Singular

Tabela 3: Relações sociais entre Central de cooperativas e Singular

Categorização: Temática 03

Relações Sociais entre Central de cooperativas e Singular	<i>f</i>
Atuações Positivas	07
- Cursos oferecidos pela Central (02)	
- Repasse de informação aos companheiros faltosos (05)	
Atuações Negativas	27
- Comunicação com a Central é falha e limitada (17)	
- Não se veem como relevantes para a Central (10)	

Fonte: Dados da pesquisa, 2014

Na Temática 3, podemos observar, como mostra a tabela acima, que os objetos de pesquisa apresentaram em seus discursos dois desencadeantes: “Atuações Positivas” e “Atuações Negativas”. Tais desencadeantes se referem à categoria: Relações Sociais entre Central de Cooperativas e Cooperativa Singular. De antemão, podemos observar, de acordo com a tabela acima, que a Atuação Positiva aparece com uma frequência de 07 expressões proferidas pelos entrevistados. Já a Atuação Negativa aparece em maior frequência, com 27 expressões que remetem a Temática 3. Assim, podemos inferir que tal fator pode apresentar algum descontentamento por parte dos pesquisados.

4.3.1 Relações Sociais entre Central de cooperativas e Singular: Atuações Positivas

Percebe-se, conforme tabela acima, que os sujeitos de estudo consideram, numa frequência de 07 expressões e falas proferidas durante entrevista, que a Central mantém relações sociais positivas com a Singular por meio de cursos oferecidos pela própria Central de cooperativas, com frequência de 02 expressões proferidas e, também, por meio do Repasse de informação aos companheiros faltosos, com frequência de 05.

Com isso, podemos inferir que as relações sociais mantidas entre central de cooperativas e singular podem estar restritas a dois pontos: cursos oferecidos pela Central à Singular e o repasse de informação aos sócios que, por algum motivo, entre este deslocamento, não podem participar das reuniões ocorridas na Central de cooperativas. Podemos supor, ainda, que tal repasse de informações acontece por meio de telefone já que este é o meio de comunicação mais utilizado, atualmente, pela Singular.

As relações sociais constituem o tema central do livro ‘De la division du travail social’ de Émile Durkheim publicado em 1893. Para tal teórico as relações sociais surgem com o nome de "formas de solidariedade". Assim, podemos entender a solidariedade como uma relação de reciprocidade entre membros de uma mesma comunidade.

Por meio da solidariedade, surge a ideia de consciência coletiva, que Durkheim define como “o conjunto das crenças e dos sentimentos comuns à média dos membros de uma mesma sociedade que forma uma mesma sociedade que forma um sistema determinado com a vida própria.” (Durkheim, 1999, p.50). Assim, a solidariedade deve corresponder a um estado forte da consciência coletiva, devendo esta ser eminente às ações que envolvem o cooperativismo.

Contudo, para se chegar a esse estado de consciência coletiva, defendida por Durkheim, devemos trabalhar as relações cotidianas por meio de retribuições e atitudes que busquem o fortalecimento de grupos ou comunidades. Para esse fim, Sennett (2012) recomenda a prática da diplomacia cotidiana ao lidar com as pessoas: “Para enfrentar esses desafios, em comunidades, no trabalho ou nas ruas, as pessoas procedem de maneira análogas, ao fazer e consertar objetos em uma oficina” (SENNETT, 2012, p. 267).

Quadro 7 - Relação dos discursos proferidos pelos entrevistados no desencadeante: Relações Sociais - Atuações Positivas

Sujeito 01: “Todo e qualquer tipo de comunicação é feito por meio de Assembleias, né?! A diretoria da COCAJUPI, ela repassa pra cada dirigente de sua singular, *onde* quando chega *na* base da diretoria, *vão* repassando pra cada sócio ou [...] chamando pras assembleias e, aí, vai explicando pra todo mundo, pra que ninguém fique de fora do que *tá* acontecendo sobre a entidade COCAJUPI ou qualquer tipo de ação do governo que tenha voltado pra atividade”;

Sujeito 02: “A gente vai pra reunião [*Central*], mas quem manifesta com a palavra é o representante da Singular, que lá é Conselho de Representantes”;

Fonte: Dados da Pesquisa, 2014.

4.3.2 Relações Sociais entre Central de cooperativas e Singular: Atuações Negativas

Podemos observar, de acordo com a tabela 3, que os objetos de pesquisa consideram, numa frequência de 17 expressões e falas proferidas durante entrevista, que a Central de cooperativas mantém relações sociais com atuações negativas frente às Cooperativas Singulares. Durante a entrevista foram apontados, por parte dos pesquisados, dois desencadeantes motivadores dessa perspectiva: Comunicação com a Central é falha e limitada, representada por 17 frequências de expressões e falas dos entrevistados e que os agricultores familiares não se veem como relevantes para a Central, com 10 frequências.

Vale destacar que, na Temática 3, podemos verificar que a percepção por parte dos entrevistados que consideram negativa as atuações envolvendo as Relações Sociais entre Central de Cooperativas e Singular é proporcionalmente maior do que as atuações consideradas como positivas. Tal aspecto merece uma atenção especial por parte dos EES's pesquisados, visto que na Temática 1, a partir do desencadeante “Comunicação Positiva dentro da Singular”, verificamos que a maior frequência obtida aponta que os agricultores familiares consideram, numa frequência de 20 expressões proferidas, que a comunicação positiva dentro da singular pode trazer benefícios favoráveis à sustentabilidade dos empreendimentos pesquisados.

Com isso, podemos inferir, a partir da visão dos cooperados, que a comunicação organizacional exerce papel primordial no fortalecimento das relações sociais entre Cooperativa Central e Cooperativa Singular já que nenhuma das duas, central e singular, consegue sobreviver sem a parceria entre ambas. Vale ressaltar que os agricultores familiares são essenciais nesse processo de comunicação.

