



RODRIGO CASSIMIRO DE FREITAS

**A PRÁTICA DO *FAIR TRADE* EM GRUPOS DE
AGRICULTORES FAMILIARES: REFLEXÕES
CRÍTICAS SOBRE INOVAÇÕES SOCIAIS**

LAVRAS – MG

2014

RODRIGO CASSIMIRO DE FREITAS

**A PRÁTICA DO *FAIR TRADE* EM GRUPOS DE AGRICULTORES
FAMILIARES: REFLEXÕES CRÍTICAS SOBRE INOVAÇÕES SOCIAIS**

Dissertação apresentada à Universidade Federal de Lavras, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Administração, área de concentração em Gestão Estratégica, Marketing e Inovação, para a obtenção do título de Mestre.

Orientador

Dr. Cleber Carvalho de Castro

Coorientadores

Dr. Daniel Carvalho de Rezende

Dr. Marco Antônio Villarta Neder

LAVRAS – MG

2014

**Ficha Catalográfica Elaborada pela Coordenadoria de Produtos e
Serviços da Biblioteca Universitária da UFLA**

Freitas, Rodrigo Cassimiro de.

A prática do *fair trade* em grupos de agricultores familiares :
reflexões críticas sobre inovações sociais / Rodrigo Cassimiro de
Freitas. – Lavras : UFLA, 2014.

157 p. : il.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Lavras, 2014.

Orientador: Cleber Carvalho de Castro.

Bibliografia.

1. Relações interorganizacionais. 2. Análise crítica de discurso.
3. Agricultura familiar. 4. Diagnóstico rápido participativo. I.
Universidade Federal de Lavras. II. Título.

CDD – 338.17373

RODRIGO CASSIMIRO DE FREITAS

**A PRÁTICA DO *FAIR TRADE* EM GRUPOS DE AGRICULTORES
FAMILIARES: REFLEXÕES CRÍTICAS SOBRE INOVAÇÕES SOCIAIS**

Dissertação apresentada à Universidade Federal de Lavras, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Administração, área de concentração em Gestão Estratégica, Marketing e Inovação, para a obtenção do título de Mestre.

APROVADA em 28 de fevereiro de 2014.

Dr. Marcelo de Rezende Pinto	PUC-MINAS
Dr. Marcelo Márcio Romaniello	UFLA

Dr. Cleber Carvalho de Castro
Orientador

Dr. Daniel Carvalho de Rezende
Dr. Marco Antônio Villarta Neder
Coorientadores

LAVRAS – MG

2014

A Deus, essa força que rege a minha vida e tornou possível que meus pequenos objetivos se concretizassem em planos e articulações maiores.
À Geni, minha mãe, por todas as horas de ansiedade, ao chegar e partir, pelo amor devotado, à Selma, minha irmã, pelo apoio incondicional e por mostrar alternativas em todas as horas de desespero, à Karen e Karolina, minhas sobrinhas, pela compreensão e sorrisos tão acolhedores. Ao Sérgio (in memoriam) pela força e incentivo, mesmo em seus últimos momentos de vida.

DEDICO

AGRADECIMENTOS

A gratidão é uma medida de respeito à minha trajetória, principalmente, àqueles que cruzaram e os que permaneceram nela.

Agradeço, inicialmente, ao meu orientador, prof. Cleber Carvalho de Castro, pela paciência, pela compreensão, brilhante orientação e por proporcionar segurança e liberdade investigativa para empreender novos voos.

Aos meus meninos e estagiários, Raphael de Moraes e Bernardo de Almeida Villela, pela dedicação à pesquisa em todas as etapas, e à Fernanda Zanolla, nossa mascote.

Aos meus coorientadores, prof. Marco Antônio Villarta Neder, pelas ‘pulgas’ despertadas em cada conversa inquietante e prof. Daniel de Carvalho Rezende por aceitar o desafio de colaborar na condução deste trabalho.

Ao prof. Marcelo de Rezende Pinto pelas parcerias e por incentivar minha entrada no mestrado. Agradeço, essencialmente, à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pela bolsa de estudos no Mestrado em Administração.

Ao prof. Marcelo Romaniello pelas sugestões e conversas esclarecedoras sobre essa pesquisa.

Ao prof. Thiago Assis que cedeu informações e dados fundamentais para o desenvolvimento metodológico desta investigação.

Agradeço à profa. Flávia Luciana Naves Mafra pelo despertar de uma nova postura investigativa.

À professora Cléria Lourenço por colaborar no desenvolvimento da minha postura docente durante o mestrado.

Aos meus amigos da pós-graduação pelo suporte em todos os momentos e pelas parcerias: Lilian Ferrugini, Bruna Hibib Cavazza, Sâmara Borges, Isabel Silva, Lauisa Barbosa, Cintia Loos, Agda Prado, Valderí Alcântara, Nivaldo

Oliveira, Lilia Paula Andrade, Janderson Vaz, Natália Medeiros, Francylara Miranda, Aline Sales, Cecília Fakhouri, Isla Karla Azevedo, Marcela Barbosa Faria, Marcondes Bicalho, Alex Macedo e Rafaella Campos.

Ao Departamento de Administração e Economia e seus colaboradores: Deila Pereira, prof. Luiz Marcelo Antonialli, os meus amigos membros do colegiado do qual tive oportunidade de fazer parte, à Dona Fátima e Dona Zezé e todos que direta e indiretamente contribuíram para este resultado.

Aos meus amigos que me incentivaram em todos os momentos e suportaram minha ausência: Flávia Andrade, Henrique Nunes, Sandra Michelli Gomes, Clayse Silva, Carlos Augusto Santos, Carol Benzaquen.

Agradeço, também, àqueles que me acolheram em Lavras: Angélica Alves, Carolina Collela, Alessandro Garcia, Rafaela Garcia, João Vitor Lima Barbosa, Júlio César, Mateus Eleutério e Luan Eraldo por suportarem minhas crises.

Agradeço aos membros do Grupo de Estudos em Redes Estratégia e Inovação – GEREI, como também àqueles do Grupo de Estudos em Marketing e Comportamento do Consumidor GECOM/UFLA.

Agradeço, essencialmente, à COOPFAM na pessoa do Clemilson Pereira, da Daiana Tavares, da Vânia e do Luís Flávio pela colaboração, como também a todos aqueles que concederam um fragmento de seu tempo para que eu pudesse entrevistá-los.

Trabalhava danadamente, dormindo pouco, levantando-se às quatro da manhã, passando dias ao sol, à chuva, de facão, passagens aéreas, gol pistola e cartucheira, comendo nas horas de descanso um pedaço de bacalhau assado com um punhado de farinha.

Graciliano Ramos

RESUMO

Esta pesquisa é fruto do esforço intelectual que pretendeu alinhar eixos teóricos, considerando as relações interorganizacionais relacionadas às inovações sociais (mercadológicas e de processos organizacionais) na realidade de pequenos agricultores familiares. Assim, objetivou-se identificar quais são e como se estabelecem, discursivamente, as principais relações interorganizacionais, inovações sociais e iniciativas de Comércio Justo/ Sustentável, desenvolvidas por pequenos produtores cooperados de alimentos orgânicos no sul de Minas. Para tornar isso possível, os principais objetivos específicos foram: identificar e caracterizar as organizações cooperativas de produtores familiares no sul de Minas Gerais; caracterizar as atividades e a forma de atuação dos principais grupos de pequenos produtores cooperados e as organizações envolvidas no processo de inovação social; descrever os processos de cooperação e competição inter e intragrupal desses produtores cooperados e as principais alianças estabelecidas; e identificar e descrever a concepção simbólica e discursiva dos grupos de pequenos produtores cooperados acerca dos conceitos de *Fair Trade* compreendidos como inovações sociais. Para subsidiar essa discussão e alcançar os objetivos, na revisão de literatura foram privilegiados os seguintes temas: as Relações Interorganizacionais, as Inovações Sociais e a Análise Crítica de Discurso. Sobre o percurso metodológico, esclarece-se que a metodologia da pesquisa de natureza qualitativa e de abordagem exploratória descritiva, baseada no Diagnóstico Rápido Participativo agregou entrevistas em profundidade, diário de campo e observação participante. O trabalho de campo foi desenvolvido entre novembro de 2013 e janeiro de 2014. Foram coletadas 17 entrevistas que foram transcritas e, posteriormente, analisadas à luz da Análise Crítica de Discurso. Os principais resultados apontaram para múltiplos formatos de cooperação nos cenários intra e interorganizacionais e para baixos índices de competição interna. Foram evidenciadas, na análise dos dados, distonias entre o conceito clássico de *Fair Trade* e a concepção e materialização nas vidas dos agricultores familiares entrevistados. As reflexões finais pontuaram aspectos gerais da pesquisa, como também foram detalhadas as principais implicações teóricas e gerenciais, as limitações da investigação e as sugestões de agenda para futuras pesquisas.

Palavras-chave: Relações Interorganizacionais. Análise Crítica de Discurso. Inovações Sociais. *Fair Trade*. Diagnóstico Rápido Participativo.

ABSTRACT

This research is the fruit of an intellectual effort intending to align the theoretical axes of interorganizational relations related to social innovations (market scenery and organizational processes) within the reality of small family farmers. Thus, this work aimed at identifying which are and how are discursively established the main interorganizational relations, social innovations and Just/Sustainable commerce initiatives, developed by small organic food cooperated farmers in southern Minas Gerais, Brazil. To make this a possibility, the main specific objectives were: identifying and characterizing the cooperative organizations of family farmers in southern Minas Gerais; characterizing the activities and forms of action of the main groups of small cooperated farmers and the organizations involved in the social innovation process; describing the inter and intragroup cooperation and competition processes as well as the main alliances established; and identifying and describing the symbolic and discursive conception of small cooperated farmer groups regarding the concepts of Fair Trade understood as social innovations. In order to subsidize this discussion and reach the objectives, the literature review highlighted the following themes: The Interorganizational Relations, the Social Innovations and the Critical Discourse Analysis. The methodological path used was a research of qualitative nature and a descriptive exploratory approach based on the Rapid Participatory Diagnostics which aggregated interviews, field journal and participant observation. The field work was developed between November of 2013 and January of 2014. Seventeen interviews were collected, transcribed and, later, analyzed in light of the Critical Discourse Analysis. The main results point to multiple formats of cooperation in intra and interorganizational sceneries in addition to low internal competition indexes. The analysis data evidenced dystonias between the classical concept of Fair Trade and the conception and materialization in the lives of the interviewed family farmers. The final reflections punctuated the general aspects of the research and detailed the main theoretical and managerial implications, investigation limitations and the agenda suggestions for future researches.

Keywords: Interorganizational Relations. Critical Discourse Analysis. Social Innovations. Fair Trade. Rapid Participative Diagnostics.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Enquadre da Análise Crítica de Discurso.....	60
Figura 2	Instalações COOPFAM.....	89
Figura 3	Pátio interno da COOPFAM	90

LISTA DE QUADROS

Quadro 1	Contribuições teóricas para Cooperação Organizacional	33
Quadro 2	Tipologia das Alianças Estratégicas	42
Quadro 3	Definições da Inovação Social	49
Quadro 4	Resumo dos métodos	82
Quadro 5	Organizações de Pequenos Produtores no Sul de Minas	86

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
1.1	Problema de Pesquisa.....	16
1.2	Objetivo Geral	16
1.3	Objetivos Específicos.....	16
1.4	Justificativa	17
2	REVISÃO TEÓRICA	21
2.1	Relações Interorganizacionais: abordagens nos estudos em redes	21
2.1.1	Coesão nas redes: laços fracos e buracos estruturais	28
2.1.2	Cooperação interorganizacional e alianças estratégicas	32
2.2	Inovações Sociais: ampliando debates	45
2.2.1	<i>Fair Trade</i> : concepções sobre Comércio Justo e Sustentável.....	53
2.3	Análise Crítica de Discurso como pilar de sustentação teórica e metodológica	56
2.3.1	O Conceito de Discurso para Análise Crítica de Discurso ACD ...	61
2.3.2	Gêneros Discursivos	64
2.3.3	Estilos de Discurso em ACD	65
2.3.4	A Modalidade no Discurso.....	66
2.3.5	Hegemonia e Ideologia	67
3	METODOLOGIA	69
3.1	Caracterização e Tipologia da Pesquisa	69
3.2	Objeto da Pesquisa	71
3.3	O Diagnóstico Rápido Participativo: posicionamentos introdutórios	72
3.4	Instrumentos de Coleta de Dados.....	77
3.4.1	As Entrevistas em Profundidade – planejamento e condução.....	78
3.4.2	O diário de campo	80
4	APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS	83
4.1	Análise Crítica de Discurso: os dados, a análise e os resultados. ...	83
4.2	Os Pequenos Produtores Familiares no Sul de Minas: caracterização, mapeamento e descrição das organizações cooperativas.....	85
4.3	Um Breve Histórico - Contextualizando a Cooperativa dos Agricultores Familiares de Poço Fundo e Região (COOPFAM)...	88
4.4	As Atividades Produtivas e a Forma de Atuação dos Pequenos Produtores Cooperados.....	97
4.5	Relacionamentos Interorganizacionais: cooperação, competição, coopeção e o estabelecimento de alianças estratégicas.....	102
4.6	<i>FAIR TRADE</i> : desvelando a concepção simbólica e discursiva materializada no cotidiano de pequenos agricultores	114

5	REFLEXÕES FINAIS: APONTAMENTOS GERAIS.....	127
5.1	Implicações Teóricas e Estratégico-Mercadológicas	130
5.2	Limitações da Pesquisa	132
5.3	Sugestões de Agenda para Pesquisas Futuras.....	133
	REFERÊNCIAS	135
	APÊNDICES	144
	ANEXOS	157

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho é fruto do interesse de pesquisa em compreender como se estabelecem as principais relações produtivas entre agricultores familiares do sul de Minas Gerais integrados em uma cooperativa certificada no mercado *Fair Trade*. Para tentar compreender a realidade dessas pessoas e os fenômenos que as cercam, tomou-se como parâmetro que o consumo é uma atividade inerente aos seres humanos e, considerando que a sobrevivência está relacionada ao atendimento básico às necessidades fisiológicas e sociais, acredita-se que existem formatos produtivos e de consumo que sejam menos nefastas do ponto de vista social, econômico e ambiental. Ao tratar do consumo, vale esclarecer que interessa a esse trabalho as relações comerciais justas baseadas em processos produtivos éticos.

Há consenso na teoria econômica e gerencial que o mercado é permeado por diversas disfunções e imperfeições, uma delas é a impossibilidade de concorrência perfeita entre ofertantes. Isso se dá por inúmeras razões que promovem a seleção dos produtores que serão incluídos no mercado em detrimento daqueles que serão abandonados. Uma das razões apontadas é a capacidade das organizações de utilizar seus recursos e ativos para influenciar na dinâmica mercadológica associada ao seu poder de barganha. Vislumbram-se, então, as relações de cooperação e aliança estratégica com a finalidade de fortalecimento dos elos enfraquecidos.

Considerando que as relações de cooperação, como serão discutidas nos posicionamento teóricos, podem ser estratégicas ou não, e que a possibilidade de estabelecer parcerias estratégicas está intimamente ligada à dimensão de cada organização, parece oportuno compreender os aspectos envolvidos no estabelecimento de relacionamentos, prioritariamente, estratégicos.

Percebe-se que, diante de um cenário de adversidade e fracasso, vários produtores encontram novas maneiras de acessar o mercado, por meio de inovações mercadológicas e organizacionais, baseadas em relações de cooperação estratégica com significativo desdobramento social. Tais medidas denominamos simplesmente de inovações sociais.

O Comércio Justo pode ser considerado um exemplo de inovação social, por meio do qual se pretende organizar em uma lógica alternativa os produtores, consumidores, poupadores, agentes de mercado, entre outros. Essa organização ocorre, basicamente, para atender a dois objetivos: criar espaços diferenciados de mercado para produtores desfavorecidos pela dinâmica mercadológica e, ao mesmo tempo, estimular a solidariedade entre membros por meio da prática da autogestão.

São formadas, então, redes de integração entre produtores, consumidores, governo e universidades que, unidos territorialmente, utilizam os recursos naturais, intelectuais, financeiros e mercadológicos para alavancar determinados setores produtivos por meio de inovações sociais. As inovações sociais são formas de combinação inéditas de recursos que promovem retornos tecnológicos, sociais, culturais e econômicos para a comunidade, como será argumentado no referencial teórico.

Inicialmente, esta pesquisa pretendeu alinhar três eixos teóricos: as relações interorganizacionais, as inovações sociais (mercadológicas e de processos organizacionais) e a abordagem da Análise Crítica de Discurso. Assim, pretende-se compreender as imbricações que se estabelecem em cooperativas de pequenos produtores de alimentos orgânicos no Sul de Minas Gerais. Aspectos que serão esclarecidos ao longo das próximas seções.

Diante disso, o problema de pesquisa consistiu em alinhar esses fatores e compreender os movimentos de encaixe e desencaixe interligados aos eixos teóricos da investigação e repousa na questão a seguir:

1.1 Problema de Pesquisa

Quais são e como se estabelecem discursivamente as principais relações interorganizacionais, inovações sociais e iniciativas de Comércio Justo/Sustentável, desenvolvidas por pequenos produtores cooperados de alimentos orgânicos no sul de Minas?

1.2 Objetivo Geral

Concomitante ao problema de pesquisa o objetivo geral consistiu em:

Identificar quais são e como se estabelecem discursivamente as principais relações interorganizacionais e inovações sociais em práticas de comércio justo/sustentável desenvolvidas por pequenos produtores cooperados de alimentos no sul de Minas.

1.3 Objetivos Específicos

Para atender o objetivo geral foram definidos os objetivos finalísticos que operacionalizaram a condução da pesquisa por etapas:

- a) Caracterizar as atividades e a forma de atuação dos principais grupos de pequenos produtores cooperados e as organizações envolvidas no processo de inovação social;
- b) Descrever os processos de cooperação e competição inter e intragrupal desses produtores cooperados e as principais alianças estabelecidas;

- c) Identificar e descrever a concepção simbólica e discursiva dos grupos de pequenos produtores cooperados acerca dos conceitos de Comércio Justo Sustentável compreendidos como inovações sociais.

1.4 Justificativa

O foco de pesquisa deste trabalho são as principais relações interorganizacionais e as inovações sociais compreendidas na aceção de Comércio Justo/Sustentável observadas pela lente da Análise Crítica de Discurso.

Os resultados das inovações sociais podem ser percebidos em todos os campos sociais. Essa categoria de inovações está concebida em ideias inovadoras que busquem responder às necessidades e demandas sociais não atendidas pelas organizações empresariais e governamentais (BIGNETTI, 2011).

Estudar este assunto se torna justificável, em função dos impasses que pequenos produtores enfrentam tanto nas relações de produção, como dificuldades de acesso a financiamento, a tecnologia de ponta e alianças estratégicas com parceiros importantes (PERROW, 1992), quanto nas relações comerciais como, por exemplo, acesso ao mercado.

Em face desses problemas, surgem inconsistências sociais que são enfrentadas diariamente por esses produtores baseadas em relações assimétricas de mercado. Surgem soluções alternativas para essas inconsistências com o objetivo de gerar resultados efetivos, com base em novas maneiras de interpretar a realidade e seus problemas, denominadas inovações sociais. Essas formas de inovações se tornam expressivas em grupos e comunidades nos quais os problemas sociais são mais intensos e agudos como situações de vulnerabilidade social e extrema pobreza (MULGAN; TUCKER; SANDERS, 2007).

Dadas as manifestações de inovações sociais em diversas organizações, considerando que todo problema organizacional envolve uma relação entre agentes sociais, é surpreendente que, no cenário acadêmico nacional, pouca atenção tem sido observada por parte dos estudiosos sobre o tema em face da realidade brasileira (MULGAN; TUCKER; SANDERS, 2007; BIGNETTI, 2011; MUMFORD, 2012). Em um estudo bibliométrico, realizado por Bignetti (2011), foram identificados apenas dois trabalhos que tratam da temática nos anais do Encontro Nacional da Associação de Pós-graduação e Pesquisa em Administração EnANPAD no período de 1997 a 2009.

Mulgan, Tucker e Sanders (2007), Bignetti (2011) e Mumford (2012), em seus trabalhos, demonstram que o tema, ainda, tem sido insuficientemente abordado, o que motivou a criação de periódicos específicos para tratar do assunto, além de institutos e associações de estudiosos para estudar o fenômeno, no cenário internacional. Na América do Norte citam-se, por exemplo, o Centre de Recherche sur les Innovations Sociales – CRISES no Canadá e, na Europa, o projeto EMUDE (Emerging User Demands for Sustainable Solutions), o Consumer Citizenship Network, o Creative Communities for Sustainable Lifestyles e o Innovation and Social Entrepreneurship in Social Services - ISESS. No Brasil, a organização que se interessa pela temática é o Instituto de Tecnologias Sociais - ITS.

Além disso, acredita-se que é importante investigar as relações de cooperação e colaboração entre esses atores, considerando a finalidade de suas inovações, a estratégia para alcançá-las, a disseminação de informações e o compartilhamento dos benefícios e resultados dessas inovações sociais. Deve-se levar em conta que elas possuem características distintas da atual orientação mercantil (BIGNETTI, 2011).

O ponto de partida para o surgimento da categoria de inovações sociais se baseia nas potencialidades das relações cooperativas entre atores e

organizações produtivas que buscam equacionar problemas que assolam determinada coletividade (MULGAN; TUCKER; SANDERS, 2007; BIGNETTI, 2011; MUMFORD, 2012).

Observa-se que o Comércio Justo pode ser compreendido nesta pesquisa como uma inovação social, ou seja, como práticas mercadológicas e/ou organizacionais alternativas e inovadoras em relação ao sistema econômico convencional. A relevância da investigação amparou-se em compreender como essas ideias sobre novos formatos de relacionamentos entre atores podem promover resultados que beneficiam a sociedade.

Nos campos teóricos e empíricos das pesquisas sociais, pode-se inferir que a relevância deste trabalho está fundamentada na possibilidade de entrecruzar perspectivas investigativas de forma inter e transdisciplinar, pois parte de perspectivas que são herdadas de tradições das ciências administrativas, linguísticas e sociais. Nas Ciências Administrativas, os temas aderentes às áreas de estudos organizacionais, estudos em redes, estratégia e marketing estão nos limites das relações interorganizacionais e das inovações sociais. No campo da linguística destaca-se a orientação teórico-metodológica da Análise Crítica de Discurso. E no campo das Ciências Sociais, mais especificamente nas escolas de interacionismo simbólico, apresenta-se a perspectiva do Diagnóstico Rápido Participativo (DRP) como postura investigativa do trabalho.

Esclarece-se que a postura intelectual e metodológica de compreensão dos fenômenos sobre o tema abordado requer direcionamentos críticos não ingênuos na leitura das relações ideológicas envolvidas na concepção dos relacionamentos interorganizacionais e das inovações sociais baseadas em práticas de Comércio Justo. Para atender a essas demandas, é relevante a utilização da perspectiva da Análise Crítica do Discurso ao considerar que existem imbricações que precisam ser reveladas para compreender profundamente o objeto de interesse da pesquisa.

Parte-se do pressuposto de que a construção das relações ideológicas sobre inovações sociais – *Fair Trade* - baseia-se na intersubjetividade das pessoas (FAIRCLOUGH, 1991). Considera-se, então, que, para desvendar e compreender essas imbricações, a escolha por métodos de pesquisa abertos se justifica diante de categorias simbólicas que emergem do campo em diálogo constante entre a teorização e empiria.

Nesse sentido, a metodologia do DRP se torna apropriada para essa pesquisa, ao proporcionar interlocuções flexíveis entre as diversas concepções dos temas trabalhados ao mesmo tempo em que atende aos objetivos do trabalho e à postura metodológica. Em outras palavras, essa orientação proporciona diálogo entre a ação e a reflexão, ou seja, entre o que se realiza nas práticas de pequenos produtores de alimentos orgânicos e as principais reflexões acadêmicas no que concerne ao Comércio Justo/Sustentável.

Adicionado a isso, acredita-se que o crescente interesse sobre esses temas são oportunidades significativas de investigação para os estudos acadêmicos e para intervenções e aperfeiçoamento do campo.

