Dinâmicas sociais contemporâneas: redes, capital social e desenvolvimento sustentável

Bernardete Bittencourt

Edição electrónica

URL: <http://journals.openedition.org/eces/1418>

DOI: 10.4000/eces.1418

ISSN: 1647-0737

Editora

Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra

Refêrencia eletrónica

Bernardete Bittencourt, « Dinâmicas sociais contemporâneas: redes, capital social e desenvolvimento sustentável », *e-cadernos CES* [Online], 02 | 2008, colocado online no dia 01 dezembro 2008, consultado a 19 abril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/eces/1418> ; DOI : 10.4000/eces.1418

Este documento foi criado de forma automática no dia 19 Abril 2019.

Dinâmicas sociais contemporâneas: redes, capital social e desenvolvimento sustentável

Bernardete Bittencourt

1. Introdução

- 1 Neste artigo se discute redes sociais, relações de confiança e capital social, suas evoluções recentes e alguns conceitos básicos. Analisa-se a ideia que as relações de redes existentes na sociedade moderna servem de base para o desenvolvimento sustentável. Enfatiza-se a importância do uso desta metodologia como ferramenta para o desenvolvimento sustentável de comunidades e grupos sociais, sob a óptica dos conceitos de Mark Granovetter. Neste contexto, as contribuições teóricas mais relevantes são destacadas, assim como o seu potencial de análise, sem perder de vista o objecto do estudo de caso.
- 2 Usa-se como base do argumento os estudos publicados por Mark Granovetter que abordam acção económica e estrutura social, incrustação, redes sociais, relações de confiança, capital social, desenvolvimento económico. Descreve-se em moldes de um estudo de caso o ambiente de uma empresa de microcrédito – Centro de Apoio aos Pequenos Empreendimentos do Piauí - CEAPE/ PI – situada no Nordeste brasileiro, para dar exemplo da real aplicação do conceito de Granovetter. Parte-se de uma contextualização teórica com base no autor principal – Granovetter – e discute-se outros autores que ajudam a sustentar o discurso de que as relações de confiança, redes e capital social contribuem para o desenvolvimento sustentável.
- 3 Em um mundo de diversidades e/ ou de homogeneidades, as redes de relações sociais têm sido investigadas em várias áreas do conhecimento. Áreas como a sociologia, a economia, a gestão, ciências políticas ciências da comunicação, como base para a geração do conhecimento e acção social. Analisa-se a sua relevância económica e política no contexto do desenvolvimento sustentável, da governação e dinâmicas sociais contemporâneas.

- 4 O presente artigo não possui conclusão. Trata-se de um estudo que compõe a base teórica da tese de doutoramento da autora – políticas de desenvolvimento sustentável um instrumento estratégico de criação de emprego – e se insere na linha de pesquisa do SOCIUS: Desenvolvimento Sustentável, Terceiro Sector e Redes Sociais.

2. Globalização e os seus efeitos no local

- 5 Com a globalização o (re) surgimento das sociedades modernas transfere as relações sociais para um território mais amplo. As fronteiras desaparecem e, ao mesmo tempo, colocam à disposição das colectividades um conjunto de referências que resultam da mundialização do conhecimento, do avanço tecnológico, do desenvolvimento (in) sustentável. Cada grupo social, ou comunidade local, irá se apropriar das mais variadas maneiras na elaboração de suas redes sociais de identidades colectivas (Beck, 1999).
- 6 A sociedade global, longe de atingir a igualdade das sociedades, está marcada por uma hierarquia clara e injusta. As redes sociais são diferentes e desiguais porque as instâncias que as constroem têm distintas posições de poder e de legitimidade (Castells, 2002).
- 7 O ponto mais significativo deste processo reside na questão da constituição e na construção das identidades sociais das pessoas. As pessoas têm uma necessidade premente de pertencimento e de reconhecimento em relação à comunidade ou grupo social no qual estão inseridas. A sua organização em torno de projectos comuns, sobretudo de desenvolvimento socio-económico-cultural, onde os indivíduos compartilham não só o mesmo território, mas seus interesses, suas necessidades, enfim, desejos comuns, constitui-se como um processo de formação de redes individuais e colectivas (Santos, 2002).
- 8 A tendência da globalização – um mundo uno, interconectado e interdependente – supõe simultaneamente, e como parte de um mesmo processo, a reafirmação da diversidade sócio-económico-cultural e das identidades locais e nacionais (Chesnais, 2001).
- 9 Em um processo de constituição de identidades através de projetos sociais sustentáveis, as pessoas vêm se organizando em redes alternativas ou redes de solidariedade social, como forma de se afirmarem perante as relações sociais assimétricas e na direção da constituição da sua identidade e acesso à cidadania (Singer, 2002).
- 10 As redes sociais em sua relação com o território, evidenciam que essa relação é ambígua: ora a rede é factor de coesão, ela solidariza, ela homogeneiza; ora ela transgride os territórios, opondo às malhas institucionais suas lógicas funcionais (Bauman, 1999).
- 11 Nesse aspecto, a análise da evolução das redes, distinguindo sua infra-estrutura, seus serviços e seu comando, permite superar esta contradição evidenciando que sua participação é essencial para a construção de novas escalas territoriais, de desenvolvimento local sustentável, ainda que seu papel não seja determinante, mas de acompanhamento, na estruturação social dos territórios (Capra, 2001 e 2002).

3. Redes de relações sociais – sob a óptica de Granovetter

- 12 Mark Granovetter apresenta no quadro de uma nova sociologia económica uma perspectiva interessante para a compreensão do fenómeno da mercantilização

contemporânea. O autor aborda essencialmente a intricação entre as relações sociais e os mercados, tentando demonstrar que os mercados não são na realidade aquilo que se pensa. Granovetter (1973) cita o exemplo de que, no mercado de emprego, a melhor forma de encontrar um emprego é estabelecendo uma rede de relações pessoais.