Nesse contexto, Bueno (2014) destaca que o conceito e a prática da comunicação empresarial vêm evoluindo ao longo do tempo, passando de uma perspectiva meramente operacional, contaminada por disputas corporativistas, para uma perspectiva dialógica e estratégica. No entanto, o mesmo autor enfatiza que a realidade tem demonstrado que, pelo menos no Brasil, “as organizações não têm se preocupado em definir, de maneira sistemática e competente, diretrizes gerais e específicas de comunicação, internamente pactuadas e explicitamente indicadas, de modo a construir uma autêntica Política de Comunicação” (BUENO, 2014, p. 123).

O que motiva essa realidade, na visão de Bueno (2014), é o fato de que, na maioria dos casos, as ações, estratégias e planos de comunicação estão respaldados em alguns pressupostos que dependem mais do *insight* ou do *feeling* de seus executivos do que do esforço real para sistematizar conceitos e processos que objetivem consolidar posturas capazes de projetar caminhos para o futuro.

Baldissera (2008, p. 47) acrescenta que a comunicação organizacional também “se dá nas fissuras, nas resistências, nas zonas de escuridão, nas transversalidades, nos lugares de interdição e das fugas. Contempla a dispersão, as transações, os ruídos, as contradições, o diálogo, a diversidade, a rebeldia”. Contudo, para que o processo de comunicação organizacional obtenha êxito frente aos seus públicos faz-se necessário levar em consideração as particularidades de cada organização envolvida.

Quadro 8 - Relação dos discursos proferidos pelos entrevistados no desencadeante: Relações Sociais - Atuações Negativas

Sujeito 03: “E aí uma atividade que era pra Singular agilizar, normalmente, na verdade sempre atrasa por complicação da Central, de vez em quando. Uma ata da diretoria da Singular que num é feita e é pra ser enviada pra Central. Essa solicitação às vezes é feita com atraso e complica tudo”.

Sujeito 04: “Uma coisa é de nós ir lá, ouvir a reunião e chegar aqui falando; outra coisa é o pessoal que faz a reunião vir aqui falar pros sócios, né?! O pessoal se sente... Além de ficar mais acreditado, se sente mais valorizado também. O sócio se sente mais valorizado”;

Sujeito 05: “Junto a Singular sim, já com a Central não, porque lá é só com os representantes, do qual nem todo mundo faz parte desse conselho. No caso eu tenho mais abertura pra Singular do que pra Central”;

Fonte: Dados da Pesquisa, 2014.

4.4 Inclusão Social dos Agricultores familiares através da Cooperativa

Tabela 4: Inclusão Social dos Agricultores familiares através da Cooperativa

Categorização: Temática 04

Inclusão Social dos Agricultores familiares através da Cooperativa	<i>f</i>
Sentem-se parte integrante	10
- Compreendem o cooperativismo e gostam da atividade (05)	
- São satisfeitos com a Cooperativa (05)	
Melhorias precisam ser feitas com urgência	27
Não se dedicam exclusivamente ao Cooperativismo	12

Fonte: Dados da pesquisa, 2014.

Na quarta, e última, temática podemos observar, de acordo com a Tabela 5, que os pesquisados apresentaram em seus discursos quatro desencadeantes: “Sentem-se parte integrante”, “Melhorias precisam ser feitas com urgência”, “Não são valorizados” e “Não se dedicam exclusivamente ao Cooperativismo”.

4.4.1 Sentem-se parte integrante dos EES

Percebe-se, conforme tabela acima, que os sujeitos pesquisados apontam, numa frequência de 10 expressões, que os mesmos se sentem parte integrante dos empreendimentos em estudo. Tal desencadeante apontou dois fatores motivadores dessa perspectiva: Compreendem o cooperativismo e gostam da atividade, numa frequência de 05 expressões e São satisfeitos com a Cooperativa, com frequência, também, de 05 expressões proferidas pelos pesquisados. Aqui, podemos deduzir que aqueles sócios que se sentem parte integrante dos empreendimentos são aqueles que compreendem os princípios do cooperativismo.

Diante do primeiro motivador: “Compreendem o cooperativismo e gostam da atividade”, podemos inferir que tal frequência pode ser considerada baixa, sendo que o ideal seria que todos os cooperados sócios dos empreendimentos em estudo tivessem conhecimento aprofundado do real significado e dos princípios que envolvem o cooperativismo. No entanto, vale ressaltar que das 5 expressões proferidas por aqueles que compreendem tal termo, os mesmos também gostam e se identificam com a atividade.

Nesse caso, podemos supor que: se todas as famílias envolvidas com os EES’s pesquisados conhecessem os princípios do cooperativismo e compreendessem tais atividades, talvez, todos eles se identificariam e gostariam da atividade que envolve a economia solidária. Aqui, vale ressaltar que, de acordo com os dados coletados, a maioria dos sócios pesquisados possui apenas ensino fundamental, este fator pode interferir diretamente neste primeiro motivador.

O segundo motivador: “São satisfeitos com a Cooperativa” apresenta a mesma frequência que o primeiro. Tal frequência pode propor que aqueles que compreendem os princípios cooperativistas podem estar satisfeitos com os EES’s. Contudo, podemos deduzir que o fato de os cooperados compreenderem o real significado do cooperativismo e gostarem

de tal atividade pode levá-los a uma participação ativa frente à cooperativa e, a partir desse fato, efetivar-se a inclusão social dos agricultores familiares envolvidos com o cooperativismo.

Nesse contexto, Sennett (2012) afirma que a cooperação está inscrita nos genes dos animais, inclusive dos seres humanos, porém a cooperação não pode ser estável, pelo fato de o ambiente natural nunca ser fixo. Dessa forma, esse mesmo teórico corrobora esse aspecto apontando o exemplo das sociedades compostas por abelhas e formigas:

“Os insetos sociais, por exemplo, dispõe de um código genético suficiente para assumir, quando o impõe a doença ou o infortúnio, algumas das tarefas especializadas desempenhadas por outros membros do formigueiro ou da colmeia; a divisão do trabalho é flexível, e os insetos podem temporariamente trocar de papel. O que é surpreendente, pois geralmente atribuímos à colmeia o tipo de eficiência encontrada em uma fábrica, onde a divisão do trabalho fica estabelecida em tarefas predeterminadas. No formigueiro ou na colmeia, no entanto, eficiência e rigidez não combinam; a cooperação é mais flexível (SENNETT, 2012, p. 90).