2 REVISÃO TEÓRICA

A revisão de literatura foi organizada em três eixos temáticos que trataram das Relações Interorganizacionais, das Inovações Sociais com subsidio da Análise Crítica de Discurso. Essa divisão se fundamentou em facilitar o entendimento de cada eixo temático e seus pontos de interseção.

2.1 Relações Interorganizacionais: abordagens nos estudos em redes

Compreender a dinâmica na qual determinadas organizações se integram em redes e quais são as relações interorganizacionais envolvidas têm despertado interesse na comunidade acadêmica e no ambiente organizacional como um todo. A adoção da abordagem de rede, os processos que estimulam o seu surgimento, a estrutura, o conteúdo das relações, a gestão de relacionamentos, o poder, a interdependência, as vantagens e desvantagens dessa perspectiva e os resultados práticos alcançados são temas que vêm recebendo atenção de estudos teóricos e empíricos sobre esse constructo (GRANOVETTER, 1973; POWELL, 1990; BURT, 1992; NOHRIA, 1992; PERROW, 1992; GRANDORI; SODA, 1995; HATCH, 1997; TIGRE, 1998; BENGTON; KOCK, 1999; EIRIZ, 2001; BRITTO, 2002; BARNEY; HESTERLY, 2004; MA, 2004; BALESTRIN; VARGAS; FAYARD, 2005; NORDIN, 2006; PEREZ; MARTINEZ, 2006; LIMIEUX; OUMET, 2008; VALE; LOPES, 2010; AHUJA; SODA; ZAHEER, 2012; LACOSTE, 2012).

Os estudos convergem para os fundamentos básicos das relações interorganizacionais do ponto de vista filosófico, teórico e histórico-paradigmático. O eixo comum desses estudos está direcionado para a busca de compreensão das principais dimensões das relações interorganizacionais e suas implicações práticas no campo intelectual e no campo organizacional. Existem

imbricações entre os estudos de Barney e Hesterly (2004), Hatch (1997) e Tigre (1998) que são significativamente complementares ao analisar os principais fundamentos das relações interorganizacionais, ou seja, como e com que finalidade elas se relacionam, apesar da complexidade de colocar todas as abordagens em uma mesma esteira de análise, pois os estudos partem de perspectivas argumentativas distintas.

Por exemplo, no âmbito da economia, as teorias ortodoxas apontam que os comportamentos nas organizações são pautados pela racionalidade perfeita, baseada em uma análise estrutural das relações de mercado e nos autoajustes. No entanto, pelo que se percebe, o campo dos estudos organizacionais tem recebido contra-argumentações que refutam essas teorias e que existem outros fatores que não são contemplados na análise funcionalista (BARNEY; HESTERLY, 2004).

Em Hatch (1997), a relação entre organização e ambiente pode ser interpretada, considerando visões modernas, simbólicas ou pós-modernas. Em uma perspectiva moderna e estruturalista, a realidade, o ambiente organizacional e seus fenômenos estão determinados por forças estruturais que definem as relações que serão estabelecidas. Ou seja, mesmo com base no mesmo foco (o fundamento das relações interorganizacionais), a autora discute essas relações do ponto de vista da evolução do pensamento em uma perspectiva mais histórico-filosófica.

Apesar de várias teorias se orientarem para objetivos distintos aqui levantados em alguns artigos, suas descobertas tocam comumente nas imbricações das relações interorganizacionais em redes e o questionamento sobre seu propósito de surgimento, desenvolvimento e dissolução.

Grandori e Soda (1995), por exemplo, revisam e organizam a vasta literatura sobre redes interorganizacionais, com objetivo de avaliar os principais e atuais formatos de rede, os mecanismos de suporte e as principais variáveis que têm interferido no seu surgimento e nos seus moldes. Os mesmos autores

orientam-se para uma revisão no campo das ciências sociais, baseada nas abordagens sociológicas e psicossociais, com a finalidade de compreender comportamentos e relações nas redes, ao contrário da pauta puramente de transações de bens e mercadorias, discutidas, por exemplo, pelo trabalho de Barney e Hesterly (2004).

O interesse da revisão é observar as formas adotadas para organizar as atividades econômicas por meio da coordenação e cooperação interorganizacional. O foco da análise são as organizações como unidades coordenadas e interdependentes em redes com mecanismos de integração (GRANDORI; SODA, 1995).

As redes interorganizacionais, para Grandori e Soda (1995), consistem em uma forma de regulação da interdependência entre organizações pela coordenação e cooperação, com a finalidade de alcançar resultados por meio das condições de mercado. Os atributos dessas redes são prioritariamente processuais e estruturais.

Grandori e Soda (1995) abordam, em seu trabalho, os principais antecedentes sobre as relações interorganizacionais. Complementarmente, Barney e Hesterly (2004) apresentam os principais antecedentes de formação das redes, com isso discutem as limitações da economia industrial ao tratar, de forma incompleta, das estratégias de organização empresarial em formatos verticalizados e horizontalizados. Como também tratam das abordagens explicativas sobre os regimes tecnológicos voltados para: economias de escala e escopo, liberdade de ação, especialização e experiência; para as falhas de mercado associadas à incerteza e às dificuldades de controlar e manter uma dimensão de desempenho; na união de perspectivas econômicas e sociológicas para compreender as redes com base na hibridização de abordagens prescritivas e descritivas; nos estudos organizacionais sobre a formação de aliança e distribuição de poder nas redes.

Adicionalmente, Grandori e Soda (1995), assim como Barney e Hesterly (2004), relatam que os principais mecanismos de coordenação e formação de rede são: os mecanismos de comunicação, decisão e negociação; mecanismos de coordenação e controle; os mecanismos de integração de papéis e unidades; os mecanismos de relações hierárquicas e autoridade; os mecanismos de planejamento e sistemas de monitoramento, incentivo, seleção, informação e os mecanismos de suporte público e infraestrutura (GRANDORI; SODA 1995).

Em relação aos formatos de redes interorganizacionais adotados e tratados pelos autores, o que importa é se eles estão formalizados ou não, centralizados ou não, baseados em paridade de poder, como também a definição dos principais mecanismos de coordenação organizacional (GRANDORI; SODA, 1995). As principais abordagens descritas pelos autores são as redes sociais, as redes burocráticas e as redes proprietárias.

As redes sociais podem ser entendidas como relacionamentos pessoais que ocorrem, também, no âmbito das redes interorganizacionais, a interferência desses relacionamentos podem definir a estrutura e os mecanismos de coordenação que serão implementados. Sendo assim, argumenta-se que redes sociais no interior das redes interorganizacionais incentivam manutenção das relações de confiança entre seus membros, ou seja, as normas do grupo podem colaborar na definição das regras da rede interorganizacional onde existem ambiguidades, ao passo que possibilita criar marcos norteadores para resolver assuntos omissos, o que inibe comportamentos oportunistas (GRANDORI; SODA, 1995).

Powell (1990), complementarmente, aborda com olhar antropológico o fenômeno da formação das redes e argumenta que elas podem ser compreendidas como alternativas para as hierarquias empresariais e as estruturas de governança baseadas no mercado. Para isso, o autor trata do assunto mais próximo dos estudos e formatos de redes sociais apontados por Grandori e Soda

(1995). Powell (1990) acredita que as redes são essencialmente sociais e intersubjetivas, nas quais os laços e vínculos são baseados em amizade, interdependência, altruísmo, compartilhamento de recursos, poder e informação em relacionamentos de longo prazo. O mesmo autor afirma que esse formato de relações interorganizacionais em redes é apropriado para economias regionais, atividades artesanais, alianças e parcerias estratégicas, como também desagregações verticais. Diante disso, as contribuições de Powell (1990) se adequam ao propósito desse projeto, no entanto, acredita-se que o fenômeno não pode ser estreitamente abordado, considerando que a perspectiva antropológica não considera que essas organizações e atores não estão isolados do ambiente organizacional, em outras palavras, esses relacionamentos coexistem com hiperdinamicidade econômica.

Diferentemente, as pesquisas sobre redes, na visão de Borgatti e Foster (2003), são divididas em dimensões de análise como, por exemplo, relações de causalidade que explicam os motivos de formação das redes, os níveis de análise dos laços (binários ou múltiplos), os mecanismos micro e macro de análise estrutural e as metas explicativas que descrevem os resultados das redes.

Ao retornar a pergunta sobre os motivos das organizações se relacionarem, algumas respostas parecem óbvias, mas Coase (1988) sugeriu que nem todas as transações econômicas ocorriam simplesmente por questões racionais, do ponto de vista da mão invisível de Adam Smith. Na realidade, na argumentação de Coase (1988), algumas transações são internalizadas no âmbito das organizações com o fim de gerenciar o custo que elas sacrificam (BARNEY; HESTERLY, 2004). Posteriormente essas ideias foram sistematizadas e deram origem à Teoria dos Custos de Transação, desenvolvida por Williamson, que pode ser entendida como um esforço intelectual que preconiza a Teoria de Redes de Organizações.

Os mesmos autores apontam que a teoria dos custos de transação e a teoria da agência conseguem explicar por que as organizações existem, mas não conseguem explicar o porquê algumas superam as outras, nesse sentido que a estratégia surge quando as organizações adotam as mesmas diretrizes para resolver os problemas de governança e de agência, ou seja, essa postura não gera vantagem competitiva sustentável, pois podem ser imitadas facilmente.

Adicionalmente, a teoria neoclássica tentou explicar porque as organizações que se encontram acima do desempenho seriam protegidas por barreiras artificiais, mas isso não é suficiente para explicar por que algumas superam as outras aglomeradas ou não. Em outras palavras, o fenômeno é diverso e tentar compreendê-lo por apenas uma perspectiva é altamente perigoso considerando que vários fatores atravessam o campo de estudos. O surgimento e desenvolvimento dessas redes, para Ahuja, Soda e Zaheer (2012), devem ser entendidos pelas dimensões dos processos microdinâmicos de concentração e grupabilidade, pelos aspectos primários como nós, laços e estrutura da rede, os microfundamentos ambientais que promovem o seu surgimento e, finalmente, a arquitetura da rede que envolve, por exemplo, a centralidade, as limitações geográficas, o nível de distribuição dos laços, a densidade e o nível de associatividade nas redes.

Ahuja, Soda e Zaheer (2012) desenvolvem, também, o argumento sobre o papel do tempo no desenvolvimento das redes de colaboração e dos resultados que podem ser observados em séries históricas. Esses autores apontam que existem poucas pesquisas que relacionam os resultados da rede com a dimensão do tempo, considerando que há, então, significativa relevância sobre o papel do tempo nas relações entre arquitetura e resultado nas redes. Na visão de Granovetter (1973), um fator interessante seria investigar o papel do tempo na geração, dissolução, fortalecimento e enfraquecimento dos laços e o seu impacto na rede e se existiriam laços negativos do ponto de vista dos resultados.

Baseado nisso, surgem algumas perguntas: quais são os desdobramentos de laços novos e antigos e da estrutura nos resultados e eficiência da rede? Esses fatores (laços e arquitetura) se comportam de forma diferente? São os laços ou o tamanho das organizações que interferem nos resultados das redes de colaboração?

Ao responder os primeiros questionamentos, Ahuja, Soda e Zaheer (2012) consideram que, com o passar do tempo, os relacionamentos em rede se tornam mais sólidos e reforçados, pois o tempo é condutor da reprodução de memórias na rede e de seus relacionamentos, do ponto de vista da estrutura e de suas experiências. As memórias ativam dois mecanismos: primeiro possibilita que os atores reconstruam as relações estruturais, segundo possibilita que os atores aproveitem as informações acumuladas, ou seja, conteúdo relacional.

O conteúdo relacional acumulado consiste no conhecimento e nas informações, com base na noção de capital intelectual, valores e normas que incluem confiança, obrigações e reciprocidade que moldam futuras ações e relações. No entanto, o que é acumulado como fragmentos do passado tanto tem o poder de ativar e influenciar, quanto de restringir as ações dos atores em rede (AHUJA; SODA; ZAHEER, 2012).

Sobre o último questionamento, Perrow (1992) vai defender que o tamanho da organização é importante, mas se torna instável e disfuncional com a inexistência dos laços entre as organizações, ou seja, aglomerados de atores não significam que estão vinculados necessariamente em redes, pequenos ofertantes podem competir ferozmente e dividir as migalhas que grandes organizações deixam no mercado e, dessa forma, adotar comportamentos de exploração.

Tendo em vista o que já foi discutido sobre os relacionamentos em redes, será que redes intensivamente integradas e coesas são mais exitosas? Para responder a essa pergunta, o próximo tópico aborda outras argumentações que ampliam a discussão sobre o fenômeno.

2.1.1 Coesão nas redes: laços fracos e buracos estruturais

Os estudos de Granovetter (1973) e Burt (1992) se interessam, inicialmente, em explicar, considerando o campo teórico, os fenômenos de rede e aqueles aspectos que, do ponto de vista estrutural, poderiam ser considerados como imperfeições de uma rede coesa, mas podem ser amplamente explorados como oportunidades de vantagem competitiva por determinados atores.

A análise de redes é utilizada como instrumento de observação de processos de relações micro e macroprocessuais, quantidade de ligações que podem ser diádicas ou múltiplas, força e intensidade dos laços, logo, as dinâmicas desses vínculos interferem diretamente na realidade de um grupo ou comunidade. Granovetter (1973) demonstra que os estudos que se concentram nas dinâmicas de pequenos grupos estão amparados, principalmente, na Psicologia Social. Em geral os laços entre os atores podem ser fortes, fracos ou ausentes, segundo o mesmo autor.

A noção de força de um laço pode ser compreendida como uma combinação de tempo, intensidade emocional e intimidade (confidencialidade mútua) e serviços recíprocos caracterizados nos laços. Cada aspecto tem sua importância e peso na análise, ainda que estejam intimamente relacionados (GRANOVETTER, 1973). Para o mesmo autor um laço forte pode ser definido da seguinte forma,

Most intuitive notions of the “strength” of an interpersonal tie should be satisfied by the following definition: the strength of a tie is a (probably linear) combination of amount of time, the emotional intensity, the intimacy (mutual confiding), and the reciprocal services which characterize the tie. Each of these somewhat independent of the other, though the set is obviously highly intracorrelated. (GRANOVETTER, 1973, p. 1361).

O autor argumenta que, quando determinados laços diáticos são fortes, os intermediários tendem a ser fracos ou ausentes. Laços fortes envolvem relacionamentos contínuos e o que fortalece o laço é o tempo gasto em sua manutenção e as relações de amizade entre indivíduos mais similares. Dessa forma o inverso torna um laço fraco, ou seja, quando os vínculos não são constantes e intensos.

Em Granovetter (1973), outra aceção para esses vínculos denomina-se de pontes, que são laços fracos que interligam pontos ou atores, sem que necessariamente existam laços intensos, ou seja, podem ser relações de intermediação pontuais, por exemplo, na presença de buracos estruturais. Considerando as dinâmicas das redes em relação ao tempo, os laços podem ser fortalecidos, enfraquecidos, alterados ou removidos.

A tese é que a remoção de laços fracos pode promover mais danos à transmissão de informação diversificada comparada a um laço forte, pois a distância, para difusão de informação, pode se tornar maior, considerando que a informação se torna acessível, para os membros mais próximos, ao passo que inibe as atividades inovativas nas redes de colaboração e estimula a redundância de informações (GRANOVETTER, 1973).

Embora os estudos sociométricos sejam importantes, há, em geral, desconsideração da importância dos laços fracos nas redes, pois o fenômeno de difusão de informação fica comprometido, ou seja, as pontes como laços fracos configuram uma alternativa para difusão de informação na rede entre contatos não coesos e não são mensuradas e identificadas em estudos puramente estruturais.

Para Granovetter (1973), nos sociogramas, a transitividade se dá em função das escolhas de contatos e laços entre os atores. Por outro lado, argumenta-se que eles não conseguem explicar o potencial de transitividade inerente aos laços fracos.

Granovetter (1973) indica que, do ponto de vista da inovação, os atores marginais têm obtido destaque em detrimento daqueles que são centrais e intermediários, também, destacam-se aqueles que adotam uma inovação primeiramente, curiosamente, apontando os marginais. Uma explicação para isso seria que os atores centrais teriam uma reputação a ser assegurada e recebem determinadas inovações tardiamente; por outro lado, os marginais, também, podem incorrer em nunca conseguir difundir uma inovação exitosamente por causa de sua reputação. Na mesma esteira, uma inovação constricta a atores ligados por laços fortes corre o risco de jamais sair daqueles círculos, não atingir amplitude e abrangência maior de seus resultados. O autor relata que as pesquisas em redes sociais demonstraram que são os laços mais fracos que interconectam maior número de atores. Assim como Granovetter (1973), Burt (1992) vai argumentar que redes mais dispersas geram mais benefícios de informação, ou seja, há multiplicidade maior de informações.

Eklinder-Frick, Eriksson e Hallén (2012) questionam se os laços fortes, densidade e comunidades coesas geram resultados eficazes e eficientes nas redes. Os autores vão argumentar pela interpretação de Granovetter e Burt que os laços fracos e a distância entre nós podem diminuir a redundância no fluxo informações das transações nas redes, como dito anteriormente. E, ao mesmo tempo, considera que as redes necessitam de laços fortes em função de transformações e relacionamentos mais profundos e laços fracos para diversificar e abrir estradas para novos conhecimentos e recursos.

Considerando as inovações sociais, esse aspecto parece ser mais impactante, ao considerar que o que determina essa classificação é a possibilidade de provocar impactos na sociedade ou na comunidade estudada.

A perspectiva de comunidade ajuda a compreender melhor alguns fenômenos em laços e difusão de informação, mas nem sempre essas comunidades são eficazes em função da cultura, estrutura e das posturas dos

atores. Outros fatores intervenientes devem ser considerados como a confiança, os líderes nas redes e seus papéis em aglutinar pessoas nas comunidades.

Adicionado a isso, outro fator a ser considerado é a existência dos buracos estruturais nas redes de colaboração. Burt (1992), por exemplo, argumenta que os buracos estruturais nas redes são reconhecidos como lacunas entre contatos, que podem ser explorados como vantagem competitiva e geração de valor por intermediários nas redes.

Mas, o ponto central da discussão do autor se refere aos buracos estruturais que são lacunas existentes entre contatos, que, possivelmente, relacionam-se como membros em comum e estão dispostos na mesma rede ou em outras redes. Burt (1992) assevera que redes coesas geram contatos redundantes e que os buracos estruturais promovem diversos benefícios como, por exemplo, ampliam a quantidade de contatos não repetitivos, aumenta o volume de informação, estimula a diversidade, amplia a exposição de informação diversificada. Além disso, há a possibilidade de determinado ator utilizar o buraco estrutural para se beneficiar de informações de parceiros não conectados que possuem informações diversas. Com base nessa situação, cria-se vantagem competitiva por essas informações. Esse fenômeno é denominado como a ação de um terceiro no buraco estrutural.

Mas, para essa pesquisa, qual seria a relevância desses conceitos? Ao considerar que os relacionamentos nas redes de pequenos produtores de alimentos orgânicos são permeados por inovações sociais, tanto do ponto de vista mercadológico quanto do ponto de vista dos processos organizacionais, diante das dificuldades impostas pela conjuntura econômica e pelo tamanho desses atores, frente ao acesso aos desenvolvimentos tecnológicos, logo serão as características dos laços que influenciarão a qualidade dos resultados da rede e da implementação de filosofias produtivas diferenciadas.

As metodologias e abordagens colaboram, nesta pesquisa, ao orientar como podem ser conduzidas empiricamente pesquisas sobre redes interorganizacionais, por meio de 3 vetores: antecedentes intelectuais para formação do campo de pesquisa, os mecanismos de coordenação organizacional baseado em processos de cooperação e os formatos de redes interorganizacionais demonstrando a aplicabilidade desses mecanismos.

Além disso, essas abordagens e metodologias de pesquisa podem ser utilizadas, para desenvolver modelos comparativos e testáveis sobre a coordenação organizacional de redes interorganizacionais, ao passo que colabora com o estado da arte no campo de pesquisa das redes de colaboração.

Adicionado a isso, os autores, também, apontam para os aspectos que interferem nos comportamentos cooperativos nas redes e, principalmente, para geração de confiança ao longo do tempo (AHUJA; SODA; ZAHEER, 2012), assuntos que serão tratados na seção seguinte.

2.1.2 Cooperação interorganizacional e alianças estratégicas

Vários estudiosos se interessaram em compreender as relações de cooperação entre organizações. O histórico desse interesse não é recente, alguns trabalhos seminais ganharam vulto e corporificaram o que se denomina hoje por relações interorganizacionais de cooperação, o trabalho de Granovetter colaborou sobremaneira para esse campo de estudos (VALE & LOPES, 2010).

Ainda, segundo Vale e Lopes (2010), várias teorias podem ser apontadas como colaborações genuínas para o campo de estudos, embora algumas delas estivessem preocupadas com outros processos organizacionais. Discutem-se, detalhadamente, os pontos de convergência, as abordagens das teorias militares; teoria dos jogos; teoria dos custos de transação; posicionamento e poder de mercado; abordagem das redes sociais; teoria baseada em recursos; abordagem

do aprendizado com o campo de estudos da cooperação organizacional. Os autores sinalizam para a contribuição, processo estratégico e visão de ambiente de cada uma das teorias, conforme quadro 1: contribuições teóricas para Cooperação Organizacional.

Base teórica	Processo estratégico	Cooperação e parceria	Visão do ambiente
1. Teorias Militares: heranças militares.	Estratégia no contexto de necessidade de confrontos, coalizões para defesa de interesses individuais.	Busca de coalizão como forma de superação de limitações e garantia/ ampliação de recursos estratégicos	Ambiente hostil, composto por inimigos naturais e aliados circunstanciais
2. Teoria dos jogos: jogos evolucionários estratégicos	Interdependência nos comportamentos estratégicos de potenciais rivais	Parceria resultante de experimentação e aprendizado, evitando dilema dos prisioneiros e permitindo otimizar benefícios mútuos.	Ambiente competitivo onde atores racionais, capazes de aprender, buscam otimizar ganhos
3. Poder de mercado: posicionamento no mercado	Estratégia visando melhor posicionamento de uma empresa e maior poder de mercado	Parcerias, no contexto de uma cadeia produtiva, um grupo empresarial ou região, como forma de incrementar o poder de mercado de uma empresa	Ambiente competitivo onde empresa necessita posicionar-se de maneira diferenciada.
4. Teoria dos custos de transação: formas de governança e custos de transação	Estratégia derivada da preocupação com custos de transação em contexto de racionalidade limitada e comportamento interesseiro.	O recurso às parcerias como estratégia de redução dos custos de transação.	Ambiente instável e turbulento, onde empresas aliadas buscam reduzir riscos provenientes de incertezas e mudanças.
5. Teoria das redes sociais: as dimensões sociais das iniciativas empresariais	Estratégia resultante de interações entre relações sociais e interesses empresariais	O lado invisível das alianças e estratégias empresariais, condicionadas e influenciadas pela lógica das redes sociais	Ambiente formado por proliferação de redes sociais e empresariais interconectadas, que condicionam oportunidades individuais e coletivas
6. Teoria baseada em recursos: especificidade dos recursos estratégicos	Estratégia enfocando utilização/desenvolvimento de recursos, habilidades e capacidades internas	O papel das interações e a visão das alianças entre as capacidades dinâmicas, capazes de permitir a renovação de outros recursos empresariais	Ambiente com alto grau de diferenciação, vislumbrado como plataforma de oportunidades p/ criação e desenvolvimento de novos recursos e capacidades
7. Teorias do aprendizado: ênfase no aprendizado interativo	Associação entre estratégias, competências organizacionais e capacidade de aprendizado	A importância da interação e do compartilhamento de conhecimentos entre empresas na competitividade empresarial	Ambiente competitivo e dinâmico, exigindo compartilhamento de informações/ conhecimentos entre empresas

Quadro 1 Contribuições teóricas para Cooperação Organizacional

Fonte: VALE; LOPES (2010)

Ao que parece, a lógica dos comportamentos empresariais esteve historicamente marcada por uma orientação e visão mercantil econômica, em sua maioria. Em geral, os jogos competitivos de soma-zero são corriqueiramente implementados nesses relacionamentos, nos quais a competitividade é a palavra de ordem.