- 13 Granovetter (1973) procura mostrar que as explicações dadas pela teoria económica neoclássica para os problemas do mercado de trabalho são insatisfatórias, na medida em que supõem que os indivíduos estão atomizados. Esta abordagem, na visão do autor, não tem em conta o incrustamento dos comportamentos individuais em redes de relações sociais e económicas, nem a combinação das motivações económicas com outras, não económicas. A abordagem sociológica dos mercados difere da abordagem económica na medida que: a) considera os indivíduos agregados, ou seja, influenciados pelos comportamentos alheios; b) considera as ligações que existem entre motivações económicas e não económicas.
- 14 Estudando a obra de Granovetter indentificam-se três teses: A primeira é que a acção económica é uma acção social no sentido de que é orientada por motivações que não se reduzem meramente ao interesse, antes podem incluir um processo de reconhecimento de estatuto, de poder ou de sociabilidade. Nesta perspectiva o autor é claramente influenciado por Max Weber.
- 15 Na segunda tese, Mark Granovetter (1985) evidencia que o comportamento do outro intervém nas escolhas e está inscrito num sistema de relações sociais. Rompe assim com uma concepção atomizada de acção económica e deste modo apresenta a questão da incrustação da actividade económica no tecido social. Esta tese afirma que a acção económica está incrustada em redes de relações sociais que colocam os indivíduos em contacto uns com os outros. Significando que as escolhas de um indivíduo são relativas as escolhas e ao comportamento de outros indivíduos. Percebe-se que neste momento se constrói a discussão das relações de confiança – forma-se a rede de confiança.
- 16 A terceira tese central de Mark Granovetter (1973, 1979, 1985a, 2000, 2003 e 2005) é que as instituições económicas são construções sociais e que como tal devem ser analisadas. Não se pode assim estudar uma instituição sem estudar o processo económico do qual ela resulta.
- 17 Uma nova teoria da incrustação é proposta por Granovetter (2003), segundo qual a própria trajetória das instituições de economia de mercado está incrustada no tecido social e inserida em redes sociais. Neste momento Mark Granovetter difere de Karl Polanyi (Krippner, 2004), pois Polanyi (1944) considerava que existia uma polaridade de princípios económicos e que o princípio da troca de mercado, para além de ser desenvolvido mais tarde, se encontra desencrustado no tecido social.
- 18 Durante muito tempo a visão dominante dos sociólogos e demais cientistas sociais foi de que o comportamento económico, à medida que as sociedades foram se desenvolvendo, foi progressivamente se autonomizando. Ou seja, é uma perspectiva que vê a economia como algo que é ou se vai progressivamente separando da sociedade.
- 19 Granovetter (2003), observa duas concepções opostas das relações entre actividade económica e a estrutura social: uma que ele designa de sobresocializada e outra a que chama de subsocializada. Estas duas concepções são coincidentes em um ponto – a ideia que as acções e decisões são concluídas por actores atomizados. Na concepção subsocializada a atomização resulta da persecução racional de interesses próprios. Na concepção sobresocializada, evidencia-se a ideia que os padrões comportamentais são

interiorizados e deste modo as relações sociais correntes têm pouco efeito sobre o utilizador. O autor demonstra que mesmo quando os economistas dão verdadeira importância às relações sociais, normalmente não têm em conta a história dessas relações e da sua posição perante outras relações.

- 20 Continuando com a análise, vê-se que o autor, ao defender as redes de relações, em vez da moral ou das instituições, identifica as primeiras como as estruturas que asseguram a função de manutenção da ordem, mesmo reconhecendo que há o risco de ser considerado demasiado optimista. Contudo, existem duas formas de diminuir este risco. A primeira trata-se de reconhecer que enquanto solução para o problema da ordem, a perspectiva da incrustação é menos universal que qualquer um dos argumentos alternativos; uma vez que as redes de relações sociais penetram irregularmente em diferentes graus nos vários sectores da vida económica. O segundo, consiste em realçar que as relações sociais, em muitos casos, são uma condição necessária para que exista um relacionamento efectuado na base da honestidade, porém não são suficientes para garantir que ele se efectue realmente.
- 21 Pode este esquema se perverter e a rede de relações sociais originar actos de má fé. Quanto ao problema da confiança e da ordem na vida económica, Granovetter procura se situar entre a proposta sobressocializada da moral generalizada e a perspectiva subsocializada dos dispositivos pessoais e institucionais. Ou seja, ao contrário de ambas as visões não produz generalizações, antes assume que serão as particularidades da estrutura social que determinam em concreto cada situação (Marques, 2003).
- 22 Quanto à questão dos mercados, o autor defende que o mercado anónimo não existe na vida económica e que as transacções que aí são efectuadas estão associadas a conexões sociais.
- 23 As redes sociais existem não só intra-empresas, como igualmente se manifestam inter-empresas. Granovetter (2003) ainda sugere que não apenas nos níveis de topo as empresas estão, igualmente, ligadas por redes de relações pessoais, mas sim, estas redes existem em todos os níveis em que as transacções ocorrem. As redes de relações sociais são importantes no interior das empresas, sendo que muitas das vezes as relações informais se sobrepõem às relações formais, expressas nos organogramas. Muitas vezes encontramos boas performances e um nível de ordem elevado no mercado, enquanto nas empresas se regista um elevado nível de desordem. Tal facto se explica, para Granovetter (2003 e 2005a), pela natureza das relações pessoais e das redes de relações que as empresas criaram entre si e no seu próprio interior. Ou seja, para Granovetter (2003) a ordem e a desordem na vida económica; a honestidade e a má fé nas transacções comerciais, têm mais a ver com as estruturas das relações do que com as formas organizacionais.
- 24 Propõe-se assim uma investigação futura sobre a questão dos mercados e das hierarquias tendo em conta os padrões reais de relações pessoais através das quais se efectuam as transacções económicas. Segundo Granovetter (2003), esta atenção poderá esclarecer quer os mecanismos de integração organizacional, quer facilitar a compreensão das formas intermédias entre os mercados atomizados e as empresa totalmente integradas. Grande parte do comportamento se encontra profundamente incrustado em redes de relações pessoais (Granovetter 1985).
- 25 De um modo geral, Mark Granovetter (1985, 2000, 2003 e 2005a), chama a atenção para o facto da necessidade dos sociólogos se aproximarem do estudo da actividade económica, principalmente recuperando a ideia desenvolvida por Max Weber, segundo a qual a acção

económica é uma categoria particular da acção social. Por outro lado, considera-se também que os aspectos não mercantis da economia, não podem ser esquecidos pela sociologia económica. Ou seja, que às actividades financeiras, se junta também uma economia não monetária.