Com isso, Sennett (2012) assegura que: “todos os animais sociais cooperam porque na solidão a abelha, o lobo ou o ser humano não são capazes de garantir a própria sobrevivência. Precisam-precisamos-uns dos outros” (SENNETT, 2012, p. 89).

4.4.2 Melhorias precisam ser feitas com urgência

É possível notar, a partir da tabela 4, que a maior frequência aponta, por meio de 27 falas e termos proferidos pelos pesquisados, que melhorias precisam ser feitas com urgência para que os EES's pesquisados possam efetivar a inclusão social dos agricultores familiares através de suas respectivas cooperativas.

Neste caso, podemos inferir que essas melhorias podem partir da tentativa de solução do desencadeante “Comunicação Negativa dentro da Singular”, pertencente à Temática 1: Comunicação Organizacional como *via* de Sustentabilidade da Cooperativa, e, no desencadeante de tal Temática, os agricultores familiares apontam como principais problemas: A Comunicação com a central é falha; Necessidade de um setor de comunicação

na Central para com as demais Singulares; A Assembleia é a única comunicação com a Central; Nem tudo fica claro durante a reunião e, por último, Nem todos os cooperados se comunicam.

Contudo, podemos supor que a tentativa de solucionarem-se tais problemas ou conflitos que envolvam tanto Central de Cooperativas como Singular precisa ser planejada por meio da participação conjunta entre dirigentes e agricultores familiares a partir do diálogo e, conseqüentemente, estreitamento das relações sociais entre ambos. Para isso, faz-se necessária a implementação de estratégias de comunicação organizacional que se apoiem nas particularidades dos EES's pesquisados.

Nessa perspectiva, o diálogo deve ser a base entre o sujeito e o ambiente organizacional, para que assim possa estimular a participação e o desejo de pertencimento do sujeito, tornando-o um agente ativo no desenvolvimento da cooperativa. Assim, Vieira (2004) enfatiza que o diálogo é fundamental na vida dos homens. “Por meio dele é que se puderam estabelecer, nos mais diversos momentos históricos da sociedade, o entendimento e a obtenção do consenso. A atitude dialógica, portanto, foi e continua a ser a base da legitimidade da ordem social” (VIEIRA, 2004, p. 31).

4.4.3 Não se dedicam exclusivamente ao Cooperativismo

De acordo com a última tabela, podemos perceber que 12 expressões e falas proferidas, durante entrevista, apontam que parte dos agricultores familiares pertencentes aos empreendimentos Casa Apis e Cocajupi precisam desenvolver outro tipo de atividade para complementar sua renda familiar. Durante a pesquisa, os agricultores enfatizaram a necessidade de desenvolver outras atividades ligadas ao campo, tais como cultivo de hortas e criação de pequenos animais, em sua maioria, ovinos, caprinos, suínos, frangos e galinhas.

Tal aspecto remonta que a apicultura e cajucultura desenvolvidas nas cooperativas, por meio do cooperativismo, não estão sendo suficientes para manter financeiramente as famílias envolvidas com essa atividade. Contudo, podemos destacar que o Território Vale do Guaribas apresenta atributos marcantes de solo, vegetação e clima favoráveis tanto para manejo da apicultura como para cajucultura.

Percebemos, também, que as linhas de créditos disponibilizadas ainda não atendem as demandas das famílias de agricultores familiares, pois possuem muitas exigências e pouca fiscalização o que facilita e leva as famílias a se endividarem. A falta de assistência técnica e apoio do governo é outro fator apontado pelos cooperados que dificulta a convivência com o semiárido, pois os agricultores familiares apontam, na entrevista, as dificuldades que a cooperativa tem de colocar seus produtos no mercado, sendo que as empresas concorrentes possuem assistência técnica adequada, além de equipamentos tecnológicos necessários que objetivam melhorar e, conseqüentemente, aumentar a produção.

Contudo, Singer (2002) ressalta que a economia solidária pode ser mais do que uma resposta à incapacidade do capitalismo de integrar em sua economia todos os membros de uma sociedade. Assim, tal autor afirma que: “A economia solidária foi concebida para ser uma alternativa superior por proporcionar às pessoas que a adotam, enquanto produtoras, poupadoras, consumidoras etc., uma vida melhor” (SINGER, 2002, p. 114).

Mas, para isso é necessário refletirmos sobre o princípio do empenho na educação cooperativa. Nesse contexto, Singer (2002) ressalta que os homens são o que a educação, ou sua falta, faz deles. Portanto, “para que o cooperativismo seja entendido e apoiado em seus propósitos, é necessário que não só os cooperados, mas o público em geral seja educado em seus princípios ou, mais amplamente, em sua visão de mundo” (SINGER, 2002, p. 42).

Quadro 9 - Relação dos discursos proferidos pelos entrevistados na Temática: Inclusão Social dos Agricultores familiares através da Cooperativa

Sujeito 01: Eu acho que o que eu entendo por cooperativismo, além do que ele está falando aí, é um... é uma forma de um produtor conseguir ir mais longe, porque é tipo uma escada. Um vai sempre puxando o outro. No cooperativismo é isso.

Sujeito 02: “Se não tem chuva na região, se não tem produto certo, a gente também fica sem força de bater na porta pra contrair um financiamento. Se tem um financiamento *num* paga porque não tem o produto; aí, uma coisa tem a ver com a outra”;

Sujeito 03: “Os itens são discriminados com outras denominações, mas no caso quando a prestação de contas é na diretoria, que aí os termos usados são mais simples, mais conhecidos, fica bem mais simples de compreender”;

Sujeito 04: “Eu acho assim, que também são três coisas complicadas: primeiro é o Recursos Humanos, que é a parte técnica, a parte de assistência técnica, que ainda é muito desejada, mas tem nós *mesmo* e nossa preparação, a formação em si pra gente cuidar disso, mas também com a parte externa do agente externo que seria a própria associação”;

Sujeito 05: (Renda exclusiva do cooperativismo?) “Não. Vem da atividade rural, mas não exclusiva, porque o cooperativismo é mais voltado pra produção apícola, aí, tem outras atividades que nos ajuda a viver, mas *num* é só da cooperativa não. Eu tenho criação de animais e outros negócios também que eu faço”;

Sujeito 06: “Tem que ter apoio, nós precisamos de mais apoio...do Governo. É apoio, porque sozinho num dá...só um aradinho daqui não dá em nada”;

Fonte: Dados da Pesquisa, 2014.