No entanto, existem organizações que optam por relacionamentos cooperativos que possuem, em sua maioria, retornos não econômicos e imediatistas para atuar setorialmente e/ou globalmente, que alcançam outros modelos de comportamento baseado em ganhos mútuos. É nesse sentido que essa seção abre discussões sobre o que garante os comportamentos cooperativos em redes de colaboração empresarial e quais são as principais alianças que são desenvolvidas baseadas em uma orientação estratégica

Em geral, o desenvolvimento da cooperação entre empresas inicia-se em uma relação entre duas e se espalha pelas demais. Por outro lado, a cooperação é realizada por iniciativas explícitas de empresas que buscam benefícios mútuos ou também para ampliar o crescimento econômico de determinada área produtiva (EKLINDER-FRICK; ERIKSSON; HALLÉN, 2012).

Na visão dos mesmos autores, propõe-se que o desenho estratégico de uma rede pode estimular o crescimento regional por meio de políticas governamentais, as quais podem ser feitas com parceria entre governo, empresas locais e instituições acadêmicas, chamadas de colaboração em hélice tríplice.

Se por um lado existem trabalhos que analisam como esses processos são desenvolvidos, descritivamente, do ponto de vista regional, por outro lado, há uma dificuldade em criar um quadro teórico que oriente prescritivamente como o desenvolvimento tecnológico regional pode ser feito, como criar redes com essas propostas, como direcionar e mantê-las e, principalmente, como liderar a complexa política nas redes, como é o caso da proposta de pesquisa oferecida neste trabalho. Dessa forma, esta seção da revisão atende a uma

agenda discursiva dos principais aspectos sobre cooperação interorganizacional em redes de colaboração.

O trabalho de Eiriz (2001) é esclarecedor, ao discutir os aspectos da cooperação entre firmas, principalmente, considerando as alianças estratégicas. Argumenta-se que existem vários antecedentes que podem ser apontados como incentivadores para relacionamentos de cooperação entre organizações, tanto em cenários horizontais quanto verticais. Ou seja, cooperação entre atores relacionados em um mesmo nível da cadeia produtiva, como também relações entre fornecedores e compradores.

Brito (2002), Lacoste (2012) e Ma (2004) exploram profundamente as dimensões dos comportamentos cooperativos e competitivos, cada qual com a sua finalidade de apresentar uma abordagem para retratar como esses fenômenos se desenvolvem no ambiente organizacional.

Brito (2002), por exemplo, trabalha suas análises nas redes de empresas, diferenciando entre as empresas em rede e as redes de indústrias. Para isso exploram-se os conceitos de redes nas ciências exatas e sociais para, posteriormente, apresentar a aceção desse conceito na teoria econômica que está pautado por relações de mercado entre empresas. Dessa forma, a mesma autora apresenta uma alternativa em forma de um quadro teórico que analisa várias tipologias de redes, nas quais os comportamentos cooperativos se estabelecem por objetivos diferenciados e categoriza essas formas de alianças em: Redes de Subcontratação, Distritos/Aglomerados Industriais e Redes Tecnológicas que se aproximam do conceito de alianças estratégicas nas redes interorganizacionais, assunto apresentado no tópico seguinte.

Outro aspecto levantando se refere à geração da confiança nas redes de colaboração ao longo do tempo. Perrow (1992) aponta que a geração de confiança não é facilmente demonstrada e ilustrada, pois ela não poderia ser criada intencionalmente, dessa forma, ela é gerada por contextos e estruturas que

podem ser deliberadamente criados, encorajando a confiança ainda que essa última não possa ser deliberadamente criada.

Perrow (1992), apesar disso, argumenta que existem formas de incentivar comportamentos confiantes e inibir interesses puramente particulares como, por exemplo: partilhar e discutir informações de mercado, ter experiências de ser ajudado por outra empresa, desenvolver relacionamentos de longo prazo com muitos contatos, reduzir as diferenças entre poder, tamanho e posição estratégica na rede, executar o giro da liderança na representação das organizações e implementar recompensas similares entre as organizações consorciadas e seus colaboradores.

Em cenários horizontais de cooperação interorganizacional, os fatores que estimulam a geração de confiança, em tese, podem ser mais bem explorados, considerando que os atores não estão posicionados inicialmente em relações assimétricas tanto em relação à divisão de recursos quanto de autoridade e poder.

Nesse cenário, Ahuja, Soda e Zaheer (2012) vão complementar argumentando que o conteúdo relacional, nas redes de cooperação, acumula e solidifica conhecimentos e informações, com base na noção de capital intelectual, além de valores e normas que incluem principalmente confiança, obrigações e reciprocidade que moldam futuras ações e relações, com destaque para o aspecto temporal.

Além disso, conceituar relações cooperativas demanda um esforço intelectual para definir quais são as dimensões desses comportamentos. Um questionamento recorrente pousa sobre a interlocução de comportamentos cooperativos em cenários hipercompetitivos, ou seja, como esses comportamentos podem coexistir e solidificar as relações de confiança?

Lacoste (2012) argumenta que existem hibridizações entre comportamentos colaborativos e competitivos coexistindo nas redes

interorganizacionais verticais ao destacar o surgimento da Coopetição. O termo Coopetição surgiu na década de 1980, ao debruçar-se nos estudos sobre relacionamentos que envolviam comportamentos cooperativos e competitivos entre organizações, porém o crescimento dos estudos que abordam esse fenômeno se tornou mais expressivo somente após o trabalho de Brandenburger e Nalebuff (1995), com a Teoria dos Jogos remodelada, que insere novos aspectos nos cenários de incerteza empresarial. Tomando as relações entre pequenas organizações, a relação vertical poderia ser compreendida nos vínculos entre produtores e consumidores e os principais intermediários.

Lacoste (2012) explana que, na chave para a combinação de ambas as perspectivas, existe um problema sério mencionado, o tempo, em outras palavras, existe o dilema sobre as relações de longo prazo e de curto prazo. Ou seja, relacionamentos pontuais, em tese, impossibilitariam a coexistência desses comportamentos, o papel do tempo nas relações de ‘coopetição’ é tão significativo quanto aquelas ditas puramente de cooperação.

Lacoste (2012) demonstra e esclarece sobre as razões que levam empresas consumidoras intermediárias a cooptar com seus fornecedores, a análise se baseia na cooperação como forma de otimizar a criação de valor empiricamente entre consumidores e fornecedores, na qual existem relações assimétricas permeadas por poder.

A pauta do estudo é pesquisar relacionamentos a fundo e não condições de equilíbrio das relações na rede, ainda que os estudos em redes priorizem a visão polarizada, a autora abandona essa perspectiva e desafia deliberadamente a postura normativa desses estudos. Lacoste (2012) aponta que outro fator determinante para desequilíbrios significativos entre os comportamentos competitivos e cooperativos se dá em função daquilo que está em jogo, ou seja, o objeto da relação.

Dessa forma, os vínculos estabelecidos entre os atores tanto em cenários horizontais quanto verticais possibilitam compreender como são construídas as principais relações de cooperação e as principais alianças construídas. Adicionalmente, Barney e Hesterly (2004) argumentam que as formas de cooperação mais comuns entre as firmas são os acordos implícitos e as alianças estratégicas.

As alianças estratégicas surgem como forma de cooperação economicamente viável entre as organizações, mas não apresentam redução do bem estar social, ao contrário dos cartéis. Os tipos mais comuns de alianças estratégicas são contratos e *joint ventures*. Se a aliança contratual para Barney e Hesterly (2004) consiste em uma relação regida e gerenciada por contrato com objetivo de desenvolver, projetar, produzir, comercializar ou distribuir produtos ou serviços, o objetivo das alianças estratégicas, novamente ao contrário dos cartéis, é aumentar a atividade socioeconômica e não reduzi-la. *Joint ventures*, por exemplo, possuem os mesmos objetivos destacados, porém elas envolvem a criação de uma nova firma para gerenciar a relação interorganizacional, o que não ocorre nas alianças estratégicas (BARNEY; HESTERLY, 2004).

As alianças podem ser uma resposta estratégica para mitigar e administrar incertezas competitivas e recursos interdependentes. Além disso, as alianças particulares são uma função da posição das organizações nas redes de relacionamentos em períodos anteriores. Vista dessa forma, Barney e Hesterly (2004) e Eiriz (2001) concordam que o tamanho das organizações define a qualidade das alianças estratégicas. Em outras palavras, organizações maiores estabelecem relações com parceiros adequadamente posicionados, o tamanho delas tanto do ponto de vista das operações quanto financeiro-econômico, também, designa quem orienta e conduz os relacionamentos.

Diante disso, outro questionamento que se faz é: como pequenos produtores de alimentos orgânicos poderiam acessar o mercado e quais alianças

estratégicas podem ser consideradas de boa qualidade reconhecendo o poder de barganha calcado nas dimensões da empresa e os principais estímulos para cooperar com os parceiros?

Os incentivos para cooperar por meio de alianças estratégicas resumem-se em explorar fontes complementares pela economia de escala, entrada com custo reduzido em novos espaços, entrada com custo reduzido em novos segmentos ou ramos, aprender com a concorrência, administrar incertezas estratégicas, administrar custos e partilhar riscos, facilitar cartelizações tácitas (BARNEY; HESTERLY, 2004).

Por outro lado, os incentivos para trapacear em alianças estratégicas consistem em três formas básicas: a) trapaça por seleção adversa, na qual a aliança é superavaliada; b) trapaça por risco moral na qual uma das partes não integraliza a sua parte de contribuição na aliança; e a c) trapaça por roubo na qual uma parte explora a outra. Vale considerar que as formas para inibir esses comportamentos estão baseadas na confiança e governança. Em relação à governança, quanto maior for a possibilidade de incentivo à trapaça, melhor elaborada deve ser a estrutura para inibir essa trapaça e, conseqüentemente, será mais custoso economicamente trapacear. Com o tempo, os parceiros desenvolvem confiança e as formas elaboradas e dispendiosas de governança podem ser abandonadas.

O que se percebe é que várias estradas foram abertas cada uma com um direcionamento único que colaborou na compreensão das dimensões de como as organizações surgem e se comportam, como umas superam as outras, como estabelecem relações cooperadas, no entanto, poucas interlocuções entre as estradas foram traçadas, ainda que uma tenha se pautado nas limitações daquela que a precedeu. Embora não exista conciliação entre economistas e cientistas organizacionais, os resultados de suas pesquisas são profícuos, ao despertar questões em um campo explorado, mas com interlocução teórica incipiente.

Para Perrow (1995), o modelo no qual existem várias pequenas empresas produtoras com significativo contingente de fornecedores e consumidores e vários canais e laços não é comum. O enquadre teórico de Burt (1992) explica isso empiricamente; no plano ideal capitalista é melhor que existam poucos concorrentes e empresas em um determinado setor do mercado, sendo assim, os fornecedores e consumidores seriam obrigados a negociar com uma firma *x* ou suas poucas concorrentes, ou seja, não há alternativas para monobria e o poder de barganha se torna restrito (denominado cintura fina de canais e conexões, pois número de fornecedores e consumidores de uma empresa é maior que amplitude da concorrência). Por outro lado, amplo número de organizações em determinado setor (cintura ampla de canais e conexões), tanto consumidores quanto fornecedores possuem maior número de alternativas de negociação. Essa última relação de mercado é a base para a cooperação e evita enganos e exploração de fornecedores e consumidores em um cenário vertical de mercado e promove benefícios como flexibilidade do setor, estimula a inovação e maximiza as soluções para problemas setoriais.

Complementarmente, Eiriz (2001), considerando as abordagens sobre o tema cooperação, avança na discussão das alianças estratégicas, ao posicionar que, embora algumas correntes acreditem que qualquer tipo de relação de cooperação consiste em uma aliança estratégica, essa última tem contornos bastante específicos.

O conceito de aliança estratégica preconiza, de fato, uma relação de cooperação, na qual uma ou mais organizações aliam esforços e recursos para alcançar determinados objetivos (EIRIZ, 2001). Entretanto, essa relação necessariamente requer direcionamento estratégico para ambas as partes envolvidas. Em outras palavras, os atores que cooperam devem ter interesses estratégicos em temporalidade diferente de uma transação pontual.

Dessa forma, “[...] uma aliança estratégica é uma forma de organização das atividades dos parceiros que envolve um maior grau de integração do que outras formas de cooperação” (EIRIZ, 2001, p. 67). Isso quer dizer que aqueles comportamentos cooperativos, desprovidos de interesse estratégico, não poderiam ser considerados alianças estratégicas, logo, nem todo relacionamento cooperativo consiste em uma aliança estratégica.

Ao posicionar o conceito de alianças estratégicas, o autor vai caminhar para distinção das principais tipologias de alianças estratégicas e define três dimensões básicas para englobá-las. Essas dimensões estão baseadas nos estudos das relações empresariais em redes (EIRIZ, 2001).

Diante disso, a tipologia apresentada divide as alianças estratégicas em domínios de cooperação comercial, técnico ou produção e financeiro que estão subdivididas em subcategorias. Sobre o domínio comercial, as atividades estão concentradas em marketing e vendas, compras, distribuição e serviços de pós-venda, ou seja, o foco é o mercado e suas relações. Complementarmente, o domínio técnico relaciona-se com as atividades produtivas, recursos humanos e pesquisa e desenvolvimento. Não menos importante, o domínio financeiro interessa-se pelas atividades que envolvem capital e as relações de integração entre os atores (EIRIZ, 2001).

Esquemáticamente, essas tipologias são apresentadas ao enaltecer tipo, abordagem e principais características no Quadro 2: Tipologia das Alianças Estratégicas.

TIPOLOGIA DA ALIANÇA	DOMÍNIO	CARACTERÍSTICAS
Acordo de distribuição	Comercial	Estabelece-se geralmente entre uma empresa produtora de bens finais e outra empresa que possui domínio ou presença nas redes de distribuição do produto ao consumidor final. Neste caso, o distribuidor acede ao produto do produtor e este acede a um ou vários canais de distribuição.
Acordo de investigação e desenvolvimento	Técnico/ Produção	Verifica-se, particularmente, em sectores onde a actividade de investigação e desenvolvimento de novos produtos e processos assume um peso muito importante. Essa importância é visível na elevada percentagem de custos totais que são afectos à actividade de investigação e desenvolvimento. Esses custos são, sobretudo, custos fixos e, por isso, as empresas desenvolvem este tipo de alianças para poderem repartir os custos fixos. Por outro lado, podem desenvolver competências técnicas mais facilmente e responder ao mercado mais adequada ou rapidamente com novos produtos.
Acordo de produção conjunta	Técnico/ Produção	Verifica-se, quando duas ou mais empresas produzem conjuntamente os mesmos produtos, para satisfazer necessidades de mercado, às quais não conseguiriam responder individualmente por falta de capacidade. Este tipo de aliança estratégica distingue-se da subcontratação pelo facto das empresas desenvolverem as mesmas actividades e, por isso, estarem presente na mesma fase do sistema de negócios. Ou seja, as operações desenvolvidas pelos parceiros são iguais.
Acordo de representação	Comercial	Verifica-se, quando uma empresa se torna a representante dos produtos e marcas da outra empresa para determinado mercado. O acordo de representação distingue-se da franquia porque envolve um menor nível de integração entre os aliados. Ou seja, ao contrário da franquia, o acordo de representação nem sempre obriga à exclusividade da marca e, por outro lado, pode incluir ou não a distribuição do produto.
Aquisição de empresa	Financeiro	Ocorre quando uma empresa adquire uma posição maioritária no capital de outra empresa.

Quadro 2 Tipologia das Alianças Estratégicas

Fonte: EIRIZ (2001)

(...continua...)

“Quadro 2, continuação”

Assistência comercial	Comercial	Ocorre quando uma empresa estabelece um acordo no sentido de poder externalizar a definição e, sobretudo, a implementação das suas políticas de marketing. Deste modo, a empresa concentra as suas competências noutras actividades, como, por exemplo, a inovação tecnológica dos processos de produção e desenvolvimento de novos produtos, deixando ao parceiro a tomada de algumas decisões comerciais.
Central de compras	Comercial	A aliança estratégica estabelece-se por forma a facilitar o acesso das empresas participantes aos seus <i>inputs</i> fundamentais. Por norma, as empresas são do mesmo sector e possuem as mesmas necessidades de matéria-primas ou outras. Por meio da cooperação na compra, elas podem desenvolver economias de escala e adquirir maior poder negocial junto dos fornecedores com repercussões não só em termos de preços, mas também qualidade, condições de pagamento e condições de entrega.
Consórcio	Técnico/ Produção	Esta modalidade estabelece-se entre duas ou mais empresas que possuem capacidades e competências susceptíveis de poderem ser complementadas no desenvolvimento de um projecto técnico de grande envergadura e duração no tempo (por exemplo, construção de uma auto-estrada ou ponte). O consórcio pode ou não manter-se para além da realização de um projecto. Muitas vezes, o sucesso de um projecto motiva os parceiros para novos projectos e aprofundamento da relação.
Formação e/ou assistência técnica	Técnico/ Produção	Ocorrem com maior frequência em sectores em que a base tecnológica é importante. Neste caso, estabelece-se um acordo entre duas ou mais empresas por meio do qual poderão ser ultrapassadas determinadas lacunas tecnológicas. Essas lacunas podem resultar da formação da mão-de-obra que não apresenta as qualificações e competências desejáveis ou de dificuldades de desempenho no equipamento de produção ou nos produtos.

(...continua...)

“Quadro 2, conclusão”

Franquia	Comercial	Ocorre quando uma empresa (franqueador) concede a outra (franquiado) o direito de explorar uma marca, produto ou técnica de sua propriedade num determinado mercado mediante determinadas condições contratuais. Estas condições envolvem contrapartidas financeiras e o cumprimento de procedimentos de gestão e políticas de marketing.
Fusão	Financeiro	Representa o grau máximo de integração de duas ou mais empresas que decidem fundir as suas estruturas de capitais numa única entidade.
Grupo de exportadores	Comercial	Conjunto de empresas do mesmo sector que cooperam entre si para desenvolvimento dos mercados externos. A cooperação dá-se em diferentes atividades: realização de estudos nos mercados externos, participação conjunta em feiras, publicidade, entre outras. Além das economias de escala desenvolvidas, uma das suas principais vantagens é a possibilidade do grupo poder oferecer uma gama de produtos mais larga.
Joint venture	Financeiro	Verifica-se, quando duas ou mais empresas constituem uma nova entidade. As <i>joint ventures</i> são alianças estratégicas do domínio financeiro porque, tratando-se da constituição de uma nova entidade, envolvem, entre outros recursos, a afectação de capital para a sua estrutura accionista. Contudo, o desenvolvimento deste tipo de aliança é bastante comum para prosseguir objetivos comerciais ou de produção/técnicos.
Licenciamento de patentes	Técnico/ Produção	Aliança estratégica pela qual uma empresa (concessionária) concede a outra (licenciada) os direitos de exploração de uma patente, produto ou processo de fabrico mediante uma compensação geralmente de carácter financeiro.
Participação minoritária em empresa	Financeiro	Verifica-se quando uma empresa adquire uma posição inferior a 50% do capital de outra empresa.
Subcontratação	Técnico/ Produção	É um tipo de aliança estratégica pela qual uma empresa (contratante) subcontrata a outra (subcontratada) uma parte do seu processo de produção. Deste modo, as operações desenvolvidas por cada um dos parceiros são diferentes.

Inspirado no quadro e nas considerações do autor, uma aliança estratégica genuína reuniria mais de uma dessas tipologias, pois, em geral, como aponta Eiriz (2001), existem vários interesses envolvidos e isso se reflete na diversidade e no entrelace de domínios envolvidos.

Para esta pesquisa, essa categorização se tornou fundamental, pois foi possível determinar os interesses envolvidos nas relações entre os produtores e seus principais parceiros intra e intergrupais. Ou seja, os estímulos e motivos tornaram reais as alianças estabelecidas.

Além disso, há várias razões pelas quais pequenas redes de empresas não se tornam integradas, não porque não são competitivas ou ambiciosas, mas porque existe uma necessidade de inovação de processo e produtos mais rapidamente e isso requer uma redução da distância entre concepção e execução de produto/processo, que essas empresas conseguem alcançar mais facilmente “Thus the small firm can react more quickly and fruitfully to change in technology and markets” (PERROW, 1992, p. 459).

Dessa forma, inspirado em Perrow (1992), pode-se pensar que, como pressuposto, a agricultura orgânica em redes de pequenas cooperativas produtores adota posturas de relacionamentos em alianças estratégicas com pequeno número de parceiros. E isso pode ser compreendido, fundamentalmente, com uma forma de reagir rapidamente às mudanças de conjuntura socioeconômica, transformações tecnológicas e por questões simbólicas relacionadas às práticas de Consumo Justo e Sustentável, aspectos que serão descritos na seção seguinte da revisão de literatura.

2.2 Inovações Sociais: ampliando debates

O marco discursivo sobre o conceito de inovação parte dos trabalhos de Schumpeter e de seus seguidores. Esses trabalhos estão associados à discussão

do desenvolvimento econômico das organizações, incentivado pelas inovações tecnológicas, materializadas em 5 dimensões: novos produtos, novos processos de produção, novos mercados, novas fontes de matérias-primas e novas estruturas de mercado. O conceito de inovação, para os estudiosos Schumpeterianos, está diretamente relacionado ao desenvolvimento econômico e tecnológico. Ou seja, a inovação é distinguida de uma invenção no momento em que gera valor de mercado (FARFUS; ROCHA, 2007; BIGNETTI, 2011).

Comparativamente, as inovações tecnológicas, do ponto de vista dos estudiosos schumpeterianos e neo-schumpeterianos, estão orientadas para apropriação de valor e resultado econômico. Por outro lado, as inovações sociais estão preocupadas com a criação coletiva de valor e para questões sociais entre os envolvidos.

Bignetti (2011), por exemplo, argumenta que, apesar das perspectivas da inovação social e da inovação tecnológica serem complementares, os avanços no campo de estudo das inovações sociais demonstram a existência de aspectos distintivos entre elas. Tal fato decorre em função, por exemplo, da finalidade, da estratégia, do locus, do processo de desenvolvimento e da forma de disseminação do conhecimento.

O surgimento da perspectiva da inovação social toma a realidade social como incentivo para o desenvolvimento de abordagens alternativas. O cenário mundial demonstra que tanto as estruturas empresariais quanto as governamentais não conseguem responder eficazmente às mazelas da população. Ou seja, as inovações concebidas na visão Schumpeteriana, baseadas no desenvolvimento econômico, não equacionaram problemas sociais que solapam o desenvolvimento do ponto de vista social, ambiental e econômico (FARFUS; ROCHA, 2007; BIGNETTI, 2011).

[...] a realidade requer a utilização de metodologias adequadas, processos sistematizados, alianças estratégicas, sistemas efetivos de disseminação, entre outros fatores, que conduzam à criação e incorporação de inovações que contribuam para o desenvolvimento sustentável no tecido socioeconômico-cultural. (FARFUS; ROCHA, 2007, p.18).

Esses questionamentos se tornam campos férteis para o desenvolvimento de discussões sobre a função social das inovações no âmbito organizacional concebidas, neste trabalho, como inovações sociais.

O conceito de inovação social é o sustentáculo para as discussões seguintes. Para este estudo, as inovações sociais são definidas:

[...] as new ideas (products, services and models) that simultaneously meet social needs and create new relationships or collaborations. In other words, they are innovations that are both good for society and enhance society's capacity to act. (CHALMERS, 2012, p.19).

Outra definição interessante para inovação social acredita que ela é:

[...] definida como o resultado do conhecimento aplicado a necessidades sociais através da participação e da cooperação de todos os atores envolvidos, gerando soluções novas e duradouras para grupos sociais, comunidades ou para a sociedade em geral. (BIGNETTI, 2011, p. 04).

O mesmo autor complementa ao afirmar que,

A inovação social geralmente é o resultado de novas combinações ou da hibridização de elementos existentes, e não da composição de elementos integralmente novos. Além disso, a sua colocação em prática se dá ultrapassando fronteiras organizacionais, setoriais ou disciplinares. Por fim, a inovação social deixa como resultante novas relações sociais entre indivíduos e grupos anteriormente separados, contribuindo para a difusão e a perpetuação da inovação e alimentando novas soluções sociais (BIGNETTI, 2011, p. 10).

