



UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DE ARAGUAÍNA
TECNÓLOGO EM ARAGUAÍNA

RAYNNARA DA SILVA ASSUNÇÃO

**EDUCAÇÃO COOPERATIVISTA E MÍDIAS SOCIAIS: UMA ANÁLISE DAS
ESTRATÉGIAS DO SICOOB SC/RS PARA CAPTAÇÃO E FIDELIZAÇÃO DE
COOPERADOS**

ARAGUAÍNA
2019



UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DE ARAGUAÍNA
TECNÓLOGO EM ARAGUAÍNA

RAYNNARA DA SILVA ASSUNÇÃO

**EDUCAÇÃO COOPERATIVISTA E MÍDIAS SOCIAIS: UMA ANÁLISE DAS
ESTRATÉGIAS DO SICOOB SC/RS PARA CAPTAÇÃO E FIDELIZAÇÃO DE
COOPERADOS**

Trabalho de conclusão de curso (TCC) apresentado ao
Curso de Gestão de Cooperativas da Universidade
Federal do Tocantins, como requisito parcial para
obtenção do grau de Tecnólogo em Cooperativismo.

Orientador: Prof. Bruno Costa da Fonseca

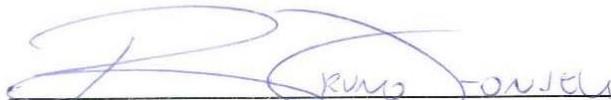
ARAGUAÍNA
2019

RAYNNARA DA SILVA ASSUNÇÃO

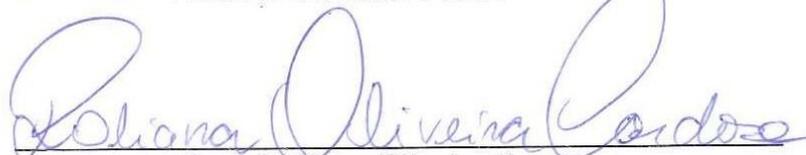
**EDUCAÇÃO COOPERATIVISTA E MÍDIAS SOCIAIS: UMA ANÁLISE DAS
ESTRATÉGIAS DO SICOOB SC/RS PARA CAPTAÇÃO E FIDELIZAÇÃO DE
COOPERADOS**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). Aprovada em 27/06/19

BANCA EXAMINADORA:


Prof. Bruno Costa da Fonseca (orientador)


Prof. Deuzivânia Carlos Oliveira


Prof. Poliana Oliveira Cardoso

ARAGUAÍNA
2019

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Tocantins

A851e Assunção, Raynnara da Silva.
Educação Cooperativista e Mídias Sociais: Uma análise da
Estratégias do Sicoob SC/RS para captação e fidelização de
cooperados . / Raynnara da Silva Assunção. – Araguaína, TO, 2019.
45 f.

Artigo de Graduação - Universidade Federal do Tocantins –
Câmpus Universitário de Araguaína - Curso de Gestão de
Cooperativas, 2019.

Orientador: Bruno Costa da Fonseca

1. Educação Cooperativista. 2. Mídias Sociais. 3. Captação de
Cooperados. 4. Fidelização. I. Título

CDD 334

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS – A reprodução total ou parcial, de
qualquer forma ou por qualquer meio deste documento é autorizado desde
que citada a fonte. A violação dos direitos do autor (Lei nº 9.610/98) é crime
estabelecido pelo artigo 184 do Código Penal.

**Elaborado pelo sistema de geração automática de ficha catalográfica
da UFT com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).**

Dedico esse trabalho primeiramente à Deus, que me deu força e coragem para superar as dificuldades. Ao meu filho, Isac, minha maior motivação, razão de todo meu esforço. Aos meus avós queridos, Maria de Jesus e José pelo apoio e ensinamentos. À minha mãe, Evania, minha maior incentivadora e exemplo de superação e garra. Ao meu companheiro, Victor, por sempre estar ao meu lado quando precisei. E ao meu orientador, Bruno Fonseca, que sempre teve muita paciência ao compartilhar a sua sabedoria.

RESUMO

Este artigo busca analisar a Educação Cooperativista e mídias digitais de uma Cooperativa de Crédito. A pesquisa consiste na análise das estratégias do Sicoob SC/RS para captação e fidelização dos cooperados por meio da rede social *Facebook*. O artigo inicia-se com uma revisão literária sobre o surgimento do cooperativismo e sua evolução no Brasil, seguindo para a importância da Educação Cooperativista e um capítulo conceituando as Mídias Digitais como forma de disseminar as práticas cooperativistas. A pesquisa se caracterizou como qualitativa e exploratória. E para coleta de dados optou-se pela pesquisa bibliográfica e documental. Dentre os resultados principais notou-se que a principal ferramenta para atrair membros e fidelizar os associados foi um aplicativo de fácil manuseio. Outro ponto importante foi a preocupação em disseminar alguns dos princípios cooperativistas em suas publicações.

Palavras-Chaves: Educação Cooperativista; Mídias Digitais; Fidelização; Captação de Cooperados.

ABSTRACT

This article analyzes the Cooperative Education and digital media of a Credit Cooperative. The research consists of the analysis of Sicoob SC / RS strategies for capturing and loyalty of the members through the social network Facebook. The article begins with a literary review on the emergence of cooperativism and its evolution in Brazil, following the importance of Cooperative Education and a chapter conceptualizing the Digital Media as a way of disseminating cooperative practices. The research was characterized as qualitative and exploratory. For data collection, bibliographical and documentary research was chosen. Among the main results, it was noticed that the main tool to attract members and loyal partners was an easy-to-use application. Another important point was the concern to disseminate some of the cooperative principles in their publications.

Keywords: Cooperative Education; Digital Media; Loyalty; Capture of Cooperated.

LISTA DE SIGLAS

Banco Central do Brasil (BCB)

Cooperativa Central de Crédito Urbano (Cecred)

Confederação Nacional das Cooperativas Centrais (Unicred)

Confederação Nacional das Cooperativas (CNCoop)

Organização das Cooperativas do Brasil – OCB

Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA)

Ministério da Educação (MEC)

Sistema de Cooperativas de Crédito do Brasil (SICOOB)

Sistema de Crédito Cooperativo (Sicredi)

Sistema de Cooperativas de Crédito Rural com Interação Solidária (Cresol)

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Sete princípios do cooperativismo.....	29
Figura 2- Demonstração da hashtag #pracegover	33
Figura 3- Apresentação sobre Cota-Capital.....	36
Figura 4 - Demonstração da funcionalidade do QR Code.....	38

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
2. METODOLOGIA	14
3. ESTRATÉGIA DE COOPERAÇÃO E O COOPERATIVISMO	16
4. PRESSUPOSTOS E IMPORTÂNCIA DA EDUCAÇÃO COOPERATIVISTA.....	21
5. MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS: UMA FERRAMENTA ESTRATÉGICA PARA DISSEMINAÇÃO DOS PRINCÍPIOS COOPERATIVISTAS	28
6. RESULTADOS.....	31
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	40
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	42

1. INTRODUÇÃO

O cooperativismo surgiu como forma de suprir às péssimas condições de trabalho e desemprego causados pela Revolução Industrial. “[...] a cooperação é o verdadeiro tecido conjuntivo das sociedades humanas. Nos primórdios da civilização, foi mesmo uma das condições básicas para a sobrevivência da espécie” (Namorado, 2015, p.3). Nisso, como uma estratégia de sobrevivência, um grupo de 28 tecelões da cidade de Rochdale (Inglaterra) criaram a primeira Cooperativa de consumo¹ com o objetivo de amenizarem a situação precária em que viviam. Posteriormente, no processo de modernização do cooperativismo surgiram outros tipos de cooperativas inspiradas no modelo de Rochdale, a citar: as cooperativas de crédito.

O cooperativismo de crédito, segundo Jacques e Gonçalves (2016, p. 295) “[...] foram criadas no século XIX na Alemanha e ficaram conhecidas como cooperativas de Raiffeisen, em homenagem a seu criador e eram tipicamente rurais”. E, ainda segundo os autores, são conhecidas atualmente como Bancos populares.

No Brasil, especificamente, as organizações cooperativistas do ramo de crédito foram pensadas pelo padre jesuíta suíço Theodor Amstad, que obtinha grande conhecimento do sistema cooperativo europeu. Desse modo, foi formada inicialmente por colonos de origem alemã que habitavam Nova Petrópolis, no Rio Grande do Sul (MAPA, 2006).

Assim, devido à importância e crescimento do ramo, foi escolhido para aprofundamento de pesquisa o Sistema de Cooperativas de Crédito do Brasil (Sicoob), mais especificamente o Sicoob SC/RS que: “[...] é uma das 16 Centrais do Sicoob Confederação, o maior sistema de instituições financeiras cooperativas do Brasil” (EASYCOOP, 2019).

¹ As cooperativas no Brasil, de acordo com a Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB), atualmente possuem 7 ramos, a saber: Produção de Bens e Serviços, infraestrutura, consumo, transporte, saúde, agropecuário e crédito.