4. Rede? Mas o que é uma rede?...social! Local! Global!

- 26 É possível construir formas de organização social inovadoras, baseadas em princípios democráticos, inclusivos, emancipadores e que busquem a sustentabilidade. Organizações, pessoas e grupos de todas as partes, do local ao global, podem somar seus talentos, vocações e recursos em torno de objetivos comuns e fortalecer a ação de todos.
- 27 Criando conexões abrimos à nossa frente um enorme horizonte de possibilidades. Podem ser parcerias, trocas, amizades, afetos, novos valores e formas de convivência, criação de conhecimentos, aprendizados, apoios, diálogos, participação, mobilização, força política, conquistas e muito mais (Granovetter, 1985).
- 28 A figura da rede é a imagem mais usada para designar ou qualificar sistemas, estruturas ou desenhos organizacionais caracterizados por uma grande quantidade de elementos (pessoas, pontos-de-venda, entidades, equipamentos etc.) Dispersos espacialmente e que mantêm alguma ligação entre si. É uma metáfora comum à nossa época, que ainda mal compreende a natureza do fenómeno da Internet e de seus efeitos e, portanto, tende a atribuir a toda a situação de interligação características presentes na rede de computadores.
- 29 Se antes, na sociedade industrial, os processos de trabalho eram bem representados pela metáfora da máquina (ou do mecanismo), agora o desenho da rede passa a ocupar lugar preponderante no imaginário da sociedade pós-industrial. Mas nem tudo o que apresenta estes três aspectos – quantidade, dispersão geográfica e interligação – é rede (Benko e Lipietz, 1994).
- 30 Há aqui um problema: quando tudo indiscriminadamente se torna rede, essa vigorosa idéia-força perde brilho e poder explicativo e, o que é pior, deixa de ostentar algumas de suas características mais preciosas: seu poder criador de ordem nova e seu caráter libertador. Quando tudo é rede, estruturas velhas e novas, modos convencionais e modos inovadores de fazer, estratégias de opressão e estratégias de libertação se confundem sob uma pretensa aparência. Se não puder estabelecer algumas distinções, o conceito de rede deixa de ter sentido e passa a não servir para nada.
- 31 A rede tem sido um instigante objeto de estudo de várias áreas do conhecimento humano, da biologia, passando pela matemática, às ciências sociais. As abordagens – e efetivamente o conceito de rede empregado – variam conforme o instrumental analítico e as bases teóricas de cada área. Apesar disso, os estudos sobre redes ganharam um caráter fortemente interdisciplinar, ancorados em perspectivas filiadas às várias correntes do chamado pensamento sistémico e às teorias da complexidade (Capra, 2001, 2002).
- 32 Castells (2002), que também é uma das referências dos estudos de redes no campo das ciências sociais, analisa a nova configuração da sociedade a partir da difusão do uso das novas tecnologias da informação e da comunicação. Para ele, essas tecnologias fornecem hoje a base material para a impregnação em toda a estrutura social de uma lógica de

redes, o que seria determinante para a emergência mesmo de uma sociedade em rede, segundo o autor.

- 33 Diversas estruturas organizativas que se apresentam com o nome de rede, definitivamente não o são em função de sua arquitetura vertical, da decisão centralizada e de seu perfil não-participativo e autoritário de gestão.
- 34 A capacidade de operar sem hierarquia parece ser, assim, uma das mais importantes propriedades distintivas da rede. Entretanto, se é correcto afirmar, como Capra (2002), que não há hierarquia na natureza, o mesmo não se pode dizer das sociedades humanas. Ao contrário, pirâmides são um desenho institucional bastante comum, e a hierarquia, parece ser o modo natural da organização dos relacionamentos humanos. Porém, quando se estuda o funcionamento das redes sociais, em particular aquelas de carácter estritamente informal e não-institucional, passamos a ver também a emergência de fenómenos organizativos não-verticais, isto é, não-hierárquicos, funcionando produtivamente na sociedade (Macías, 2002).
- 35 A hierarquia se expressa, de forma bem evidente, na estrutura vertical da pirâmide. Da mesma maneira, a não-hierarquia pode ser representada pela arquitetura da rede. A rede, assim, teria como propriedade organizacional mais característica a horizontalidade. Rede seria um conjunto de pontos interligados de forma horizontal, o que quer dizer, em outras palavras, um conjunto de nós e linhas organizado de forma não-hierárquica. Esse é um aspecto decisivo quando consideramos a rede como um padrão organizativo e um modo de operação de carácter emancipatório (Sen, 2000). Por isso, posso indagar qual é a relação entre a forma da rede e o seu modo horizontal de funcionar? A aposta é de que a rede produz horizontalidade e a horizontalidade produz rede. Para entender essa formulação, será preciso examinar melhor as características morfológicas da rede, a começar pela sua dinâmica motriz, a chamada conectividade social. Para a melhor compreensão do conceito exposto, exponho a figura I fazendo referência as principais características de uma rede social.

Figura I – Característica de uma Rede

- 36 Experiência concreta de uma pessoa numa comunidade, e o modo como tece suas relações pessoais, esclarece ainda melhor duas propriedades morfológicas da rede (Granovetter 1973, 2003), ver figura I – sua não-linearidade e sua configuração aberta – e uma terceira característica: seu dinamismo organizacional. Pessoas conhecem pessoas o tempo todo, e o fato de terem conhecido e de continuarem a viver a experiência de conhecer gente nova é uma evidência da configuração aberta da rede que participam (Granovetter, 1973, 1979, 2003).

5. Rede, capital social e desenvolvimento local sustentável

- 37 Fazem parte de um velho paradigma científico todas as tentativas de explicação da realidade social baseadas em modelos de causalidade unívoca e padrões de relações lineares, como as utilizadas, por alguns economistas, quando, por exemplo, encaram o desenvolvimento social como resultado de crescimento econômico. Curiosamente, o que em geral se verifica é o inverso: sem atingir um certo nível de desenvolvimento social as sociedades têm grandes dificuldades para se expandir economicamente.
- 38 Como cada vez mais gente se dá conta disso, tem ressurgido a noção de capital social, uma velha idéia toquevilliana, originalmente política, agora travestida com linguagem econômica por motivos óbvios: para ter mais chances de ser aceite, ou, pelo menos, considerada pelos sacerdotes da modernidade – os economistas – que, via de regra, controlam o pensamento dos *policymakers*. Fala-se então de acumulação de capital social para expressar a quantidade, o volume ou frequência, de certas características extra-econômicas, de formas não-financeiras de poupança, em sentido metafórico, que deve

possuir uma sociedade para alcançar a prosperidade econômica, ou seja, para atingir o que boa parte dos economistas querem entender por desenvolvimento local sustentável.