Similarmente, Mumford (2012) assevera que as inovações sociais estão calcadas em novas ideias, nas quais as pessoas organizam atividades interpessoais e/ou interações para atingir determinados objetivos e/ou ultrapassar obstáculos sociais. Considerando esse pressuposto, as outras formas de inovação resultam em algum tipo de inovação social (MULGAN; TUCKER; SANDERS, 2007).

Os conceitos de inovação social são reformulados constantemente desde o seu surgimento na década de 70. Principalmente depois dos anos 2000 alguns aspectos foram incorporados, o que demonstra a dissociação do campo da inovação tecnológica, como destacado anteriormente. O quadro 3 demonstra a evolução do termo.

Autor	Conceito
Taylor (1970)	Formas aperfeiçoadas de ação, novas formas de fazer as coisas, novas invenções sociais.
Dagnino e Gomes (2000, <i>in</i> Dagnino et al., 2004)	Conhecimento – intangível ou incorporado a pessoas ou equipamentos, tácito ou codificado – que tem por objetivo o aumento da efetividade dos processos, serviços e produtos relacionados à satisfação das necessidades sociais.
Cloutier (2003)	Uma resposta nova, definida na ação e com efeito duradouro, para uma situação social considerada insatisfatória, que busca o bem-estar dos indivíduos e/ou comunidades.
Stanford Social Innovation Review (2003)	O processo de inventar, garantir apoio e implantar novas soluções para problemas e necessidades sociais.
Novy e Leubolt (2005)	A inovação social deriva principalmente de: satisfação de necessidades humanas básicas; aumento de participação política de grupos marginalizados; aumento na capacidade sociopolítica e no acesso a recursos necessários para reforçar direitos que conduzam à satisfação das necessidades humanas e à participação.
Rodrigues (2006)	Mudanças na forma como o indivíduo se reconhece no mundo e nas expectativas recíprocas entre pessoas, decorrentes de abordagens, práticas e intervenções.
Moulaert et al. (2007)	Ferramenta para uma visão alternativa do desenvolvimento urbano, focada na satisfação de necessidades humanas (e empowerment) por meio da inovação nas relações no seio da vizinhança e da governança comunitária.
Mulgan et al. (2007)	Novas ideias que funcionam na satisfação de objetivos sociais; atividades inovativas e serviços que são motivados pelo objetivo de satisfazer necessidades sociais e que são predominantemente desenvolvidas e difundidas por meio de organizações cujos propósitos primários são sociais.
Phills et al. (2008)	O propósito de buscar uma nova solução para um problema social que é mais efetiva, eficiente, sustentável ou justa do que as soluções existentes e para a qual o valor criado atinge principalmente a sociedade como todo e não indivíduos em particular.
Pol e Ville (2009)	Nova ideia que tem o potencial de melhorar a qualidade ou a quantidade da vida.
Murray et al. (2010)	Novas ideias (produtos, serviços e modelos) que simultaneamente satisfazem necessidades sociais e criam novas relações ou colaborações sociais. Em outras palavras, são inovações que, ao mesmo tempo, são boas para a sociedade e aumentam a capacidade da sociedade de agir.

Quadro 3 Definições da Inovação Social

Fonte: Adaptado de Bibnetti (2011)

Diante das diversas concepções sobre o termo, adota-se, para esta pesquisa, o significado de inovação social que consiste na geração de novas ideias, novos processos organizacionais ou relacionamentos mercadológicos. Tem-se a finalidade de atender e responder a demandas sociais reprimidas e/ou problemas sociais não resolvidos por meio de relações cooperativas entre indivíduos e/ou organizações.

Em relação ao corte analítico, para esta pesquisa, optou-se pela abordagem de Mulgan, Tucker e Sanders (2007), com base nas combinações de novos modelos e ideias, nas principais fronteiras teóricas, metodológicas e empíricas, e nas relações sociais (interorganizacionais) adicionadas às mudanças sociais.

Entremeio a essa relação, organizações e instituições sociais podem ser criadas, para o desenvolvimento de novas ideias sobre o governo ou sobre movimentos sociais, que atendam à necessidade de uma coletividade (MUMFORD, 2012) como, por exemplo, cooperativas de produtores de alimentos orgânicos.

Vale considerar que, para esses aspectos, uma inovação social pode envolver a criação de novos processos e procedimentos para estruturar relações de trabalho colaborativas. Em outras palavras, podem-se conceber novas práticas no grupo ou até desenvolvimento de novas práticas de negócios (MUMFORD, 2012).

Para o Instituto de Tecnologia Social – ITS, uma inovação social preconiza o atendimento dos seguintes requisitos: 1. inovação com compromisso com a transformação social; 2. criação de um espaço de descoberta de demandas e necessidades sociais; 3. relevância e eficácia social; 4. sustentabilidade socioambiental e econômica; 5. organização e sistematização; 6. acessibilidade e apropriação das tecnologias; 7. processo pedagógico para todos os envolvidos; 8.

diálogo entre diferentes saberes; 9. difusão e ação educativa e 10. processos participativos de planejamento, acompanhamento e avaliação.

Observa-se que pouca atenção tem sido devotada a esses estudos sobre inovações sociais, pois existe dificuldade em determinar o que seriam de fato inovações sociais estritamente. Os primeiros parágrafos dessa seção tentam esclarecer essa ideia, uma vez que o fenômeno é difuso e envolve interação entre múltiplos aspectos da inovação, entre períodos históricos e do processo criativo (MULGAN; TUCKER; SANDERS, 2007; FARFUS; ROCHA, 2007; MURRAY; MULGAN; CAULIER-GRICE, 2009; MURRAY; CAULIER-GRICE; MULGAN, 2010; BIGNETTI, 2011; MUMFORD, 2012).

Porém, é possível compreender as inovações sociais diante de suas características. Por exemplo, a necessidade do surgimento de relacionamentos e interações interpessoais, para resolver um determinado problema, que, além de atender necessidades e demandas sociais, desdobre impactos coletivos, considerando a diversidade e a unidade humana com a finalidade de promover a igualdade na sociedade considerando, também, as orientações do ITS (FARFUS; ROCHA, 2007).

É emblemático considerar que, para Mumford (2012), durante os últimos anos, os estudos em inovações sociais levaram pesquisadores a descrever o papel da situação econômica, cultural e social na formação da mudança social. Esse conceito está intimamente relacionado ao trabalho de Fairclough (2003), que compreende mudanças sociais com o objetivo de transformação social discursiva. Chalmers (2012, p. 19) afirma que a literatura sobre inovações sociais concentra-se, principalmente, “[...] on the processes and outcomes that change the basic routines, resources and authority flows and beliefs of the any social system”.

Em outras palavras, os autores concordam que as inovações sociais preconizam mudanças tanto do ponto de vista mercadológico, econômico ou de

processos organizacionais e refletem impactos sociais em determinada coletividade o que sustenta a concepção adotada para este trabalho.

Mumford (2012) assevera, apesar das dificuldades metodológicas e substantivas, que existem três linhas de trabalho que podem colaborar para as definições do campo de pesquisas. Para esse autor, a primeira orientação parte das histórias de vidas de pessoas que contribuíram para o desenvolvimento de inovações nos espaços sociais ou políticos; a segunda linha de trabalho, paralelamente, trabalha com aspectos da liderança, porém amparados nas capacidades desses líderes para resolver problemas organizacionais; a terceira linha trata do processo de desenvolvimento, introdução e adoção de inovações nas organizações industriais, o que inclui processo como também produtos tecnológicos inovadores.

Sobre a terceira linha, Chalmers (2012) vai argumentar que a literatura tem migrado do conceito de inovações tecnológicas para as inovações sociais, considerando a figura do empreendedor social, o que pode ser assemelhado às duas linhas iniciais de trabalho apontadas por Mumford (2012) em sua investigação.

Percebe-se que existem diversas barreiras para o desenvolvimento de inovações sociais, tanto de concepção do termo, como aponta Mumford (2012), quanto da amplitude do sistema de inovações sociais (CHALMERS, 2012). Essas barreiras podem incluir proteção de mercado, aversão ao risco, problemas complexos, acesso a redes de aliança e acesso a financiamento. Essas mesmas barreiras, como restrições, podem ativar inovações sociais com finalidade de transpô-las. Em outras palavras, comunidades e grupos sociais em situação de vulnerabilidade social e econômica são forçados a encontrar soluções para seus problemas (BIGNETTI, 2011).

Sedimentados os principais aspectos sobre o surgimento do conceito de inovação social, sua trajetória de desenvolvimentos, nos últimos anos e o recorte

analítico, é possível dizer que esses eixos possibilitam considerar as relações produtivas baseadas nos modelos de Comércio Justo e Sustentável como concepções de Inovações Sociais.

As próximas seções tratarão profundamente dos aspectos conceituais sobre as particularidades sobre o Comércio Justo/Sustentável e a sua relação com o conceito de mudança social na Análise Crítica de Discurso.

2.2.1 *Fair Trade*: concepções sobre Comércio Justo e Sustentável

As práticas de Comércio Justo consistem em novas ideias e novos modelos alternativos de estabelecimento das relações de mercado baseadas em respeito, proximidade e transparência. Essas são conhecidas, internacionalmente, por *Fair Trade*. Como inovação social, sua finalidade é alcançar padrões de desenvolvimento sustentável, com base nos pilares social, econômico e ambiental (RENARD, 2003; GOMES, 2003).

Dessa forma, a estrutura, os mecanismos de funcionamentos e as cadeias produtivas se tornam distintas das tradicionalmente reconhecidas no atual modelo econômico. Em outras palavras,

The structure of the business, the mechanisms and supply channels used also differ from the norm, being based upon *fair trade*, cooperative principles, and inspiring loyalty among customers who share those principles. This can be seen as an initiative to create alternative social infrastructure and provisioning systems which redefine wealth, progress and authenticity, and embody ecological citizenship principles, and then embed them in real-life practice (SEYFANG, 2006, p. 392).

O *Fair Trade* é considerado para este trabalho como uma inovação social, considerando tanto a dimensão de novas formas de coordenação organizacional, ou seja, de processos produtivos, como também a dimensão,

coordenação de processos mercadológicos, relacionado às leis e aos mecanismos de preço. Renard (2003) vai adicionar, a esse enquadre teórico, as dimensões de coordenação cívica e coordenação doméstica. A primeira diz respeito à aderência dos atores e organizações a um conjunto de princípios coletivos baseados em relações comerciais justas. A segunda dimensão é baseada em relacionamentos face a face estruturados em confiança e transparência. Vale destacar que essas últimas dimensões se relacionam diretamente com a realização de objetivos sociais, como orientam os estudiosos de inovações sociais.

O *Fair Trade* nasce no norte da Europa, nas décadas de 60 e 70 e se alastrou, rapidamente, por outros países do hemisfério sul nos últimos 40 anos. Isso pode ser assemelhado aos movimentos sociais, segundo Gomes (2003), considerando engajamento de militantes na luta pela igualdade entre desiguais (LYON, 2006). Esse aspecto é reconhecido por Bignetti (2011) como uma das dimensões das inovações sociais.

Além disso, considera-se que o *Fair trade* envolve dimensões de projetos políticos, pois defende a reflexão consciente e uma escolha política amparada em outros formatos de consumo ético, considerando aspectos ambientais (LYON, 2006). Em seu trabalho, essa última autora vai argumentar que as práticas de *Fair Trade* preconizam relacionamentos colaborativos em redes transculturais que conectam produtores, distribuidores e consumidores.

Nesse sentido, a análise sobre o comércio justo se divide em duas linhas centrais de observação: a primeira com olhar sobre as relações de comercialização, considerando a integração de lojas específicas e certificadas; e a segunda linha observa as relações entre produção e distribuição no mercado, que se configura como o foco deste trabalho (GOMES, 2003).

Vários atores estão envolvidos em práticas de comércio justo como pode ser observado nas afirmações dos autores e se disseminaram nas mais diversas

cadeias produtivas. Nessa esteira, entidades foram criadas para colaborar e criar padrões para as posturas baseadas em *Fair Trade* e elaborar instrumentos de regulação de mercado baseados nessas posturas.

Na Europa destacam-se, por exemplo, a *Network of European World Shops – NEWS*; *International Federation for Alternative Trade/ Federação Internacional para o Comércio Alternativo- IFAT*; *European Fair Trade Association – EFTA* (associação de importadores); *Max Havelaar* (selo de produtos certificados); *International Fair Trade Labelling Organization – FLO* (coordena diversos selos de certificação) e as tendas ou lojas – *World Shops* que têm a finalidade de comercializar os produtos certificados (GOMES, 2003; ASTI, 2007).

No Brasil, a entidade que acompanha o desenvolvimento das iniciativas de comércio justo é o Fórum de Articulação do Comércio Ético e Solidário do Brasil – FACES, que busca minimizar a desconfiança relativa a essas práticas. Acredita-se que os produtores certificados são, em geral, médias e grandes indústrias, desconsiderando os reais beneficiários que seriam os agricultores familiares, os pequenos produtores urbanos e os extrativistas. Além disso, o termo está associado às práticas de Responsabilidade Social Empresarial de orientação puramente mercadológica, o que dificulta o processo aceitação da sociedade brasileira (GOMES, 2003).

A relevância dessas organizações consiste em criar instrumentos de planejamento, delineamento, implementação, monitoramento e de controle das atividades em *Fair Trade*. Do ponto de vista discursivo é importante considerar que, como projeto político e ético, existem parâmetros comparativos para descrever o que é adequado do ponto de vista dessas organizações.

A *International Fair Trade Labelling Organization* (2009), em sua publicação “*Generic Fairtrade – Trade Standart*”, por exemplo, vai afirmar que esses padrões são requisitos mínimos para um ator ser acolhido como praticante

de posturas em Comércio Justo. Ainda, para essa entidade, essas posturas podem ser resumidas em

[...] a strategy for poverty alleviation and sustainable development. Its purpose is to create opportunities for producers and workers who have been economically disadvantaged or marginalized by the conventional trading system. If fair access to markets under better trade conditions would help them overcome barriers to development, they can join Fairtrade (INTERNATIONAL FAIR TRADE LABELLING ORGANIZATION, 2009, p. 3).

As definições introdutórias apresentadas nesta seção serão consideradas como breves orientações para identificar o caminho percorrido pelas iniciativas de *Fair Trade*. Ou seja, como elas surgem e se estabelecem, se a certificação e o reconhecimento das entidades que monitoram essas atividades são de fato cruciais para que esses processos ocorram.

Do ponto de vista conceitual, como os eixos que tratam das relações interorganizacionais e da Análise Crítica de Discurso são fundamentais para compreender os processos grupais e discursivos. A Análise Crítica de Discurso se encaixa no trabalho como uma orientação teórico-metodológica e, por esse motivo, figura no referencial teórico desta pesquisa.

2.3 Análise Crítica de Discurso como pilar de sustentação teórica e metodológica

Para posicionar essa investigação é indispensável que se façam determinados esclarecimentos sobre a trajetória que se pretende caminhar. Iniciar um trabalho com a perspectiva de utilizar a Análise Crítica de Discurso demanda mais do que conhecimento técnico e operacional, ou seja, esse esforço

requer amadurecimento do pesquisador em compreender que esse construto não pode ser utilizado somente como uma metodologia de suporte.

Considerando que existem múltiplas abordagens sobre a Análise de Discurso, vale destacar que, para os campos da linguística, as abordagens comumente utilizadas estão constringidas em quatro correntes, todas elas sedimentadas em leituras marxistas da realidade social. Um ponto que distingue essas abordagens de Análise de Discurso da Análise de Conteúdo é o reconhecimento de que o sentido não repousa simplesmente no texto (discurso escrito ou não), mas, sim, nas imbricações macro e microsociais que provocam efeitos de sentido (FAIRCLOUGH, 1991; FOUCAULT, 1996; BARROS, 1997; MUSSALIM, BENTES, 2001; ROCHA, DEUSDARA, 2005; PONSETI, 2007; MELO, 2009).

Em outras palavras, vários textos com uma mesma estrutura possuem efeitos de sentidos diferentes, de acordo com contexto observado, o que não seria facilmente sustentado pela Análise de Conteúdo e esse pode ser considerado um dos fatores que justificam a utilização dessas abordagens em estudos qualitativos mais flexíveis (VILLARTA-NEDER, 2010). Apesar da inexistência de procedimentos passo a passo de como realizar o processo da análise de discurso, todas as tradições requerem rigor e a observância de regra de condução. Nesse momento, não é objetivo levantar detalhadamente esses aspectos de todas as correntes. A seguir descrevem-se, resumidamente, características gerais de todas e mais pontualmente da Análise Crítica de Discurso – ACD.

A primeira corrente denominada como Análise de Discurso foi desenvolvida por Pêcheux (1990), ao fundar a Escola Francesa de Análise de Discurso, com as contribuições dos estudos de Althusser (1967) e a análise marxista ortodoxa da estrutura social do Capitalismo, adicionados os estudos de

Saussure com a Linguística estruturalista e a perspectiva do sujeito descentrado em consciente e inconsciente de Lacan (c1970) (MUSSALIM; BENTES, 2001).

A tradição da Análise Foucaultiana desenvolve-se, também, baseada em estudos fundados na Escola Francesa de Análise de Discurso. No entanto, Michel Foucault rompe com o rigor e com a abordagem puramente estrutural desenvolvida por Pêcheux (1990) e lança-se para uma trajetória que considera a existência de outros fatores associados à agência humana e, principalmente, ao poder como pode ser observado em suas obras (FOUCAULT, 1996).

A terceira corrente conhecida como Análise de Discurso Bakhtiniana, desenvolvida por Mikhail Bakhtin, diferentemente das anteriores, fundamenta-se em uma leitura marxista menos ortodoxa e mais próxima dos estudos de Gramsci, ao trabalhar com conceitos operacionalmente mais maleáveis para compreender as relações e efeitos de sentido no discurso (BARROS, 1997). Vale destacar que essa corrente de orientação russa trabalha com processos sociais, baseados em dinâmicas estruturantes e estruturadas, ou seja, em um processo dialógico e polifônico, promovido pelos enunciadores do discurso, que, ao passo que referendam as estruturas sociais, modificam-nas por meio de suas ações (BRAIT, 1997).

Complementarmente, a quarta corrente denominada como Análise Crítica de Discurso desenvolvida, com base em estudos de Norman Fairclough (1991), parte do pressuposto de que a realidade está envolvida em processos hegemônicos e ideológicos, argumento proveniente de uma interpretação holística dos estudos de Gramsci, assim como a tradição anterior.

Essa última abordagem foi escolhida como foco deste trabalho como orientação teórico-metodológica, apesar de operacionalmente demandar um conjunto de requisitos mais específicos que a tradição Bakhtiniana, porque promove interlocuções significativas com os estudos em Teoria de Redes, ao assumir o aspecto cultural como fundamental na Análise de Discurso (ROCHA;

DEUSDARÁ, 2005). Assim como a Teoria de Redes, a Análise Crítica do Discurso permite trabalhar com interlocuções entre as imbricações culturais e os processos dinâmicos entre estrutura e a agência humana na construção da realidade (RESENDE; RAMALHO, 2011).

Adicionado a isso, outra característica importante da ACD para esse trabalho é o reconhecimento do papel do pesquisador-analista como integrante do processo discursivo, no qual ele obtém responsabilidade política pela análise e pela mudança social da realidade pesquisada (FAIRCLOUGH, 2003). Em outras palavras, o estudo analítico não é um fim em si mesmo, pois existe um comprometimento com a Mudança Social (FAIRCLOUGH, 2003).

Essencialmente, a Análise Crítica de Discurso consiste em uma planta baixa que permite identificar os meandros da construção das relações sociais entre os sujeitos interconectados simbolicamente (MCCRACKEN, 2003). Esse constructo permite desvendar as relações que existem entre os fatos sociais (práticas sociais) e linguagem (práticas discursivas), baseadas na teoria desenvolvida por Norman Fairclough. Outro esclarecimento é a defesa de uma postura de investigação que não se pretende realizar análise pela análise, mas, sim, promover desdobramentos que colaborem para a realidade de pequenos produtores de alimentos orgânicos.

Inicialmente será discutido, nesta revisão de literatura, o conceito de discurso adotado por essa tradição. Para suportar a proposta investigativa, serão trabalhados os conceitos de gêneros, estilos e modalidades discursivas como aspectos de operacionalização da análise de dados e das informações observadas no campo e, principalmente, identificar do macrocontexto de desenvolvimento das relações interorganizacionais.

Para descrever os processos das relações de poder nos relacionamentos entre os atores, serão identificados os conceitos hegemonia e ideologia como sustentáculos dos argumentos discursivos dominantes na literatura acadêmica e

na realidade dos elementos da pesquisa. A luta hegemônica e os movimentos de sustentação da ordem dominante servirão de base para trabalhar com o conceito de mudança social e de estabilidade de práticas sociais.

O modelo teórico que orienta esta pesquisa é demonstrado esquematicamente por meio da Figura 1.

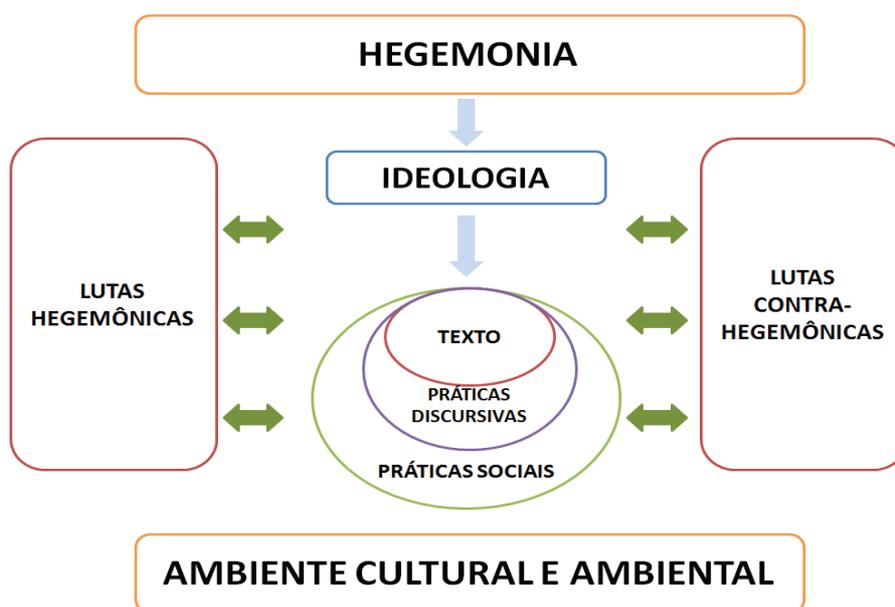


Figura 1 Enquadre da Análise Crítica de Discurso

Fonte: Desenvolvido pelo autor

A figura sumariza os principais conceitos que serão trabalhados a seguir, para isso torna-se fundamental desvelar a organização desses conceitos graficamente. O discurso está dividido em três dimensões e os movimentos de encaixe e desencaixe discursivo são sustentados por um processo ideológico. Esse processo ideológico de formação de sentidos serve a padrões e estruturas de

poder hegemônico, dessa forma o discurso pode ser comparado a um pêndulo que oscila entre as pressões dos grupos na disputa por poder.

Entretanto, independente do lado que o discurso está posicionado, ele só faz sentido amparado na ideologia legitimada nas categorias hegemônicas, do contrário ele não possui lastro. Adicionalmente, a materialização do discurso, dos padrões hegemônicos e dos sentidos ideológicos se materializa no ambiente cultural e natural.

2.3.1 O Conceito de Discurso para Análise Crítica de Discurso ACD

O conceito de Discurso é o centro de sustentação para todos os outros conceitos relacionados neste estudo, ou seja, com base nele as relações ascendentes e descendentes são constituídas. Para a tradição da Análise Crítica de Discurso, o conceito de discurso está intimamente relacionado às práticas sociais e práticas discursivas como dimensões de uma perspectiva dialética historicamente posicionada. Para tecer a trama teórica, será utilizada a interpretação feita por Resende e Ramalho (2011) sobre o enquadre teórico proposto por Norman Fairclough.

Segundo Ramalho e Resende (2011), o discurso consiste em um construto que, ao mesmo tempo é estruturado e estruturante; significa dizer que ele está constricto pelas estruturas assim como as define ao mesmo tempo, ou seja, por um lado as estruturas organizam a produção discursiva e por outro lado, o discurso modela e transforma as estruturas considerando o enunciado produzido pela ação humana.

