

Discursos de Diversidade no Cooperativismo Gaúcho: uma análise do relatório de sustentabilidade do Sicredi¹

Marcelo de Barros Tavares ²

Resumo

Os discursos da diversidade têm ganhado espaço na pauta da sociedade, especialmente nos ambientes corporativos (SALES, 2017), e a possibilidade da encenação (CHARAUDEAU, 2010) configura uma ameaça às identidades de organizações cooperativas, que têm a característica de ser um modelo de negócios com a perspectiva social (SCHNEIDER, 2019). O artigo tem como objetivo refletir sobre a estratégia discursiva apresentada pelas cooperativas gaúchas para a temática da diversidade. A reflexão configura-se pela análise documental (MOREIRA, 2012) do relatório de sustentabilidade do Sicredi do exercício de 2022. As inferências sobre os domínios da atividade política, cidadã e civil cotidiana e os critérios de credibilidade utilizados na construção discursiva dão indícios que ainda há caminhos a serem trilhados neste campo.

Palavras-chave

Comunicação; Cooperativismo; Discurso; Diversidade.

Introdução

A temática da diversidade tem sido muito explorada e discutida no âmbito dos contextos corporativos. No entanto, a complexidade e amplitude do termo pode gerar desentendimentos e desconexões – e até mesmo apropriações – nos discursos organizacionais. Emerge então, a necessidade de aprofundar o entendimento e a reflexão da diversidade na ação e na comunicação das organizações. Entende-se como ponto de partida, que o risco possível deste cenário é a encenação de um discurso em prol da diversidade (TAVARES, 2019), e assim não caracterizar e/ou configurar a essência dos princípios norteadores da organização.

Sob esta ótica, a encenação do discurso é uma possibilidade pesquisada por Charaudeau (2010), em que a disposição das informações nos fenômenos comunicacionais das organizações é construída visando um objetivo de impacto com os seus públicos estratégicos. No entanto, cabe ressaltar que o ambiente organizacional também é um campo de força e disputas (SROUR,

¹ Trabalho apresentado na modalidade Comunicações Livres atividade integrante do XVIII Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas.

² Doutor em Comunicação Social pela PUCRS, docente do Centro Universitário Ritter dos Reis, e Assessor de Comunicação do Sescop/RS, marcelotavares21@gmail.com.

2012), e neste sentido, as estratégias de comunicação e posicionamento são iniciativas pertinentes e relevantes para a construção de imagem e reputação.

Esta breve contextualização dos cenários corporativos tem reflexos e impactos no universo do cooperativismo. De acordo com a doutrina cooperativista, as cooperativas caracterizam-se como modelos de negócios em que os processos sociais de cooperação moldam a filosofia das relações de trabalho, e especialmente com a comunidade (SCHNEIDER, 2019). A identidade cooperativa é determinante para a configuração de um cenário não voltado ao lucro, mas fundamentado no desenvolvimento e prosperidade da sociedade.

Neste sentido, este artigo pauta duas grandes dimensões para o campo científico: o cooperativismo e a diversidade. Contudo, a perspectiva proposta fica centrada nos fenômenos comunicacionais, entendendo o diálogo e a disputa de sentidos da comunicação organizacional (BALDISSERA, 2009). Justifica-se este ponto de vista mediante as possibilidades de construção de sentidos e discursos pelo posicionamento e narrativas construídas pela área de comunicação.

O objetivo deste artigo é refletir sobre a estratégia discursiva apresentada pelas cooperativas para a temática da diversidade. Para tanto, o texto versa sobre campos distintos para apresentar as convergências na análise empírica de fenômenos comunicacionais. A reflexão dos desafios e convergências do cooperativismo com a diversidade fundamenta-se na breve retomada da literatura bibliográfica (STUMPF, 2012), e na análise documental (MOREIRA, 2012) do relatório de sustentabilidade do Sicredi do exercício de 2022. O critério de seleção desta cooperativa emerge a partir da expressão do cooperativismo no Rio Grande do Sul, unidade da federação em que nasceu a primeira cooperativa de crédito no Brasil (OCB, 2023).

A sistematização dos dados fica condicionada à análise de conteúdo (BARDIN, 2016), com as categorias da análise de discurso proposta por Charaudeau (2010). As inferências sobre o corpus de pesquisa versam na análise dos domínios de atividade – sejam eles vinculados à política, cidadania ou ao cotidiano – e, aos critérios de credibilidade empregados na construção discursiva.