Portanto, cooperativismo de crédito no Brasil é responsável por amplificar o uso adequado do crédito e de prestação de serviços, através de programas de poupança, praticando assim todas as operações próprias de uma cooperativa de crédito, tanto ativas, passivas e acessórias (ALEIXO *et al*, 2015). De acordo com a publicação feita na página *Facebook* da revista Mundo Coop (2019), o Sicoob SC/RS se aproxima do número de 1 milhão de associados. “É um número muito expressivo, principalmente se levarmos em conta os familiares dos associados, o que significa que o Sicoob está presente na vida de milhões de catarinenses, gaúchos e paranaenses” (Mundo Coop, 2019, n.p.).

Ressalta-se, no entanto, que para além de seus resultados econômicos as cooperativas possuem em sua base doutrinária princípios voltados a cooperação. Ou seja, se por um lado agem buscando as melhores estratégias de sobrevivência junto ao mercado, por outro, devem estar preocupadas com sua gestão social, priorizando valores como a solidariedade, a equidade, a democracia, entre outros. Nesse sentido a Educação Cooperativa, além de estar entre um dos princípios fundadores do movimento cooperativo [educação, formação e informação], deve ser considerada como uma importante ferramenta de gestão social e, com efeito, uma das responsáveis pela proficuidade dos empreendimentos cooperativos.

A tarefa fundamental da Educação Cooperativa consiste em difundir e colocar em prática os valores e os princípios cooperativos. Através do processo educativo, a cooperativa deve assumir um papel mais protagonista na transformação e desenvolvimento na comunidade. Assim, realiza-se por meio de valores e práticas pedagógicas próprias dentro de um processo de aprendizagem única, referenciadas a partir de uma ideologia da cooperação. Configura-se em ações planejadas, estruturadas, qualificadas e compartilhadas pelas pessoas envolvidas no processo educativo e na prática da cooperação. Concretiza-se, com efeito, pela emergência de paradigmas inovadores de comportamento cooperativo para a compreensão do mundo baseado no conhecimento.

Com o avanço tecnológico, a Educação Cooperativista, ganha várias formas de ser propagada, colaborando então para a fidelização e recrutamento de associados.

Mais do que propagar os princípios cooperativistas a mídia digital se tornou uma ferramenta indispensável para que as organizações cooperativas se coloquem em par de igualdade com as empresas tradicionais. O sistema de crédito cooperativo, inserida em um alto grau de competitividade, é um bom exemplo disso. O Sicoob – cooperativa escolhida para análise neste estudo - é uma das instituições que mais possuem plataformas estratégicas *online* de disseminação do cooperativismo no Brasil, atuando no *Facebook*, *Instagram*, *YouTube*, *Twitter*, *LinkedIn*, entre outros.

Portanto, através de uma pesquisa exploratória inicial, optamos neste trabalho por analisar o Sicoob/SC/RS, em especial, devido ao grande número de publicações em redes sociais, sobretudo no *Facebook* e pelo crescente número de associados da mesma, que chegam a quase 1 milhão. Como consequência, pretendemos responder o seguinte problema de pesquisa: Quais as estratégias do Sicoob/SC/RS por meio das redes sociais que intentam fidelizar e/ou atrair novos associados?

Dessa forma, o objetivo desse artigo consiste em analisar as estratégias de divulgações do Sicoob SC/RS para a fidelização de cooperados por meio da rede social *Facebook* e identificar de que forma a Educação Cooperativista está sendo aplicada para a busca de novos membros. De forma mais específica este trabalho pretende também: a) verificar quais os benefícios de se associar a uma cooperativa são evidenciados pelo Sicoob/SC/RS tendo em vista um banco convencional; b) e avaliar quais os princípios são predominantes na fidelização e captação de novos associados.

Para tanto, além desta introdução, este artigo está dividido da seguinte forma: I) Um primeiro capítulo metodológico onde optou-se pela pesquisa qualitativa e exploratória. E para a obtenção da coleta de dados foi utilizado a pesquisa bibliográfica, documental, bem como a pesquisa netnográfica; II) um terceiro capítulo que evidencia o surgimento do cooperativismo; III) no quarto a importância da Educação Cooperativista; IV) Já o quinto capítulo é as Mídias Sociais como forma de propagar os princípios cooperativistas; V) seguindo para a Análise de Resultados que contém uma classificação temática, sendo elas: “fidelização de cooperados”, “5°

princípio: Educação, formação e informação” e “captação de cooperados”; VI) Encerrando, então, com as principais considerações finais deste trabalho.

2. METODOLOGIA

A metodologia utilizada neste artigo visa proporcionar ao leitor subsídios para a compreensão e entendimento do mesmo. Portanto, esta análise objetiva estudar a fidelização/captação dos associados do Sicoob SC/RS por meio da rede social, e para isso, optou-se pela pesquisa qualitativa, na qual, segundo Gil (2008) consiste na organização dos dados selecionados de forma a possibilitar a análise sistemática das semelhanças e diferenças e seu inter-relacionamento.

Ainda de acordo com o autor a pesquisa qualitativa: “[...] pode ser constituída por textos, diagramas, mapas ou matrizes que permitam uma nova maneira de organizar e analisar as informações” (GIL, 2008, p.175).

Desse modo, no que se refere aos seus objetivos utilizou-se da pesquisa exploratória, que de acordo com Gil (2008) tem como objetivo principal desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores. Segundo o autor, estes tipos de pesquisas são os que apresentam menor rigidez no planejamento, pois objetiva proporcionar uma visão geral relacionado a um determinado fato.

Já em relação aos meios para obtenção da coleta de dados, foi utilizada a pesquisa bibliográfica, que:

É elaborada a partir de material já publicado, constituído principalmente de: livros, revistas, publicações em periódicos e artigos científicos, jornais, boletins, monografias, dissertações, teses, material cartográfico, internet, com o objetivo de colocar o pesquisador em contato direto com todo material já escrito sobre o assunto da pesquisa. Em relação aos dados coletados na internet, devemos atentar à confiabilidade e fidelidade das fontes consultadas eletronicamente. Na pesquisa bibliográfica, é importante que o pesquisador verifique a veracidade dos dados obtidos, observando as possíveis incoerências ou contradições que as obras possam apresentar (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 54).

Optou-se também pela pesquisa documental, que se assemelha com a pesquisa bibliográfica em razão de determinadas características por elas apresentadas. Porém, Gil (2008), afirma que a diferença entre ambas está na natureza de sua fonte. Ou seja, a pesquisa bibliográfica é fundamentada através de

contribuições de vários autores acerca de um assunto, já a pesquisa documental baseia-se em materiais que não receberam ainda um tratamento analítico ou que podem ser reelaborados de acordo com os objetivos da pesquisa.

Outro método utilizado trata-se da netnografia, onde consiste em analisar fontes de dados mediados pelo computador e do universo virtual, dessa forma, enfatizando tal ideia, “a Netnografia é uma forma especializada de etnografia e utiliza comunicações mediadas por computador como fonte de dados para chegar à compreensão e à representação etnográfica de um fenômeno cultural na Internet” (Silva 2015, p. 339). Ainda segundo Silva (2015), sua abordagem adapta-se para estudos de blogs, sites, grupos de notícias, redes sociais e etc.

O estudo foi realizado entre fevereiro e junho de 2019, tendo como fonte a coleta de dados o *Facebook* no período de 3 de dezembro de 2018 à 5 de junho de 2019. Nele foi possível acessar textos, comentários, fotos, vídeos e diversas informações que permitiram uma análise dessa ferramenta e sua relevância para a comunicação e interação da Cooperativa em estudo com relação aos seus associados/cooperados.

Dessa forma, para uma melhor análise dos dados colhidos, o presente artigo apresenta uma classificação temática com base nos conteúdos que foram coletados na rede social em questão, sendo eles: “Fidelização de cooperados”, “Educação, formação e informação” e “captação de cooperados”.

Assim, as publicações foram minuciosamente analisadas e classificadas em seus respectivos temas, objetivando mostrar como a página do Sicoob SC/RS atua em sua rede social tanto para divulgação de seus serviços, quanto para recrutamento e maior interação de cooperados e internautas que participam da mesma.

3. ESTRATÉGIA DE COOPERAÇÃO E O COOPERATIVISMO

A cooperação se faz presente desde o início da humanidade, sobretudo, no que se refere à luta pela sobrevivência das sociedades primitivas que enfrentavam dificuldades peculiares de sua época. Como afirma Namorado (2005, p.3) “[...] a cooperação é o verdadeiro tecido conjuntivo das sociedades humanas. Nos primórdios da civilização, foi mesmo uma das condições básicas para a sobrevivência da espécie”.

Assim sendo, formas de sociedades baseadas nas propriedades coletivas, no trabalho conjunto e na solidariedade das relações humanas contribuíram para o enfrentamento das adversidades de reprodução socioeconômica em tempos outrora. Foram, destarte, a base para que o cooperativismo moderno e o associativismo se firmassem enquanto estratégia de cooperação e ajuda mútua, intentando atingir objetivos diversos dos indivíduos.

Desse modo, o Minidicionário Aurélio (2004) mostra que a cooperação significa:

1. Ato ou efeito de cooperar, operação, ação ou trabalho conjunto. 2. Aquilo que se faz para auxiliar a ação de outrem, ou como forma de participar de um esforço, despesa, etc. 3. Associação entre duas espécies, a qual traz vantagens para ambas, embora dispensável (AURÉLIO, 2004, p.196).