- 39 Ora bem, ou concordo com isso ou não concordo! Quero dizer: o capital social não pode ser apenas um elemento ornamental do discurso *aggiornato* sobre o desenvolvimento local sustentável. Se concordo, então tenho que tirar todas as consequências da admissão desse novo referencial conceitual.
- 40 Com o quê, todavia, cabe-me concordar ou não? Cabe-me concordar – ou não – com a seguinte premissa: o capital – económico – propriamente dito não consegue se acumular e se reproduzir sustentavelmente em ambientes onde não exista um estoque suficiente desse outro tipo de capital que chamamos de capital social.
- 41 Neste contexto, com base nos estudos de Granovetter (2000), faço a seguinte suposição: as empresas de microcrédito portuguesas, com toda a sua determinação, disciplina e competência tecnológica, não conseguem alcançar os resultados obtidos pelo CEAPE/ PI, no Brasil. E porque? Porque no Piauí, estado nordestino, de extrema pobreza, existem muitas redes informais, existem múltiplos laços de conexões horizontais entre pessoas e organizações, confirmando os “três conceitos nucleares: confiança, redes e capital social” (Marques, 2003:16). Ou seja, porque o estoque de Capital Social é maior no Piauí do que em Portugal. Observar a figura II

Figura II – Três Conceitos Nucleares

- 42 As conexões horizontais mencionadas acima são, principalmente, aquelas extra-econômicas e extra-parentais, que foram chamadas por Granovetter (1973) de ‘laços fracos’, ou seja: não-imediatamente interessadas – não relativas à obtenção de salário ou lucro, nem à sua defesa, como as relações corporativas – e não determinadas por fatores imunes à vontade do sujeito – como as relações forçadas por herança genética comum, como consangüinidade ou raça ou impostas heteronomamente pelo padrão de organização ou pelo modo de regulação predominantes.

- 43 Que conexões são essas, denominadas por Granovetter (1973 e 2003) de ‘laços fracos’, embora vistos como ‘fracos’, têm o condão de produzir uma forma ou tipo de capital sem o qual, tudo indica, não pode haver prosperidade econômica? São conexões em rede constituídas a partir de valores compartilhados e objetivos comuns e que se referem à maneira como as pessoas convivem – as emoções e as razões pelas quais permanecem juntas, a forma como se relacionam e o modo como regulam seus conflitos e se conduzem colectivamente.
- 44 Do ponto de vista do capital social, a confiança é o primeiro fator para a criação de um ambiente favorável ao desenvolvimento local sustentável. Para que esse ambiente se forme e permaneça existindo ao longo do tempo é necessário que se instale na colectividade algo como uma cultura de confiança que induz à cooperatividade sistêmica (Marques, 2003).
- 45 O capital social é definido como normas, valores, instituições e relacionamentos compartilhados que permitem a cooperação dentro ou entre os diferentes grupos sociais. Dessa forma, são dependentes da interação entre, pelo menos, dois indivíduos. Assim, fica evidente a estrutura de redes por de trás do conceito de capital social, que passa a ser definido como um recurso da comunidade construído pelas suas redes de relações (Marques, 2003; Singer, 2000; Souza, 2003).
- 46 A construção de redes sociais e a consequente aquisição de capital social estão condicionadas por factores culturais, políticos e sociais. Entender a sua constituição pode levar à sua utilização, com mais recurso, em favor do desenvolvimento local e inclusão social, especialmente das comunidades excluídas. Para isso, deve-se ter em conta que as redes se constituem em canais pelos quais passam informações, comunicação e conhecimento (Castells, 2002; Chesnais, 2001; Sen, 2000). Os valores e as expectativas em torno da rede dão origem a normas de controle sobre seus membros.¹
- 47 Padrão vertical de organização, subordinação e dependência impedem a geração, a acumulação e a reprodução do capital social. Para que o capital social possa ser gerado, acumulado e reproduzido é necessário que as pessoas formem uma rede social, formem laços, nós entre elas, segundo um padrão horizontal de organização, que não sejam em tudo subordinadas umas às outras e que sejam interdependentes ao invés de dependentes (Marques, 2003).
- 48 A capacidade de estabelecer ligações entre os seus membros dá a medida da conectividade interna da organização social. Se essas relações forem horizontais, temos uma conectividade horizontal que enseja a circulação da informação e comunicação, dissolvendo os núcleos burocráticos baseados no segredo e favorecendo a desconcentração do saber (Granovetter, 1985, 2005a).
- 49 Além disso, para haver a confiança e a rede social, é necessário que as pessoas compartilhem valores e objetivos comuns, ou seja, que tenham um projecto social em comum. Não se pode criar um clima favorável ao desenvolvimento sustentável se as pessoas não participam voluntariamente de ações conjuntas. E isso elas só farão na medida que compreendam que estão compartilhando um mesmo projecto (Marques, 2003).
- 50 Do ponto do capital social, a criação de um ambiente favorável ao desenvolvimento local sustentável depende destes fatores: a confiança, e a rede. Estes dois fatores estão intimamente imbricados: redes sociais só se formam com base na confiança; o exercício a confiança leva as pessoas à cooperação e a se relacionarem segundo um padrão de rede

(Marques, 2003). Assim como capital social é confiança e cooperação ampliadas socialmente, redes também são capital social. Porque tanto confiança quanto redes formam comunidade – que, por sua vez, são usinas de capital social.

- 51 Ao lado do capital social – como fator decisivo para o desenvolvimento sustentável – há também o capital humano. Um dos principais elementos do capital humano é a capacidade das pessoas em fazer coisas novas, exercitando a sua imaginação criadora, o seu desejo, sonho e visão – e se mobilizando para adquirir os conhecimentos necessários, capazes de permitir a materialização do anseio, a realização do sonho e a viabilização da visão. Ora bem, isso tem um nome: chama-se empreendedorismo (Singer, 2000; Macías, 2002).
- 52 Portanto, para se ter um ambiente favorável ao desenvolvimento precisamos ter, também, um ambiente favorável à inovação. Um ambiente favorável à inovação depende da liberdade para criar e da ousadia de inventar, o que é função, por sua vez, da cultura empreendedora da sociedade local.
- 53 Uma outra maneira de dizer a mesma coisa é a seguinte: para desencadear um processo de promoção do desenvolvimento local sustentável, precisa-se criar um ambiente favorável ao desenvolvimento. Ora, do ponto de vista do desenvolvimento social e humano sustentável, criar um ambiente favorável ao desenvolvimento é começar investindo no capital social – quero dizer, na capacidade da sociedade de cooperar, formar redes, regular seus conflitos democraticamente e, enfim, constituir comunidade – e no capital humano – sobretudo no empreendedorismo (Singer, 2000; Sen, 2000; Souza, 2003).
- 54 Sem a base de confiança fornecida pela cooperação ampliada, acumulada e reproduzida socialmente e sem empreendedorismo, dificilmente conseguiremos promover o desenvolvimento local, como mostram numerosas evidências registradas em todas as partes do mundo.
- 55 Um ambiente favorável ao desenvolvimento local sustentável é função do capital social e do capital humano. No que tange ao capital social temos três fatores, intimamente relacionados entre si: a confiança que induz a cooperação, a rede que favorece o relacionamento social e a democracia. No que tange ao capital humano o principal fator é o empreendedorismo.