Percebe-se que essa orientação sobre discurso está diretamente relacionada com a Teoria da Estruturação de Giddens. Para esclarecer essas relações, argumenta-se que a Teoria da Estruturação é uma alternativa teórica que pretendeu solucionar um impasse sociológico dicotomizado entre estrutura e

agência humana sobre a constituição e interpretação da realidade (MARIETTO et al., 2009).

Essa teoria pretendeu promover um espaço teórico comum, no qual as duas tradições objetivista e subjetivista, de constituição da sociedade e suas instâncias, convivessem complementarmente (GIDDENS; TURNER, 1999). Para essa teoria, a ação humana (compreendida como prática discursiva) é moldada pela estrutura (entendida como prática social) que lhe é ensinada e socializada, ao passo que transforma e interfere na estrutura. Ou seja, a ação humana como discurso (enunciação) é estruturada e estruturante.

Nesse sentido é que se estabelece a relação dialética e interna proposta por Norman Fairclough (2003), entre discurso (ação humana) e sociedade (estrutura) historicamente situada. Esse autor, dessa forma, desconstrói o argumento sociolinguístico estruturalista que prevê que o discurso está determinado pela estrutura e pelas construções sociais, ao mesmo tempo, que desmantela o argumento de Saussure (1857-1913) que entende a enunciação como uma atividade individual do sujeito enunciador (RESENDE; RAMALHO, 2011).

A Análise Crítica de Discurso trabalha com o conceito de discurso distribuído em 3 dimensões, a saber: texto, práticas discursivas e prática social. O texto e a prática social são dimensões micro e macro, respectivamente, dos eventos discursivos, que são mediadas pela prática discursiva. Em analogia à Teoria de Conjuntos, o texto está contido na prática discursiva e essa última contida na prática social (RESENDE; RAMALHO, 2011).

O texto, então, serve à prática discursiva como função de sentido, ao passo que está referendado em uma prática social permeada por relações hegemônicas e ideológicas. Vale lembrar que esse movimento de detalhar as dimensões do Discurso tem apenas uma função didática para operacionalizar a análise diante da proposta da interferência discursiva na realidade para promover

mudanças sociais, defendidas por Fairclough (2003), pois, na realidade, essas dimensões estão dispersas (RESENDE; RAMALHO, 2011). A mudança social será um pressuposto da pesquisa discutida nas sessões anteriores vinculadas à perspectiva de inovações sociais. Fairclough (1991) utiliza qualquer forma textual como objeto de análise e esclarece que o discurso está permeado em diversas tipologias de texto, falado, escrito e semiotizado em imagens. Por isso, utilizou-se, além das entrevistas, a análise espacial contextual e histórica na qual os elementos da pesquisa estão inseridos.

A dimensão textual na análise proposta por Fairclough (1991) e interpretada por Resende e Ramalho (2011), preocupa-se com os aspectos linguísticos relacionados ao vocabulário, à gramática, à coesão e à estrutura textual. Essa dimensão será indispensável para localizar os gêneros, estilos e modalidades do discurso frente à estrutura da constituição dos argumentos discursivos, termos esses que serão trabalhados nas próximas sessões.

A prática discursiva como dimensão analítica é composta de fatores discursivos relacionados à produção (quem e o que produz e pra quem); à distribuição (via quais mecanismos, a forma de organização); ao consumo (por quem e como é consumido); ao contexto em que se localizam os argumentos discursivos; com que força e coerência como os enunciados são veiculados e a intertextualidade argumentativa do discurso.

Por outro lado, a prática social se refere aos aspectos ideológicos de sentido, pressuposições e metáforas e ao quadro ideológico que preconiza as relações macroestruturais econômicas, sociais, políticas, culturais e ideológicas. Esses compostos da prática social serão discutidos separadamente nas sessões posteriores (RESENDE; RAMALHO, 2011).

Nesse sentido, delimitam-se as dimensões conceituais do discurso, denominado como estruturado e estruturante, dialeticamente posicionado em espaço e tempo distintos, diante das dimensões do texto, práticas discursivas e

práticas sociais. Para orientar a análise das entrevistas serão trabalhados os conceitos de Gênero, Estilo e Modalidade discursiva.

2.3.2 Gêneros Discursivos

Fairclough (1991) orienta que os gêneros discursivos são trajetórias para a construção do sentido discursivo como uma imagem emoldurada em interações sociais. Para esse autor, um mesmo discurso pode apresentar diversas tipologias de gêneros discursivos para alcançar determinado efeito de sentido.

Isso quer dizer que o objeto de análise da tradição crítica possui liberdade para transitar entre e por dentro de diversos gêneros para atingir seus efeitos de sentido em um ou vários públicos-alvo (FAIRCLOUGH, 1991). Além disso, não existe uma categorização rígida sobre gêneros, mesmo porque eles podem surgir por novas configurações sociais interacionais. Os gêneros discursivos podem variar em função da fixidez, estabilidade e homogeneidade.

O gênero consiste no entendimento de Fairclough (1991), na moldura do discurso e de seus argumentos. Dessa forma, a organização e os recursos textuais são aspectos relacionados ao gênero, ou seja, esse último diz respeito à estrutura organizativa dos argumentos ou narrativas no texto e os recursos conectivos que são utilizados para promover sentido ao discurso (FAIRCLOUGH, 1991).

O mesmo autor faz algumas associações entre gêneros e movimentos de desencaixe, denominados momentos de descontinuidade de períodos historicamente situados, vinculados aos desdobramentos do conceito de modernidade tardia, também, abordada no trabalho de Resende e Ramalho (2011). Outra associação comum, realizada por Fairclough (1991), relaciona-se com a Teoria da Ação Comunicativa de Habermas, além da forte conexão com a semântica nos estudos linguísticos. Esses assuntos não serão tratados neste trabalho, mas outros focos, sobre a Análise Crítica de Discurso, voltados para a

teoria comunicativa, merecem direcionar maior atenção em abordar essas relações, principalmente, em redes de cooperação.

O importante neste trabalho é compreender que o gênero discursivo servirá para identificar aspectos organizativos e conectivos similares e/ou distintos em argumentos e narrativas dos discursos. Esse conceito enriquece o *corpus* teórico e delimita uma trajetória didática para compreender os estilos e modalidades no discurso, tratados nas sessões seguintes.

2.3.3 Estilos de Discurso em ACD

Estilo discursivo consiste no espectro que identifica uma forma de ser característica de determinado Discurso, denominado por qualidades específicas. Isso quer dizer que os estilos são aspectos discursivos do modo de ser e, para Fairclough (1991), são identidades discursivas. Nesse sentido, as principais relações se constroem em torno do que é, como é, que redação, de que olhar se percebe a realidade e como se movimenta nas dimensões de espaço e tempo.

Em Fairclough (1991), o significado de identidade, como estilo discursivo se transforma em uma ação discursiva representativa, quando está relacionada ao texto, ou seja, são as características discursivas e estruturais alinhadas que promovem uma personalidade pessoal ou social para o discurso. O estilo pode ser conceituado como a denominação dada a determinado gênero discurso, ou seja, enquanto o gênero configura como a organização e estrutura dos argumentos discursivos, os estilos consistem na nominação dessas características (FAIRCLOUGH, 1991). Por exemplo, as características da redação e dos argumentos científicos textuais são denominadas de: Estilo Científico de Discurso, mas ao investigar a estrutura argumentativa e a sua organização estamos falando do gênero discursivo.

Vale lembrar que os estilos discursivos, assim como os gêneros, não se apresentam necessariamente isolados, podem estar combinados ou sofrer mobilidades em função do contexto histórico. Esses conceitos são importantes para a análise do objeto desta pesquisa, pois recorrentemente percebem-se confusões em torno desses conceitos dadas às semelhanças como as teorias bakhtinianas do discurso.

Há uma grande variedade de acepções sobre o termo identidade, relacionado aqui ao estilo discursivo, no entanto, esse é um conceito extremamente complexo na visão de Fairclough (1991) e, nesse sentido, julga-se que demandaria uma revisão teórica à parte, não justificada pelos objetivos desta pesquisa.

No tocante ao *corpus* teórico dessa análise, os esclarecimentos realizados são suficientes para sustentar a tradição da Análise Crítica de Discurso em uma perspectiva de operacionalização do trabalho, que desmembra o conceito de estilo em relação ao de gênero frente suas tênues diferenças.

2.3.4 A Modalidade no Discurso

A modalidade no discurso assim como os conceitos anteriores tem a função de fazer uma identificação contextual do discurso. A modalidade assim como a avaliação no discurso se refere à maneira com a qual o enunciador se compromete com aquilo que é verdadeiro e necessário, desejável e indesejável, bom ou ruim (FAIRCLOUGH, 1991). A relação nesse processo de análise está diretamente com o conceito de Hegemonia, uma vez que o comprometimento está constricto pela sociedade e suas forças dominantes de regulação e padronização.

Entremeio ao conceito de Modalidade no discurso percebe-se como um argumento é defendido pelo enunciador, no tocante ao comprometimento de sua

identidade e postura, ao afirmar, corroborar, questionar, gerar incertezas ou refutar determinadas ideias e argumentos.

Segundo Fairclough (1991), a modalidade está contextualizada historicamente e pode sofrer transformações, em função das relações de sentido envolvidas, como a transformação de um discurso no qual o enunciador toma uma posição de defesa de uma ideia e, em outro momento, contrária ou se abstém dessa postura. Essas mudanças podem gerar impactos políticos discursivos significativos. As mudanças de modalidade podem estar contidas em pequenas mudanças de vocabulário, de reposicionamentos e intensidade de uma mesma mensagem, mas objetivando efeitos de sentido extremamente distintos.

A finalidade desse conceito, para essa análise, configura-se como um orientador, para identificar como estruturas e argumentos, se discursos similares na estrutura possuem efeitos de sentido diferentes ou também como argumentos com estruturas distintas podem caminhar para o mesmo efeito de sentido.

Fairclough (1991) orienta que cinco aspectos podem influenciar na avaliação e modalidade de determinado argumento discursivo: 1- o significante de como o enunciador se identifica no texto; 2- a questão da heterogeneidade da identidade social nos espaços; 3 – a relação identidade social e personalidade (quem eu sou e como sou visto); 4 – estetização da identidade como imagem pública hegemônica; 5- a esfera pública e cidadania que significa como as pessoas se identificam como cidadãos e integrantes de grupos sociais.

2.3.5 Hegemonia e Ideologia

A sociedade é formada por diversos grupos unidos por laços de afinidade, semelhança física e/ou intelectual, dentre outros. Esses grupos disputam recursos e poder, o que cria um estado de divisão assimétrica desses fatores. As organizações são formadas por sujeitos que estão inseridos nesse

contexto social, no qual essas posturas naturalizadas se estendem nas organizações como reflexo da realidade social.

Para Clegg e Courpasson (2007), as identidades discursivas não são construídas pelas escolhas dos indivíduos, mas, sim, por meio de um movimento de estímulo à adoção de posturas socialmente aceitáveis. Na mesma esteira, o trabalho de Bourdieu é esclarecedor, no qual as relações de dominação ideológica se estabelecem como um poder invisível que dispõe os sujeitos na estrutura organizacional e interorganizacional de poder que são socializadas e mantidas pelo *modus operandi* das organizações (ROSA; BRITO, 2009).

Segundo Rosa e Brito (2009), a realidade organizacional é construída, então, por fatores estruturais e simbólicos por meio do *habitus* que consiste na naturalização de ações práticas e simbólicas, reconhecidas como discursos (FAIRCLOUGH, 1991), e o campo, que consiste na delimitação do espaço onde ocorrem as relações e da doxa, que consiste na ideologia hegemônica que governa, regula e orienta as ações dos sujeitos.

Diante desses posicionamentos teóricos, torna-se oportuno descrever como a trajetória investigativa foi procedida ao longo do trabalho de campo e, principalmente, como os conceitos discutidos foram organizados para atender os objetivos do trabalho.

3 METODOLOGIA

A metodologia é o caminho do pensamento e da prática exercida na abordagem da realidade. Ou seja, ela representa a junção dos conteúdos, pensamentos (do investigador) e do objeto de estudo. A metodologia, do ponto de vista prático, consiste na estratégia adotada para acessar um conjunto de conhecimentos sobre um objeto de pesquisa (MINAYO, 2004).

A pesquisa é uma atividade básica da ciência na construção da realidade. Ela é, na verdade, uma junção entre teorias, pensamentos e ação, onde a teoria é a explicação parcial da realidade (proposições) e desempenha várias funções em relação ao estudo do objeto de investigação, dando um sentido a ele (conceitos).

A seguir serão apresentados os principais aspectos e características que delinearão o percurso metodológico desta pesquisa como a sua caracterização, tipologia, as técnicas de coleta e análise de dados, como também a adequação do Diagnóstico Rápido Participativo.

3.1 Caracterização e Tipologia da Pesquisa

Em relação aos mecanismos que foram utilizados para a operacionalização dos objetivos, ou seja, para o levantamento, tratamento e análise dos dados da pesquisa, utilizaram-se as estratégias da pesquisa qualitativa. Em geral, os objetivos dessa natureza de pesquisa estão relacionados a explorar e descrever a realidade em uma leitura das representações, seus sentidos e significantes.

Bandeira-de-Melo e Cunha (2003) ressaltam que a estratégia qualitativa engloba diversas técnicas com a finalidade de explorar, descrever e codificar a simbologia de um complexo sistema de significantes entrecruzados. Essa

estratégia prevê a possibilidade de verificar processos sociais pela análise dos fenômenos sociais.

Em outras palavras, essa estratégia de pesquisa permitiu fazer uma leitura da realidade e seus fenômenos de maneira contextualizada, ou seja, identificando espaços temporais e conjunturais que desencadearam determinada circunstância.

Assevera-se que a pesquisa qualitativa proporcionou, para esse trabalho, melhor visão e compreensão do problema, uma vez que o explorou com ideias pré-concebidas e apropriou-se de cenários de incerteza. Ou seja, os resultados são relativos a um contexto histórico-social específico.

A pesquisa qualitativa para esse estudo foi exploratória, uma vez que sua pretensão era suscitar uma discussão profunda sobre as principais relações estabelecidas entre os eixos temáticos do trabalho.

Para assuntos pouco abordados em pesquisas anteriores, a pesquisa exploratória auxilia o desenvolvimento de conceitos e complexas estruturas interpretativas que, ainda, não tiveram o devido interesse empregado, na qual a relação entre pesquisador e o objeto pesquisado é orientada para o entendimento comum entre ambas as partes (PATRUS-PENA, 2009).

Como pesquisa exploratória e, principalmente, com a finalidade de compreender o fenômeno considerando as percepções do campo, foi utilizada a metodologia do Diagnóstico Rápido Participativo. Esse conjunto de métodos foi aplicado para construir mapas críticos sobre os principais discursos emergentes sobre as inovações sociais concebidas como iniciativas de Comércio Justo/Sustentável para pequenos produtores de alimentos orgânicos.

3.2 Objeto da Pesquisa

Em relação ao processo de escolha dos elementos da pesquisa, vale destacar que levantaram-se, preliminarmente, as principais organizações de pequenos produtores. No total foram mapeadas 14 associações e cooperativas no sul de Minas Gerais. Esse levantamento preliminar é fruto do relatório parcial do Projeto de Estruturação do Núcleo de Estudos Multidisciplinares em Agroecologia e Agricultura Familiar da UFLA, desenvolvido no Departamento de Administração e Economia da Universidade Federal de Lavras - DAE/UFLA. Dessas organizações seriam selecionadas, no máximo, três delas. O critério de inclusão seria inicialmente a presença de atividades de *Fair Trade* entre os seus membros. A decisão de escolha dos elementos que participariam da etapa de coleta de dados primários foi orientada por meio da conveniência para alcançar os resultados e a sensibilidade investigativa do pesquisador e seus orientadores, que se adequou ao caráter qualitativo e exploratório da pesquisa.

Com a evolução do levantamento de dados secundários e do mapeamento das organizações, foram selecionadas duas entidades, baseou-se no critério de escolha de associações e cooperativas com processos produtivos e comerciais estruturados solidamente nas perspectivas de *Fair Trade*, além de considerar a disponibilidade de tempo e recursos financeiros e operacionais para viabilizar a pesquisa. Foram escolhidas a Associação Permacultural Montanhas da Mantiqueira – APOMM e a Cooperativa dos Agricultores Familiares de Poço Fundo e Região – COOPFAM.

As aproximações preliminares aconteceram, ao final do mês de setembro de 2013, por meio de mensagens eletrônicas e conversas telefônicas, direcionadas aos gestores das instituições, com a finalidade de obter maiores esclarecimentos sobre acesso e disponibilidade de informações. Posteriormente,

em meados de outubro, novembro e dezembro as visitas nas entidades foram realizadas e as primeiras entrevistas realizadas.

Entretanto, com avanço das aproximações de campo, as visitas à APOMM, em São Lourenço, não obtiveram êxito inicial, dessa forma, decidiu-se que, para essa etapa da pesquisa, o objeto de análise seria apenas a COOPFAM.

Diante disso, todos os dados preliminares da APOMM foram reservados para futuras pesquisas, considerando que o projeto foi aprovado com financiamento de bolsistas de Iniciação Científica para o período de mais um ano.

3.3 O Diagnóstico Rápido Participativo: posicionamentos introdutórios

A metodologia conhecida como Diagnóstico Rápido Participativo surgiu na década de 70, na Europa, como uma metodologia qualitativa de investigação e como uma alternativa aos métodos usuais e rígidos utilizados nas pesquisas sociais (como, por exemplo, os *surveys* baseados em questionários e análises quantitativas) (PEREIRA, 2009).

Os diagnósticos tradicionais não consideravam aspectos socioeconômicos na realidade dos elementos da pesquisa como, por exemplo, as dinâmicas de comercialização, tornando o instrumento de coleta de dados inadequado, considerando que esses aspectos interferem diretamente na dinâmica produtiva do desenvolvimento rural (GARRAFIEL; NOBRE; DAIN, 1999).

Esse método foi desenvolvido por organizações governamentais e não governamentais com a finalidade de alcançar resultados rápidos sobre os cenários da realidade de produtores rurais para, posteriormente, ser

complementada como técnicas de maior profundidade empírica. Por este método tem-se o objetivo de desvendar determinadas relações apresentadas nesses grupos.

Além disso, vale considerar que esse método tem sido amplamente utilizado em investigações em cooperativas (PEREIRA, 2001; PEREIRA, 2009; ASSIS et al., 2013) de pequenos produtores, pois permite compreender e descrever a realidade e seus fenômenos por meio de uma abordagem crítica e criativa. Tais aspectos atendem aos objetivos do trabalho do ponto de vista do mapeamento dos produtores de alimentos orgânicos e sua forma de organização em associações e cooperativas, além de permitir o olhar macrossocial, necessário para a abordagem da Análise Crítica de Discurso.

Diante disso, percebe-se que esse instrumento de coleta de informações possibilita atender aos objetivos do trabalho tanto em aspectos teóricos quanto metodológicos. Isso porque é possível fazer uma leitura da realidade abordada, selecionar os principais fatores a serem investigados e os possíveis recortes analíticos que serão explorados por meio de técnicas de maior profundidade (PERES; COSTA, 2003). Vale considerar que a escolha dos marcos norteadores que emergem no processo de diagnóstico são reflexos das informações e objetivos pretendidos. Esses marcos definiram combinações de técnicas metodológicas complementares (PERES; COSTA, 2003; PEREIRA, 2009).

Um dos cuidados tomados para não perder o foco do trabalho foi tornar a triangulação de dados o mais objetiva, do ponto de vista estratégico, para não prejudicar as interações excessivamente lúdicas com os produtores. Como orienta Pereira (2001), o volume de informações pode colaborar na análise, no entanto, se os critérios e objetivos não forem perseguidos transforma-as em material obsoleto para a pesquisa em questão.

Considera-se essencial definir os métodos de investigação e recortes analíticos como marcos norteadores e caminhos de acesso às informações. Dessa

forma, a utilização do DRP requer a observância dos seguintes aspectos na visão de Pereira (2001):

- a) Transdisciplinaridade – considerar a formação de uma equipe de várias áreas do conhecimento, com a finalidade de estabelecer diálogos entre os elementos da pesquisa e o corpo de pesquisadores que tenham habilidades para acessar as informações por vários olhares e leituras da realidade;
- b) Triangulação na coleta de Dados e Informações – inicialmente trabalha-se com dados secundários para, posteriormente, partir para coleta de dados primários e cruzá-los; ou seja, na primeira etapa mapeiam-se as principais informações que precisarão ser coletadas e as fontes que serão investigadas para, em seguida, verificar a consistência das informações coletadas nas duas etapas;
- c) Análise Crítica do Discurso – o autor sugere a utilização da Análise de Conteúdo. No entanto, nesta pesquisa, a abordagem teórico-metodológica adequada consiste naquela que permite trabalhar com coleta de informações menos rígidas e de natureza qualitativa. Em outras palavras, a quantificação e a rigidez da Análise de Conteúdo não permite compreender as principais relações macrossociais que se estabelecem entre os elementos da pesquisa.

Vale considerar que, para além desses requisitos, o DRP permitiu que o ponto de vista dos elementos da pesquisa complemente a leitura realizada pelos pesquisadores dada à flexibilidade na coleta de informações, assim como a ativa participação interativa e reciprocidade na aprendizagem dialogada dinamizada entre todos os envolvidos (PEREIRA, 2001; PEREIRA, 2009, SOUZA, 2009).

Diante dessas descobertas, é possível afirmar que os resultados e conhecimentos do processo investigativo, balizados pelo DRP, preconizam a utilização desses pelos próprios elementos da pesquisa, considerando que eles são construídos coletivamente na pesquisa (SOUZA, 2009).

Adicionado a isso, considera-se que esse é um método praxiológico, fundamentado na crítica coletiva e na mudança cultural aderente à Análise Crítica de Discurso enquanto perspectiva e a proposta de Fairclough (2001) sobre os processos de mudança social e as inovações sociais como forma de transformação da realidade. Outro aspecto a ser considerado é a possibilidade de esse instrumento realizar mapeamentos das principais relações entre produtores e entre as organizações que desenvolvem relacionamentos.

Verifica-se que o Diagnóstico Rápido Participativo possui várias vertentes de condução e adequação contextual, consoantes ao objeto e ao problema de pesquisa selecionados. Um dos principais compromissos dessas metodologias é o enfoque participativo com envolvimento de todos os agentes ativamente o que atende à postura investigativa adotada (GARRAFIEL; NOBRE; DAIN, 1999).

Durante o trabalho de campo, considerando a disponibilidade de recursos e tempo, verificou-se que a modalidade de Diagnóstico Rural denominado Metodologia PESA seria a mais adequada, e a fase de diagnóstico denominada Sondeio atenderia os objetivos do trabalho. Historicamente, a Metodologia PESA chega ao Brasil em meados da década de 90 e é adotada pelo PESACRE – Grupo de Pesquisa e Extensão em Sistemas Agrícolas do Acre para compreender a dinâmica produtiva de produtores rurais. Um dos principais compromissos dessa metodologia de interesse desta pesquisa é o enfoque participativo com envolvimento de todos os agentes ativamente no fenômeno observado (GARRAFIEL; NOBRE; DAIN, 1999).

Originalmente, a Metodologia PESA possui quatro fases: 1- Identificação da comunidade; 2- Diagnóstico/Sondeio; 3- Planejamento e/ou formulação do projeto; 4- Implementação/monitoramento e avaliação; 5- Recomendação e/ou disseminação. Porém, como o presente estudo não tem o objetivo de recomendar ou sugerir adequação das atividades das entidades, mas, sim, de compreender os processos de estabelecimento de relações de cooperação, alianças estratégicas e, principalmente, como se desenvolvem as práticas de Comércio Justo, foram abordadas e utilizadas apenas as duas primeiras fases da metodologia PESA.