Complementando ainda, a cooperação também pode ser entendida como:

Um processo social, embasado em relações associativas, na interação humana, pela qual um grupo de pessoas busca encontrar respostas e soluções para seus problemas comuns, realizar objetivos comuns, busca produzir resultados, através de empreendimentos coletivos com interesses comuns (FRANTZ, 2001, p. 242).

Portanto, o Cooperativismo moderno tem como base a sociedade inglesa do século XIX, os quais sofriam com os impactos advindos da Revolução Industrial. Em vista disto, a substituição de mão de obra humana por máquinas industriais, fragilizou a classe operária resultando em total miséria. Assim, foi visto a necessidade de se

criar estratégias de sobrevivência e formas de organização coletiva, ainda que primárias, para emancipar um grupo de 28 tecelões que se encontravam desempregados da cidade de Rochdale, próxima a Manchester (Inglaterra). Os mesmos reuniram-se a fim de buscarem inúmeras ideias para amenizarem a situação precária em que viviam (CASAGRANDE, 2014).

Dessa maneira, visto tal necessidade, os pioneiros de Rochdale criaram então seu próprio empório de venda a varejo, visando comprar alimentos em quantidade maiores para que fossem vendidos por preços superiores e tudo que fosse conquistado seria dividido de forma igual entre os mesmos. Criou-se assim uma Sociedade baseada em princípios e valores que foram vistos como inspiração do cooperativismo moderno (OCB, 2019).

Diante disso, o cooperativismo formal no Brasil surgiu entre o final do século XIX e nascer do século XX, baseadas nos moldes europeus (CASAGRANDE, 2014). Portanto, as primeiras organizações cooperativas tinham como base *rochedaleana*, adotando então seus princípios e ideais.

Assim, as primeiras organizações cooperativistas foram surgindo no Brasil logo após o movimento despertar no mundo. Em Minas Gerais, foi formalizada a Sociedade Cooperativa Econômica dos Funcionários Públicos de Ouro Preto, no ano de 1889. Uma Cooperativa que além de se basear na Cooperativa de consumo dos tecelões de Rochdale, a Sociedade Cooperativa brasileira oferecia produtos diversificados, desde gêneros alimentícios até residências e crédito. A partir da organização mineira, outras rapidamente foram surgindo pelo país, onde eram formadas inicialmente por funcionários públicos, os quais estimulavam a cooperação entre funcionários (MINISTÉRIO DA CULTURA, AGROPECUÁRIA E ABASTECIMENTO, 2006). Destarte:

[...] A cooperativa mais antiga ainda em funcionamento no Brasil é do ramo de crédito. Em 1902, ela foi idealizada pelo padre jesuíta suíço Theodor Amstad, grande conhecedor do sistema cooperativo europeu. Era formada por colonos de origem alemã que habitavam Nova Petrópolis, no Rio Grande do Sul. A organização nasceu com o nome de Sociedade Cooperativa Caixa de Economia e Empréstimos de Nova Petrópolis e desde 1992 adota a denominação Sicredi Pioneira, pois integra o Sistema de Crédito Cooperativo (Sicredi) (MAPA, 2006, p. 16).

Ao decorrer dos anos, o Decreto-lei 22.239 de 19 de dezembro de 1932 propagou o surgimento dos Bancos Cooperativos. Por meio deste Decreto, havia facilidade para cumprir com as exigências legais para se abrir uma cooperativa de crédito, fazendo com que optassem por constituí-las como banco popular tipo Luzzatti², porém com benefícios concedidos às cooperativas de crédito (SILVA; VENTURA, 2019).

Nesse sentido, as cooperativas de crédito, tidas como instituições financeiras, tem o papel de prestar serviços financeiros aos associados, além de receberem depósitos à vista, realizam operações ativas de concessão de créditos em diversas modalidades por conta de terceiros, sob convênio com instituições financeiras públicas e privadas e de correspondente no País, de outras operações com especificações e atribuições vigentes na legislação (PINHEIRO, 2008).

No entanto, para melhor entendimento do Cooperativismo de Crédito brasileiro, é importante mostrar através do quadro a seguir, como é organizado atualmente os cinco grandes principais sistemas: Sicredi, Sicoob, Unicred, Ceced e Cresol; que consiste no/a:

² Além das Cooperativas de Crédito do modelo Luzzati, existiam a “Heddesdorfer Darlehnskassenverein” (Associação de Caixas de Empréstimo de Heddesdorf), a “Cooperativa do tipo Schulze-Delitzsch” e uma outra Cooperativa idealizada pelo o jornalista Alphonse Desjardins (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2008).

Quadro nº 1- 5 principais Sistema de Crédito Cooperativo

Sicred	Sicoob	Unicred	Cecred	Cresol
<p>O Sistema de Crédito Cooperativo (Sicredi) é um conjunto harmônico de cooperativas de crédito que funcionam com regras administrativas, operacionais e jurídicas uniformes.</p>	<p>O Sistema de Cooperativas de Crédito do Brasil (Sicoob) é um sistema integrado de cooperativas em cuja base estão as cooperativas singulares ou de primeiro grau, tanto urbanas como rurais, espalhadas por quase todas as unidades federativas brasileiras.</p>	<p>A Confederação Nacional das Cooperativas Centrais (Unicred), Unicred do Brasil, foi fundada em 11 de julho de 1994, com base na Resolução 1914 do CMN, que permitiu a constituição de cooperativas de crédito mútuo por categorias profissionais.</p>	<p>O Sistema Cecred é formado, atualmente, pela Cooperativa Central de Crédito Urbano (Cecred) e por quatorze cooperativas singulares. Todas as cooperativas que compõem o Sistema Cecred operam com crédito urbano e podem atuar como cooperativas de livre admissão ou segmentadas.</p>	<p>O Sistema de Cooperativas de Crédito Rural com Interação Solidária (Cresol) é uma organização de cooperativas de crédito que surgiu a partir de uma busca de acesso ao crédito por parte dos agricultores familiares e representava, em 2011, mais de 90 mil famílias cooperadas. O quadro social é composto exclusivamente por agricultores familiares, que são responsáveis pela administração das cooperativas.</p>

Fonte: Jacques e Gonçalves, 2016, p. 500-502

Dentre os sistemas apresentados, o escolhido para aprofundamento de pesquisa foi o Sicoob, no qual existem instituições financeiras regulamentadas pelo Banco Central do Brasil (BCB), que também fazem parte: a Confederação Nacional

das Cooperativas (CNCoop) do SICOOB Ltda. (SICOOB Confederação), que objetiva defender os interesses das cooperativas representadas, assim como ofertar serviços, supervisionar, padronizar de forma normativa e afins (ALEIXO *et al.*, 2015).

O Sicoob é a maior instituição financeira cooperativa do Brasil. Desse modo, ao se associar ao Sicoob se tem todos os produtos e serviços financeiros de um banco convencional, além de participar dos resultados é possível ver os recursos captados pelas cooperativas investidos na sua própria região, trazendo então benefícios para a comunidade através da geração de renda, empregos e desenvolvimento da sociedade (REVISTA SICOOB, 2013).

Por fim, a cooperativa tem a finalidade de amplificar o uso adequado do crédito e de prestação de serviços, através de programas de poupança, praticando assim todas as operações próprias de uma cooperativa de crédito, tanto ativas, passivas e acessórias. Além disso, busca possibilitar assistência financeira atendendo as especificidades e necessidades dos associados, permitindo que estes possam ter formação educacional a fim de fomentar o cooperativismo brasileiro (ALEIXO *et al.*, 2015).

4. PRESSUPOSTOS E IMPORTÂNCIA DA EDUCAÇÃO COOPERATIVISTA

A educação tem um papel fundamental para o desenvolvimento social do indivíduo, bem como de explorar seu potencial e habilidades nas quais os permitem refletir, agir e pensar de forma que, gradativamente, seja uma ferramenta de melhoria ou transformação de sua realidade (SCHNEIDER, 2003). Assim sendo, segundo Frantz (2001, p. 243) “[...] a educação e a cooperação são duas práticas sociais que se processam de tal forma que, sob certos aspectos, uma contém a outra.” Dessa maneira, ainda segundo o autor:

No diálogo da cooperação, cumpre-se a educação, fundada no processo de construção e reconstrução dos diferentes saberes daqueles que participam da organização e das práticas cooperativas. Há, portanto, uma estreita relação entre esses dois fenômenos, entre essas duas práticas sociais: Na prática cooperativa, para além de seus propósitos e interesses específicos, produz-se conhecimento, educação e aprendizagem; na prática educativa como processo complexo de relações humanas, encontra-se cooperação (FRANTZ, 2001, p. 244).

Portanto, visto esta relação, a Educação Cooperativista é uma ferramenta que desenvolverá as práticas educativas em uma Cooperativa, a fim de promover tanto participação social, quanto econômica de seus cooperados, visando compreender e colocar em prática todos os demais princípios que a regem. Além disso: Destarte, Schneider (2003, p. 13) destaca:

[...] a educação e a capacitação são indispensáveis em qualquer instituição, mas nas cooperativas elas são questão de sobrevivência. Sem essas, as atividades cooperativas são desvirtuadas ou até absorvidas pelo sistema socioeconômico e pelo processo social dominante que é a concorrência e o conflito (SCHNEIDER, 2003, p. 13).