6. Microcrédito, empreendedorismo, redes sociais, relações de confiança, fiança solidária um estudo de caso - CEAPE/PI

- 56 Uma das características do pequeno empreendimento é a escassez de fundo de maneio e para investimento. Formado a partir de uma pequena economia, da venda de um bem, ou da indenização por um despedimento de trabalho, esses pequenos negócios não têm recursos próprios para crescer e estão excluídos do crédito institucional.
- 57 O pequeno empreendedor de baixa renda exerce uma actividade económica por conta própria, no sector de comércio a retalhos, mas em maior número nos sectores de produção e serviço. Estas pessoas, devido ao facto de não terem acesso ao mercado formal de trabalho ou dele terem sido excluídas em período de crise e/ ou reestruturação produtiva, constituíram, utilizando a poupança de toda uma vida, um negócio por conta

própria, como alternativa de sobrevivência. Estes negócios podem ser definidos como unidades muito pequenas, geradoras de renda familiar, cujos proprietários trabalham directamente no dia-a-dia dos empreendimentos, acumulando funções produtivas e gerenciais, com pequeno número de pessoas ocupadas, recorrendo principalmente aos membros da família, dispondo de pouco capital e tecnologia rudimentar.

- 58 Em geral, o pequeno empreendedor conta com grande experiência no seu trabalho. Aprendeu o ofício no seio da família, como trabalhador de outro pequeno empreendimento, ou como empregado de uma empresa formal. No entanto, falta-lhe formação empresarial para transformar sua actividade económica de sobrevivência em empresa competitiva.
- 59 A importância, económica e social, dessas pequenas unidades para o país é inquestionável. Cerca de 25% da população urbana economicamente activa está vinculada a um pequeno empreendimento no Brasil. Isto representa um universo de cerca de 14 milhões de pessoas directamente envolvidas.²² Ao se olhar as funções de canais de distribuição de milhares de produtos, de formadoras de mão-de-obra a baixo custo, de mercado consumidor de ferramentas, máquinas e equipamentos de fabricação simples, de oportunidade para o exercício de uma vocação – o de ter o seu próprio negócio –, compreender-se-á o papel estratégico que se coloca os pequenos empreendimentos, como via de crescimento económico e bem-estar social.
- 60 A pré-condição é estar atendendo a uma necessidade básica dos clientes em potencial. Há uma grande demanda por crédito nesse sector e o principal aspecto a ser contemplado é o acesso oportuno e ágil ao crédito e não ao preço do dinheiro. Atendida essa condição, o segredo do êxito está no uso da Tecnologia do Microcrédito Orientado, ou seja, na formação de uma rede social através das relações de confiança, da cooperação entre os parceiros para a formação e a expansão do capital social, que reúne uma série de condições que, em seu conjunto, resulta num produto adequado às condições económicas, gerenciais e culturais desta clientela.
- 61 A primeira questão a ser resolvida é a institucional. Torna-se necessário uma organização especializada no atendimento a esta clientela, que funcione de maneira leve, desburocratizada, mas, ao mesmo tempo, com elevado padrão gerencial e técnico e devidamente apropriado ao nível deste sector da economia.
- 62 Uma visão estratégica, de longo prazo, que incorpore uma ampla penetração no mercado, atendendo a milhares de clientes, e a presença nas comunidades onde esses clientes vivem e trabalham são pontos essenciais. O pequeno empreendedor não dispõe de tempo e recursos para negociar financiamento para o seu negócio. Por isso, a organização deve reduzir ao máximo os custos de transação do financiamento ao pequeno empreendedor. Para ele, esse custo pesa mais do que o custo financeiro.
- 63 Um aspecto fundamental no conceito das organizações de microcredito são os Recursos Humanos. Eles devem aliar um elevado compromisso social com a população alvo. Ter clara compreensão da importância económica e social dos pequenos empreendedores para o país, e serem abertos à aquisição de novos conhecimentos para adquirirem um excelente nível técnico. Os gestores e técnicos dessas instituições são jovens profissionais, com curso superior nas áreas de economia, gestão de empresas, contábeis e ciências sociais. Aos mesmos deve ser oferecido um programa de formação profissional de forma sistemática e permanente.

- 64 Além da questão institucional e dos Recursos Humanos comprometidos e profissionalizados, entram em cena, os aspectos propriamente metodológicos. A primeira pergunta: como dar crédito para pessoas pobres que não têm garantia real para respaldá-lo? Constitui-se o primeiro laço de confiança, forma-se o primeiro nó da rede, conforme demonstro na figura abaixo.

Figura III – Constituição do Primeiro Nó

- 65 Formalmente, esse problema tem sido resolvido de duas maneiras: a fiança solidária, que consiste na reunião de três a cinco pessoas com pequenos negócios e necessidade de crédito e que, ao mesmo tempo, sejam amigas, vizinhas, e confiam umas nas outras, para formarem um Grupo Solidário (economia solidária). O objetivo é de assumirem a responsabilidade do crédito de todos através do aval solidário (fiança solidária). Com a figura IV quero mostrar a constituição do segundo laço de confiança e primeira expansão da rede. Chamo a atenção pois a partir de agora forma-se a cooperação e organização do capital social para se ganhar a sustentabilidade.

Figura IV – Rede Social e Fiança Solidária

- 66 Trata-se aqui de um processo auto-seletivo. As pessoas buscam, naturalmente, o bom pagador – relação de confiança –, porque sabem que o não-pagamento de um, faz com que todos respondam pelo crédito – cooperação. Se estabelece assim uma rede social (Granovetter, 1973, 1985, 2000, 2003 e 2005a), por parte da organização, de apoio que tem como resultado a recuperação do crédito, uma vez que a comunidade é educada para o melhor uso do dinheiro, assim não se torna réfem do crédito. O CEAPE/PI cumpre o seu papel social cooperando para a sustentabilidade do cliente.³
- 67 Analisar a viabilidade económico-financeira do empreendimento que, na maioria das vezes, é informal, quase sempre sem registros, é outro aspecto importante da metodologia. Para isso, são treinados os Agentes de Crédito. Numa entrevista que é feita no local do empreendimento, quase sempre numa dependência da própria morada do proprietário, o Agente de Crédito diagnostica os aspectos gerenciais, dimensionando, através do diálogo com o cliente. A situação financeira da sua actividade económica e com base nela, verifica-se a viabilidade do crédito a ser concedido, utilizando índices financeiros, fluxo de caixa e outros instrumentos. Para os créditos até R\$ 1.000,00 (hum mil reais),⁴ o equivalente a 400 € (quatrocentos euros) essa análise é simplificada, destacando-se o carácter do empreendedor, o plano de investimento e o fluxo de caixa.
- 68 O passo seguinte é abrir uma linha de crédito ao pequeno empreendedor durante o tempo que ele necessitar, sempre e quando pague bem sua dívida. Os créditos são de curto prazo, até 180 dias para fundo de maneio, renováveis, quase sempre com valores crescentes. Esse é um elemento básico para educar o cliente no bom uso do crédito e um importante incentivo para o pagamento em dia. Ele sabe que ao pagar um crédito receberá outro de valor maior, dispondo, assim, sempre de recursos para incrementar seu fundo de maneio e amparar a sustentabilidade do negócio.