Desta forma, o artigo está organizado em quatro sessões: a primeira destinada na apresentação da bibliografia do cooperativismo à luz da sociologia; a segunda centrada na discussão da diversidade pela ótica da identidade e cultura; a terceira com as definições dos procedimentos metodológicos; e, a quarta com as inferências do discurso da diversidade no cooperativismo. Ao final, o texto apresenta os desafios encontrados nas considerações preliminares deste exercício de pesquisa, adiantando que não há um ponto final nesta discussão,

mas sim algumas reticências a serem trilhadas e desvendadas pelos pesquisadores em cooperativismo.

Cooperativismo à luz da sociologia

O artigo inicia com a contextualização teórica e histórica do campo do cooperativismo. Assumindo a perspectiva de Schneider (2019), a herança dos pioneiros de Rochdale foi decisiva para a construção – e constituição – da identidade cooperativa. O autor aborda o ponto de partida histórico do movimento cooperativista citando que a:

Cooperativa fundada em 1844 por trabalhadores tecelões que se autodenominam Equitáveis Pioneiros de Rochdale, para indicar o espírito que os orientaria no seu empreendimento, baseado na cooperação equitável, ou seja, justa, igualitária, sincera, transparente, contrária a qualquer fraude na apresentação dos serviços aos membros e a terceiros e, ao mesmo tempo, calcada numa cooperação que respeitaria a igualdade de direitos e a liberdade de cada membro (SCHNEIDER, 1999, p. 48).

O ponto de partida do movimento cooperativista – expressado e referenciado em diversos estudos do cooperativismo – desenvolveu os valores, princípios e métodos da identidade. Os valores ficam centrados no processo da cooperação, com aderência às estruturas sociais das localidades e comunidades envolvidas em cada cooperativa. De acordo com Schneider (2019), as cooperativas são, por essência, modelos de negócio com a perspectiva social à frente da lucratividade e da racionalidade.

Neste sentido, o conceito de educação cooperativa assume ponto central para o campo do cooperativismo, pois estes modelos de negócios – democráticos pelo seu cerne – pressupõem um valor e uma função social tangível. Segundo Schneider, o 23º Congresso da Aliança Cooperativa Internacional, realizado em Viena em 1966, sentenciou que:

Será considerada uma sociedade cooperativa, qualquer que seja sua estrutura legal, toda associação de pessoas ou de sociedades que tenha por objetivo a melhoria econômica e social de seus membros por meio de exploração de uma empresa, baseada na ajuda mútua e nos princípios cooperativos, tal como foram estabelecidos pelos Pioneiros de Rochdale (SCHNEIDER, 2019, p. 154).

O movimento cooperativista é, por natureza, um agrupamento social que rompe a racionalidade e a lógica da lucratividade, em prol da construção social de uma determinada localidade. E, neste aspecto, Schneider (2019) reforça a pertinência da cooperação, como um

processo social associativo, que estimula a livre participação e o desenvolvimento dos atores envolvidos.

Conectando os princípios do cooperativismo com a sociologia, cabe pontuar a noção de capital social discutida por Bourdieu (1983), pois a acumulação de experiências, vivências e conexões compõem um capital para cada indivíduo. Desta forma, os princípios cooperativistas reforçam a ideia de um capital social na construção da realidade social de um determinado sujeito.

A sociologia de Bourdieu (1983; 2007) apresenta dois conceitos essenciais para a discussão deste artigo sobre o cooperativismo: o campo e *habitus*. Para o autor, o campo é formado pelas práticas, ações e experiências de práticas de um determinado grupo na sociedade. As estruturas sociais são, portanto, formadas por regras e leis que constituem a existência do sujeito, ou num viés mais prático:

Bourdieu denomina o campo esse espaço onde as posições dos agentes se encontram a priori fixadas. O campo se define como o *locus* onde se trava uma luta concorrencial entre os atores em torno dos interesses específicos que caracterizam a área em questão (ORTIZ, 1983, p. 19).

O conceito de *habitus* diz respeito ao indivíduo e aos espaços em que ele se encontra e diz respeito a estruturas geradas, não necessariamente por comandos e regras, e que sejam projetadas para um fim. Neste contexto, o sujeito constrói a consciência do domínio destas regras, e com isso, as suas ações sempre vão passar por uma ação objetiva, mas que nem sempre vai ser uma ação consciente (ORTIZ, 1983). Desta forma, ao interpretar as ações que são concretas, mas nem sempre conscientes, define-se que

O *habitus* é a mediação universalizante que faz com que as práticas sem razão explícita e sem intenção significativa de um agente singular sejam, no entanto, sensatas, razoáveis e objetivamente orquestradas. A parte das práticas que permanece obscura aos olhos de seus próprios produtores é o aspecto pelo qual elas são objetivamente ajustadas às outras práticas e às estruturas; o próprio produto desse ajustamento está no princípio da produção dessas estruturas (BOURDIEU, 1983, p. 73).