Nesse sentido, para um efetivo entendimento sobre a importância da Educação Cooperativista, é preciso discorrer sobre os processos e métodos que interligam a educação e cooperação, bem como ambas podem influenciar na gestão de uma organização cooperativa.

Assim, ao se tratar de educação é importante conceituar o termo aprendizagem, que segundo Giusta (2013, p. 22) “[...] emergiu das investigações empiristas em Psicologia, ou seja, de investigações levadas a termo com base no pressuposto de que todo conhecimento provém da experiência”. Portanto, esta afirmação dá a ideia de que o sujeito, tido como tabula rasa (que tem o sentido de “folha de papel em branco”), adquire saberes através de um conjunto de informações fornecidas pelo ambiente, sendo processados e adquiridos na vivência do mesmo.

Desse modo, vale enfatizar que os processos de Ensino-Aprendizagem se dão pela interação comportamental entre alunos e professores, que no decorrer dos anos têm sido caracterizados de formas pedagógicas diferentes. Como mostra Mizukami (1986) os processos de ensino-aprendizagem e as tendências pedagógicas têm a seguinte classificação:

1. Abordagem Tradicional
2. Abordagem Comportamentalista
3. Abordagem Humanista
4. Abordagem Cognitivista
5. Abordagem Sociocultural

Assim sendo, para uma melhor conceituação dos respectivos processos, vide um quadro comparativo dos conceitos que permeiam as mudanças que ocorreram na história, segundo Costa (2012, p. 438-439):

**Quadro nº 2 – Sistematização comparativa de concepções de ensino
aprendizagem**

Tradicional	Comportamental	Humanista	Cognitivista	Sócio-Cultural
<ul style="list-style-type: none"> - Ênfase as situações de sala de aula; - Aprendizagem considerada como um fim em si mesmo - Decorrência: ignora-se diferenças individuais: - verbalismo: -Artificialismo dos programas que não facilitam transferência da aprendizagem: -Organização de um ensino predominantemente dedutivo. Com o sujeito tendo um papel insignificante na elaboração e aquisição dos conhecimentos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ensinar é igual a arranjo e planejamento de reforço: - Aplicação do método científico - Não há modelos ou sistemas ideais de instrução: - Aprendizagem é a mudança de uma tendência comportamental, resultante de uma prática reforçada. 	<ul style="list-style-type: none"> - Dirigir a pessoa a sua própria experiência pra estruturar-se e agir; - Método não diretivo: aprendizagem significativa, pois envolve toda a pessoa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Prioriza as atividades do sujeito, considerando-o inserido numa situação social; - Aprender= assimilar o objeto a esquemas mentais: - baseado no ensaio e no erro, na pesquisa, na investigação, na solução dos problemas, na descoberta: -o mundo deve ser reinventado pelo sujeito. 	<ul style="list-style-type: none"> - Deverá procurar a superação da relação opressor oprimido, através de uma educação problematizadora com essência na dialeticidade, superando a dicotomia sujeito-objeto.

Fonte: Elaborado por COSTA, 2012, p. 438-439

Seguindo o pensamento da autora é notório as mudanças que foram feitas até o presente modelo de ensino Sócio-Cultural, no qual enfatiza o diálogo crítico entre professor e aluno para que seja possível o crescimento mútuo de ambos. Tal modelo deverá procurar a superação da relação opressor-oprimido, podendo situar Paulo Freire como grande precursor desse método que visa a preocupação com a educação popular.

Paulo Freire, educador, pedagogo e filósofo é um dos principais criadores da metodologia de alfabetização intitulada educação popular e tem em seus trabalhos notável repercussão mundial. A educação popular é um tipo de educação emancipadora que foi fortemente empregada para jovens e adultos em 1960, que resultou posteriormente em um convite para coordenar a Campanha Nacional de Alfabetização do Ministério da Educação (MEC) em 1960. Mesmo sendo exilado devido ao Golpe Militar de 1964, seu método se expandiu entre as organizações brasileiras, bem como pelos movimentos sociais, sendo de grande importância para a resistência e luta contra a Ditadura em 1970 e 1980 (NÉSPOLI, 2013).

Assim sendo, naquela época o analfabetismo era um problema alarmante, principalmente para a classe pobre excluída socialmente. Como mostra Weffort (1997, p.19): “[...] a relevância política da exclusão dos analfabetos é particularmente sensível naqueles Estados mais pobres do País, onde as classes populares se encontram em níveis de vida que mal atingem o limite da mera subsistência”.

Em razão de tal necessidade, o seu método consistia em alfabetizar de forma que os educandos articulassem sílabas extraídas da sua própria realidade e vivência, o que iam contra todas as formas convencionais de ensino aplicadas na época. De acordo com o Projeto Memória de Paulo Freire:

O método Paulo Freire estimula a alfabetização/educação dos adultos mediante a discussão de suas experiências de vida entre si, os participantes da mesma experiência, através de tema/palavras gerador (as) da realidade dos alunos, que é decodificada para a aquisição da palavra escrita e da compreensão do mundo. As experiências acontecem nos Círculos de Cultura (PROJETO MEMÓRIA DE PAULO FREIRE, 2019, n.p.).

Seguindo essa linha de raciocínio, a educação libertadora de Paulo Freire é contrária à proposta da educação bancária, um tipo de educação tradicional que dá ênfase unicamente na importância do professor como agente e detentor do saber. Logo, o educando não tem voz ativa no meio social, apenas obedece a instruções que lhe são repassadas, o tornando omissor. Sobre a educação bancária:

Entendemos que o professor irá “depositar” (vem daí a ideia de “bancária”) os conteúdos em suas cabeças, como se fossem recipientes a serem preenchidos. A educação bancária não é libertadora, mas, sim, opressora, pois não busca a conscientização de seus educandos. Quer, na verdade, que

corpos de alunos e alunas sejam inconscientes e sujeitados às suas regras. Perpetua e reforça, assim, sua relação vertical e autoritária (BRIGHENTE; MESQUIDA, 2016, p. 161).

De modo geral, Freire visava a educação como uma formação crítica, onde tanto o aluno quanto o professor tendem a aprender mutuamente, fazendo com que o diálogo seja o mais importante na troca de conhecimento. E dessa maneira, sendo o oposto ao método de ensino que visa somente a formação tradicional de mão de obra para o mercado.

Portanto, a educação é o mais importante processo de formação para o cidadão. Da mesma maneira o processo de Educação Cooperativista, balizado pelo Quinto Princípio “Educação, formação e informação”, é essencial para emancipação política, econômica e social dos cooperados. Apenas através deste princípio que os demais podem ser compreendidos, desenvolvendo a participação social dos cooperados e obtendo então resultados positivos referentes às suas atividades cooperativas.

Enfatizando tal pensamento, Schneider (2003, p. 24) mostra que a educação, por via de fato é: “[...] um elemento indispensável da cooperação, porque é essencial para a existência das cooperativas, para o entendimento e a aplicação prática dos outros princípios cooperativistas”.

Em vista disto, o quinto princípio visa formar e educar o cooperado, bem como os colaboradores e todos os envolvidos da organização, Amodeo (s/d, p. 1) diz que, conforme esse princípio, a educação cooperativista deveria ter uma série de funções diferenciadas e todos relevantes tais como:

- Que os associados aprendam a cooperar, a participar e a gerir a cooperativa, que saibam o seu papel na organização e o que é e não é uma cooperativa;
- Que os empregados aprendam o que é uma cooperativa, em que se diferencia de outro tipo de empresas e qual é sua função nela;
- Que a sociedade saiba o que é uma cooperativa e quais os valores nos que se baseia para que assim, os princípios cooperativos possam ser também vivenciados na sociedade;
- Que os associados e os funcionários saibam as estratégias de mercado, toda a informação necessária para coordenar os negócios cooperativos;
- Que todos (dirigentes, cooperados e funcionários) aprendam como realizar a gestão coletiva na cooperativa (AMODEO, s/d, p. 1).

Ainda seguindo o pensamento da autora, tais funções geram um sentimento de pertencimento, o que promove a fidelidade dos associados permitindo assim que a cooperativa, por meio da motivação dos mesmos, possa se mostrar potencialmente competitiva e conseqüentemente gerando resultados positivos para todos que a cercam.

No entanto, a participação não deverá ser somente no âmbito econômico, onde o cooperado entrega seus produtos e/ou serviços em busca de retornos financeiros, e sim, também, de forma social em ambos processos participativos. De modo que:

[...] A participação não deve ser restrita a dimensão econômica, que ocorre apenas por interesse dos cooperados em ganhos financeiros, que assim contribuem somente na entrega de seus produtos ou na oferta de serviços. A participação deve acontecer tanto no âmbito econômico quanto no social. Assim o cooperado tem o dever de colaborar com seus produtos ou serviços, mas além disso, cooperar na esfera participativa social (SILVA et al., 2018, p. 1).

Portanto, o relacionamento e comprometimento do associado com seu empreendimento, tendo em vista todos os processos de educação cooperativista adotadas pelo Quinto Princípio não só traz benefícios em comum para todos, mas também faz com que a fidelização se torne cada vez mais frequente, pois os mesmos, como foi evidenciado anteriormente, tendem a ser motivados, sendo o diferencial frente aos empreendimentos mercantis, tornando então as organizações cooperativistas aptas a serem competitivas no mercado.