- 69 O facto de vivenciar a obtenção, a administração e a liquidação de diversos créditos, aumenta a relação de confiança. Aumenta a motivação em relação às possibilidades de crescimento da actividade económica. E aumenta ainda o grau de informação e de organização do pequeno empreendedor, ou seja há uma expansão da rede e do capital social (Granovetter, 1973 e 2003; Marques, 2003).
- 70 A adequada visão de prestação de serviço de parte do Agente de Crédito junto ao cliente, é outro fator essencial para que se estabeleça uma relação de confiança. É importante para o real conhecimento do negócio, o acompanhamento do crédito e a produtividade do seu trabalho. A figura V tem o objetivo de acompanhar a expansão da rede de relações sociais e identificar as relações de confiança e a mútua cooperação.

Figura V - Rede de relações Sociais e Cooperação

- 71 Outro aspecto importante é o planeamento das actividades. Cada Agente assume uma região ou zona da cidade na qual concentra os seus clientes. Cada Agente de Crédito pode ter uma carteira entre 250 e 300 clientes. Ele é responsável directamente pelo acompanhamento e recuperação dessa carteira. Observando a figura VI, chamo a atenção para o grau de confiabilidade desta rede de relações sociais, do nível de cooperação e confiabilidade que se instala no local. A cor amarela refere-se aos grupos solidários, clientes.

Figura VI – Rede de Relações e Expansão do Capital Social

- 72 A política de cobrança é explícita, detalhada passo a passo e executada com rigor. O CEAPE/ PI parte do princípio de que está tratando com pessoas produtivas e responsáveis, capazes de assumir compromissos e honrá-los. Um atraso de 24 horas motiva um contacto do Agente com o seu cliente para saber o que aconteceu. As dificuldades reais, quer directamente vinculadas ao negócio ou à família, ou a uma doença, por exemplo, são tratadas com tolerância e resolvidas caso a caso - o crédito pode ser renegociado, ou seja, o exercício da confiança e da cooperação.

CEAPE/ PI – Rede Interna de Gestão Social e Cooperação.

- 73 O CEAPE/ PI nasce com uma cultura transnacional, formada por uma organização francesa, outra nacional e no nível estadual a composição é feita por vários empresários. Posteriormente, adentra este ambiente a ACCIÓN, uma organização interamericana. Nos seus primeiros anos de vida, a equipe administrativa do CEAPE procura criar sua própria cultura organizacional. Na figura VII mostro a configuração da primeira construção da cultura organizacional do CEAPE/ PI.

Figura VII – Rede de Alianças e Cooperação Social – CEAPE/ PI

- 74 A auto-sustentação da instituição, com vistas a manter o fundo rotativo de crédito permanente, só é possível mediante o retorno do crédito concedido – relações de confiança –, acrescido de uma pequena remuneração, no intuito de cobrir os custos que estão envolvidos no processo de liberação de créditos – lei de mercado, segundo Granovetter (1979, 1985, 2003) a construção das redes sociais e o mercado.
- 75 O CEAPE/ PI é uma empresa que, apesar do pequeno porte físico, tem comportamento de uma grande organização. O trabalho de sua equipa levou a empresa a conquistar importantes prêmios em nível nacional e internacional. Em 2004, foi concedido primeiro lugar, pelo Alto Conselho de Cooperação Internacional da França pela excelência no cumprimento de sua missão social. Em 2005 foi eleito pela Fundação Itaú como a terceira melhor instituição de microcrédito do Brasil. Em 2006, saiu vencedor do prêmio de Inclusão Social promovido pelo Sistema Integrado de comunicação Meio Norte em parceria com o Governo do Estado do Piauí, Brasil.
- 76 A cultura de inovação na gestão do microcrédito usando a tecnologia de rede social no CEAPE/ PI vem desde seu princípio. Do seu início até Março de 2002 sua estrutura era constituída por 6 Postos de Atendimento, localizados entre a capital Teresina (PI) e algumas cidades vizinhas do interior do Estado. No período de 2002 a 2005, a organização ampliou suas actividades, implantando mais 3 Postos e assim ampliando a sua rede relações sociais de atendimento ao microcrédito e expansão do capital social. Até 2006 o CEAPE/ PI contava, portanto, com uma estrutura composta por 9 Postos e 5 Pontos de Atendimento e um contingente de recursos humanos constituído por 39 funcionários/ estagiários. A entidade teve como meta para o período de 2006/ 2008 estender suas actividades de crédito orientado – confiança, rede e capital social –, com a instalação de mais 6 Postos de Atendimento e mais 17 Pontos de Atendimento.
- 77 Em nove anos de existência o CEAPE/ PI conquistou uma carteira de clientes referente a 3.853 clientes activos e administrando €802.550, de carteira activa. Ao longo desse período a entidade concedeu 56.296 empréstimos, significando €14.750.814, em apoio a pequenos empreendimentos, gerou 36.774 novos empregos e beneficiou 69.211 pessoas directamente. O Fundo Rotativo, formado inicialmente por doações da UNICEF e da

ESSOR, alcança hoje a cifra de €842.036,00. ⁵A figura VIII tem o propósito de mostrar a expansão da rede de relações sociais do CEAPE/ PI, como se expande o capital social, quando tem entre os seus nós os laços de confiança e cooperação, de que modo o resultado desta acção se repercute no desenvolvimento local integrado e sustentável.

Figura VIII – Rede de Desenvolvimento Local Sustentável - CEAPE/ PI

- 78 Dentro do conceito de rede social a instituição promove um processo gerencial participativo – que entendo como relações de confiança interno –, contando com a colaboração das pessoas em diversos espaços a fim de manter um gerenciamento transparente e comprometido em todos os níveis, configurando a rede de relações sociais interna.
- 79 O CEAPE/ PI em suas Políticas de Recursos Humanos adota um processo de salário fixo combinado com possibilidades de obtenção de remuneração variável baseada na carteira de crédito de cada técnico mediante a observância de critérios de qualidade de carteira. Há um estímulo ao técnico pela colocação de novos clientes na carteira, bem como o pagamento de benefícios representados por plano de saúde e odontológico, bolsa de estudos, e ticket alimentação/ refeição.
- 80 Para dar continuidade aos seus objetivos e atividades, e ganhar maior sustentabilidade competitiva o CEAPE/ PI desenvolveu uma cultura de redes de integração e alianças estratégicas de sustentabilidade. As entidades que fazem parte da rede CEAPE/ PI são: a) FIEPI – Federação das Indústrias do Estado do Piauí; b) SEBRAE/ PI - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas; c) CDL – Câmara de Dirigentes Lojistas; d) ADMs – Agências de Desenvolvimento Municipal; e) BID – Banco Interamericano de Desenvolvimento, para Cooperação Técnica; f) ESSOR– Soutien Formation Realization; g) SEBRAE NACIONAL – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas; g) BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social. Também apóiam o CEAPE/ PI as seguintes instituições: Associação Industrial do Piauí – AIP, Caixa Econômica Federal - CAIXA, Federação do Comércio - FECOMÉRCIO, Federação das Câmaras de Dirigentes

Lojistas – FCDL, SEBRAE/ MA, Agência de Desenvolvimento Empresarial de Campo Maior - ADE. Observar a figura IX.