Desta forma, o campo social colabora para o *habitus* de cada sujeito, e segundo Bourdieu (1983) esta conjectura forma o capital social dos atores de um determinado grupo. Esta perspectiva sociológica também encontra refúgio no modelo cooperativista, pois as cooperativas são “[...] associação de pessoas, que seguem uma racionalidade social, que organizam e administram variado espectro de suas necessidades [...]” (SCHNEIDER, 2019, p.

157). Trata-se, portanto, de um campo com uma lógica distinta na sociedade, e, portanto, configura uma dinâmica – e um capital social – próprio voltado à sustentabilidade e desenvolvimento da comunidade.

O cooperativismo ancorado na doutrina e nos princípios dos pioneiros de Rochdale (SCHNEIDER, 2019) estimula um capital social (BOURDIEU, 1983) em contraponto ao capital econômico das empresas mercantis. A cooperação – processo básico deste campo – pretende desenvolver o protagonismo e o bem-estar da sociedade. Há, portanto, uma convergência da identidade cooperativa com o conhecimento sociológico de Bourdieu (1983).

Os princípios cooperativistas (OCB, 2023) são formas de expressão dos valores e do trabalho cotidiano de cada cooperativa, e se traduzem pela perspectiva social e igualitária nas relações de trabalho. Desta forma, os princípios e a doutrina cooperativa também estão correlacionados aos aspectos psicossociais da democracia. De acordo com Schneider (2019), as condições da integração cooperativa são o sentido de responsabilidade e de justiça. A primeira está relacionada à consciência individual da presença na comunidade, e como se tornar responsável pela mudança do ambiente. A segunda diz respeito ao reconhecimento das qualidades e limitações do empreendimento humano. A doutrina cooperativista é, portanto, um arcabouço teórico de aspectos com conexão direta com a sociologia.

Este aspecto torna-se relevante para a reflexão deste artigo, que pretende conectar o cooperativismo com a diversidade. No entanto, faz sentido retomar a abordagem sociológica da identidade e da cultura para explicar e/ou pontuar o entendimento sobre diversidade.

Diversidade à luz da identidade e cultura

Na esteira da fundamentação teórica deste artigo, é pertinente ressaltar o contexto do entendimento sobre diversidade. O assunto e o interesse da sociedade vêm ganhando força nos últimos anos, vem conquistando seu espaço desde algum tempo, principalmente para pessoas negras, mulheres e pessoas LGBT e/ou com deficiência (SALES, 2017). No entanto, a complexidade do termo orienta diferentes tipos de abordagem: etarismo, capacitismo, racismo, homofobia, sexismo são as mais conhecidas expressões da diversidade nos estudos contemporâneos.

As discussões sobre o tema emergem nos Estados Unidos no século XX, em que a sociedade lidava com intensos movimentos contrários à discriminação racial (DONOVAN; KAPLAN, 2013). No entanto, a partir da década de 80, as empresas começam a pautar a diversidade como tecnologia de gestão. De acordo com Sales (2017), um dos primeiros artigos

científicos no campo da administração foi publicado em 1973, com o objetivo de pautar e discutir o comportamento de gestores com seus empregados brancos, negros e porto-riquenhos.

Nesta mesma época, a sociedade brasileira vivia o período da ditadura militar, um regime que limitava a formação e a discussão dos grupos minoritários da sociedade. Outro fator determinante para este silenciamento foi a influência norte-americana, especialmente nos ambientes corporativos, pois segundo Sales (2017), as primeiras políticas de diversidade chegaram ao Brasil em 1990, em organizações multinacionais. Neste sentido, as ações seguiam norteadores estratégicos e princípios das matrizes, localizadas nos Estados Unidos e/ou em países desenvolvidos.

Em sua dissertação de mestrado, Sales (2017) argumenta que apesar de um início tardio, algumas ações geraram grande impacto sobre a discussão do assunto no país a partir dos anos 90, como a articulação de grupos minoritários durante o processo de redemocratização do país na época da escrita da Constituição Federal de 1988. Além disso, em 1991 a Lei de Cotas para pessoas com deficiências foi homologada, obrigando empresas com mais de 200 funcionários a reservarem vagas para portadores de deficiência.

No campo científico, o tema da diversidade ganha espaço em solo brasileiro foi o artigo de 2000 publicado na Revista de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas de São Paulo por Maria Tereza Leme Fleury, abordando relatos da gerência sobre a diversidade cultural das organizações. Outras organizações evidenciaram o tema, também, por meio de publicações e enfoques em suas matérias, como é o caso da revista Exame e do Instituto Ethos (SALES, 2017).