Assim sendo, é correto afirmar que um empreendimento cooperativista é uma empresa de dupla-natureza, que evidencia o lado social e econômico da cooperativa. No que diz respeito ao cooperado: como associado gere a empresa, e enquanto usuário usufruir de seus serviços ou produtos, sendo a peça principal para a sobrevivência do empreendimento. Conforme Sette, M., Sette e Souza (2005, p. 4): “[...] o cooperado enquanto dono e usuário da cooperativa tem a obrigação de manter-se ativo e participativo na sua cooperativa, caso contrário não terá o que lamentar em relação ao destino da sua empresa”.

Desse modo, a não-fidelização do cooperado na cooperativa, através da falta de educação cooperativista, faz com que a mesma tenha menor poder de barganha junto ao mercado. Outrossim, tendo em vista o aspecto econômico, se a cooperativa não consegue um bom retorno sobre seus serviços ou produtos faz com que o cooperado se sinta desmotivado a participar. Assim, a educação cooperativa e, por consequência, a fidelização do cooperado, se torna um aspecto fundamental no que diz respeito a gestão social da cooperativa e de como essa, alinhada a gestão econômica são importantes para a proficuidade do negócio cooperativo.

Logo, é visto a importância de uma responsabilidade por parte do cooperado e de um método eficaz de educação cooperativista a ele empregada, pois é por meio dela que se pode ter um equilíbrio das dimensões social e econômica para a sobrevivência do empreendimento.

5. MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS: UMA FERRAMENTA ESTRATÉGICA PARA DISSEMINAÇÃO DOS PRINCÍPIOS COOPERATIVISTAS

Ao se tratar de mídias sociais digitais, vale ressaltar primeiro as mídias tradicionais, que ao longo dos anos surgem como importantes meios de comunicação de massa, tais como os jornais, o rádio e a televisão. Dessa forma, tais meios de comunicação trazem consigo formas de entretenimento, informação, bem como possuem a pretensão de divulgar uma infinidade de serviços ou produtos e, estas, podem ter grande influência na vida do telespectador e/ou consumidor.

Por outro lado, com os avanços tecnológicos, surgiram então novos meios de comunicação via *internet*, as quais se fazem necessárias para a interação entre os indivíduos e até mesmo para o fortalecimento das organizações através de divulgações das informações, serviços ou como estratégias para driblar a competitividade. Assim mostra Junqueira *et al.*, (2014, n.p.):

A imagem e o fortalecimento das organizações constituem-se em algo de grande valor perante a crescente competitividade do mercado, precisando de manutenção e atenção constantes. As redes sociais permitem uma rápida e fácil divulgação e disseminação das informações. O acesso facilitado possibilita as interações e trocas de opiniões entre as pessoas e as organizações (JUNQUEIRA *et al.*, 2014, n.p.).

Assim como as organizações empresariais precisam se posicionar diante do mercado através das mídias sociais, as organizações cooperativistas também investem cada vez mais em comunicação digital, pois o acesso à informação por meio das redes sociais se faz necessárias para o esclarecimento do consumidor. (SANTOS *et al.*, 2014).

Assim sendo, seguindo a linha de raciocínio dos autores citados, o consumidor ou cooperado poderá retirar dúvidas, buscar informações e até mesmo expor reclamações de forma rápida, através de uma ferramenta digital de fácil manuseio e acesso, tendo em vista as inúmeras maneiras que podem ser utilizadas (através de sites, *blogs*, *Facebook*, *Youtube*, *Instagram*, entre outros). Portanto, ambos os autores citados veem as mídias sociais como um facilitador para relação e comunicação entre indivíduos e organizações.

Destarte, visto a importância das mídias sociais no ambiente organizacional para a disseminação de informações, vale ressaltar que através da mesma, os princípios que regem as cooperativas, os quais são as linhas orientadoras que levam os seus valores à prática, podem ser rapidamente encontrados e propagados, conforme mostra o site da Organização das Cooperativas do Brasil – **OCB na Figura 1:**

Figura 1 - sete princípios do cooperativismo

SEScoop OCB CNCOOP SOU COOPERADO COOPNET

SistemaOCB COOPERATIVISMO SISTEMA OCB SERVIÇOS PUBLICAÇÕES NOTÍCIAS EVENTOS CONTATO

história, em 1844.

- 1 ADESÃO VOLUNTÁRIA E LIVRE**

As cooperativas são abertas para todas as pessoas que queiram participar, estejam alinhadas ao seu objetivo econômico, e dispostas a assumir suas responsabilidades como membro. Não existe qualquer discriminação por sexo, raça, classe, crença ou ideologia.
- 2 GESTÃO DEMOCRÁTICA**

As cooperativas são organizações democráticas controladas por todos os seus membros, que participam ativamente na formulação de suas políticas e na tomada de decisões. E os representantes oficiais são eleitos por todo o grupo.
- 3 PARTICIPAÇÃO ECONÔMICA DOS MEMBROS**

Em uma cooperativa, os membros contribuem equitativamente para o capital da organização. Parte do montante é, normalmente, propriedade comum da cooperativa e os membros recebem remuneração limitada ao capital integralizado, quando há. Os excedentes da cooperativa podem ser destinados às seguintes finalidades: benefícios aos membros, apoio a outras atividades aprovadas pelos cooperados ou para o desenvolvimento da própria cooperativa. Tudo sempre decidido democraticamente.
- 4 AUTONOMIA E INDEPENDÊNCIA**

As cooperativas são organizações autônomas, de ajuda mútua, controladas por seus membros, e nada deve mudar isso. Se uma cooperativa firmar acordos com outras organizações, públicas ou privadas, deve fazer em condições de assegurar o controle democrático pelos membros e a sua autonomia.
- 5 EDUCAÇÃO, FORMAÇÃO E INFORMAÇÃO**

Ser cooperativista é se comprometer com o futuro dos cooperados, do movimento e das comunidades. As cooperativas promovem a educação e a formação para que seus membros e trabalhadores possam contribuir para o desenvolvimento dos negócios e, conseqüentemente, dos lugares onde estão presentes. Além disso, oferece informações para o público em geral, especialmente jovens, sobre a natureza e vantagens do cooperativismo.
- 6 INTERCOOPERAÇÃO**

Cooperativismo é trabalhar em conjunto. É assim, atuando juntas, que as cooperativas dão mais força ao movimento e servem de forma mais eficaz aos cooperados. Sejam unidas em estruturas locais, regionais, nacionais ou até mesmo internacionais, o objetivo é sempre se juntar em torno de um bem comum.
- 7 INTERESSE PELA COMUNIDADE**

Contribuir para o desenvolvimento sustentável das comunidades é algo natural ao cooperativismo. As cooperativas fazem isso por meio de políticas aprovadas pelos membros.

Fonte: captura de tela de computador realizada pela autora

Portanto, no que se entende de estratégias de disseminação dos princípios cooperativistas referente às mídias sociais, pode-se dizer que não somente o acesso a informação da mesma, mas também a aplicação de alguns princípios como o 5º (Educação, Formação e Informação) são facilitadores para o desenvolvimento e relação entre cooperados e organização. Como exemplo, a OCB criou um *Manual de Conduta do Sistema OCB nas Mídias Digitais*, objetivando disseminar princípios aos cooperados e a população em geral.

Assim especifica o Sistema OCB (2015):

O Sistema OCB apoia o uso de tecnologias e mídias digitais para ampliar a comunicação e a interação, de forma a contribuir para o alcance de seus objetivos estratégicos. Assim, o uso de plataformas e tecnologias digitais foi integrado a nosso processo de comunicação.

[...] Visando apoiar a participação nas mídias digitais em ações que envolvam ou mencionem as instituições do Sistema OCB, elaboramos este documento, como forma de orientar o comportamento para a responsabilidade de atuação. Essas diretrizes devem nortear todo e qualquer tipo de interação dos colaboradores nos meios digitais: postagens, compartilhamentos ou comentários, sejam com textos, fotos, vídeos, imagens, áudios etc. Todas as publicações de colaboradores e parceiros em toda e qualquer plataforma de mídias digitais devem seguir essas diretrizes, que protegerão tanto a eles quanto ao Sistema OCB, garantindo que todos representem a instituição de forma saudável, responsável e positiva (OCB, 2015, p. 13).

De modo geral, seguindo essa base de informações, as mídias digitais atualmente se mostram imprescindível para o cooperativismo brasileiro no que se diz respeito à sua propagação e disseminação de seus princípios e valores. Bem como, por meio delas, esclarecer o espírito cooperativista entre os associados, e, com efeito, estes se sintam motivados e dispostos a cooperar.

6. RESULTADOS

O termo redes sociais, no ambiente da *internet*, de acordo com Lima (2014, p. 242) “[...] é conhecido pelas teias de relacionamentos formadas em canais da web que proporcionam a formação de comunidades online, bem como a interação de seus participantes, ou usuários, como são chamados”. Logo, devido a facilidade de acesso e interação entre os indivíduos em qualquer hora e lugar, as redes sociais têm sido um dos principais meios de comunicação na atualidade.