CAPÍTULO 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O conceito e a prática da Comunicação Organizacional, no Brasil, vêm evoluindo ao longo dos últimos anos. Bueno (2014) defende que tal área é identificada como um sistema complexo de conhecimento e práticas que envolvem a organização e os seus múltiplos públicos de interesse.

O fato é que, no atual cenário em que vivemos, percebemos que as organizações necessitam conhecer a melhor forma de se comunicar com o indivíduo. Para isso, Bueno (2012) reforça que a comunicação nas empresas precisa dissociar-se da postura tradicional para que assim possa dar a devida atenção ao interesse público, o que significa mudança radical na gestão, na cultura e nos valores praticados pela maioria das empresas.

Diante de tal contexto, podemos reforçar que a tendência é que o público deixe de ser mero “objeto” da comunicação organizacional tradicional para se tornar protagonista da sua própria realidade. Tal fato não pode ser diferente para os Empreendimentos de Economia Solidária em estudo, porque mesmo diante de princípios contrários ao capitalismo, também precisam se manter no mercado através da oferta dos seus produtos.

O presente trabalho teve como objetivo principal compreender a complexidade do processo de comunicação organizacional em empreendimentos solidários a partir da percepção dos agricultores familiares cooperados. Buscou-se, também, entender o papel dos empreendimentos, Casa Apis e Cocajupi, no fomento à inclusão social e construção da cidadania no Território Vale do Guaribas, Piauí.

Com base nas informações obtidas, identificou-se que os agricultores familiares do Território Vale do Guaribas vivenciam o processo de comunicação organizacional nos EES's pesquisados, porém de forma parcial. Percebe-se a existência de um distanciamento entre as cooperativas singulares e as centrais, esse fato vem prejudicando o desempenho do cooperativismo que ora as singulares estão isoladas do processo decisório da central, ora os próprios cooperados não tem participação efetiva nem mesmo nas singulares. Contudo, os sócios pesquisados reconhecem que a comunicação organizacional pode trazer benefícios fundamentais aos EES's pesquisados, inclusive a sustentabilidade destes e, consequentemente, a melhoria de vida dos próprios agricultores familiares.

Alguns aspectos devem ser ressaltados no processo de inclusão social dos agricultores a partir do cooperativismo. No resultado geral da pesquisa obtido, constatou-se que nenhum dos cooperados pesquisados possui renda familiar oriunda exclusivamente do cooperativismo, necessitando assim de uma renda complementar para atender as necessidades básicas dos mesmos. Identificaram-se também a baixa participação dos sócios no processo dialógico da cooperativa e a falta de assistência técnica e apoio do governo como fator, apontado pelos cooperados, que dificulta a convivência com o semiárido. No entanto, todos os entrevistados manifestaram acreditar no empreendimento e querer continuar no campo. Dessa forma, percebe-se que a materialização da inclusão social é alcançada de forma parcial pelos EES, Casa Apis e Cocajupi.

Percebe-se também, perante os cooperados, baixo nível de instrução predominando o analfabetismo e o ensino primário; fator desencadeador de, conforme a pesquisa, os mesmos conhecerem de forma não aprofundada o conceito e significado do termo cooperativismo. Sugere-se, para a sustentação desse projeto, que apresenta êxito em outros estados, que os dirigentes tanto das centrais como das singulares, através de parcerias, possam inserir a educação continuada no campo, porém os cooperados mostram-se interessados em viver, aprender e experimentar novas oportunidades, a partir do momento em que eles querem educar seus filhos para dar continuidade ao empreendimento.

É importante ressaltar também que, de maneira geral, o processo norteador da comunicação organizacional, nos empreendimentos Casa Apis e Cocajupi, apresenta-se de forma não consistente, pois os agricultores familiares pesquisados manifestaram relações sociais fragilizadas entre as centrais de cooperativas, as singulares e os próprios cooperados. Nesse sentido, faz-se necessário a implantação de projetos de comunicação e de inclusão social que sejam monitorados e reavaliados constantemente pelo poder público, que não tem cumprido integralmente com o seu papel de forma eficaz.

Mas, não adianta apenas tentar superar a exclusão social adotando programas com fins específicos como de combate à pobreza, geração de emprego e renda. Rattner (2002) relata que a inclusão torna-se efetiva somente quando, através da participação em ações coletivas, os excluídos são capazes de recuperar sua dignidade através da conquista do emprego e renda própria, acesso à moradia decente, facilidades culturais e serviços sociais, como educação e saúde. Tal tarefa exige o engajamento contínuo do poder público através de políticas pró-ativas e preventivas, sobretudo na área econômica.

De acordo com o que pôde ser inferido, através de pesquisas e estudos realizados, a pesquisa sobre a comunicação organizacional em empreendimentos solidários e a inclusão dos agricultores familiares é fundamental para os empreendimentos econômicos e solidários, Casa Apis e Cocajupi, pois, por meio dela, é possível conhecer as principais deficiências dessa “outra economia” que tem como principal característica a inclusão social através da autogestão, sendo possível identificar maneiras de estar em constante processo de melhorias e de aprimoramento.