Os movimentos corporativos que buscam lidar com as diferenças, de pessoas, cargos, conhecimento, ideologias e outras perspectivas é um desafio para as organizações. Ambientes empresariais são permeados por disputas e relações de poder (SROUR, 2012), e neste sentido a cultura do cuidado e da escuta tem estabelecido novos formatos e lógicas de pensamento, pois um ambiente diversificado é complexo (WAINBERG, 2012).

O pensamento complexo voltado para a diversidade induz a necessidade da construção de políticas de diversidades nas organizações (GARÇON, 2015). O desafio da comunicação organizacional sob o prisma desta temática é construir discursos positivos, e assim contribuir para a boa imagem organizacional e a reputação empresarial. Neste sentido, as áreas de comunicação precisam voltar seus esforços para um processo empático, em busca da identidade dos atores envolvidos, pois:

Um rosto às vezes emerge e quebra nosso relato habitual, rompe a monotonia de nosso monólogo repetido, obriga a repensar a nossa forma de narrar a história - isso se amo menos aceitarmos que o aparecimento desse rosto desfaça às vezes nossos hábitos mais arraigados (MORICEAU, 2019, p. 36).

A diversidade no contexto corporativo também exige cuidado e atenção no que tange à linguagem – signos e significados – da construção discursiva (MORICEAU, 2019). A diversidade nas organizações pauta também a pluralidade cultural em consonância com a perspectiva econômica, sendo então a união da racionalidade social versus a racionalidade econômica dos princípios do cooperativismo (SCHNEIDER, 2019). O diálogo com a diversidade reflete diretamente na potencialidade financeira, pois segundo um estudo da McKinsey & Company, percebe-se que:

As empresas com diversidade de gênero em suas equipes executivas – onde a maior parte das decisões estratégicas e operacionais são tomadas – são 21% mais propensas a terem uma rentabilidade acima da média do que as outras. Os dados ainda indicam que as empresas com maior diversidade étnica, em suas equipes executivas, têm 33% mais propensão à rentabilidade (MCKINSEY, 2018, p.1).

A pluralidade cultural induz uma possível conexão com as identidades subjetivas e individuais. A formação das identidades é um processo inconsciente e permeado por incertezas do sujeito (HALL, 1999). Algumas identidades, com a intenção de não serem enfraquecidas, se uniram, criando os movimentos de identidade, principalmente oriundas de questões sociais, para lutar pelas identidades invisibilizadas. A noção de identidade na gestão da diversidade nas/das organizações caracteriza-se num desafio da pós-modernidade. A identidade é uma autodeterminação, ou seja, o ser é aquilo admitido sem necessidade de uma demonstração do fato, sendo que essas identidades sempre remetem às comunidades que as definem (BAUMAN, 2005).

O desafio da diversidade nas/das organizações é, portanto, um aspecto importante para se pensar e refletir a perspectiva social e negocial. A inclusão de grupos minoritários é mais do que uma demanda legal, e sim o compromisso social dos cenários corporativos. Nesta perspectiva, há uma conexão com os princípios cooperativistas (SCHNEIDER, 2019), especialmente com o olhar da identidade cultural da pós-modernidade (BAUMAN, 2005).

Em tempos de discussão de governança, gestão e sustentabilidade, a temática da diversidade é um aspecto fundante de investigação nos ambientes organizacionais. No entanto, considerando as cooperativas, no que tange à sustentabilidade destaca-se a contribuição de

Viana (2016), que estudou a temática nas estratégias das cooperativas do ramo de crédito no Brasil.

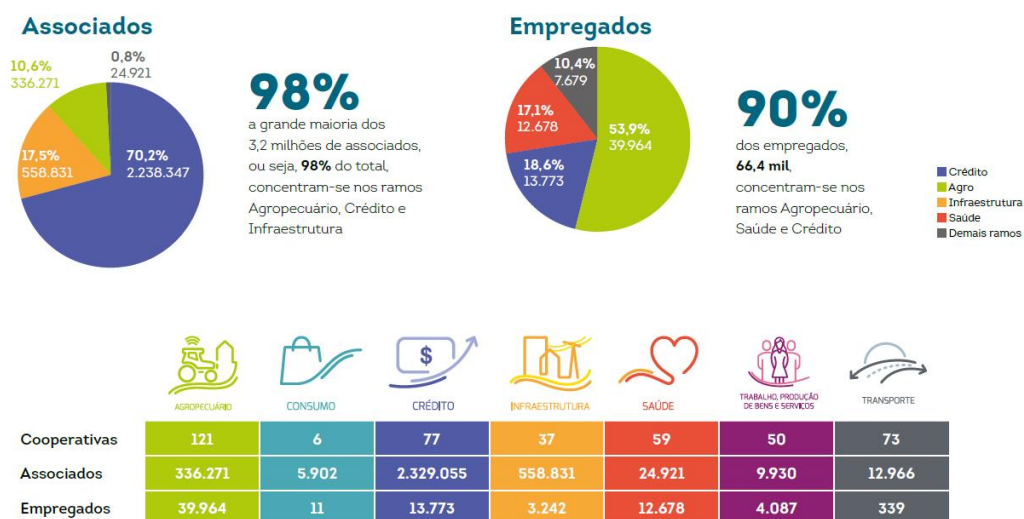
Cabe ressaltar que as aproximações conceituais e teóricas apresentadas no texto de pesquisa bibliográfica (STUMPF, 2012) levam à reflexão da proposta deste artigo. O arcabouço selecionado para conectar o cooperativismo com a diversidade, permeado por questões sociológicas, de identidade e da cultura, implicam nas lentes para a análise do movimento empírico a seguir.