Figura IX – Rede de Sustentabilidade: Alianças Estratégicas do CEAPE/ PI

7. Uma nota final

- 81 Percebi no meu estudo⁶ que conhecer, e acompanhar a dinâmica organizacional de uma rede social – ambiente interno e externo – é uma necessidade que se impõe sob o aspecto da actualização permanente do capital humano. E, sobretudo, é uma questão de sobrevivência, posicionando a rede social no mercado. Afinal, as redes sociais necessitam da confiança e do comprometimento dos indivíduos para a expansão do capital social e para a sua sustentabilidade.
- 82 Hoje as mudanças contínuas e agilidade de adequação fazem parte dos cenários enfrentados pelo CEAPE/ PI, e também para todas as redes sociais que queiram competir no mercado globalizado. Entretanto, em todo processo organizacional, são as pessoas que pensam, imaginam, criam e agem detalhando situações para melhor atingir seus objectivos e, em consequência, os da própria rede social – relações de confiança e cooperação. Desta forma, observei que o tratamento oferecido aos funcionários do CEAPE/ PI, assim como o estabelecimento das relações com grupos pertencentes aos clientes da actividade da rede, foram compreendidos, demonstrando de que forma afectariam o processo de formação do conceito de rede de relações e capital social. É inegável que o facilitador do processo da constituição da rede social CEAPE/ PI e a integração e cooperação de toda equipe é o grau de confiabilidade que um identifica no outro, de modo que isto reproduz na rede – todos confiam em todos – auxiliados pelo processo de gestão participativa.

- 83 A empresa nada fez de novo. Partindo-se do pressuposto de que todos têm a mesma capacidade criativa – imprescindível para o empreendedorismo – e o que diferencia uma pessoa mais ou menos criativa de outra é o capital humano. O CEAPE/ PI ofereceu oportunidade e estímulo no sentido de exercitar e desenvolver o potencial criativo e de realização das pessoas que compõem a rede – forte presença da confiança – para que ocorra a fiança solidária concretizando a rede e o capital social (Marques, 2003). Considerando, por um lado o incentivo à criatividade com vistas aos novos paradigmas que se apresentam, a exemplo da inovação, da flexibilidade e do risco; e, por outro lado, a importância da participação, da cooperação – já que não bastam apenas normas e padrões de comportamento organizacional, mas a prática: o envolver, o fazer, o experimentar, constituem-se em elementos importantes e indispensáveis para a implantação e fortalecimento de novas atitudes e ações, para a absorção de uma nova forma de ser, actuar e realizar o desenvolvimento local sustentável (Cardoso, 1994; Singer, 2000 e 2003; Sen, 2000).
- 84 Através da rede de cooperação interna o CEAPE/ PI projecta uma rede de comunicação e informação fluente que contribui para a manutenção da rede social. Chamo a atenção para a comunicação porque é importante e deve ser perene, fluir sem interrupção, e não apenas tal acção realizada ou intensificada durante o processo de construção ou expansão da rede, mas, principalmente, na operacionalização e gestão social da rede.⁷ Observar a figura X.

Figura X – Rede de Cooperação Interna do CEAPE/ PI

- 85 Este trabalho não possui uma conclusão. Na verdade, trata-se de um ponto de partida para uma tese de doutoramento. Estudar as relações que induzem a formação de redes e capital social foi o principal objectivo que tentei expor aqui. Os estudos desenvolvidos por Granovetter nesta área foram de fundamental importância, visto que não se trata apenas das relações sociais, mas a referência que aborda com relação ao mercado.
- 86 A intenção maior foi de proporcionar um parâmetro comparativo entre o conceito desenvolvido por Granovetter que envolve relações pessoais, de confiança, redes sociais, complementados pelos outros autores que sustentam os argumentos do capital social, desenvolvimento local sustentável, grupos solidários e a prática em si, como ocorre no

ambiente do CEAPE/ PI. Os desenhos configurando as redes tem o objectivo provocar e promover melhor entendimento visual do conteúdo do discurso.

- 87 A melhor compressão que constato é a de que uma rede e capital social não se sustenta sem o elo da confiança e cooperação entre as pessoas que participam dessa actividade. É necessário que haja uma integração geral dos indivíduos e a comunicação interna e externa se torna fundamental para a promoção e expansão da rede social.
- 88 A noção de redes sociais, redes colaborativas, compreende o entrelaçamento de iniciativas sociais, articuladas em torno de propósitos comuns. A proliferação de redes sociais pode também representar a aspiração das pessoas no que se refere a uma forma renovada de vida social, baseada na confiança e na reciprocidade, capaz de desafiar os progressos globais desatados pelas redes económicas mundializadas.⁸ Sob tais circunstâncias, a opção de redes comunitárias pode, de facto, transformar-se em uma alternativa realista na busca de um modo sustentável de desenvolvimento local e de vida social.

BIBLIOGRAPHY

Bauman, Zygmunt (1999), *Globalização: As consequências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

Beck, Ulrich (1999), *O que é Globalização? Equívocos do globalismo, respostas à globalização*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Benko, Georges e Lipietz, Alain (org.) (1994), *As Regiões Ganhadoras, Distritos e Redes: Os novos paradigmas da geografia económica*. Trad. António Gonçalves. Oeiras: Celta.

Capra, Fritjof (2001), *A Teia da Vida - Uma nova compreensão científica dos sistemas vivos*. São Paulo: Cultrix/ Amana-Key.

Capra, Fritjof (2002), *As Conexões Ocultas - Ciência para uma vida sustentável*. São Paulo: Cultrix.

Cardoso, Ruth (1994), "A Trajetória dos Movimentos Sociais", in Dagnino, Evelina. (org.), *Anos 90 Política e Sociedade no Brasil*. Brasília, Brasiliense, 81-90.

Castells, Manuel (2002), *A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura*. 1, *A Sociedade em Rede*; Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Chesnais, François (2001), *La 'nouvelle économie': une conjoncture propre à la puissance hégémonique dans le cadre de la mondialisation du capital*. <http://www.france.attac.org/spip.php?article910>. Article publié le 2/05/2001. Acedido em 20 de Fevereiro de 2008.