REFERÊNCIAS

- BALDISSERA, R. A Comunicação (re) tecendo a cultura da sustentabilidade em sociedades complexas. **Revista ORGANICOM**, 2008.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 3. ed. Lisboa: Edições 70. 2004.
- BAKHTIN, M. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1992.
- BERLO, D. K. **O Processo da Comunicação**. São Paulo: Livraria Martins Fontes, 1985.
- BONELLI, R. **Impactos econômicos e sociais de longo prazo da expansão da agropecuária no Brasil**: revolução invisível e inclusão social. Rio de Janeiro: IPEA, 2001.
- BORBA, A. A.; LIMA, H. M. Exclusão e Inclusão social nas sociedades modernas: um olhar sobre a situação em Portugal e na União Européia. *Serviço Social e Sociedade*. N. 106. São Paulo, Apr./Jun. 2011. Disponível em:
<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-66282011000200003>.
Acesso: 07 set. 2014.
- BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da Republica Federativa do Brasil**: promulgada em 5 de outubro de 1988. 25. ed. atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2000. 307 p. (Saraiva de Legislação). Inclui adendo especial com os textos originais dos artigos alterados.
- BUENO, W. da C. **Comunicação Empresarial**: políticas e estratégias. 2. Ed. São Paulo: Saraiva, 2009.
- CARDOSO, Onésimo de Oliveira. Comunicação empresarial versus comunicação organizacional: novos desafios teóricos. **Revista de Administração Pública**. Porto e Meio Ambiente. V. 40, n. 6. Rio de Janeiro, nov./dez./2006.
- CARVALHO, J. M. de. **Cidadania no Brasil**: o longo caminho. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002
- CAHEN, Roger. **Comunicação empresarial**. São Paulo: Best Seller, 1999.
- CHIAVENATO, I. **Gestão de Pessoas**. 3 ed. São Paulo: Elsevier Campus, 2008.
- COUTINHO, C. N. **Gramsci**: um estudo sobre seu pensamento político. Rio de Janeiro: 2 ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
- _____. **Comunicação Empresarial**: alinhando teoria e prática. Barueri, SP: Manole, 2014.
- CARVALHO, J. M. de. **Cidadania no Brasil**: O longo Caminho. 3ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS. Relatório conjunto sobre a inclusão social, que sintetiza os resultados da análise dos planos de acção nacionais para a inclusão social (2003-05), Bruxelas, 12/12/2003, COM (2003) 773 Final, 2003.

DURKHEIM, É. **Da divisão do trabalho social**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

FRANÇA FILHO, G. C., LAVILLE, J. L. **Economia Solidária: Uma Abordagem Internacional**. Porto Alegre: Editora da UFRJ, 2004.

GAIGER, L. I. **Sentidos e experiências da economia solidária no Brasil**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. Ed. 5. Reimp. São Paulo: Atlas, 2012.

GOMÁ, R. **Processo de inclusão e políticas de inclusão social**: algumas reflexões conceituais. In: CARNEIRO, C.B.L.; COSTA, B.L.D.(orgs). **Gestão social: o que há de novo**. Belo Horizonte: Fundação João Pinheiro, 2004.

GRAMSCI, A. Caderno 12 (1932): Apontamentos e notas dispersas para um grupo de ensaios sobre a história dos intelectuais. In: _____. **Cadernos do Cárcere**. Trad. Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006. v. 2, p. 13-53.

GRANDO, G. B. Redes formais e informais por um diálogo interno mais eficaz. In: MARCHIORI, M. (Org.). **Faces da cultura e da comunicação organizacional**. São Caetano do Sul: Difusão, 2006.

GOMIDE, A. Á. de; **Transporte urbano e inclusão social**: elementos para políticas públicas. Brasília: IPEA, 2003.

HALL, R. H. **Organizações**: estrutura e processos. 3. ed. Rio de Janeiro: Prentice- Hall, 1984.

IANNI, O. (Org). **Marx - Sociologia**. 6.ed. São Paulo: Ática, 1982.

KREPS, Gary L. **Organizational communication**: theory and practice. Second edition. Nova York: Longman, 1990.

KUNSCH, M. M. K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 4. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Summus, 2003.

LOPES, J. R. “Exclusão social” e controle social: estratégias contemporâneas de redução da sujeiticidade. **Psicologia & Sociedade**. Florianópolis, v. 18, n. 2, p. 13-24, 2006.

MARCONI, M. A. de; LAKATOS, E. M. **Técnicas de Pesquisa**: planejamentos e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados. 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2006.

MARCHIORI, M. Cultura e comunicação organizacional: uma perspectiva abrangente e inovadora na proposta de inter-relacionamento organizacional. In: MARCHIORI, M. (Org.). **Faces da cultura e da comunicação organizacional**. São Caetano do Sul: Difusão, 2006.

MARSHALL, T. H. **Cidadania, classe social e status**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.

MARX, Karl. **O Capital**: Crítica da economia política. Vol. I, Tomo I. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

_____. **O Capital**. 14ª ed. São Paulo: Difel; 1994. V. 1.

MAZZA, J. Inclusão social, mercados de trabalho e capital humano na América Latina. In: BUVINIC, M.; MAZZA, J.; DEUTSCH, R. (Orgs.). **Inclusão social e desenvolvimento econômico**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

MORAES, S. R. de. Comunicação e cooperativismo: uma outra comunicação é possível. **Revista Brasileira de Inovação e Científica em Comunicação**. v. 1, n. 1, p. 34-46 – Maio. 2006. Disponível em: <file:///C:/Users/Jakeline/Downloads/305-303-1-PB%20(1).pdf> Acesso: 03 ago. 2014.

MOTTER, M.L. Organizações Não Governamentais: Espaço de Construção e Prática da Cidadania. In: COSTA, M.C.C. (Org.). **Gestão da Comunicação**: terceiro setor, organizações não governamentais, responsabilidade social e novas formas de cidadania. São Paulo: Atlas, 2006.

MINAYO, M. C. S. de. **O desafio do conhecimento**: pesquisa qualitativa em saúde. 14. Ed. São Paulo: Hucitec, 2014.

NETTO, J. P.; BRAZ, M. **Economia política**: uma introdução crítica. São Paulo: Cortez, 2009.

OLIVEIRA, N. B. de. **Cooperativismo**: guia prático. Porto Alegre: Fundação para o Desenvolvimento de Recursos Humanos - FDRH, 1979.

PERUZZO, C. M. K. – Fundamentos teóricos das Relações Públicas e da Comunicação Organizacional no terceiro setor. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 20, n. 1, p. 89-107, jan./abr. 2013. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/13641/9201>>. Acesso: 18 set. 2014.

PICCININI, V. C.; GUIMARÃES, V. N.; OLIVEIRA, S. R.; KOROSUE, A. **Cooperativas de trabalho**: forma de autogestão ou flexibilização precarizada? Anais. XXVII Encontro Anual da ANPAD, Atibaia, 24 de set. 2003.