Procedimentos metodológicos

A busca pela reflexão das estratégias discursivas da diversidade em ambientes cooperativistas leva à necessidade de estabelecer critérios metodológicos sobre o universo de pesquisa. Cabe pontuar, que o primeiro movimento de seleção diz respeito à territorialidade da amostra: o estado do Rio Grande do Sul. Para tanto, é importante demonstrar os dados encontrados sobre o universo do cooperativismo gaúcho.

O estado que abriga a cooperativa em funcionamento mais antiga do país, a Sicredi Pioneira, na cidade de Nova Petrópolis (OCB, 2023) apresenta números expressivos do setor, conforme pode-se observar no quadro a seguir.

Figura 1 – Dados do Cooperativismo Gaúcho



Fonte: elaborado pelo autor com dados da Expressão do Cooperativismo (OCERGS, 2022).

Os dados apresentados dão conta da realidade do cooperativismo gaúcho, mas não demonstram números ligados às questões de gênero, em consonância com a temática do artigo. Cabe pontuar que os dados não detalham questões específicas da diversidade tais como raça, opção sexual, faixa etária e/ou deficiência, pois não há estas especificações nos documentos coletados no site institucional do Sistema Ocergs, entidade representativa das cooperativas gaúchas. Cabe pontuar que de acordo com as informações dispostas no portal institucional da entidade não é perceptível dados relacionados à diversidade no cooperativismo gaúcho.

No entanto, os dados apresentados refletem o alcance e a potência do cooperativismo para a economia gaúcha. Neste momento, emerge a necessidade de aplicar um novo critério de seleção para este artigo, a partir da necessidade de delimitar qual a cooperativa alvo da pesquisa sobre as estratégias discursivas da diversidade.

O critério desta seleção foi escolhido a partir do aspecto de relevância e contribuição para a economia gaúcha, avaliando questões de tamanho, *share* de mercado, e gestão corporativa. De acordo com a pesquisa da Revista Amanhã, a empresa que figura em primeiro lugar entre as 100 maiores do Rio Grande do Sul é a Sicredi.

Com a aplicação deste segundo critério metodológico, a pesquisa busca o relatório de sustentabilidade do Sicredi de 2022 como *corpus* de análise (MOREIRA, 2012). O documento que traduz o compromisso de sustentabilidade do Sicredi tem 207 páginas e apresenta um amplo conteúdo com as informações e ações estratégicas das cooperativas de crédito deste sistema.

A leitura e análise deste documento seguiu os preceitos do método de análise de conteúdo (BARDIN, 2016), que consiste em três movimentos a partir da leitura flutuante: a codificação, a categorização e as inferências. A codificação fica centrada entre as páginas 80 a 87 do relatório de sustentabilidade, em que a cooperativa traduz seu propósito de promover a desigualdade e inclusão.

Para o movimento da categorização, articula-se a proposta de encenação de discurso composto por Charaudeau (2010), considerando os conceitos teóricos do quadro a seguir.

Quadro 1 – Categorias da Encenação do Discurso

Conceito	Síntese
Domínio de Atividade	Expressões e detalhamentos da cena política, social e civil cotidiana representada nas informações da estratégia discursiva.
Critérios de Credibilidade	Enfoques de notoriedade, representatividade, expressão e/ou polêmica na construção discursiva da estratégia de comunicação.

Fonte: elaborado pelo autor com base em Charaudeau (2010).

No quadro 3 está evidenciado as categorias de análise para as inferências da pesquisa (BARDIN, 2016). A análise do relatório de sustentabilidade do Sicredi de 2022 traduz o recorte desta pesquisa que busca refletir sobre as estratégias discursivas da diversidade no cooperativismo. A reflexão dos achados de cada categoria está disposta e dialogada na sequência deste artigo.

Inferências da diversidade no cooperativismo

O relatório de sustentabilidade do Sicredi de 2022 apresenta a codificação do termo diversidade em 49 (quarenta nove) ocorrências ao longo de suas 207 (duzentos e sete) páginas. No entanto, cabe destacar o local destas inserções, que podem correlacionar o destaque e a importância do campo para as suas ações estratégicas.