Dessa forma, as etapas foram conduzidas da seguinte forma:

Identificação da comunidade: a) foram estabelecidos contatos preliminares com entidades representativas dos elementos da pesquisa (cooperativas, associações). Os critérios observados se basearam na possibilidade de acesso às informações, durante todo o período de pesquisa, na identificação de organização formal ou informal como também padrões de envolvimento com outras instituições que, ainda, não tenham transformado a comunidade; b) assegurou-se a manutenção do contato com a comunidade e a cooperativa envolvida, durante as fases do trabalho de campo, além dos contatos constantes com pesquisadores envolvidos com o mesmo objeto de estudo, com a finalidade de comparar o que já foi produzido e ampliar o *corpus* para análise dos discursos sobre *Fair Trade*.

Diagnóstico/Sondeio: as perguntas principais se basearam em: por que fazer um diagnóstico? E para que fazer um diagnóstico participativo? A resposta é apropriada para a caracterização da pesquisa e seus objetivos, além dos recursos disponíveis, disponibilidade de tempo e a natureza da informação, razão da coleta de dados e a busca de determinados resultados.

O Sondeio é uma técnica de DRP, adotada neste trabalho, em função de ser rápida a sua aplicação e processamentos das informações, o que reduz tempo e recursos gastos para coletar informações de maneira informal (entrevista semiestruturadas e flexíveis à necessidade de investigação). Seus principais objetivos estão relacionados ao levantamento e análise da região de trabalho, à identificação dos problemas, limitações e soluções da comunidade e à familiarização dos técnicos com a área e a comunidade em que irão desenvolver o trabalho. Adicionalmente considerou a sua duração máxima de 10 dias, que consistiram nas etapas: – 1- Conversas com a comunidade; 2- Escolha dos instrumentos de coleta de dados; 3- Preparação da equipe considerando tamanho e multidisciplinaridade; 4- preparação da entrevista (roteiro, postura e seleção dos elementos).

3.4 Instrumentos de Coleta de Dados

Para alcançar as metas de investigação que os métodos utilizados foram adequados coerentemente com o caráter e os objetivos da pesquisa. Além disso, considerou-se que, para compreender os processos de formação de organizações, pelos processos de cooperação, baseados em outras lógicas de mercado e, principalmente, à luz da postura teórico-metodológica da Análise Crítica de Discurso, procurou-se trabalhar com a triangulação de métodos de coleta de dados e triangulação de informações. Essa escolha se justificou pela necessidade de ampliar o *corpus* da pesquisa (FAIRCLOUGH, 2001). Ao reafirmar que o eixo da pesquisa emergiu das interlocuções com o campo, utilizaram-se os seguintes métodos de coleta de dados:

- a) Entrevista em profundidade;
- b) Diário de campo;

Nas seções seguintes esses métodos serão esmiuçados e justificados quanto à sua adoção para essa investigação.

3.4.1 As Entrevistas em Profundidade – planejamento e condução

As vantagens das entrevistas em profundidade foram relacionadas à possibilidade de descobrir percepções mais profundas, à necessidade de atribuir questionamentos exclusivos ao entrevistado e à disposição de chegar a assuntos reais considerando que o assunto apresenta complexidade no entendimento de suas relações. Esses aspectos foram adequados à Análise Crítica de Discurso.

A utilização da entrevista em profundidade serviu a esta pesquisa com o propósito de compreender o cenário e as principais relações e acepções que os elementos da pesquisa estabelecem com as inovações sociais em Comércio Justo e Sustentável.

A condução das entrevistas foi realizada da seguinte forma: inicialmente, procurou-se estipular um planejamento das informações relevantes a serem coletadas que atenderiam os objetivos deste trabalho, de acordo com as características de cada grupo de entrevistados. Em seguida, esses questionamentos foram separados em blocos distintos de indagações. Para facilitar a organização, análise e tratamento dos dados, a forma escolhida das entrevistas foi a semiestruturada, pois

Entrevistas totalmente sem estruturas não são recomendadas. Situações que o entrevistado fala livremente, sem interrupção ou intervenção, com frequência resultam em acúmulo de informações difíceis de analisar, que, muitas vezes, não oferecem visão clara da perspectiva do entrevistado. (ROESCH, 2005, p. 159).

O roteiro de entrevista foi orientado, considerando 3 blocos temáticos de questionamentos: 1- Dimensões das relações interorganizacionais; 2 – Redes de

integração e colaboração no cooperativismo e 3 - Inovações Sociais em Comércio Justo Sustentável.

Após o planejamento dos aspectos necessários, para os roteiros de entrevista, foi definido que seriam entrevistados membros da diretoria da cooperativa, principalmente, aqueles que tinham contatos constantes com os demais cooperados como, por exemplo, o presidente da instituição, a gerente comercial responsável pela intermediação com mercados e os técnicos agrícolas que visitavam diariamente as propriedades.

Para abordá-los e seguindo as orientações do Diagnóstico Rápido Participativo, fundamentado na Metodologia PESA, foram realizados plantões na COOPFAM entre os dias 13 e 24 de janeiro de 2014, totalizando 10 corridos, o momento de realização do plantão e das entrevistas priorizou horário comercial. Ou seja, o pesquisador adentrava nas cooperativas, às 8 h e deixava a instituição às 18 h, ao final da tarde. Além disso, foram feitas três visitas nas propriedades dos cooperados e nessas aproximações foram realizadas 3 das 18 entrevistas coletadas.

Entretanto, uma entrevista teve de ser retirada da amostra, em função de problemas técnicos com o gravador que não registrou a 9ª entrevista coletada, todas elas foram gravadas e poucas anotações foram feitas durante a sua realização, então, optou-se por não utilizar as informações dadas pelo entrevistado, pois não havia registros reais dela, apenas a memória do pesquisador.

Utilizaram-se, então, 17 entrevistas em profundidade, cinco delas com o corpo administrativo da Cooperativa e o restante com os produtores cooperados. Durante a visita às propriedades, foram esclarecidas algumas dúvidas que emergiram nas entrevistas na sede da COOPFAM. Com a pesquisa *in loco* foi possível sanar dúvidas sobre o processo produtivo e verificar a materialização de

práticas das inovações de mercado promovidas pelo *Fair Trade* e a cultura de orgânicos.

3.4.2 O diário de campo

O diário de campo consistiu em um caderno de anotações adotado, durante o processo de interação com os sujeitos e o pesquisador, além das fotos e filmagens registradas com finalidade de identificar fatos e aspectos importantes da investigação. A técnica auxiliou na operacionalização da pesquisa e no Diagnóstico Rápido e Participativo, pois permitiu complementar, sistematizar e registrar as informações coletadas que podem ser perdidas durante períodos extensos de observação e nas entrevistas. Para isso registraram-se breves anotações que localizaram fatos, com base em onde, como e com quem ocorreram as experiências e fatos marcantes.

O diário de campo foi o instrumento que permitiu a inclusão das intervenções e o reconhecimento das percepções do pesquisador, outro fator relevante para Análise Crítica de Discurso, pois é necessário definir o posicionamento do pesquisador e seu olhar sobre o fenômeno investigado.

Além da função de auxiliar no processo observacional, o diário de campo colaborou na consistência da redação da investigação e no retorno à literatura sobre as Relações Interorganizações, Inovações Sociais, *Fair Trade*, como também a produção de alimentos orgânicos. Para isso foi adotada a postura de registrar breves anotações que localizaram fatos, baseados em onde, como e com quem ocorreram as experiências e fatos marcantes. Embora a utilização desse método incorra em algumas distorções como a perda de foco, como assevera Roesch (2005), com a utilização de outra técnica a triangulação dos dados, a limitação apresentada foi contornada.

A seguir, os métodos de coleta e análise de dados, assim como a abordagem metodológica foram apropriados de acordo com os objetivos da pesquisa. Esses objetivos foram eleitos baseados no problema deste trabalho. O quadro 4 resume como o percurso metodológico foi pensado e organizado para facilitar o trabalho de campo e orientar a coleta de informações e dados relevantes.

Problema de Pesquisa	Objetivo Geral	Objetivos Específicos	Abordagem	Coleta de Dados	Amostra	Abordagem Analítica
Quais são e como se estabelecem discursivamente as principais relações interorganizacionais, inovações sociais e iniciativas de Economia Solidária e Comércio Justo/ Sustentável, desenvolvidas por pequenos produtores cooperados de alimentos orgânicos no sul de Minas?	Identificar quais são e como se estabelecem discursivamente as principais relações interorganizacionais, inovações sociais e iniciativas de Economia Solidária e Comércio Justo/ Sustentável, desenvolvidas por pequenos produtores cooperados de alimentos orgânicos no sul de Minas.	Identificar e caracterizar as organizações cooperativas de produtores de alimentos orgânicos no sul de Minas Gerais.	Pesquisa Qualitativa	Análise Documental & Entrevistas em profundidade	Associações e cooperativas de pequenos produtores de alimentos orgânicos	Análise Crítica de Discurso
		Caracterizar as atividades e a forma de atuação dos principais grupos de pequenos produtores cooperados e as organizações envolvidas no processo de inovação social		Análise Documental & Entrevistas em profundidade	Associações e cooperativas de pequenos produtores de alimentos orgânicos	
		Descobrir os processos de cooperação e competição inter e intragrupal desses produtores cooperados e as principais alianças estabelecidas		Metodologias do Diagnóstico Rápido Participativo, Análise Documental & Entrevista em profundidade	Seleção de máximo quatro associações e/ou cooperativas de pequenos produtores de alimentos	
		Identificar e descrever a concepção simbólica e discursiva dos grupos de pequenos produtores cooperados acerca dos conceitos de Economia Solidária e Comércio Justo		Metodologias do Diagnóstico Rápido Participativo, Análise Documental & Entrevista em profundidade	Seleção de máximo quatro associações e/ou cooperativas de pequenos produtores de alimentos	

Quadro 4 Resumo dos métodos

Fonte: Elaborado pelo autor

4 APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS

4.1 Análise Crítica de Discurso: os dados, a análise e os resultados.

“Que iriam fazer? Retardaram-se, temerosos. Chegariam a uma terra desconhecida e civilizada, ficariam presos nela.”
(Graciliano Ramos, 1998, *Vidas Secas*).

Vale considerar que, coerente com a técnica de Diagnóstico Rápido Participativo (modalidade Sondeio) e a abordagem da Análise Crítica de Discurso, os aspectos ambientais, sociais e econômicos precisavam ser observados diariamente. Para isso, três propriedades foram visitadas aleatoriamente, sem prévio aviso, como se fosse uma visita do técnico da cooperativa.

Ressalta-se que a Análise Crítica de Discurso possui flexibilidade no que tange à condução da pesquisa, em outras palavras, não existe um roteiro estruturado de como cada passo deve ser seguido, apenas orientações de quais aspectos precisam ser considerados, entretanto, articulados de acordo com os objetivos do pesquisador.

Além disso, existem alguns fatores que podem ajudar a definir quais conceitos podem ser utilizados, considerando a definição do projeto e as disciplinas envolvidas na sua estruturação, como também as características do *corpus* de análise (FAIRCLOUGH, 2001).

Sumariamente, na definição deste projeto, foram envolvidas disciplinas e teorias sobre Redes direcionadas para as relações interorganizacionais e inovações sociais, as teorias do Consumo fundamentadas no *Fair Trade*, todas com subsídio da linguística por meio da Análise Crítica de Discurso. Sobre o *corpus* da dissertação, cruzaram-se as leituras sobre os temas da investigação com os dados secundários inicialmente coletados e, posteriormente, ampliou-se,

com a suplementação das entrevistas realizadas com os membros da cooperativa, também, denominado como painel de pessoas, e com os retornos constantes a literatura durante o trabalho de campo.

A ampliação, seleção das informações e modelos mentais para condução da investigação suscitou a questão da responsabilidade intelectual e política do pesquisador, na qual tanto os dados utilizados quanto seus resultados refletem uma postura investigativa e sua conformidade com a realidade. Ou seja, a perspectiva deste trabalho acolhe a fundamentação da responsabilidade assumida pelo investigador, que se insere, também, no processo de delineamento do corpus.

Complementarmente, com retorno à literatura de ACD, foram considerados três vetores prioritários a serem observados na concepção de Fairclough (2001): os dados coletados, a sua análise e os resultados no processo de articulação da pesquisa.

Os aspectos práticos de condução da pesquisa refletem o formato adotado na transcrição das entrevistas e a codificação e seleção das amostras para os resultados. Sobre as transcrições, esclarece-se que elas foram realizadas, considerando as intervenções do entrevistador-pesquisador como também os aspectos linguísticos manifestos e ocultos nos turnos de conversação. Em relação à codificação das amostras e sua organização nos resultados, esse processo foi conduzido por objetivos iniciais da pesquisa.

Sobre o processo de análise, vale reafirmar que eles foram conduzidos pelas práticas discursivas (macroanálise da interdiscursividade e intertextualidade), dos textos e entrevistas (microanálise) e da prática social (a materialização da micro e macroanálises). Foram considerados os conceitos de gênero, estilo e modalidade discursivos, amarrados aos processos ideológicos lexicais e semânticos, em um discurso hegemônico sobre as relações mercadológicas entre pequenos produtores no sul de Minas Gerais.

Para garantir o sigilo das informações, todas as entrevistas foram codificadas com a letra X e com numerações exponenciais para facilitar os turnos de fala de cada entrevistado.

4.2 Os Pequenos Produtores Familiares no Sul de Minas: caracterização, mapeamento e descrição das organizações cooperativas

Sobre o mapeamento das principais organizações de pequenos agricultores familiares (orgânicos ou não) inseridos na concepção do *Fair Trade* foram identificadas 14 entidades, das quais apenas duas delas foram selecionadas em função de possuírem estruturas e objetivos sedimentados há mais tempo, por uma questão de critério investigativo.

Os dados secundários, coletados no início da pesquisa, foram fornecidos por pesquisadores da Universidade Federal de Lavras e se tornaram fundamentais para responder o planejamento inicial da investigação, principalmente, considerando a facilidade de acesso e dinâmica produtiva das organizações. No quadro 5 seguem as principais informações das organizações mapeadas.

Organização	Localização	Caracterização e principais informações
Cooperativa dos Agricultores Familiares de Poço Fundo e Região - COOPFAM -	Poço Fundo e Região	Cooperativa de 320 produtores que trabalham com café e possui projetos de reciclagem, de sementes de adubação verde, de computação, aula de música e dança, e fortalecimento da merenda escolar. Alguns produtores participam de uma feira em Pouso Alegre.
Associação Permacultural Montanhas da Mantiqueira - APOMM	São Lourenço	A associação é formada por produtores e consumidores de produtos orgânicos em uma feira que ocorre todo sábado no centro da cidade de São Lourenço com em média 40 agricultores.
Associação de Produtores Ecológicos do Sul de Minas - Eco Minas	Camanducaia	Trabalha com diversos produtos, como café, frutas, hortaliças, morango, processados (doce de leite e pó de café). Tem cerca de 30 associados e a maioria é certificada pelas Inspeções e Certificações Agropecuárias e Alimentícias - IBD.
Associação de Produtores de Agricultura Natural de Maria da Fé - APANFÉ	Maria da Fé	Tem a agricultura biodinâmica como estilo de vida. É certificada pelo IBD e também pela ABD - Associação Biodinâmica de Botucatu, no sistema participativo. É referência no sistema biodinâmico e recebe muitas visitas. Produz hortaliças, morango, frutas. Tem, em média, 25 agricultores associados.
Associação dos Produtores de Campo Redondo - APROCARE	Campo Redondo	Produção Orgânica
Mulheres extrativistas do Itaboá	Sul de Minas	Tecelagem e atividades artesanais.

Quadro 5 Organizações de Pequenos Produtores no Sul de Minas

Fonte: Assis et al. (2013).

(...continua...)

“Quadro 5, conclusão”

SERRAS VERDES	Córrego do Bom Jesus	Produzem morango, hortaliças, leguminosas. Realizam encontros de produtores de sementes com feira de troca de sementes crioulas. Participaram cerca de 200 pessoas, destas, pelo menos 100 eram agricultores orgânicos.
Associação de Bananicultores da Luminosa - ABAL	Brazópolis	Esta associação é antiga e grande, mas sempre foi convencional. Desta associação, com o apoio e incentivo da Emater nasceu um grupo de 8 produtores de banana que passaram para sistema orgânico e são certificados pelo IBD há cerca de 2 anos.
Associação dos Produtores de Orgânicos de Delfim Moreira - APODEM	Delfim Moreira	Grupo pequeno e pouco estruturado. Produz morango predominantemente.
ORGÂNICOS DA MANTIQUEIRA	Gonçalves	É um grupo antigo na região, tem poucos produtores, especialmente agricultores familiares, visam à comercialização na região do Vale do Paraíba. Deste grupo, nasceu o Serras Verdes, Serras de Santana e Serras altas da Mantiqueira.
SERRAS DE SANTANA	Sapucaí Mirim	Produz frutas. É certificado pela ABD pelo sistema participativo.
SERRAS ALTAS DA MANTIQUEIRA	Gonçalves	Pequeno grupo que antes pertencia aos orgânicos da Mantiqueira e hoje se organizou e buscou a certificação participativa via ANC - Associação Natural de Campinas. Produz hortaliças e frutas.
Associação dos Agricultores familiares de Ouro Fino - AAOF	Ouro Fino	Produtores de Hortaliças certificados pela ANC no sistema participativo.
Associação Santo Dias	Guapé	Assentamento do Movimento dos Trabalhadores Sem Terra, que produzem diversos alimentos e trabalham com Agroecologia.

Como salientado no percurso metodológico, dentre as duas organizações selecionadas, os dados utilizados, para esta etapa de investigação, basearam-se,

exclusivamente, na Cooperativa dos Agricultores Familiares de Poço Fundo e Região – COOPFAM.

4.3 Um Breve Histórico - Contextualizando a Cooperativa dos Agricultores Familiares de Poço Fundo e Região (COOPFAM)

Descrever o objeto de uma pesquisa social requer mais que simplesmente reproduzir e comentar aquilo que está registrado, conforme concepção da Análise Crítica de Discurso, pois se torna impossível entender o processo de formação de uma organização de pessoas sem identificar o contexto histórico e os principais aspectos ambientais e socioeconômicos envolvidos.

Para localizar, contextualmente, a história de surgimento da COOPFAM, tomou-se como referência, além das informações dispostas no sítio eletrônico da entidade, os diversos trabalhos que foram desenvolvidos por outros pesquisadores, como também o relato dos membros da instituição que vivenciaram essa realidade cotidianamente. Por questões teórico-metodológicas, o corpus de análise foi ampliado com as entrevistas realizadas com o quadro administrativo da instituição, como também com os membros cooperados que se dispuseram participar da pesquisa. Abaixo são demonstradas algumas fotos tiradas das instalações da COOPFAM inauguradas em 2009.



Figura 2 Instalações COOPFAM

Fonte: Desenvolvido pelo autor

Fairclough (2003) orienta que o processo analítico da ACD se divide em 3 vetores básicos: os dados, a análise e os resultados. Sobre o primeiro vetor, vale salientar que os dados secundários atenderiam os propósitos desta pesquisa, porém os dados primários (entrevistas) promovem consistência e ampliam a corpora do trabalho consideravelmente. Além disso, as entrevistas permitem confrontar e triangular informações coletadas.

A COOPFAM está sediada, atualmente, na Rua Antônio Cândido de Souza, 49, na cidade de Poço Fundo, Minas Gerais, no trevo de entrada da cidade. As instalações foram construídas com apoio da Fundação Banco do Brasil, em 2009. Antes ela ocupava um galpão há 200 metros de distância da sede atual.



Figura 3 Pátio interno da COOPFAM

Fonte: Desenvolvido pelo autor

Sobre o histórico, em linhas gerais, todos os trabalhos acadêmicos consultados (OLIVEIRA; ARAÚJO; SANTOS, 2008; PRADO, 2011; ROMANIELLO; AMÂNCIO; CAMPOS, 2012; PEDINI, 2011; BRITO, 2013) fazem referência à jusante do surgimento da COOPFAM, em meados da década de 80, com base nas atividades da Comissão Pastoral da Terra com interferência da igreja católica. E, posteriormente, na década de 90, constituiu-se em uma associação de agricultores familiares de Poço Fundo, para, nos anos 2000, transformar-se em cooperativa.

As informações fornecidas pelos pesquisadores são aderentes ao histórico divulgado no sítio eletrônico da entidade, apresentado na sequência.

A Cooperativa dos Agricultores Familiares de Poço Fundo e Região (COOPFAM) é referência em agricultura orgânica, solidária e agro-ecológica. Atualmente são 246 famílias de pequenos cafeicultores que já conquistaram benefícios por meio do cooperativismo nos municípios de atuação: Poço fundo, Machado, Andradas, Campestre, Ouro Fino, Cambuí,

Paraguaçu, Santa Rita do Sapucaí, São João da Mata, Silvanópolis, Natércia, Nepomuceno e Inconfidentes, todas situadas no Sul de Minas Gerais. A união dos produtores teve início na década de 80, com iniciativas de esforço colaborativo, nucleados através da igreja Católica (Pastoral da Terra). Em 1991, o grupo organizado fundou a Associação dos Pequenos Produtores da Comarca de Poço Fundo e em 2003, com mais profissionalismo e organização, a associação criou uma cooperativa – COOPFAM. As famílias cooperadas possuem em média sete hectares, totalizando 1575 hectares assistidos. Desta área, cerca de 200 hectares são destinados ao cultivo do café orgânico, representando a mais importante área produtora deste segmento no Brasil, com envolvimento direto de 164 famílias. Em 2002, a entidade passou a ser certificada em produção orgânica obtendo certificados BCS ÖKO – GARANTIE (Alemanha). Atualmente o certificado *Fair Trade* é reconhecido pela FLO Cert (*Fair Trade* Labelling Organisation International), que gera credibilidade aos selos do comércio justo (Fairtrade). A primeira exportação foi feita para os EUA, em 2002 e, desde então a comercialização dos produtores é feita diretamente aos compradores, com agregação de valor, conquista de novos mercados e maior rentabilidade aos agricultores. Em 2005, um dos cooperados conquistou o primeiro lugar no Prêmio Estadual de Qualidade do Café. Em 2006, amostras da Cooperativa foram classificadas entre os 100 melhores do Estado de Minas Gerais e em 2007 um de seus cooperados conquistou o “PRÊMIO CAFEICULTOR BRASILEIRO DESTAQUE 2007”. Ainda nesse ano os cooperados atingiram uma produção ao redor de 12.269 mil sacas de café, exportada para os Estados Unidos, Itália e Inglaterra. A COOPFAM busca o benefício de seus cooperados e da sociedade onde está inserida, desenvolvendo diversos trabalhos sociais, dentre eles: gerenciamento de propriedades, administração e diversificação de produção, educação continuada para crianças, treinamento técnico de jovens, programas de inclusão digital, aulas de violão e pintura, treinamento de adolescentes através do projeto viveiro de mudas e incentivo ao plantio de árvores. (COOPERATIVA DE AGRICULTORES FAMILIARES DE POÇO FUNDO E REGIÃO, 2013).

Entretanto, alguns fatos precisam ser acrescentados, vale destacar que atualmente a cooperativa possui, em média, 320 famílias cooperadas na perspectiva do *Fair Trade*, dos quais 20% desse quantitativo estão integrados na produção de orgânicos.

Questionados sobre a alteração de associação para cooperativa, o presidente da instituição declara que “[...] a partir do momento que ela ganhou espaço internacional, a exportar café orgânico *Fair Trade*, ela começou a ter dificuldade na parte de comercialização, a faturar produtor, que é que tá vendendo no exterior”, então, em 2003, por “[...] essa necessidade, fundou-se a cooperativa.” (ENTREVISTADO X¹)

Os outros entrevistados que participaram desse percurso histórico foram inquiridos sobre essa alteração jurídica e todos confirmaram que a transformação ocorreu, quanto à ampliação da comercialização no mercado internacional *Fair Trade*, que exigia a organização dos produtores em uma cooperativa.

Para compreender a alteração na constituição legal, sofrida por essa organização, foram coletadas informações jurídicas que revelam as principais diferenças entre uma associação e uma cooperativa. Inicialmente, o Código Civil em seus artigos 53 a 57 dispõe sobre aspectos gerais de formação de uma associação.

Art. 53. Constituem-se as associações pela união de pessoas que se organizem para fins não econômicos.

Parágrafo único. Não há, entre os associados, direitos e obrigações recíprocos.