PINHO, D. B. **Economia e cooperativismo**. São Paulo: Saraiva, 1977.

_____. **O pensamento cooperativo e o cooperativismo brasileiro**. 18 ed. São Paulo: CNPQ, 1982.

PUTNAM, R. **Comunidade e democracia**: a experiência da Itália moderna. 2ª edição. Rio de Janeiro, FGV, 2000.

PUTNAM, L.; PHILLIPS, N. e CHAPMAN, P. Metáforas da comunicação organizacional. In: CLEGG, Stewart R. HARDY, Cynthia e NORD, Walter R. (Org.) **Handbook de estudos organizacionais**. Ação e análise organizacionais. São Paulo: Atlas, 2004, v.3.

RATTNER, H. Sobre exclusão social e políticas de inclusão. **Revista Espaço Acadêmico**, Maringá, n.18, nov. 2002.

RENÊ, J. T. S. Ensino de Filosofia e cidadania: uma abordagem a partir de Gramsci. **Revista Brasileira de Estudos Pedagógicos**, Brasília, v. 94, n. 236, p. 53-77, jan./abr. 2013. Disponível em: <http://educa.fcc.org.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2176-66812013000100004&lng=pt&nrm=iso>. Acesso: 22 out. 2014.

RESTREPO, J. Mariluz. Comunicación para la dinámica organizacional. **Signo y Pensamiento**, Colombia, n.º 26 (XIV) Universidad Javeriana: Facultad de Comunicación y Language, 1995, 9991-96. Disponível em: <<http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/3379>>. Acesso: 13 dez. 2014.

RODRIGUES, E. V. O Estado-providência e os processos de exclusão social: considerações teóricas e estatísticas em torno do caso português. **Sociologia**, Porto, n. 10, p. 173-200, 2000.

RUDIGER, Francisco. **Introdução à teoria da comunicação**. São Paulo: Edicon, 1998.

SCROFERNEKER, C. M. A. **Trajetórias teórico-conceituais da comunicação organizacional**. Revista Famecos. Porto Alegre. n 31. Dez. 2006.

SENNETT, R. **Juntos**. Tradução de Clóvis Marques. Rio de Janeiro: Record, 2012.

SENGE, P. M. **A quinta disciplina**. São Paulo: Editora Best Seller, 1990.

SILVA, S. P. Economia solidária e políticas públicas de desenvolvimento local: uma análise de dois programas de gestão pública no Brasil. **Perspectivas em Políticas Públicas**. Belo Horizonte. Vol. II. Nº 3. P. 45-67. jan/jun 2009. Disponível em: <http://intranet.uemg.br/comunicacao/arquivos/PubLocal8P20120619112231.pdf>. Acesso: 17 ago. 2014.

SILVEIRA, B. de O.; FELIZOLA, M. P. M. O Diálogo como Necessidade da Comunicação Organizacional e uma Análise da Organização Sergipana SEMEAR. **Anais**. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. INTERCOM. Curitiba, 2009.

SINGER, P.; SOUZA, A. R. **A economia solidária no Brasil**: a autogestão como resposta ao desemprego. São Paulo: Contexto, 2000.

SINGER, P. **Introdução à economia solidária**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2002.

TAUILE, J. R. **Do Socialismo do Mercado à Economia Solidária**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

TORQUATO, F. G. **Tratado de comunicação organizacional e política**. 2. Ed. São Paulo: Cengage Learning. 2010.

TSUGUMI, N. Y. **Inclusão social no mercado de trabalho e hospitalidade**. Dissertação (Mestrado) — Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2006.

VERONESE, M. V. **A psicologia na transição paradigmática**: um estudo sobre o trabalho na economia solidária. Porto Alegre: PUCRS, 2004. 226f. Tese (Doutorado em Psicologia), Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS, Porto Alegre, 2004.

VEIGA, S.; FONSECA, I. **Cooperativismo**: uma revolução pacífica em ação. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

VIEIRA, R. F. **Comunicação Organizacional**: gestão de relações públicas. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.

VEIT, M. R. **Histórias de sucesso**: experiências empreendedoras. Belo Horizonte: Sebrae, 2003.

XIBERRAS, M. **As teorias da exclusão**: para uma construção do imaginário do desvio. Lisboa: Instituto Piaget, 1993.

WELS, A. M. C. Estudando a Comunicação Organizacional: Redes e Processos integrativos. **Conexão Comunicação e Cultura**, UCS, Caxias do Sul, v. 4, n. 7, p. 73-86, jan./jun. 2005.

WOLTON, D. **É preciso salvar a comunicação**. Tradução: Vanise Pereira Dresch. São Paulo: Paulus, 2006.

ZANELLA, A. V. Escolarização formal e cidadania: possíveis relações, relações possíveis? In: SILVEIRA, AF. et al., org. **Cidadania e participação social**. Rio de Janeiro: Centro Edelstein de Pesquisas Sociais, 2008. 230 p. ISBN: 978-85-99662-88-5. Disponível em: <<http://static.scielo.org/scielobooks/hn3q6/pdf/silveira9788599662885.pdf>>. Acesso: 06 nov. 2014.

ZUBEN, N. A. V. Introdução. In: BUBER, M. **Eu e Tu**. São Paulo: Centauro, 2004.

APÊNICE A - ROTEIRO DE ENTREVISTA

Roteiro preliminar para entrevista com agricultores familiares pertencentes aos empreendimentos Casa Apis e Cocajupi do Território Vale do Guaribas, no Piauí.

PERFIL DO COOPERADO

- 1) Qual a sua idade?
- 2) Você é casado ou solteiro?
- 3) Possui filhos? Quantos?
- 4) Em média, qual a sua renda familiar?