As 11 (onze) ocorrências iniciais estão localizadas no preâmbulo inicial do documento, inclusive na mensagem da liderança. Cabe pontuar que dentro dos destaques do exercício de 2022, a cooperativa ressalta no documento a criação de um Comitê de Inclusão, Diversidade e Equidade Sistêmico, demarcando o campo como uma demanda estratégica da organização. Entre as páginas 18 e 19 do relatório se evidencia a eleição da primeira conselheira independente do Conselho de Administração da SicrediPar.

Na organização do relatório verifica-se que dentro do direcionador “*Relacionamento e Cooperativismo*”, um dos temas focais propostos é o de “*Promover a inclusão e a diversidade*”, tendo como descrição o seguinte texto:

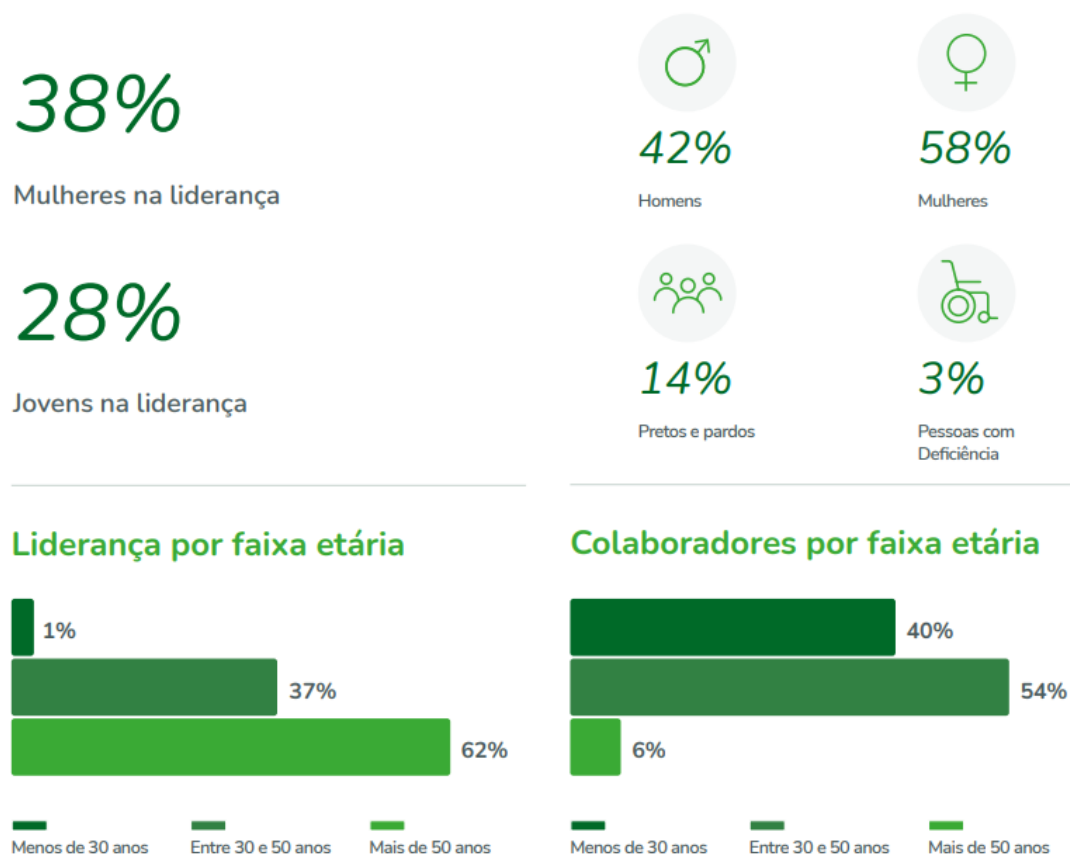
Direcionar nossa ação sempre respeitando a individualidade dos associados, promovendo relações horizontais, duradouras e fortalecendo os valores do cooperativismo, como a igualdade e a equidade. Promover uma governança inclusiva, diversa e equitativa, bem como um ambiente de trabalho inclusivo e diverso, com pluralidade de pensamento, colaboração e inovação (SICREDI, 2023, p. 48).

A formação discursiva apresentada acima reflete os domínios de atividade política, cidadã e social propostos por Charaudeau (2010) para a construção deste discurso. A temática da diversidade é pontuada de forma mais contundente entre as páginas 80 a 87 do relatório de sustentabilidade, e na sequência a análise fica concentrada nestas construções textuais. Antes,

Ao apresentar a promoção da inclusão e da diversidade, o documento enfatiza a criação do Comitê, e os desdobramentos das suas ações, seguindo a lógica de um planejamento estratégico fundamentado com a visão do negócio. Outro ponto de credibilidade no discurso é o investimento em consultorias especializadas para o trabalho na temática da diversidade.