Granovetter, Mark (1973), "The Strength of Weak Ties." *American Journal of Sociology*, 78 (May) 1360-1380. Todos os artigos deste autor estão disponíveis na sua página pessoal, e foram impressos no dia 05/03/2007. <http://www.stanford.edu/dept/soc/people/mgranovetter/>.

Granovetter, Mark (1979), "The Idea of 'Advancement' in Theories of Social Evolution and Development." *American Journal of Sociology*, 85 (November), 489-515.

Granovetter, Mark (1985), "Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness", *American Journal of Sociology*, 91, 481-510.

Granovetter, Mark *et al* (2000), "Social Networks in Silicon Valley", *Stanford University Press*, 218-247, Stanford.

Granovetter, Mark (2005a), "Business Groups and Social Organization", in Neil Smelser and Richard Swedberg, *Handbook of Economic Sociology*, Second Edition. Princeton University Press and Russell Sage Foundation, 429-450.

Granovetter, Mark (2005b). "The Impact of Social Structure on Economic Outcomes", *Journal of Economic Perspectives*, 19 (1), 33-50.

Granovetter, Mark (2003). "Acção Económica e Estrutura Social – o problema da incrustação", in Peixoto, João e Marques, Rafael (org.) (2003), *A Nova Sociologia Económica*. Oeiras, Celta.1, 69-102.

Krippner, Greta R. *et al.* (2004), "Polanyi Symposium: a conversation on embeddedness". *Socio-Economic Review*, 2, 109-135. Acedido em 08 de Março de 2007 em <http://ser.oxfordjournals.org/cgi/content/abstract/2/1/109>.

Macías, Alejandro García (2002), "Redes sociales y clusters empresariales", *Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociais*, 1, 6. Acedido em 06 de Fevereiro de 2007 em http://revista-redes.rediris.es/html-vol1/vol1_6.htm.

Marques, Rafael (2003). "Os Trilhos da Nova Sociologia Económica", in Peixoto, João e Marques, Rafael (org.) (2003), *A Nova Sociologia Económica*. Oeiras, Celta, 1-67.

National Economic and Social Forum (NESF) – Site com inúmeros artigos e documentos na área do Desenvolvimento Sustentável, Capital Social, Empreendedorismo Social, Emprego e Trabalho, Redes Sociais. Discussões atualizadas. Acedido em 16 de Julho de 2007 em <http://www.nesf.ie/inside.asp?zoneId=3> –

Polanyi, Karl (1944), *A Grande Transformação: as origens da nossa época*, Tradução de Fanny Wrobel, Reimpressão (1980). Rio de Janeiro, Campus.

Santos, Milton (2002), "Território e Dinheiro". in Programa de Pós-Graduação em Geografia da UFF, Territórios. PPGeo-UFF/AGB. Niterói, Rio de Janeiro, 17-38. Acedido em 02 de Fevereiro de 2008 em www.periodicos.capes.gov.br/.

Singer, Paul e Souza, André Ricardo de (2000), *A Economia Solidária no Brasil: A autogestão como resposta ao desemprego*. São Paulo, Contexto.

Souza, André Ricardo *et al.* (2003), *Uma Outra Economia é Possível: Paul Singer e a economia solidária*. São Paulo, Contexto.

Sen, Amartya (2000), *Desenvolvimento como liberdade*. Trad. Laura Teixeira Motta. São Paulo, Companhia das Letras.

NOTES

1. The National Economic and Social Fórum, 2003.
2. Dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE.
3. OBS. O índice de inadimplentes no CEAPE/ PI não ultrapassou o percentual de 2% do total de créditos concedidos.
4. O Salário Mínimo brasileiro é de R\$ 415,00 (quatrocentos e quinze reais) o que equivale, hoje, a 151€ (cento e cinquenta e um euros).
5. Informação financeira obtida no plano de negócios do Centro de Apoio aos Pequenos Empreendimentos do Piauí - CEAPE/ PI – Triênio 2006/ 2008. Bittencourt, Bernadete de L. (Coord.) (2005).

6. Usei a metodologia de Pesquisa-Ação para realizar este estudo de caso que trabalhei no período de 2004 a 2007.

7. Para este caso específico, Rafael Marques chama de azeiteamento das juntas (nós) reportando-se a confiança. O grupo transdisciplinar de cientistas do NIPP/ EAUFBFA, sob a coordenação de Reginaldo Souza Santos denomina de administração política, aqui em Portugal – gestão política. Uma vez que a rede é construída, só ganhará sustentabilidade se houver a manutenção constante, assim, acredito que o grau de confiança aumenta a partir do momento em que os envolvidos na rede social percebem que podem contar com o amparo de outros.

8. Segundo a análise de Castell (2002) sobre as redes de movimentos sociais as quais se originam da resistência de sociedades locais, elas visam superar o poder das redes globais, assim, reconstruindo o mundo a partir das bases.

ABSTRACTS

Neste artigo se discute redes sociais, relações de confiança e capital social, suas evoluções recentes e alguns conceitos básicos. Analisa-se a ideia que as relações de redes existentes na sociedade moderna servem de base para o desenvolvimento sustentável. Enfatiza-se a importância do uso desta metodologia como ferramenta para o desenvolvimento sustentável de comunidades e grupos sociais, sob a óptica dos conceitos de Mark Granovetter. Neste contexto, as contribuições teóricas mais relevantes são destacadas, assim como o seu potencial de análise, sem perder de vista o objecto do estudo de caso.

INDEX

Palavras-chave: redes sociais, capital social, desenvolvimento sustentável, Mark Granovetter

AUTHOR

BERNARDETE BITTENCOURT

Formada em Administração pela Escola de Administração da Universidade Federal da Bahia – EAUFBFA, é especialista em Inovação e Difusão Tecnológica pela mesma escola. Como investigadora actua no projecto “Valores, Crenças e Comportamentos Económicos em Portugal: Impactos no Desempenho Económico e no Desenvolvimento” sob coordenação do Prof. Doutor João Carlos Graça (SOCIUS/ ISEG-UTL). E participou do projecto 2007/07 sob o título: “Estudo sobre Voluntariado Empresarial em Portugal, (projecto 2004/ EQUAL/ A2/ AD/ 242)” (concluído) sob coordenação da Professora Doutora Maria João Nicolau Santos.

Trabalha em pesquisa sobre desenvolvimento económico e social sustentável desde 1997 e possui vários trabalhos publicados nesta área de estudo. Obteve prémios por trabalhos desenvolvidos e implementados na referida área de investigação.

bernadete.bittencourt@gmail.com