Art. 54. Sob pena de nulidade, o estatuto das associações conterà:

I - a denominação, os fins e a sede da associação;

II - os requisitos para a admissão, demissão e exclusão dos associados;

III - os direitos e deveres dos associados;

IV - as fontes de recursos para sua manutenção;

V - o modo de constituição e funcionamento dos órgãos deliberativos e administrativos;

V – o modo de constituição e de funcionamento dos órgãos deliberativos; (Redação dada pela Lei nº 11.127, de 2005)

VI - as condições para a alteração das disposições estatutárias e para a dissolução.

VII – a forma de gestão administrativa e de aprovação das respectivas contas. (Incluído pela Lei nº 11.127, de 2005)

Art. 55. Os associados devem ter iguais direitos, mas o estatuto poderá instituir categorias com vantagens especiais.

Art. 56. A qualidade de associado é intransmissível, se o estatuto não dispuser o contrário.

Parágrafo único. Se o associado for titular de quota ou fração ideal do patrimônio da associação, a transferência daquela não importará, de per si, na atribuição da qualidade de associado ao adquirente ou ao herdeiro, salvo disposição diversa do estatuto. (BRASIL, 2005, p. 12).

Observa-se que, no artigo 55, o estatuto de uma associação permite que existam categorias distintas de associados, o que leva a acreditar que comparativamente a uma organização cooperativa, que não faz distinção entre seus membros, torna-se um dos motivos para mudança de organização jurídica da entidade em questão. Como pode ser percebido no artigo 37 da lei que regula as atividades do cooperativismo que assegura direitos iguais aos membros e veda qualquer distinção, ao contrário da associação.

Art. 37. A cooperativa assegurará a igualdade de direitos dos associados sendo-lhe defeso:

I - remunerar a quem agencie novos associados;

II - cobrar prêmios ou ágio pela entrada de novos associados ainda a título de compensação das reservas;

III - estabelecer restrições de qualquer espécie ao livre exercício dos direitos sociais. (BRASIL, 1971).

Os membros entrevistados apenas informaram que a alteração se deu, fundamentalmente, por exigência da *International Fair Trade Labelling Organization* – FLO (organização que certifica a COOPFAM como organização inserida na lógica do *Fair Trade*).

Ao que se percebe, ao contrário de uma associação que possui variedade de finalidades para ser constituída, uma organização cooperativa tem um direcionamento exclusivamente econômico, considerando as atividades produtivas e profissionais de seus membros.

Art. 28. As cooperativas são obrigadas a constituir:

I - Fundo de Reserva destinado a reparar perdas e atender ao desenvolvimento de suas atividades, constituído com 10% (dez por cento), pelo menos, das sobras líquidas do exercício;

II - Fundo de Assistência Técnica, Educacional e Social, destinado a prestação de assistência aos associados, seus familiares e, quando previsto nos estatutos, aos empregados da cooperativa, constituído de 5% (cinco por cento), pelo menos, das sobras líquidas apuradas no exercício (BRASIL, 2005, p. 12).

Essa informação se torna importante pra este trabalho, considerando que uma inovação social, baseada em alternativas mercadológicas e organizacionais, é atendida pelos critérios básicos de uma cooperativa, no que tange à sua denominação jurídica, pois, essa obriga a destinação de valores do resultado da organização para fins sociais e educacionais, sem considerar nesse aspecto as características do sistema *Fair Trade*.

Ao contrário do que se imaginou inicialmente, considerando a coleta dos dados secundários, as primeiras articulações dos agricultores de Poço Fundo tiveram início com o regime e as doutrinas da Economia Solidária, como salienta o entrevistado X⁷ que, apesar de confirmar que o foco era a “[...] a valorização do homem no campo”, não ficou claro nessa e nas entrevistas seguintes o motivo dessas ideias não terem prosseguido como fundamentação para a organização desses produtores.

Por outro lado, com mercado *Fair Trade* em ampla expansão e com movimentação de cifras vultosas ao ano que, atualmente, transaciona um

montante de 9 milhões de reais, não seria de espantar a ocorrência de comportamentos oportunistas nesses 30 anos de história.

No início do trabalho de campo, após as primeiras aproximações, em um seminário de resultados preliminares desta pesquisa, um pesquisador convidado informou que um dos presidentes da instituição, com mandato de gestão no início dos anos 2000, estava exercendo atividade profissional completamente diferente daquela esperada dos produtores da COOPFAM e sugeriu que averiguasse porque um dos antigos gestores havia se afastado da cooperativa.

Nas primeiras entrevistas, não havia menção de qualquer problema com gestões anteriores, entretanto, depois dessa informação foi incluída no roteiro de entrevistas uma pergunta sobre problemas de gestão que a cooperativa poderia ter enfrentado.

A primeira conversa, após a alteração no roteiro, realizada com o entrevistado X⁵, revelou que, de fato, os cooperados haviam enfrentado impasse com uma administração fraudulenta, que, depois de descoberta pelo conselho fiscal, o presidente foi afastado do cargo e desligado como cooperado. E isso foi regularizado a partir do ano de 2007, maiores detalhes não foram oferecidos nessa entrevista. Tornou-se, então, essencial compreender os desdobramentos desse fato na realidade dos cooperados, pois isso poderia enfraquecer os laços de confiança e proximidade entre os membros da instituição.

Ao contrário do que se pode pensar, os laços de confiança foram restabelecidos na visão do entrevistado X¹⁰, segundo ele as coisas

[...] voltaram ao normal, antes não era não. [...] todo mundo tinha sumido de nós também, né? que era muito... o cara era, um cara assim, (passão), queria empurrar umas coisa que não servia... então... aí depois, que nós assumiu que... aí tem essa transparência que tem hoje...

Esse diretor e produtor cooperado chega a dizer que a cooperativa estava se perdendo, o que é compreensível considerando que um dos pilares do *Fair Trade* são relações baseadas em respeito, proximidade e transparência e estavam sendo solapados. Nas considerações a seguir, X¹⁰ chega a denunciar que nessa gestão era um modelo autoritário no qual a

[...] a assembleia não era assembleia, era uma guerra... né? (e), porque ele dava murro na mesa, gritava, o povo tinha medo... hoje não, hoje (o povo)... quer levantar, xingar, pode xingar... né? (num, num) pode... se num... concordar, pô falar, antes ninguém falava, porque tinha medo dele.

E complementa dizendo que, “[...] se ocê perguntasse pro presidente, ô, que que tá acontecendo, porque que tá acontecendo isso... Ele já gritava, pra intimidar ocê, procê num falar, num perguntar mais”. (ENTREVISTADO X¹⁰).

Para mudar essa realidade, um grupo de cooperados que fazia parte do conselho fiscal começou a se reunir e investigar o que estava acontecendo. Ainda segundo X¹⁰,

[...] se nós num junta e faz reunião assim (uma re), umas reunião até escondida parecendo até ditadura... isso aqui, cê num tava aqui hoje, (a cooperativa) já tinha fechado... porque aí... quando nós assumiu a cooperativa, tinha um desfalque... grande, de dinheiro... até então nós acabou de pagar... o ano passado, nós acabou de pagar...

O interesse em descrever esses acontecimentos se faz em função de esclarecer que esses fatos poderiam ter destruído a cooperativa e a relação que existia entre os cooperados. E, para a abordagem da Análise de Discurso, esse pode ser considerado um processo de mudança social e de resgate dos princípios iniciais de aproximação desses produtores.

Além disso, esses fatos são importantes para demonstrar as principais relações de cooperação inter e intragrupal e o sentido de união entre os

membros, que desvendaram os problemas e traçaram soluções sem dissolver a cooperativa.

Nessa mesma esteira, parece oportuno lembrar que a história dos vencidos se transformou na história dos vencedores, como também ajuda a esclarecer que a história e análise de determinados acontecimentos e eventos não são lineares, esses desvios ajudam a compreender o motivo de integração entre os produtores na cooperativa, como também o afastamento daqueles com interesses puramente oportunistas.

Outros aspectos socioeconômicos precisam ser esclarecidos, quanto à materialização dos requisitos das entidades certificadoras de *Fair Trade* e Orgânicos nas propriedades dos cooperados, aspectos esses que serão abordados nos tópicos seguintes da apresentação de resultados.

Foi evidenciado que os requisitos constantes nos *check-lists* dessas instituições, inicialmente, poderiam representar uma gaiola de ferro para os agricultores, em relação ao cumprimento de requisitos das entidades certificadoras, aspecto que serão tratados posteriormente. Nesse momento, é necessário descrever as principais atividades produtivas dos cooperados.

4.4 As Atividades Produtivas e a Forma de Atuação dos Pequenos Produtores Cooperados

Caracterizar as atividades e a forma de atuação desses agricultores se torna essencial para descrever os processos produtivos e a articulação entre eles. Atualmente o quantitativo de membros ultrapassa 320 cooperados, todos inseridos na lógica do Comércio Justo, dos quais apenas 20% são produtores orgânicos. Entre os dezessete entrevistados, oito deles informaram que possuíam outras culturas além do café.

Entre os produtores orgânicos (quatro entrevistados), embora o café seja a fonte principal de renda, eles produzem, também, frutas e grãos para comercializar no mercado interno. Considerando que o certificado de produtos orgânicos pode ser estendido para aquele talhão de terra auditado, independente de ser cultura de café ou não, como também pode ser uma cultura mista, os produtos comercializados no mercado interno, também, recebem o reconhecimento como produtos orgânicos.

Embora o produtor consiga o certificado de produtor orgânico, independente da certificação *Fair Trade*, em todas as entrevistas, principalmente, aquelas realizadas com o quadro administrativo da COOPFAM, foi revelado que o mercado não endossa e absorve a produção daqueles que não estiverem, também, inseridos na lógica do comércio justo. Nas palavras do entrevistado X⁷ perdeu-se a autonomia produtiva, principalmente, por envolver dinheiro e o processo para ser produtor orgânico ser demorado e despender, em média, dois anos como foi verificado com os técnicos posteriormente “[...] isso envolve tempo... envolve... dinheiro... eh... eu tenho que ficar adequando as coisas (de fora de casa) do jeito que a certificadora quer e eu perdi autonomia.”

Todos os produtores orgânicos citaram que não concentravam sua produção apenas no café e produziam outros produtos. Em sua maioria citaram a produção de frutas, informa X⁹ que produz “[...] banana, tem feijão, tem é... tem mamão também”, assim como o entrevistado X² que revela produzir mamão, limão e tem o interesse em expandir com outras frutas cítricas, em especial maracujá.

Esses produtos e frutas destinados à comercialização são vendidos em feiras locais na própria cidade ou em cidades vizinhas com preço diferenciado, além disso, esses agricultores comercializam quitandas produzidas com insumos orgânicos, pois o dinheiro fruto da produção de café não é imediato e constante como revela o entrevistado X⁶.

Aqui a gente mexe, tem uma feira orgânica em Pouso Alegre, que o meu sogro mexe com horta e a minha esposa vai com ele na feira. Ai eu faço colheita de banana, mamão e café e levo pra lá e ela faz quitanda o que ajuda no orçamento. Porque o café é demorado, até que colhe ele, num ano colhe mais no ano menos, até que produz e colhe e recebe o dinheiro da cooperativa é longo... enquanto a feira toda semana tem um dinheirinho pra ir ajudando. Lá em Pouso Alegre tem a feira na praça João Pinheiro todo sábado, e quarta na praça do CEASA (ENTREVISTADO X⁶)

Entre os produtores convencionais, ou seja, aqueles que estão inseridos na lógica do *Fair Trade*, mas utilizam produtos químicos autorizados pela *International Fair Trade Labelling Organization* – FLO para combater pragas nas lavouras, percebeu-se que o café não é a única fonte de renda. Vale considerar que, no momento que as entrevistas foram realizadas o mercado *Fair Trade* não estava absorvendo a produção em função da crise no mercado internacional de café. O entrevistado X¹³ revelou que o café não era a principal fonte de renda, principalmente, considerando as oscilações no mercado que, inevitavelmente, atingem os agricultores *Fair Trade* ainda que com menos impacto.

Foi perguntado para esses agricultores convencionais sobre o interesse em adequar a lavoura para a lógica de produção orgânica, alguns foram categóricos e esclareceram que o processo produtivo orgânico não retornava lucros muito mais altos que o processo produtivo convencional e as exigências eram superiores aos valores pagos pelos produtos orgânicos. As considerações sobre a pergunta seguiram no seguinte sentido,

No momento não, pelo que eu vejo que os que são orgânicos ainda ta faltando alguma coisa pra eles, no meu ponto de vista. Eles tem um mercado, segundo eles estão orientando ai, tem mais oportunidade de mercado que ta precisando do café orgânico mas na hora, o preço, pela dificuldade que é, pelo que eu vejo, ainda não compensa (ENTREVISTADO X¹⁴)

O entrevistado X¹⁰ assevera sobre interesse de produzir orgânico,

[...] por enquanto, não tenho não de produzir orgânico... é porque eles exigem muita qualidade, né? e, mais não paga, por... por essa qualidade, né? não pagam por essa qualidade que eles exige... porque eles quer café livre de tudo, mas eles paga cem real, cento e cinquenta a mais do que o outro.. o outro é fácil, né? Então num compensa.

Nas palavras dos entrevistados, percebe-se que as vantagens do sistema orgânico de produção ainda não conseguem remunerar adequadamente o processo produtivo dos agricultores. Quando questionados sobre a remuneração dos produtos o entrevistado X¹⁴ esclarece que

[...] pode até pagar, os custos só que eu produzir um café orgânico e um convencional, no meu ponto de vista, tem que valer quase três vezes mais pela dificuldade que é. Então eu não tenho interesse por esse motivo. Se um dia vir a mudar, pagar o que compensa, é claro que seria interessante mudar. (ENTREVISTADO X¹⁴)

Percebe-se que nem todos os produtores, embora sejam incentivados a aderir à produção de orgânicos, acreditam que seja financeiramente compensável e viável. Alguns voltaram para o processo produtivo convencional como o entrevistado X⁸.

Produzi café orgânico uns oito ou nove anos, ai deixei de produzir, aumentou um pouquinho, (tem que seguir os critérios) o critério que o agrotóxico não é permitido, ai aumentou um pouquinho e fui até que estava mergulhando no mercado ai eu fiz o curso, tava ficando na minha avaliação um pouco cara o preço da manutenção, o preço não tava sustentando. Ai a outra no meu caso o moço comprou um pedaço de terra e aumentou um pouquinho e o manejo era mais fácil e passei pra convencional. Eu produzi café orgânico de oito pra nove anos.

Outro produtor, o entrevistado X⁶, informou em visita feita em sua propriedade que, em função de testar formas de manejo de solo e utilização de defensores naturais, perdeu a lavoura inteira de café e prejudicou-as também e comprometeu todas as fontes de renda do agricultor.

O entrevistado X⁷ considerou que a produção orgânica é mais complexa e teórica:

No discurso teórico.. porque no papel cê não vai errar... agora, difícil é errar na terra, . se ocê errar no papel, cê pode corrigir... agora ocê errar na terra cê perde um ano, dois ano, numa lavoura... e o produtor perder um ano na lavoura... ele perde o equilíbrio do controle... (éh)... da família... e quando cê envolve, por exemplo... um cara que tem um salário... uma profissão... um salário com agricultura... ele tem uma regra pra sobreviver, esse valor ele produziu, mai não vai ter da onde tirar... agora, o produtor, tem produtor familiar que não, as lavouras não produziram, não deu certo, ele tá arrebitado.

Os produtores que têm apenas uma fonte de renda ficam reféns das novas técnicas de manejo orgânico e se não tiverem alternativas produtivas ficam sem outra possibilidade de garantir a sobrevivência familiar somente com o trabalho na agricultura. Isso pode ser apontado como outro motivo que leva esses produtores a diversificar a lavoura.

Nesse sentido, é possível considerar que as atividades produtivas entre esses atores estão relacionadas à dimensão do processo produtivo e objetivo perseguido por cada um deles. Como também as características do processo produtivo, em outras palavras, se são agricultores convencionais ou orgânicos e a viabilidade econômica e as facilidades de mercado para permanecer em um sistema ou outro.

Sobre os aspectos da Inovação Social, esses aspectos serão tratados ao discutir os principais impactos do *Fair Trade* na vida dos membros da COOPFAM, ou seja, uma análise comparativa sobre a ótica desses atores.

4.5 Relacionamentos Interorganizacionais: cooperação, competição, coopeção e o estabelecimento de alianças estratégicas

Para discutir os principais relacionamentos de cooperação e competição, baseados ou não em orientações estratégicas, torna-se necessário descrever a perspectiva da análise, identificar as atividades e a posição de cada ator no contexto observado. Objetiva-se nesta seção descrever as principais relações inter e intraorganizacionais entre os atores, entretanto, necessita-se determinar qual a fronteira dos relacionamentos internos e externos ao grupo.

Considerou-se que a cooperativa é uma organização de produtores compreendidos como pequenas organizações produtivas que se relacionam entre si, ou seja, os relacionamentos desenvolvidos entre os membros podem ser entendidos tanto como relações intraorganizacionais, tomando a cooperativa como foco de análise, ou interorganizacionais tomando cada produtor como uma organização produtiva individual. Dessa forma, a descrição dessas relações depende do foco observado, baseando na cooperativa ou em cada produtor como foco.

Ao tomar a cooperativa como foco, percebe-se que ela está organizada em uma estrutura administrativa que presta serviços para os membros cooperados desde a compra dos insumos para o processo produtivo até a comercialização dos produtos finais. Além dos membros obrigatórios da gestão executiva, as atividades relacionadas à condução administrativa, financeira e operacional são todas profissionais.

São esses profissionais que estabelecem as principais relações entre os produtores com os fornecedores, as instituições certificadoras, os órgãos de apoio e, principalmente, o mercado consumidor.

Sobre o suporte no processo produtivo, existem técnicos agrícolas que monitoram anualmente as lavouras de todos os produtores, além de atenderem

aos chamados extraordinários. Esses profissionais prezam, principalmente, pela conformidade dos requisitos exigidos pela International *Fair Trade* Labelling Organization – FLO e café orgânico pela certificadora alemã BCS Oko-Garantie. Atualmente, estão alocados 3 técnicos e eles atendem os produtores de acordo com a demanda e rotas de deslocamento pré-determinadas nas inspeções anuais.

As atividades comerciais consistem, essencialmente, na intermediação e busca de compradores para comercializar o café dos produtores em tempo real e operações de mercado futuro. São essas atividades que interligam os produtores com o mercado consumidor diariamente, com a participação em feiras, operações em bolsas de derivativos e os contatos diretos com compradores internacionais.

As atividades financeiras estão relacionadas ao pagamento aos produtores da produção vendida e, também, à facilitação na compra de insumos para o processo produtivo desses atores, com o oferecimento de linhas de crédito a juros abaixo dos praticados no mercado financeiro tradicional.

Sobre a organização da cooperativa, eles estão organizados em quatorze grupos para facilitar a comunicação entre a gestão e cada membro associado como informa o presidente da COOPFAM:

[...] fazemos aqui todo primeiro domingo de cada mês uma reunião com diretores, com os diretores administrativo, conselho fiscal e um representante de cada grupo. Hoje ele ta estruturado assim, é, nós temos catorze núcleos na cooperativa, cada núcleo desses tem um líder. Catorze líderes de grupo que vem todo primeiro domingo do mês aqui pra gente discutir sobre, sobre a vida da cooperativa. (ENTREVISTADO, X¹).

A principal função desses líderes é integrar e facilitar a comunicação ao levar as principais informações sobre a atual situação da cooperativa e retornar

com a percepção dos outros com o registro de atas em cada núcleo para, posteriormente, tomar as principais decisões estratégicas. Esses grupos podem ser considerados pequenas redes de articulação no âmbito da cooperativa com dinâmicas de funcionamento baseadas na regionalidade de seus membros (PERROW, 1992; GRANDORI; SODA, 1995; EIRIZ, 2001).

Entre os membros dos grupos, foi revelado pelos entrevistados que os comportamentos de cooperação são cotidianos, em função da proximidade e, quando questionados sobre a relação com os outros grupos, ficou claro que as assembleias gerais e os cursos de capacitação promovidos colaboram nessa intermediação, pois a reunião de 300 membros para decidir pautas em uma tarde se tornaria impraticável.

Sobre os núcleos, os entrevistados declaram que eles surgiram “em 2003, quando assim, efetivo, de fato o *Fair Trade*, aí desenvolveu esse mecanismo de ta. promovendo mais a participação do produtor na vida da cooperativa.” (ENTREVISTADO X²) O mesmo entrevistado considerou que esses momentos ultrapassam uma simples troca de experiências, pois atende prioritariamente

[...] as demandas do produtor, os anseios, as reclamações, né, temos as solicitações, e a ida daqui pra lá né, a ida da diretoria com o que ta andando, com o que ta acontecendo, o que que aconteceu durante aquele mês os projeto que ta pra acontecer, é, as vendas, os preços, tudo isso é debatido, é dialogado, é conversado, né? (ENTREVISTADO, X²)

Sobre as trocas de experiências sobre o processo produtivo, percebeu-se que elas acontecem com mais frequência entre produtores orgânicos

[...] mais voltado pra agricultura orgânica, né, foi alguns seminários, que foi o momento de trocas de experiências, inclusive tinha produtores de outras cidades também, que foram convidados pra ta participando, e eu achei isso de fundamental importância, né, sempre tem coisa novas,

sempre tem gente pra ta ensinando e aprendendo coisas novas, então a troca nesse sentido é muito importante. (ENTREVISTADO, X²)

Outro entrevistado foi questionado sobre as reuniões que acontecem nos grupos e informou que aquele é o momento de proximidade e entender o que acontece com a cooperativa. O entrevistado X⁶ comenta sobre a participação:

A gente participa sim, todo mês tem uma reunião lá na roça que vem um representante que vem aqui nas reuniões na cidade e leva para os grupos lá na roça e ali a gente discute sobre as dificuldades ou o que vai acontecer dentro da cooperativa e a gente dá nossas opiniões, o que a gente acha deve ser feito e anota lá e eles trazem pro grupo. E também todo ano tem assembleia, que aí junta todos os sócios e discute qual o caminho vai ser tomado, as decisões que a cooperativa vai tomar lá dentro, o que os sócios querem que aconteçam dentro da cooperativa.

O entrevistado X¹⁴ complementa:

Eu acho bom. Porque aí eu tô por dentro do que tá acontecendo aqui. Essa pessoa fala tudo que, o presidente, passa o que tá acontecendo, às vezes tendência de mercado, quando tem uma oportunidade de negócio, sobre o estado financeiro da cooperativa, então é um esclarecimento. E sobre as regras também, se acontece alguma coisa que vai, uma regra que vai ser imposta eles passam pra gente, pra gente tentar fazer aquilo.

À luz dos estudos de Perrow (1995) e Eiriz (2001), esses relacionamentos de cooperação no seio de cada núcleo e nas reuniões gerais da cooperativa podem ser denominados como alianças estratégicas, pois são pautados em resultados de longo prazo com fundamento estratégico e interação constante, baseados em intimidade e proximidade dos membros. Em outras palavras, a integração entre os atores possui aspectos estratégicos. Também foram consideradas as colaborações entre cada produtor, quando estão expostos

às pragas nas lavouras, além da assistência técnica oferecida pela instituição, os parceiros próximos colaboram com aquele que passa por dificuldades.

Além disso, vale considerar que, como as informações são repassadas integralmente pelos próprios membros da instituição, como também os membros procuram a gestão na sede para maiores esclarecimentos, não foi observada a exploração dos buracos estruturais do enquadre teórico de Burt (1992), pois não foi declarada na entrevista assimetria de informação entre os membros cooperados, a gestão e o suporte da assistência técnica agrícola.

Foi questionado se eles estivessem atuando sozinhos se os lucros não seriam maiores no mercado tradicional, aquele intermediado por terceiros. Como também se indagou por que permaneciam na COOPFAM, considerando que alguns declararam que outros produtores não cooperados estão sobrevivendo assim como os que estão no regime do cooperativismo, as respostas foram as seguintes;

[...] vou dizer uma palavra bem sincera procê, é o seguinte... eu tô aqui na cooperativa, hoje... por causa dos meus companheiro... porque... um exemplo, eu não sei se (ocê pegou) na área urbana ou rural. (ENTREVISTADO X⁷)

Seriam menores, por falta dessa assistência técnica que tem também. Eu teria muito atravessador e a cooperativa negocia direto com os compradores em outros países. (ENTREVISTADO X⁶)

Ixi, ah... com certeza não, é a gente vê né, que tem casos, mas tem casos mais isolados, mas a maior parte que se dá bem em café sozinho, é só corretor, sozinho entre aspa, ele ainda preciso de um tanto de gente pra ajudar ele, mas então a pessoa quando ta sozinha, é muito mais complicado, cê num vê ninguém nenhum empresário ninguém sozinho, sozinho, falar eu fiz tudo sozinho, ele precisa do setor financeiro, precisa da contabilidade, ele precisa das pessoas, agora trabalhar em sociedade, são, tem é as dificuldades, mas tem o lado de que quando faz força também faz muitas força (ENTREVISTADO X²).