Na sequência, o relatório de sustentabilidade apresenta as ações e propostas de dois comitês voltados para a temática da diversidade: o comitê da mulher e o comitê jovem. Estes grupos são voltados para o desenvolvimento de ações voltadas ao gênero feminino, e aos jovens, estimulando a presença a permanência destes grupos nas cooperativas. Após, o documento enfatiza a diversidade com duas perspectivas: a liderança e os colaboradores, conforme se observa na figura abaixo.

Figura 3 – Dados de Diversidade da Cooperativa



Fonte: elaborado pelo autor com base no relatório Sicredi (2023).

Na figura 3 pode-se observar os números de diversidade dentro da cooperativa, e segundo o relatório de sustentabilidade (SICREDI, 2023), há um cuidado e atenção especial

com a inclusão de profissionais com 60 anos ou mais, e na contratação de novos colaboradores com alguma intersecção de diversidade. As formações discursivas denotam os domínios de atividade e critérios de notoriedade segundo Charaudeau (2010).

No entanto, existem aspectos de atenção na leitura da estratégia discursiva que enfatizam preocupação e destaque nesta análise. O primeiro ponto é a ausência de representatividade dos grupos minoritários no documento, pois há apenas duas imagens entre as páginas 80 e 87: uma com pessoas dos grupos com mais de 60 anos, e outra com uma mulher em cadeira de rodas.

A questão do capacitismo está descrita no item de acessibilidade vinculada com a questão da linguagem de libras. Os dados apresentados com relação às questões de gênero dizem que as mulheres são maioria na base laboral da pirâmide dos funcionários, mas representam apenas 12% da alta liderança do sistema cooperativo. Destaca-se uma ausência das questões de LGBTQIAP+ no documento, pois o termo é citado apenas uma vez em outra editoria, numa área voltada a inclusão financeira.

A observação e análise do relatório de sustentabilidade da Sicredi 2022 traz indícios de que o sistema cooperativo apresenta um olhar para a diversidade, pois mesmo de que forma tímida, o documento expressa as ações e os números alcançados neste aspecto. Contudo, é importante ressaltar que ainda há um caminho grande a seguir nesta temática, sobretudo pelo tamanho da Sicredi, e toda a sua representatividade no Rio Grande do Sul, e em todo o País.

Evidente que esta análise está fundamentada em dois argumentos: o primeiro é a pesquisa documental (MOREIRA, 2012) em um relatório voltado para a sustentabilidade, e o segundo é o prisma da estratégia discursiva e a sua possível encenação (CHARAUDEAU, 2010). Nesta perspectiva, fica evidente que o material constrói um discurso positivo para a temática no universo do sistema cooperativo, mesmo que de forma tímida, apresenta ações e números atingidos nesta questão. Contudo, ao articular com os princípios cooperativas (SCHNEIDER, 2019) ainda há uma jornada a ser percorrida, especialmente pela característica social do modelo de negócios cooperativas.

Também é relevante as regras do mercado financeiro para as ações das cooperativas de crédito, em que a sustentabilidade (VIANA, 2016) ganham força e escalonamento maior do que os outros ramos do cooperativismo. Contudo, a pauta da diversidade pode – e deve ser – um compromisso da identidade cooperativa. Estabelece-se então um desafio a ser trilhado – e vencido – pelo cooperativismo no que tange à diversidade.

Considerações preliminares e desafios

Este artigo remete um exercício pontual de pesquisa para trazer luz à discussão da diversidade no ambiente cooperativista. O objetivo de refletir sobre as estratégias discursivas da temática pelas cooperativas foi atingido e os dados encontrados pautaram e suscitaram alertas e cuidados para o trato com a comunicação organizacional das cooperativas.

A comunicação falada e dialogada (BALDISSERA, 2019) pela própria organização é o ponto de partida da análise, e os dados encontrados – apesar de positivos – mostram que ainda há um caminho a ser seguido. Evidente que novas pesquisas podem trazer luz às situações fatídicas e verídicas da diversidade dentro do sistema cooperativo de crédito da Sicredi. Contudo, é perceptível a preocupação com a pauta dentro da cooperativa, apesar da possibilidade de encenação do discurso (CHARAUDEAU, 2010).

