

O ELO COMUNICACIONAL ENTRE COOPERAÇÃO E CONFLITO COMO IMPULSIONADOR DA INOVAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES

Tainah Veras¹; Maria Eugenia Porém²

¹Doutoranda do programa de pós-graduação em Comunicação da Unesp-Bauru, membro do grupo de pesquisa “Núcleo de Comunicação, Inovação e Gestão” – CNPq/Unesp. tainah.veras@gmail.com

²Pós-doutoranda na Escola de Comunicação e Artes da USP, docente da Unesp-Bauru, e coordenadora do grupo de pesquisa “Núcleo de Comunicação, Inovação e Gestão” – CNPq/Unesp. meporem@faac.unesp.br

RESUMO

Este estudo tem o objetivo de investigar de que maneira o elo entre cooperação e conflito pode estimular a inovação nas organizações. Parte-se do pressuposto de que a inovação depende invariavelmente da comunicação para existir, e que a comunicação, por sua vez, envolve tanto práticas cooperativas quanto situações de conflito. Para ampliar o entendimento sobre esse enfoque, realiza-se uma pesquisa bibliográfica com fins exploratórios, e os resultados indicam a necessidade de promover nas organizações o questionamento e a ressignificação dos próprios conceitos de cooperação e conflito, para que eles sejam vistos de forma integrada e alinhada à realidade comunicacional.

Palavras-chave: Inovação. Cooperação. Conflito. Comunicação. Organizações.

INTRODUÇÃO

Apesar de a inovação ser encarada na contemporaneidade como solução para resolver muitos problemas socioeconômicos e ampliar o desenvolvimento de organizações e países (GODIN, 2015), o entendimento do conceito costuma ficar restrito a um olhar instrumental e isolado, como se inovar fosse “[...] um evento único, como uma lâmpada que acende sobre a cabeça [...]” (BESSANT; TIDD, 2009, p. 46). Com isso, pouco se discute sobre o contexto propício para a inovação, sobre os processos culturais aos quais ela está ligada e sobre o protagonismo da comunicação nesses processos. Ao relegar a importância da comunicação para a existência da inovação, relega-se também, entre outras questões, a relevância da cooperação e do conflito nas práticas inovativas. Sabendo, de acordo com Silva (2008, p. 7), que: “Relação é, ao mesmo tempo, conflito e cooperação”, entende-se que é fundamental refletir sobre a conexão entre esses aspectos.

OBJETIVOS

O estudo visa investigar de que maneira o elo entre cooperação e conflito, como elementos indissociáveis às práticas comunicativas do cotidiano, pode estimular a inovação nas organizações.

METODOLOGIA

Optou-se pela realização de uma pesquisa bibliográfica, que privilegia a reflexão no contato com as fontes e nos processos de observação da realidade (DMITRUK, 2004). Realizou-se, nesse estudo, uma abordagem com fins exploratórios, escolhida quando o objetivo é aprimorar ideias gerais com base no levantamento de informações sobre um assunto (GIL, 1999).

RESULTADOS PARCIAIS

Entende-se que é preciso enxergar as organizações de forma dinâmica, a partir das contradições que as permeiam e de aspectos aparentemente opostos, como cooperação e conflito, que na verdade se complementam, em uma perspectiva complexa (MORIN, 2005).

A complementaridade entre esses aspectos reside no fato de que, se por um lado o excesso de conflitos pode ser prejudicial para a perenidade das organizações e para a manutenção de valores comuns construídos a partir de práticas cooperativas, por outro lado ele é fundamental para que olhares diferentes possam se contrapor e novas ideias surjam para estimular a inovação.

A fim de fortalecer essa lógica, acredita-se que deve haver o estímulo ao questionamento e à resignificação destes conceitos de conflito e cooperação, para que, ao invés de serem vistos de forma dicotômica e isolada, eles sejam compreendidos como aspectos inseparáveis das práticas comunicativas que são fundamentais para a inovação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Longe de serem espaços puramente estáticos e regulares, mantidos por ações individualizadas, as organizações são formadas por mudanças e divergências que surgem a partir da comunicação entre os indivíduos. Por isso, a coexistência entre aspectos aparentemente opostos como cooperação e conflito é fundamental para a promoção de inovações e a obtenção de resultados.

REFERÊNCIAS

BESSANT, J.; TIDD, J. **Inovação e Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

DMITRUK, H. B. Pesquisa bibliográfica e outros tipos de pesquisa. In: DMITRUK, H. B. (Org.). **Caderno metodológicos: diretrizes do trabalho científico**. 6. ed. Chapecó: Argos, 2004. p. 67-76.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

GODIN, B. Innovation: A Conceptual History of an Anonymous Concept. Working Paper n. 21. **Project on the Intellectual History of Innovation**, Montreal, 2015. Disponível em: <<http://www.csiic.ca/PDF/WorkingPaper21.pdf>>. Acesso em: 27 mar. 2017.

MORIN, E. **Introdução ao pensamento complexo**. São Paulo: Eliane Lisboa, 2005.

SILVA, J. M. Apresentação. In: SCROFERNEKER, C. M. A. (Org.). **O diálogo possível:** comunicação organizacional e paradigma da complexidade. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008. p. 7-10.