Ainda segundo a autora:

Nesses sites, seus membros se comunicam, criam comunidades e compartilham informações e interesses semelhantes. Essas conexões entre pessoas e comunidades são formadas por um ou vários tipos de relações (de amizade, familiares, comerciais, sexuais, entre outras) ou por meio de compartilhamento de crenças, conhecimento ou prestígio, por isso são chamadas de teias (LIMA, 2014, p. 242).

Desse modo, o *Facebook*, rede social escolhida para a análise desse estudo, foi criada pelo americano Marck Zukerberg enquanto era aluno da Universidade de Harvard. A proposta inicial objetivava criar uma rede que atingisse estudantes no final do secundário e também os que estivessem entrando na Faculdade. Foi lançado em 2004, e atualmente é um dos sistemas com a maior base de usuários do mundo (RECUERO, 2009).

O *Facebook* tem atualmente, no Brasil, cerca **1280 milhões** de usuários ativos diários, segundo dados da *socialbakers* em março de 2019. O que evidencia sua influência para ampliar relacionamentos e expandir a comunicação entre os internautas, bem como a propagação de produtos ou serviços para os que se utilizam da mesma como um perfil comercial.

Nesse sentido, sendo uma das principais plataformas de comunicação por meio da *internet*, o Sicoob SC/RS conta com 27.773 pessoas que seguem a sua página no Facebook. Por meio dela, os administradores interagem com seus seguidores através de fotos, vídeos, eventos, projetos, bem como divulgação de serviços prestados pela Cooperativa.

Foi visto também que todas as mensagens possuem uma *hashtag* #pracegover, que consiste em um projeto de disseminação da cultura da acessibilidade nas redes sociais e que foi criado pela professora baiana Patrícia Braille. O projeto visa chamar a atenção do usuário para que usem uma descrição detalhada das imagens que são postadas em suas redes sociais, sendo então reproduzidas por aplicativos de áudio descrição. Logo, nota-se um dos princípios cooperativistas sendo de certa forma empregado: Princípio Do Interesse pela comunidade. Pois, ao adotar essa prática, mostra a preocupação com o próximo ao promover a inclusão social.

Além disso, a página possui uma área de avaliações onde os usuários ou associados podem expor suas sugestões ou críticas, bem como fazer comentários em cada postagem feita pela mesma ou compartilhar as informações nela contida. As publicações vão desde informativos sobre os serviços ofertados, até dicas de educação financeira. Dessa forma, há uma maior interação entre Cooperativa e associado, no qual poderá manter a credibilidade e até mesmo atrair novos membros.

A imagem abaixo (**Figura 2**) mostra alguns dos exemplos citados, onde a postagem propõe dicas ao usuário por meio de um link de outra rede social chamada *blog*. Também é visto o uso da *hashtag* #pracegover, descrevendo então a imagem relacionada à publicação, havendo uma interação através de comentários e compartilhamentos que possibilitam a disseminação do conteúdo.

Figura 2- Demonstração da *hashtag* #pracegover

Quer preparar sua Declaração do Imposto de Renda com mais tranquilidade? Veja 6 dicas na matéria da Mariana Ribeiro, colunista do blog Finanças Femininas: <https://bit.ly/2BSEuqW>

#PraCegoVer: A imagem, com o fundo em verde água, apresenta na parte superior um ícone que representa o rosto de um leão. Embaixo, uma caixa de texto roxa onde está escrito: Imposto de Renda 2019: prazo mais curto e outras novidades. Na parte inferior, o logo do Sicoob aparece em branco.

Imposto de Renda 2019:
prazo mais curto e outras novidades.

2.1 mil 11 comentários 33 compartilhamentos

Sobre

Rua Tenente Silveira, 94 - Centro
88010-300 Florianópolis

Como chegar
0800 725 0906

Normalmente responde em um dia
Enviar mensagem

www.sicoobsc.com.br

Serviço financeiro · Cooperativa de crédito

Sugerir edições

Fonte: captura de tela de computador realizada pela autora

Classificação temática

Fidelização dos cooperados

Como foi visto no decorrer deste artigo, as redes sociais têm um papel fundamental para a comunicação entre os indivíduos e estas, além de propagar a interação, podem promover a fidelização do cooperado ou captar outros através de serviços ofertados e um bom relacionamento com o usuário.

Dessa forma, a página busca atrair atenção dos associados através de publicações convidativas, com incentivo de fidelizar o mesmo. Assim, para melhor esclarecimento de tal estratégia, evidencia uma das publicações:

Falta pouco, mas ainda dá tempo de participar do SicoobCap! O sorteio vai acontecer no dia 16/03 e, para ter um número da sorte, você só precisa depositar R\$ 50 em sua cota-capital. Vá até a sua cooperativa e aumente suas chances, são mais de R\$ 4 milhões em prêmios (SICOOB SC/RS, 2019, n.p.).

Ao promover um sorteio onde o cupom corresponde a um valor através de cota-capital³, instiga o cooperado a ser ativo em sua Cooperativa e ainda beneficiar o empreendimento.

Também com o objetivo de fidelizar e satisfazer as necessidades dos associados, a cooperativa dispõe de um atendimento *online* a qualquer hora do dia. O que propõe um estreitamento das relações e resolução de algumas dúvidas e problemas referentes a mesma. Além disso, em caso de roubo, perda ou esquecimento, é possível sacar sem o cartão somente através da leitura do QR code⁴ disponibilizado no *app*.

Assim, foi visto que a tecnologia favorece para que o cooperado obtenha mais vantagens e conseqüentemente se satisfaça com as ferramentas disponibilizadas pelo aplicativo do sistema Sicoob. O que por sua vez, pode fidelizar o cooperado e então trazer benefícios para a Cooperativa que o mesmo é filiado.

Educação, formação e informação

³ Segundo o Portal do Cooperativismo financeiro, **Capital Social** é o somatório de todas as quotas-partes dos associados da cooperativa. A quota-parte é uma quantia em dinheiro que os associados depositam no momento em que entram na Cooperativa. Esse dinheiro contribui para o suporte das atividades financeiras da instituição.

⁴ QR Code é um código de barras em 2D que pode ser escaneado pela maioria dos celulares modernos. Ele funciona de uma maneira bem simples e prática. Quando você vir um **QR Code** como esse, basta abrir um aplicativo que leia esse tipo de conteúdo no seu celular, apontar a câmera e tirar uma foto.

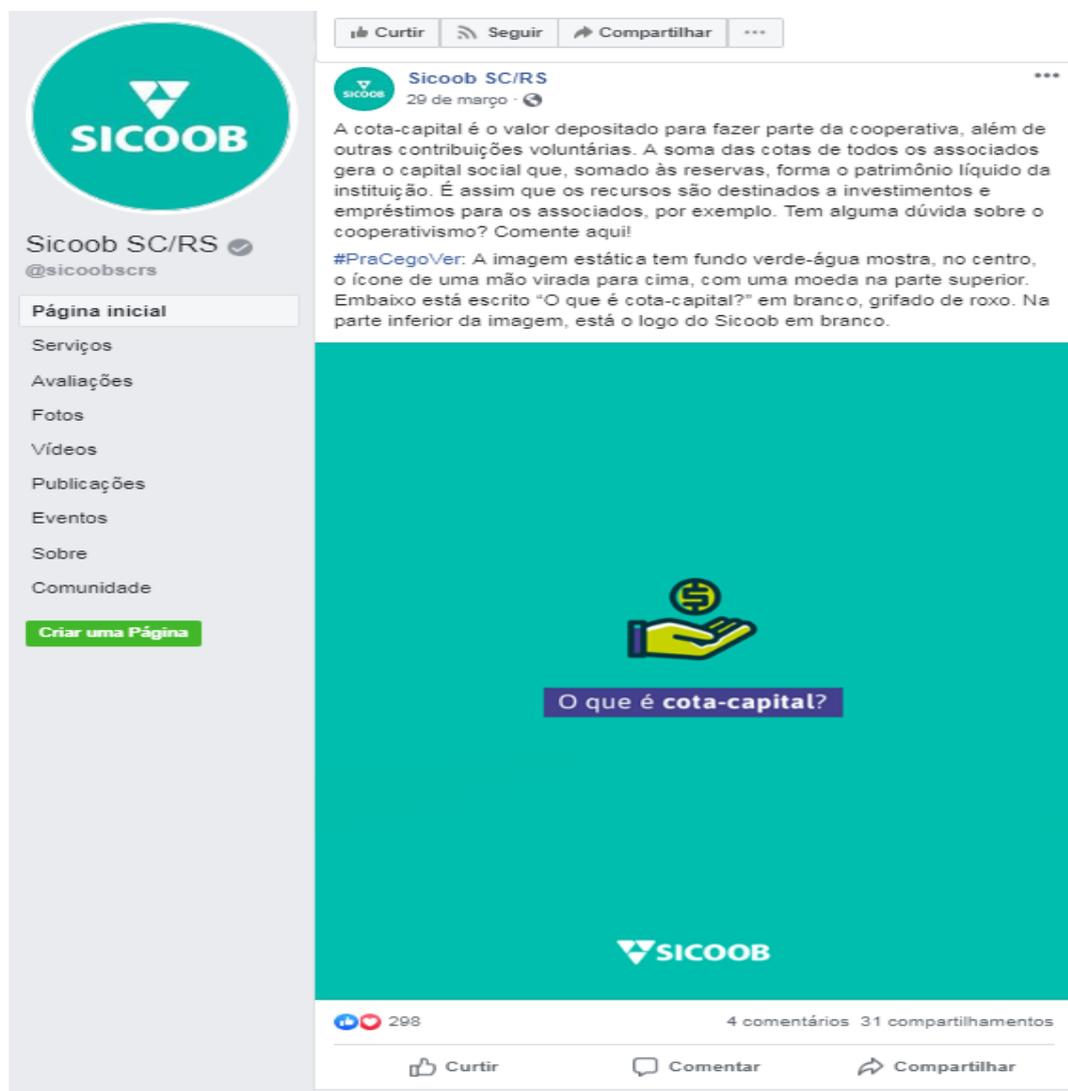
A educação é a base para o desenvolvimento tanto pessoal quanto profissional do indivíduo, e no que se diz respeito às Cooperativas, se torna algo imprescindível para o desempenho da mesma. Assim, o 5º princípio “Educação, formação e informação” objetiva capacitar e informar o cooperado para que estes possam compreender os princípios e valores que os norteiam. Como afirma Ferreira, Sousa e Amodeo (2018):