PROTAGONISMO

- 1) É proprietário da terra onde trabalha?
- 2) Você ainda estuda? Em qual turno?
- 3) A central oferece treinamentos, cursos ou capacitações para os cooperados?
- 4) Você participa das reuniões da cooperativa? Com que frequência?
- 5) Você sente vontade de falar, discutir, dá opiniões nas reuniões da cooperativa?
- 6) Você acha que os dirigentes que conduzem as reuniões dão espaço para que todos participem das discussões?
- 7) Você sabe claramente o que o Estatuto define com relação aos direitos e deveres do cooperado; produção e venda; sobras e outros assuntos de interesse do cooperado e cooperativa?
- 8) Você tem interesse em continuar no campo e educar seus filhos para dar continuidade a seu empreendimento?

RELAÇÃO COOPERATIVAS X COOPERADOS

- 1) Na escala de 1,0 a 10,0 que nota você daria para sua cooperativa?
- 2) Há quanto tempo você é sócio do empreendimento?
- 3) A sua renda familiar é oriunda exclusivamente do cooperativismo?

- 4) Caso não, de onde vem o complemento da sua renda familiar?
- 5) Os membros da diretoria da Cooperativa Central visitam a Cooperativa Singular? Caso positivo, com que frequência?
- 6) Em relação à cooperativa você se sente como? Sócio, proprietário, participante, cooperador, integrante?
- 7) Você se sente satisfeito por fazer parte do empreendimento?
- 8) Para você, o que mais faz falta ao homem do campo?

COMUNICAÇÃO E SUSTENTABILIDADE DOS EMPREENDIMENTOS

- 1) Você conhece todo mundo que faz parte do empreendimento, tanto quem faz parte da Cooperativa Central como da Singular?
- 2) Os cooperados costumam juntar-se em mutirão para que uma família possa ajudar a outra voluntariamente em atividades como: levantar cerca, destalar castanha, instalar apiários, aradar terras?
- 3) Em sua opinião, qual a importância da comunicação para o crescimento do empreendimento?
- 4) Como você vê a comunicação dentro e fora da central de cooperativas?
- 5) Na sua opinião como acontece a comunicação entre cooperativa central e singular?
- 6) Como vocês são informados sobre as reuniões e outros eventos promovidos pela central?
- 7) Quais os meios de comunicação mais utilizados por vocês/agricultores familiares?
- 8) Geralmente, quando vocês recebem informações da central de cooperativas, como você repassa essa informação para os demais cooperados/ou comunidade? Através de ofícios, memorandos, oralmente?
- 9) Quando você tem alguma dúvida a respeito de suas atividades, tais como comercialização, venda, preço dos produtos, quem você procura para lhe esclarecer? E por que você procura essa pessoa?
- 10) Em sua opinião você é ouvido pela central de cooperativas? Geralmente, quem lhe escuta mais?
- 11) Você se sente a vontade para propor sugestões e apresentar ideias tanto para as centrais como para as singulares?
- 12) Como é sua participação nas reuniões? Você fala, opina e os outros concordam, discordam, te escutam?

13) O que você acha que deve melhorar na comunicação dessa organização?

14) Na sua opinião, como deve acontecer a comunicação objetivando o fortalecimento da relação entre Cooperativa Central e agricultores familiares?

APÊNICE B – TERMO DE CONSENTIMENTO

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado (a) para participar da pesquisa intitulada “Comunicação Organizacional em Empreendimentos Solidários: perspectiva de transformação social e cidadã de agricultores familiares do Território Vale do Guaribas, no Piauí.”, sob a responsabilidade das pesquisadoras **Sandra Sueli Garcia de Sousa** e **Jakeline Rodrigues de Aquino Bezerra**.

Nesta pesquisa nós estamos buscando entender a complexidade do processo de comunicação organizacional em empreendimentos solidários, além de averiguar o papel de tais empreendimentos no fomento à inclusão social. O tema é de grande importância para os empreendimentos econômicos e solidários, pois através de tal pesquisa será possível conhecer melhor essa “outra economia” que tem como principal característica a inclusão social através da geração de trabalho e renda, sendo possível identificar maneiras de estar em constante processo de melhorias e de aprimoramento.

O Termo de Consentimento Livre e Esclarecido será obtido pela pesquisadora Jakeline Rodrigues de Aquino Bezerra no momento da coleta de dados. Tal coleta será feita através de entrevista e observação etnográfica e sistemática, junto aos agricultores familiares pertencentes às Cooperativas Mistas da Casa Apis e Cocajupi, em comunidades rurais do Território Vale do Guaribas, no Piauí.

Na sua participação você será submetido a entrevista não estruturada e informal, além de observação etnográfica e sistemática. A entrevista será do tipo não estruturada e informal, ao passo que esta será desenvolvida de forma mais espontânea, sem que esteja sujeita a um modelo preestabelecido de interrogação. Vale ressaltar que a entrevista deverá ser gravada, sendo que após transcrição das gravações para a pesquisa as mesmas serão desgravadas. Para análise dos dados utilizaremos o programa *Microsoft Word*, sendo que tal análise e classificação desses dados será efetuada por meio de transcrição das entrevistas gravadas, digitação, elaboração de quadros, apuração e observação de informações obtidas em questões discursivas.

Em nenhum momento você será identificado. Os resultados da pesquisa serão publicados e ainda assim a sua identidade será preservada.

Você não terá nenhum gasto e ganho financeiro por participar na pesquisa.

Os benefícios serão contribuir para se ter melhor clareza sobre os processos de comunicação organizacional e diálogo em empreendimentos de economia solidária do Território Vale do Guaribas, no sertão piauiense, ao apontar as demandas avaliadas pelos dados obtidos através da observação etnográfica e entrevista não estruturada junto aos agricultores familiares pertencentes a tal empreendimento.

Você é livre para deixar de participar da pesquisa a qualquer momento sem nenhum prejuízo ou coação.

Uma via original deste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido ficará com você.

Qualquer dúvida a respeito da pesquisa, você poderá entrar em contato com: Sandra Sueli Garcia de Sousa ou Jakeline Rodrigues de Aquino Bezerra, através dos telefones: (86) 3231-9771 ou (34) 3239-4411; Universidade Federal de Uberlândia, telefone: (34) 3218-2111, no endereço: Av. João Naves de Ávila 2121 - Campus Santa Mônica - CX 593 - Uberlândia - MG - CEP 38408-100. Poderá também entrar em contato com o Comitê de Ética na Pesquisa com Seres-Humanos – Universidade Federal de Uberlândia: Av. João Naves de Ávila, nº 2121, bloco A, sala 224, Campus Santa Mônica – Uberlândia –MG, CEP: 38408-100; fone: 34-32394131

Uberlândia, de de 2014

Assinatura do pesquisador

Eu aceito participar do projeto citado acima, voluntariamente, após ter sido devidamente esclarecido.