O comprometimento do cooperativismo com a pauta da diversidade é mais que necessário, é emergencial, especialmente com o viés sociológico da noção de campo e *habitus* (BOURDIEU, 1983, 2007). Neste aspecto, a construção discursiva – por meio de uma construção de disputas e sentidos da comunicação organizacional – é uma pauta relevante para novos estudos: Como as cooperativas demonstram a sua preocupação e/ou não com a diversidade? Que tipo de diversidade está sendo falada e abordada nas estratégias de comunicação? Qual o olhar e/ou a perspectiva de diversidade que as cooperativas gaúchas têm em seu cotidiano?

Estas questões trazem inquietações e preocupações para o campo científico do cooperativismo, especialmente pela característica de um modelo de negócio voltado para a racionalidade social (SCHNEIDER, 2019). Contudo, o questionamento mais profundo fica centrado em: De que forma a gestão da diversidade por parte das cooperativas pode contribuir para o desenvolvimento das comunidades em que elas estão inseridas?

Sem dúvida, há diversas possibilidades – e linhas de pesquisa – para trabalhar este problema levantado. Contudo, antes de desvelar o véu do processo científico é necessário atentar-se para as estratégias de comunicação – e discursivas – articuladas nos meios próprios e oficiais do universo do cooperativismo. De qual diversidade vai se falar? Qual o discurso construído e/ou encenado para esta pauta?

A intenção deste artigo – para além de refletir estas estratégias discursivas – é não apresentar um modelo e/ou receita para a gestão desta temática, e sim provocar a discussão para

a construção – democrática e participativa – concatenado com os princípios do cooperativismo.
Há um caminho a se trilhar ...

Referências

- BARDIN, L. Análise de Conteúdo / Laurence Bardin: tradução Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2016.
- BALDISSERA, R. Comunicação Organizacional na perspectiva da complexidade. Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas, Organicom, São Paulo, v. 6, n. 10/11, 2009.
- BAUMAN, Z. Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 2005.
- BOURDIEU, P. Esboço de uma teoria prática. In: ORTIZ, R. Pierre Bourdieu: sociologia. São Paulo: Ática, 1983.
- BOURDIEU, P. A distinção: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp, 2007.
- CHARAUDEAU, P. Discurso das mídias. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2010.
- DONOVAN, M.; KPLAN, M. *The inclusion dividend*, Massachussets: Bibliomotion, 2013.
- GARÇON, M. O paradoxo entre o politicamente correto e o discurso da diversidade nas organizações. In: MOURA, C. P.; FERRARI, M. A. (Orgs.) Comunicação, interculturalidade e organizações: faces e dimensões da contemporaneidade. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2015.
- HALL, S. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.
- MOREIRA, S. V. Análise documental como método e como técnica. In: DUARTE, Jorge, BARROS, Antônio (Orgs.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012.
- MORICEAU, J. L. A Comunicação Organizacional e os direitos do outro homem. In: MARQUES, A. C. S.; SILVA, D. R.; LIMA, F. P. (Org.). Comunicação e Direitos Humanos. Belo Horizonte: PPGCOM UFMG, 2019.
- OCB. Organização das Cooperativas Brasileiras. Sistema OCB, 2023. Disponível em <<https://www.somoscooperativismo.coop.br/ocb>>. Acesso em 10 mai 2023.
- OCERGS. Organização das Cooperativas do Estado do Rio Grande do Sul. Sistema Ocergs, 2023. Disponível em <<https://www.sescooprs.coop.br/>>. Acesso em 10 mai 2023.
- ORTIZ, R. Pierre Bourdieu: sociologia. São Paulo: Ática, 1983.
- SALES, R. G. Políticas de respeito à diversidade sexual no ambiente de trabalho: análise das percepções sobre o papel da comunicação em organizações participantes do Fórum de Empresas e Direitos LGBT. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, USP, São Paulo, 2017.
- SCHNEIDER, J. O. Democracia, participação e autonomia cooperativa. 2ª ed. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 1999.
- SCHNEIDER, J. O. Identidade Cooperativa: sua história e doutrina. Porto Alegre: SESCOOP/RS, 2019.

SROUR, R. H. Poder, cultura e ética nas organizações. 3ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2012.

STUMPF, I. R. Pesquisa Bibliográfica. In: DUARTE, Jorge, BARROS, Antônio (Orgs.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

TAVARES, M. T. Os discursos organizacionais da diversidade: uma tecitura entre a prática e a teoria. In: ANDREONI, R. et. al. (Des)caminhos na comunicação organizacional: ensaios e pesquisas do grupo de estudos em comunicação organizacional. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2019.

VIANA, C. L. Desempenho de sustentabilidade de cooperativas de crédito: um estudo em um sistema cooperativo de crédito brasileiro. Dissertação (mestrado) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios, 2016.

WAINBERG, J. A. As relações públicas internacionais e a diplomacia corporativa. In: DORNELLES, Souvenir Maria Graczyk (Org.). Relações públicas: planejamento e comunicação. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2012.