[...] na medida em que os associados, dirigentes e todos os envolvidos direta ou indiretamente na cooperativa comecem a ter uma melhor compreensão do que é e o que pode o cooperativismo, terão a oportunidade de vivenciar com mais autenticidade o seu papel e cumprir eficientemente suas responsabilidades, ou seja, atuando verdadeiramente na vida de suas cooperativas e, conseqüentemente, comprometidos com sua gestão (FERREIRA; SOUSA; AMODEO, 2018, p. 524).

Com o ideal de promover a educação de seus cooperados, notou-se que o Sicoob SC/RS disponibiliza em seu *Facebook* também postagens com *links* para direcionar o usuário a publicações que objetiva informar e educar. Como exemplo: “Vivencie uma forma inovadora de enxergar suas finanças, com compartilhamento, educação financeira, experiências positivas e valorização da sua comunidade. **#FaçaParte** <http://facaparte.sicoobsc.com.br/>”.

Assim, outra publicação (**Figura 3**) informa o internauta sobre o que é cota-capital de forma clara e objetiva, dessa maneira, mostra de que forma a instituição funciona. Enfatizando então o 3º princípio que é a “Participação Econômica dos Membros”:

Figura 3- Apresentação sobre Cota-Capital



Fonte: captura de tela de computador realizada pela autora

Ainda sobre os princípios, no geral foi visto que há uma preocupação com a comunidade, sendo ele o 7º princípio: "Interesse pela Comunidade", que segundo Santos *et al.* (2014, p. 99): "[...] é um dos objetivos da cooperativa, de atender os interesses e promover o bem-estar dos cooperados e de toda a comunidade envolvida". Logo, é visto em um dos exemplos:

"Não precisa ir muito longe para fazer uma ação de voluntariado. De repente seu vizinho está precisando de ajuda com as compras, a escola do bairro

quer apoio com a pintura e, por que não, montar uma horta comunitária no condomínio? São inúmeras as possibilidades” (SICOOB SC/RS, 2019, n.p.).

Captação de Cooperado

A captação de cooperados é algo essencial para o crescimento cooperativo e fortalecimento econômico. E para atrair membros, a página do Sicoob SC/RS se utiliza de várias estratégias divulgadas na página que buscam despertar interesse dos *internautas*. Uma delas mostra a intenção de captação ao comparar-se com as vantagens obtidas perante a um Banco tradicional:

“[...] em 2018 oferecemos uma taxa média de juros no crédito pessoal de 1,9% ao mês (25,6% ao ano), enquanto a média do mercado foi de 6,8% ao mês (120,5% ao ano). Com taxas bem abaixo das praticadas no mercado, estimulamos a educação e o uso consciente dos produtos financeiros na sociedade brasileira” (SICOOB SC/RS, 2019, n.p.).

Logo, com taxas de juros ofertadas sendo abaixo das taxas do mercado tradicional, se torna um atrativo para quem busca um serviço que atenda suas necessidades financeiras e ao mesmo tempo tenham um diferencial frente às instituições concorrentes, podendo manter então os associados e até atrair outros.

Outra forma de atrair cooperados que foi analisado pela Cooperativa, foi a abertura de uma conta por meio do aplicativo. Visto que as pessoas estão cada vez mais conectadas, a facilidade de ter uma conta online sem tanta burocracia e necessidade de ir até a instituição pode ser um diferencial na busca por novos cooperados. Como convida a Cooperativa em sua rede social:

Ainda não sabe em qual cooperativa abrir a sua conta? Não tem problema, o App Faça Parte permite encontrar as cooperativas mais próximas, comparar os resultados de cada uma e escolher a que mais combina com você. Para abrir a sua conta, basta baixar o aplicativo, informar seus dados pessoais e enviar as fotos dos documentos pela câmera do celular. Simples assim (SICOOB SC/RS, 2019, n.p.).

Desse modo, a Página, além de disseminar conteúdos cooperativistas, possui publicações que divulgam os serviços que por ela são ofertados, como o Seguro de

Vida Empresarial e até mesmo financiamentos de imóveis, com simuladores online. Além disso, o aplicativo também dispõe de funções que atraem ainda mais o consumidor, tal como fazer o saque pelo celular e de forma rápida nos terminais da rede por QR code. Como mostra a imagem (**Figura 4**):

Figura 4 - demonstração da funcionalidade do QR Code



Fonte: captura de tela de computador realizada pela autora

De modo geral, além de divulgar várias estratégias que foram apresentadas na análise desse artigo, com o intuito de fidelizar e captar o cooperado através da rede social, foi visto que o Sicoob SC/RS se utiliza da tecnologia do aplicativo como uma das principais ferramentas para expansão dos serviços ofertados pela mesma. Visto que a conexão está cada vez mais presente no meio social, um aplicativo se torna ideal para atender boa parte das necessidades do usuário de forma rápida e eficaz.

Destarte, para uma maior segurança e o intuito de evitar a realização de movimentações financeiras por meio de transações não autorizadas, as informações concedidas ao Sicoob, mantidas em meio eletrônico ou físico, são classificadas de acordo com os requisitos de proteção esperados em termos de sigilo, de modo que procurem assegurar a confidencialidade, a integridade e a disponibilidade dos dados e dos sistemas de informação utilizados. Garantindo aos associados/usuários mecanismos para propagar a cultura de segurança cibernética na instituição (SICCOOB, s/d).

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme foi visto neste artigo, de fato a Educação Cooperativista é de suma importância tanto para o desenvolvimento social do cooperado quanto para a efetividade econômica de uma Cooperativa. E com o crescimento da tecnologia e da comunicação digital é notório que as organizações se beneficiam ao se habituarem a essa evolução tecnológica a fim de disseminar os princípios cooperativistas por meio das redes sociais, uma vez que as mídias digitais estão cada vez mais presentes no cotidiano da população.

Assim, para responder o problema deste trabalho, ao analisar as estratégias do Sicoob/SC/RS por meio das redes sociais que intentam fidelizar e/ou atraírem novos associados, notou-se que além das postagens do Facebook uma das principais ferramentas da Cooperativa para tal é o aplicativo que permite que o usuário/cooperado acesse de forma rápida e menos burocrática, boa parte dos serviços ofertada pela mesma.

Ainda de acordo com o que foi adquirido através dos dados coletados do *Facebook* da Cooperativa em questão, foi percebido que ela busca associar alguns princípios Cooperativistas em suas publicações, o que é essencial para consolidar e informar o usuário/associado dos seus direitos e deveres, em razão de que o empreendimento depende das ações e colaboração dos membros.

Dessa forma, através da coleta de informações, foi possível atender os objetivos do presente artigo, mostrando que a Cooperativa busca estreitar o relacionamento com seus associados e usuários de forma prática e rápida, bem como atrair outros com suas publicações que possuem um leque de informações e vantagens ao se tornar um cooperado.

Destarte, como sugestão de trabalhos futuros, seria interessante além dos dados colhidos nesse trabalho, que também fosse analisado os comentários feitos nas publicações do Sicoob SC/RS, mostrando assim as possíveis reações, opiniões e até mesmo críticas, se houver, dos usuários/cooperados da mesma. Assim, reforçaria

a utilidade de se associar, contribuindo então para enfatizar o quanto o Sistema Financeiro Cooperativo está sendo crescente e competitivo no mercado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALEIXO, Andreia Duarte et al. **O cooperativismo de crédito: estratégias de fidelização dos cooperados para sustentação do negócio rural**. 2015. Disponível em: <http://www.abepro.org.br/biblioteca/TN_STO_208_236_27831.pdf>. Acesso em: 09 mar. 2019.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Cooperativas de crédito: história da evolução normativa no Brasil** / Marcos Antonio Henriques Pinheiro. – 6 ed. – Brasília: BCB, 2008. 92 p. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/htms/public/microcredito/livro_cooperativas_credito.pdf>. Acesso em: 23 de jun. 2019.

BRIGHENTE, Miriam Furlan; MESQUIDA, Peri. Paulo Freire: da denúncia da educação bancária ao anúncio de uma pedagogia libertadora. **Revista Pro-Posições**. v. 27, n. 1 (79) p. 155-177, 2016. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pp/v27n1/1980-6248-pp-27-01-00155.pdf>>. Acesso em: 03 mar. 2019.