Participante da pesquisa

APÊNICE C – AUTORIZAÇÃO DE PESQUISA (Cocajupi)



Uberlândia, 05 de Junho de 2014.

De: Prof. Sandra Suelli Garcia de Sousa
Faculdade de Educação - UFU
Universidade Federal de Uberlândia

Prezado senhor,

Nós iremos desenvolver o projeto de pesquisa ***“Comunicação Organizacional em Empreendimentos Solidários: perspectiva de transformação social e cidadã de agricultores familiares do território vale do guaribas, no Piauí”***. Os responsáveis pelo desenvolvimento desse projeto são ***“Sandra Sueli Garcia de Sousa e Jakeline Rodrigues de Aquino Bezerra”***. Os objetivos são: ***“Compreender a complexidade do processo de comunicação organizacional em empreendimentos solidários através da percepção de agricultores familiares pertencentes aos empreendimentos Casa Apis e Cocajupi no Território Vale do Guaribas, no Piauí; Entender como a comunicação organizacional pode contribuir para a sustentabilidade do modelo democrático de economia solidária e cooperativismo nos empreendimentos estudados; Investigar a participação dos agricultores familiares na construção do diálogo entre cooperativa e cooperado a fim de favorecer a concepção de uma sociedade democrática; Averiguar como se dá o fortalecimento das relações sociais entre os agricultores familiares Guaribas e as centrais de cooperativas, Casa Apis e Cocajupi e Compreender o papel dos empreendimentos Casa Apis e Cocajupi no fomento à inclusão social e construção da cidadania no Território Vale do Guaribas, Piauí”***

Para desenvolver esse projeto, nós utilizaremos como metodologia a pesquisa exploratória e qualitativa, sendo seus dados obtidos por meio de entrevista não estruturada e informal com gravação fonética; assim que analisarmos os dados da gravação fonética a mesma será desgravada. Nós pretendemos buscar alguns dados da nossa pesquisa na sua Instituição/Empresa e, para isso, precisamos de sua autorização para obter esses dados.

No final da pesquisa nós iremos publicar em revistas de interesse acadêmico e garantimos o sigilo de sua Instituição/Empresa. O senhor não terá nenhum prejuízo com a

pesquisa e com os resultados obtidos pela mesma, assim como não terá nenhum ganho financeiro de nossa parte.

A sua autorização será muito útil para a nossa pesquisa e nos será de grande valia.

Aguardamos a sua manifestação.

Atenciosamente,

Sandra Sueli Garcia de Sousa
Faculdade de Educação/UFU

Para: Sr(a). Jocibel Belchior Bezerra

Cargo: Presidente

Instituição: Central de Cooperativas de Cajucultores do Estado do Piauí-COCAJUPI

Endereço: Rua Projetada s/n, Bairro: Pantanal, Picos – PI.

Fone: (89) 3422- 0144 e (89) 9984-0188

APÊNICE D – AUTORIZAÇÃO DE PESQUISA (Casa Apis)



Uberlândia, 05 de Junho de 2014.

De: Prof. Sandra Suelli Garcia de Sousa
Faculdade de Educação - UFU
Universidade Federal de Uberlândia

Prezado senhor,

Nós iremos desenvolver o projeto de pesquisa ***“Comunicação Organizacional em Empreendimentos Solidários: perspectiva de transformação social e cidadã de agricultores familiares do território vale do guaribas, no Piauí”***. Os responsáveis pelo desenvolvimento desse projeto são ***“Sandra Sueli Garcia de Sousa e Jakeline Rodrigues de Aquino Bezerra”***. Os objetivos são: ***“Compreender a complexidade do processo de comunicação organizacional em empreendimentos solidários através da percepção dos agricultores familiares pertencentes aos empreendimentos Casa Apis e Cocajupi no Território Vale do Guaribas, no Piauí; Entender como a comunicação organizacional pode contribuir para a sustentabilidade do modelo democrático de economia solidária e cooperativismo nos empreendimentos estudados; Investigar a participação dos agricultores familiares na construção do diálogo entre cooperativa e cooperado a fim de favorecer a concepção de uma sociedade democrática; Averiguar como se dá o fortalecimento das relações sociais entre os agricultores familiares Guaribas e as centrais de cooperativas, Casa Apis e Cocajupi e Compreender o papel dos empreendimentos Casa Apis e Cocajupi no fomento à inclusão social e construção da cidadania no Território Vale do Guaribas, Piauí”***

Para desenvolver esse projeto, nós utilizaremos como metodologia a pesquisa exploratória e qualitativa, sendo seus dados obtidos por meio de entrevista não estruturada e informal com gravação fonética; assim que analisarmos os dados da gravação fonética a mesma será desgravada. Nós pretendemos buscar alguns dados da nossa pesquisa na sua Instituição/Empresa e, para isso, precisamos de sua autorização para obter esses dados.

No final da pesquisa nós iremos publicar em revistas de interesse acadêmico e garantimos o sigilo de sua Instituição/Empresa. O senhor não terá nenhum prejuízo com a

pesquisa e com os resultados obtidos pela mesma, assim como não terá nenhum ganho financeiro de nossa parte.

A sua autorização será muito útil para a nossa pesquisa e nos será de grande valia.

Aguardamos a sua manifestação.

Atenciosamente,

Sandra Sueli Garcia de Sousa
Faculdade de Educação/UFU

Para: Sr(a). Antônio Leopoldino Dantas Filho

Cargo: Presidente

Instituição: Central de Cooperativas Apícolas do Semiárido Brasileiro-Casa Apis

Endereço: Distrito Industrial de Picos, Lotes 48 e 49, Bairro: Pantanal, Picos – PI.

Fone: (89) 3422- 4738; 3422-7539 e (89) 9921-5300