CASAGRANDE, Letícia Riso. Cooperativismo: um olhar sobre as origens e a evolução em diversas escalas: Mundo, Brasil, Paraná e Sudoeste do Paraná. In: Congresso Brasileiro de Geógrafos, VI, 2014, Vitória-ES. **Anais**. Disponível em: <http://www.cbg2014.agb.org.br/resources/anais/1/1404139859_ARQUIVO_artigoCBG.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2019.

COSTA, Joseane Santos da Silva. Concepções de ensino-aprendizagem de profissionais formados em letras. **Revista Eventos Pedagógicos**, Mato Grosso, v.3, n.1, Número Especial, p. 437– 446 abr. 2012. Disponível em: <<http://sinop.unemat.br/projetos/revista/index.php/eventos/article/download/583/396>>. Acesso em: 02 marc. 2019.

FERREIRA, Palloma Rosa; SOUSA, Diego Neves de; AMODEO, Nora Beatriz Presno (in memoriam). Situação da Educação Cooperativista nas Cooperativas Agropecuárias de Minas Gerais. **Desenvolvimento em Questão**, v. 16, n. 42, p. 518-552, 29 dez. 2017. Disponível em: <<https://www.revistas.unijui.edu.br/index.php/desenvolvimentoemquestao/article/view/4570>>. Acesso em: 17 jun. 2019.

FRANTZ, Walter. Educação e cooperação: práticas que se relacionam. **Sociologias**. **Revista Sociologias**, Porto Alegre, v. 3, n. 6, jul/dez, p. 242-264, 2001.

FREIRE, Paulo. **Educação como prática da Liberdade**. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 1967. Disponível em: <http://www.dhnet.org.br/direitos/militantes/paulofreire/livro_freire_educacao_pratica_liberdade.pdf>. Acesso em: 26 mai. 2019.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GIUSTA, Agneta da Silva. Concepções de aprendizagem e práticas pedagógicas. **Revista Educação em Revista**, Belo Horizonte, v. 29, n. 01, p. 17-36, mar. 2013. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/edur/v29n1/a03v29n1.pdf>>. Acesso em: 03 mar. 2019.

JACQUES, Elidecir Rodrigues; GONÇALVES, Flávio de Oliveira. Cooperativas de crédito no Brasil: evolução e impacto sobre a renda dos municípios brasileiros. **Revista Economia e Sociedade**, Campinas, v. 25, n. 2, p. 489-509, ago. 2016. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ecos/v25n2/0104-0618-ecos-25-02-00489.pdf>>. Acesso em: 03 mar. 2019.

JUNQUEIRA, Fernanda Campos et al. A utilização das redes sociais para o fortalecimento das organizações. In: Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, XI, 2014. **Anais**. Disponível em: <<https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos14/22020181.pdf>>. Acesso em: 20 fev. 2019.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Evolução do cooperativismo no Brasil: DENACOOOP em ação**. Brasília: MAPA, 2006. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/assuntos/cooperativismo-associativismo/arquivos-publicacoes-cooperativismo/evolucao-do-cooperativismo-no-brasil.pdf/view>>. Acesso em: 08 mar. 2019.

MIZUKAMI, Maria da Graça Nicoletti. **Ensino: as abordagens do processo**. São Paulo: EPU, 1986.

MUNDO COOP. **Página do Facebook**. Disponível em: <<https://www.facebook.com/mundocoop/>>. Acesso em: 8 jun. 2019.

NAMORADO, Rui. **Cooperativismo – um horizonte possível**. 2005. Disponível em: <<https://www.ces.uc.pt/publicacoes/oficina/229/229.pdf>>. Acesso em: 18 fev. 2019.

NÉSPOLI, José Henrique Singolano. Paulo Freire e Educação Popular no Brasil contemporâneo: Programa MOVA-SP (1989-1992). **Revista Educação Popular**, Uberlândia, v. 12, n. 1, p. 31-40, jan./jun., 2013.

PORTAL DO COOPERATIVISMO FINANCEIRO. **Capital Social**. Disponível em: <<https://cooperativismodecredito.coop.br/legislacao-e-gestao/capital-social/>>. Acesso em: 26 mai. 2019.

PRODANOV, Cleber Cristiano. FREITAS, Emani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

Disponível em: <<http://www.feevale.br/Comum/midias/8807f05a-14d0-4d5b-b1ad-1538f3aef538/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf>>. Acesso em: 15 mar. 2019.

PROJETO MEMÓRIA PAULO FREIRE (Ed.). **O método Paulo Freire**. Disponível em: <http://www.projetomemoria.art.br/PauloFreire/pensamento/01_pensamento_o%20metodo_paulo_freire.html>. Acesso em: 03 mar. 2019.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

REVISTA SICOOB. **Associado a você**. Ano 4, out/nov/dez, 2013. Disponível em: <<https://www.sicoob.com.br/documents/21826417/31123901/Revista+Sicoob+ed.+16.pdf/cb93e8fe-d440-4466-9192-78c3c9db4e12>>. Acesso em: 09 mar. 2019.

ROSA, Hiago Pacheco; ALVES, Cinara Neumann. **Educação, formação e informação: O 5º princípio do cooperativismo em uma cooperativa de Santana do Livramento**. Disponível em: <<http://dspace.unipampa.edu.br:8080/jspui/bitstream/rii/1838/1/Hiago%20Pacheco%20Rosa.pdf>>. Acesso em: 20 mai. 2019.

SANTOS, Rumeninng Abrantes *et al.* **Comunicação digital e a preocupação com a comunidade: um estudo de caso em uma cooperativa de crédito de Araguaína**. REMark – Revista Brasileira de Marketing, São Paulo, v. 13, n. 5, p. 94-108, Julho/Setembro, 2014.

SCHNEIDER, José. Odelso. Pressupostos da educação cooperativa: a visão de sistematizadores da doutrina do cooperativismo. In: SCHNEIDER, J. O. **Educação cooperativa e suas práticas**. Brasília: SESCOOP, 2003.

SETTE, Ana Tarsila de Miranda de Souza. SETTE, Ricardo de Souza. SOUZA, Magno de. **A organização cooperativa sob a ótica dos cooperados**. Disponível em: <<http://www.sober.org.br/palestra/2/952.pdf>>. Acesso em 04 mar. 2019.

SICOOB. **Sicoob SC/RS se aproxima do número de 1 milhão de associados**. Disponível em: <<http://www.sicoobsc.com.br/blog/noticias/sicoob-sc-rs-se-aproxima-numero-de-1-milhao-de-associados/>>. Acesso em: 8 jun. 2019.

SICOOB SC/RS. (Brasil). **Página do Facebook**. Disponível em: <<https://www.facebook.com/sicoobscrs/photos/a.284741281635798/1839822306127680/?type=3&theater>>. Acesso em: 2 mar. 2019.

SICCOOB SC/RS. **Página do Facebook.** Disponível em: <<https://www.facebook.com/sicoobscrs/>>. Acesso em: 14 mar. 2019.

SICCOOB. **Política Institucional de Segurança Cibernética do Sicoob.** Disponível em: <https://www.sicoob.com.br/documents/21826417/42958024/politica-seguranca-cibernetica_02-07.pdf/442a6d37-d08a-46ac-a46d-9cfcad7f69fe>. Acesso em: 23 de jun. 2019.

SOCIALBAKERS. **Brazil Facebook Statistics.** Disponível em: <<https://www.socialbakers.com/statistics/facebook/>>. Acesso em: 20 mar. 2019.

SISTEMA OCB. **História do Cooperativismo.** Disponível em: <<https://www.ocb.org.br/historia-do-cooperativismo>>. Acesso em: 18 de fev. 2019.

SILVA, Paulo Henrique da et al. Participação social e controle democrático nas cooperativas: uma análise da cooperativa de transporte de Minas Gerais. **Revista de Gestão e Organizações Cooperativas – RGC**, Santa Maria, RS, Edição Especial, p. 103-124, jan. 2018. Disponível em: <<http://www.posextensaorural.ufv.br/wp-content/uploads/2018/02/Participa%C3%A7%C3%A3o-Social-e-controle-democr%C3%A1tico-nas-cooperativas-uma-an%C3%A1lise-de-uma-cooperativa-de-transporte-em-Minas-Gerais.pdf>>. Acesso em: 4 mar. 2019.

SILVA, Renato Tavares da; VENTURA, Carla Aparecida Arena. **A evolução normativa do cooperativismo de crédito e seus reflexos no desenvolvimento regional** - estudo de caso do SICCOOB COCRED. Disponível em: <http://pos.unifacef.com.br/_livros/Vanguarda_Conhecimento/Artigos/Renato_Tavares_Silva.pdf>. Acesso em: 09 mar.2019.

SILVA, Suelen de Aguiar. **Desvelando a Netnografia: um guia teórico e prático.** 2015. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/interc/v38n2/1809-5844-interc-38-02-0339.pdf>>. Acesso em: 23 de junho de 2019.

SISTEMA OCB. **Mídias Digitais: Manual de Conduta.** Brasília, 2015. Disponível em: <<http://www.sescoopr.s.coop.br/app/uploads/2018/04/manual-redes-sociais-ocb.pdf>>. Acesso em: 20 fev. 2019.