Assim como os outros entrevistados, todos argumentaram que seus lucros não poderiam ser maiores e mesmo que fossem consideraram também a relação de longo prazo estabelecida entre eles e seus companheiros da cooperativa, sem considerar a assistência técnica que foi mencionada nas entrevistas, que ocorre sem interesses de exploração dos produtores e venda de insumos agrícolas.

Tomando a Cooperativa como o foco de análise e suas relações com outras associações, percebeu-se que a cooperação é mínima consoante a troca de informação sobre o processo produtivo desenvolvido por seus cooperados como também os formatos de comercialização de seus produtos. A principal organização que congrega e aproxima organizações de produtores no regime *Fair Trade* é a BR FAIR.

Segundo informações da BR FAIR, que foi acionada por mensagem de correio eletrônico, essa instituição consiste em uma Associação das Organizações de Produtores *Fair Trade* do Brasil e está localizada em Boa Esperança, em Minas Gerais. Ela nasceu no final de 2011 com o propósito de representar politicamente as organizações de pequenos produtores *Fair Trade*, cuja prática tem como princípios, conceitos e critérios do comércio Justo, promovendo o seu desenvolvimento sociocultural, econômico e ambiental. Visa elaborar projetos educacionais promovendo a participação dos familiares e, também, gerar parcerias com pequenos produtores e consumidores, dentro e fora do país. A BR FAIR foi criada para organizar os grupos certificados *Fair Trade* no Brasil, melhorar e divulgar os benefícios da certificação para os pequenos produtores, trazer melhorias de vida no campo e uma produção sustentável.

Entretanto, não foram observados interesses estratégicos imediatos, pois essa organização foi citada unicamente na entrevista realizada com o gestor da cooperativa, os produtores questionados sobre o assunto não souberam detalhar melhor o papel dessa organização no seu cotidiano. Comparativamente, não foi

considerada que essa relação envolvia cooperação estratégica, mas, sim, de troca de informações mercadológicas pontuais sobre o mercado *Fair Trade*.

Quando questionados sobre outras organizações de produtores, alguns chegaram a dizer que tinham conhecimento, mas não tinham intimidade suficiente para fazer um comparativo e ressaltaram as principais características da COOPFAM já mencionadas ao longo da análise.

Nas aproximações preliminares, ocorridas no I Seminários de Agricultura Familiar e Agroecologia, promovido pelo Departamento de Administração da Universidade Federal de Lavras, as relações entre as cooperativas puderam ser observadas e constatou-se que cada instituição somente compartilhava informações gerais sobre a sua forma de atuação. Em alguns momentos do seminário, outros grupos de produtores requisitaram informações sobre os processos produtivos e comercialização das outras instituições e essas informações não foram liberadas.

Considerando o ritmo de cooperação, tomando a cooperativa como foco de análise, pode-se afirmar que é quase inexistente a presença de alianças estratégicas interorganizacionais entre essas instituições, ao passo que a cooperação intraorganizacional é frequentemente explorada. Dessa forma, pode-se concluir que a coesão intragrupal e cooperação é alta, enquanto a intergrupala é baixa.

Inspirado em Granovetter (1973), afirma-se que as relações menos coesas com as outras cooperativas podem ser estratégicas também, considerando as oportunidades oferecidas pelos laços fracos. No caso específico investigado, as feiras, seminários e encontros são momentos propícios para introdução de informações novas que serão processadas estrategicamente com as alianças estabelecidas.

Sobre as parcerias com demais organizações, foram citados também:

- a) O Serviço Nacional de Aprendizagem Rural – SENAR, que coopera no desenvolvimento de capacitação e cursos para os membros da cooperativa. Não houve esclarecimento sobre o tipo de contrapartida da cooperativa;
- b) O Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais - IFSULDEMINAS Campus Machado - que colabora com a assistência e acompanhamento técnico das atividades produtivas da cooperativa, não sendo exigida contrapartida na parceria;
- c) O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE MG – que subsidia financeira e burocraticamente a participação da COOPFAM em feiras nacionais e internacionais no mercado *Fair Trade* e Orgânicos. Além de orientar sobre as oportunidades mercadológicas de comercialização, presta consultorias em gestão para instituição. Entretanto, com cada projeto desenvolvido em comum, o SEBRAE, a cooperativa tem de dar vinte por cento de contrapartida sobre o total do projeto;
- d) O Ministério do Desenvolvimento Agrário – MDA – viabiliza a participação da cooperativa em feiras nacionais e internacionais que tratam do mercado de café. Não há contrapartida nessa parceria, exige-se apenas a participação efetiva das instituições nos eventos que são financiados pelo MDA;
- e) Universidade Federal de Alfenas –UNIFAL – que oferece aos membros da cooperativa assistência e acompanhamento de saúde em alguns períodos do ano. Também não foi relatada a exigência de contrapartida da cooperativa.

A cooperação estabelecida com organizações externas é menos frequente comparada com a cooperação entre os membros do grupo. A principal queixa dos entrevistados se refere à descontextualização dessas entidades com a realidade produtiva e socioeconômica dos produtores. A cooperação intergruppal, sendo aqui aquela estabelecida com outras organizações, tanto de agricultores quanto aquela de apoio técnico, não possui direcionamento estratégico intenso. Considerando as definições de Eiriz (2001), alguns fundamentos de uma aliança estratégica se baseiam no interesse mútuo dos envolvidos para alcançar determinado resultado. Os relacionamentos estabelecidos com outras instituições, embora tenham uma agenda de encontros anuais como participação em feiras e encontros, esses laços são pontuais e atendem a objetivos específicos.

Considerando as instituições que certificam os produtores como *Fair Trade* (*International Fair Trade Labelling Organization* – FLO) e orgânicos (*BCS Oko-Garantie*) pelas entrevistas realizadas, há apenas acompanhamento e monitoramento, se as diretrizes e normas das padronizações estão sendo cumpridas e se os cursos que são exigidos para certificação foram devidamente realizados. Esses cursos orientam sobre o processo produtivo dos agricultores e, principalmente, a relação que estabelecem com espaço ambiental, social e econômico que estão inseridos. Mencionaram-se, na maioria das entrevistas, os cursos realizados pelo SENAR.

As instituições mencionadas, exclusivamente, nas entrevistas realizadas com o corpo administrativo da COOPFAM foram o Ministério do Desenvolvimento Agrário – MDA e as instituições de ensino. Embora essas últimas tenham surgido nas falas de mais entrevistados, percebeu-se que as menções e a visibilidade dessas instituições foram perceptíveis na fala do quadro executivo e técnico da COOPFAM.

Por outro lado, foi questionado sobre os principais concorrentes diretos da COOPFAM e os formatos de competição entre eles. No cenário nacional, foi declarado que não existem concorrentes no mercado *Fair Trade*, entre todos os entrevistados. Entretanto, o gestor da cooperativa esclarece que os principais concorrentes são internacionais, pois a produção é exportada quase integralmente. Dessa forma, no mercado interno não há relações de comercialização que gerem concorrência para cooperativa. Sobre o mercado internacional, o presidente esclarece que,

[...] hoje nós já sabemos que o maior concorrente nosso são produtores de cafés, principal, hoje vamos dizer principalmente que ta na América Central. [...] consegue produzir café com um custo muito baixo, quem ta lá, mão de obra, lá é muito barata, outra coisa, a parte de... leis trabalhistas. Leis trabalhistas são menos rígidas do que aqui no Brasil, lá eles consegue um custo muito menor que a gente, oferece o produto *fair trade* e consegue oferecer um produto de qualidade.

Indagou-se, também, sobre a competição entre os membros da cooperativa, ou seja, a competição intergrupala e, em todas as entrevistas, foi negada no primeiro momento a presença de competição e concorrência entre os membros. Alguns entrevistados não compreenderam o motivo da pergunta, considerando que organização é uma cooperativa.

O sentido da pergunta foi alterado, em função do estranhamento dos primeiros entrevistados, então, foi questionado se existia algum incentivo, prêmio ou reconhecimento para aqueles que produziam produtos com melhor qualidade. Começaram a surgir respostas revelando sobre o pagamento diferenciado por qualidade e concursos realizados pela gestão da cooperativa anualmente, como também a primeira edição do concurso dos melhores cafés produzidos na região, promovido pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais de Machado-MG.

O presidente da entidade considera que

Não deixa de ser um pouco de competição, porque cada produtor escolhe seu melhor lote de café. [...] e coloca no concurso, e aí tem provadores, não são provadores aqui da COOPFAM, são provadores da região, provadores profissionais que foram convidados e eles que vão degustar, né, vão provar os cafés e dar as notas, né. E os cinco primeiros ganhadores vão ser premiados.

O entrevistado X² complementa que esses concursos são benéficos e não cria um clima ruim entre aqueles que não foram premiados, conforme relato a seguir.

Esse ano mesmo teve um concurso interno, a gente a gente é... sente que acaba criando um pouco esse espírito de de... essa vontade dos produtores de fazer melhor, eu acho isso saudável, né, nada em excesso, pra num ter briga. [...] mas aconteceu, teve o concurso, mas os produtores tão assim, se sentindo leve, meio que ganhou, quem ganhou ta mais leve ainda, mas quem não entrou na lista que tiveram os melhores cafés também ficou feliz de ver os outros, né (ENTREVISTADO X²)

O entrevistado X⁸ premiado na última edição do concurso interno esclarece sobre o processo e sua participação e satisfação.

Aqui a COOPFAM fez um currículo e eu entrei entre os 10 melhor e graças a Deus eu tô bem. Fui apresentado na assembléia geral que foi passada em dezembro. Eu estava entre os 10 no concurso que teve até um prêmio e eu rapaz que foi premiado foi bem valido o que ele ganhou. É um incentivo pra gente, não tem concorrente não. Cada um tem que concorrer e fazer o melhor do seu e melhorar o seu produto. Por que eu tô entre os 10? Porque eu uso um manejo com qualidade e não deixou café ficar retido na roça, eu tiro e levo direto pro terreiro, faz um processo normal e não muda, mas tenho um carinho pelo produto. As pessoas falam “seu café ta entre os melhores lá da (COOPFAM)...” ai eu falo “Graças a Deus” isso vai de cada um tentar melhorar o seu (ENTREVISTADO X⁸).

Embora a palavra competição tenha causado desconforto nas primeiras conversas com os produtores, foi observado que o estranhamento foi reduzido ao pautar a busca por produtos com maior qualidade. Lacoste (2012) apresenta o conceito de coopeção que é adequado para explicar os relacionamentos baseados em cooperação que não extinguem a presença de competição entre os atores. No caso do COOPFAM, os relacionamentos intragrupal são baseados intensamente em cooperação, entretanto a competição é tratada como medida para alcançar desempenho produtivo com qualidade de produto elevada.

Sumariamente, considerando a cooperativa como foco de análise, pode-se afirmar que a cooperação intergrupar (com outras organizações de produtores) é baixa e está baseada na troca de informações mercadológicas. Por outro lado, a cooperação intragrupal é altamente incentivada e cultivada entre os membros e todas as instâncias da entidade, com o compartilhamento de experiências, tecnologias produtivas, informações sobre comercialização e acesso facilitado a insumos e soluções para os problemas cotidianos das propriedades rurais.

No tocante aos processos de competição, comenta-se que no cenário intergrupar não foram observados competidores no mercado nacional, a concorrência está focalizada em competidores internacionais, uma vez que os produtos da cooperativa estão prioritariamente voltados para exportação. No cenário intragrupal, existem processos de competição entre os membros, nos quais não se reconhecem como concorrentes e que as práticas de concurso para elevar a qualidade do produto é uma medida de desempenho que objetiva alcançar melhores padrões de performance produtiva.

4.6 FAIR TRADE: desvelando a concepção simbólica e discursiva materializada no cotidiano de pequenos agricultores

Para compreender qual a concepção de Comércio Justo – *Fair Trade* na visão dos pequenos agricultores familiares, questionou-se como compreendiam o assunto e seu significado em suas vidas como também em que consistia uma relação comercial baseada em respeito, proximidade e transparência. Para compreender os desdobramentos práticos nas vidas dessas pessoas, questionou-se, também, o que havia melhorado de fato no dia a dia no campo e na vida deles.

Com a finalidade de distinguir a concepção da gestão executiva e assistência técnica aos agricultores convencionais, apresentam-se algumas declarações dos entrevistados em blocos para, posteriormente, comparar se existem distonias entre o discurso oficial da entidade e o discurso daqueles que vivenciam a realidade do *Fair Trade* diariamente. Essas diferenças serão avaliadas à luz dos gêneros, modalidades e estilos discursivos.

Em relação aos aspectos discursivos observados, em relação à estrutura do texto, por se tratar de entrevistas em profundidade, aspectos gramaticais e morfológicos foram flexibilizados, pois as entrevistas foram transcritas e seria impossível fazer conjecturas sobre os artifícios textuais utilizados pelos entrevistados.

Para o quadro gerencial e técnico da COOPFAM, o *Fair Trade* pode ser definido na visão do presidente:

[...] então, é, o significado, que a gente entende, é que é um produto que é produzido só por produtores familiares, né, que tem um cuidado mais especial com a terra onde vivem, normalmente são pequenas propriedades, não é lugar tão acumulado que... joga muito veneno, respeita a questão de água também, é... mas, normalmente esses produtores se for

querer comercializar os seus produtos, eles passam a ter menos valor do que um grande produtor[...].

Percebe-se que o presidente da entidade levanta aspectos ambientais do processo produtivo dos pequenos agricultores, como também a valorização dessa postura no mercado consumidor.

Complementarmente, o diretor e também produtor cooperado esclarece que a relação comercial é mais segura e aponta que, atualmente, qualquer produtor pode entrar na lógica do *Fair Trade* em pouco tempo, o que se torna preocupante, considerando a denúncia de Renard (2003) que há um movimento de apropriação do discurso *Fair Trade* por grandes produtores e corporações empresariais. A autora acredita que isso ocorre em função da expansão desse sistema de mercado e avidez pela absorção pelas práticas econômicas convencionais. O mercado *Fair Trade*, segundo Lyon (2006), já esboçou demanda não atendida de até vinte e cinco vezes do que é comercializado atualmente, entretanto, não existem produtores suficientes para atender esse mercado de luxo de consumidores conscientes para a mesma autora. Como também, para alguns produtores esse mercado não é atrativo considerando o excesso de exigências de certificação, que em momentos de estabilidade econômica não faz muita diferença em ser *Fair Trade* ou não, segundo declaração dos entrevistados X⁷, X¹¹ e X¹⁰. Abaixo o entrevistado X¹⁰ traça um panorama da concepção do *Fair Trade*.

Ah, o comércio justo ele é justo até um ponto, né? porque... eles fala comércio justo, mais... eles num paga pra, eles exige, mas eles num paga pro cê fazer um comércio justo... é justo, e é muito bom sim... não tem nada, só que... que... eu acho que eles pararam um pouco no tempo... porque eu acho que eles não tinha de... de quanto que eles.. ia ter que comprar... e o quanto que eles ia ter que amprar quem, quem o, os que compra, deles, por exemplo, né... porque chegou num certo ponto que eles foi certificano... porque antes, procê entrar no comércio justo, no *fair trade*... era

muito complicado... cê tinha, cê tinha que fazer um... o, era uma burocracia que... imensa... hoje, hoje qualquer um entra nesse comércio justo... e aí não avaliou o tanto que ia de café entrar, por exemplo, pra... e o tanto que eles ia vender, por isso que tá tanta... gente... precisando de tanta... cooperativa, tem cooperativa... passano... imensa dificuldade... financeira, porque... causa que o comércio de, comércio justo... é sempre pequeno... então a renda dela é o café... e se ocê num, num vender o café, cê não tem como pagar (ENTREVISTADO X¹⁰).

Os técnicos agrícolas da cooperativa, que mantém contato diário com os produtores cooperados, argumentaram que o mercado *Fair Trade* agrega valor ao processo produtivo de cada agricultor. Ainda para eles, o pagamento e reconhecimento do real valor econômico desses produtos se desdobram em resultados sociais e ambientais positivos para os membros cooperados, como também para a comunidade, na qual estão inseridos. Abaixo são transcritas algumas considerações feitas por esses profissionais.

Como uma agregação de valor em cima da produção dos produtores. Não sei se estaria certo, mas acredito que seria ter um pagamento melhor pela aquela produção onde eles seguem os critérios determinados pelo comércio, então se ele produz um produto de qualidade onde visa uma melhoria de produção e também na questão que ele não vai usar agrotóxico de medida drástica, ele vai usar conscientemente eu acredito que ele poder ter um preço melhor, por essa produção dele conscientemente sem estar agredindo o meio ambiente, ser fazer uso indiscriminado de agrotóxico, preservando a natureza. Acredito que seria um pagamento melhor pra ele sendo como um pagamento justo por essas melhorias que ele tem adquirido (ENTREVISTADO X³).

É recorrente nas entrevistas a citação da recompensa econômica e a sua importância no processo de desenvolvimentos social e ambiental da instituição, dos seus cooperados que entendem que a participação e dedicação é garantia de

retornos financeiros compatíveis com os gastos despendidos no processo produtivo, como pode ser observado na fala abaixo.

[...] e se... éh... eu penso muito na questão do... até mesmo, isso a própria definição dele... se baseia, por exemplo, produtor, é igual o conversou comigo... nossa,, eu faço tudo isso, perco, perdo os meus dias de serviço pra... pra aprender, nesses treinamento... eu preciso ser mais reconhecido... né? O reconhecimento do produtor, num é a questão, vamos dizer assim, alta, agradecer... isso, agradecer tudo... pro produtor, o agradecimento é em... dinheiro... é uma valorização muito mais porque... o cara... já... pensa na parte ambiental, conservação do solo... água, cada vez mais preocupante hoje (ENTREVISTADO X⁴).

O ex-presidente da instituição em sua entrevista declarou que esse sistema de mercado amplia as possibilidades de comercialização, que a profissionalização do processo produtivo é uma exigência que gera polêmicas, entretanto, beneficia aqueles que se enquadram nos critérios exigidos pelo mercado, embora em alguns casos, como citado pelos técnicos agrícolas, os critérios não possuem a mínima aplicabilidade prática o que gera tensões entre as certificadoras, a cooperativa e os produtores.

Ah, o comércio justo seria assim, é, mais uma porta, uma oportunidade da gente ta comercializando melhor o nosso produto, né, e também a certificação, ela, ela meio que exige mais profissionalismo da instituição, mas profissionalismo dos produtores, isso de início, produtores acham muito ruim, as vezes os diretores num acha muito bom, mas no final isso acaba sendo muito positivo, né ? Porque pressiona a gente a ser melhor, então tem esse lado que eu vejo, bastante interessante. Os critérios, seria, lá do produtor, as obrigações, seria a preservação do meio ambiente, que é o... de não ter trabalho escravo, não ter trabalho infantil, né, então eu achei isso bastante interessante, e a instituição também ta, que você viu, pegando prêmio, destinando 25 centavos de dólar pra... projetos de melhora pra pros produtores, pra aumento da produtividade, e os outros 15 centavos, a COOPFAM tem usado pra manutenção e

melhoria da estrutura que tem, e isso é decidido pelos produtores, quem decide o que vai fazer com esses recurso é os produtores, então eu acho isso bastante... bastante positivo, né? (ENTREVISTADO X⁴).

Tomando por verdade que esses aspectos geram polêmicas sobre a definição dos critérios para certificação *Fair Trade* e de alimentos orgânicos, questiona-se se de fato existem relações equitativas entre os produtores do sul e os consumidores do norte? Considerando, na visão de Lyon (2006), que o papel dos produtores nessa relação é o cumprimento de regras e normas para adentrar em um sistema colonial de exploração de monoculturas, as próximas entrevistas ajudam a responder essa indagação.

Para os demais membros e agricultores da cooperativa o *Fair Trade* está diretamente relacionado ao reconhecimento econômico dos gastos no processo produtivo de suas lavouras, abaixo alguns trechos das entrevistas.

Bem resumido, atingir nosso alvo financeiro com ajuda. Porque produzir é difícil e tem que vender bem. É e fazer um preço justo, se você puder sair do intermediário sai da hipocrisia. Que nem meu pai trabalhou toda a vida, faleceu faz 6 meses trabalhou a vida toda e desde sua infância trabalhou muito e vendia pra um ali e pra outro ali. Através da (COOPFAM) nós vendemos mais direto e vai tirando um pouco esses (ENTREVISTADO X⁸).

Observa-se, no trecho anterior e no seguinte, que o retorno financeiro é preponderante nas falas, em geral, é o primeiro aspecto citado e descrito e que as exigências são comuns e formas de otimizar o processo produtivo ao oferecer formação e informações para os produtores implementarem em suas lavouras. Eles falam que os momentos de troca de experiências e participação em cursos funcionam como um intervalo no trabalho diário que enfrentam em suas propriedades.

É a gente saber que o dia que abriu e o dia que vai voltar o dinheiro pra gente. Então é isso ai, uma boa coisa que no dias de hoje os pequenos produtores tem uma garantia de venda, um certificado, garante um pouco se não fica feia a coisa. Às vezes você precisa de uma renda e você não tem conhecimento nenhum. Com isso a gente ganha um dinheirinho a mais, de melhor é lucro deixou de perder. As exigências não muda nada eu acho elas até muito boa, que seja uma casinha de guardar um agrotóxico, um produto que não pode por, isso é uma vantagem porque se não pode é porque é forte e vai prejudicar a saúde. Eu sempre falo pra algum que a gente não tem a perder só a ganhar. Que esforço tem vim aqui uma vez por mês, isso não é nada difícil e aprende muita coisa, tudo tem uma coisa pra aprender. Pelo menos nessas horas que a gente vem aqui a gente não ta pensando no trabalho, da uma descansada, joga a mente pro outro lado (ENTREVISTADO X⁵).

Os trechos a seguir demonstram claramente o destaque para os aspectos financeiros *Fair Trade* que são essenciais tanto no sistema econômico global quanto no Comércio Justo. A apresentação desses fragmentos desmistifica uma visão romântica que repousa sobre o *Fair Trade*. A sua concepção teórica considera que a melhoria na vida dos produtores do sul ocorrerá por meio da sustentabilidade financeira que desdobrará resultados ambientais e socioculturais benéficos àquela população.

Olha, o que é comércio justo, são clientes que estão disposto a pagar um pouquinho a mais, por aquelas pessoas que desenvolveram um trabalho pelo solo, pela água, por tudo, né? E como se diz, eles acham, paga isso a mais e pra ajudar também essa cooperativa a desenvolver né, ta podendo ajudar mais os produtor, né? Mas é isso. (ENTREVISTADO X⁹).

O *fair trade*, mercado justo procura ajudar os pequenos produtores. E também tem prêmio que vem, quando a gente vende o café tem o prêmio que volta para os produtores. Tem esse diferencial (ENTREVISTADO X⁶).

Uai, o *fair trade* é... é... um comércio onde o preço é justo, uai, né, onde o comércio é justo, é isso, preço justo. Então pra mim é muito mais importante vender nesse mercado, que eu tenho uma garantia, que no outro mercado eu não tenho garantia (ENTREVISTADO X¹¹).

Esse ano, já deu o exemplo de justo. Por que se o custo do café, no caso desse ano que teve ruim, eu preciso ter tanto de dinheiro pra produzir uma saca de café, no caso R\$250,00, e eu consigo R\$240,00 nela eu acho que não tem nada de justo nisso. Agora se o mercado, *fair trade* no caso, pagou na média R\$270,00/280,00 eu to recebendo a mais, eles estão fazendo justiça com o meu serviço, eu acho por ai (ENTREVISTADO X¹⁴).

Nos últimos fragmentos apresentados, fica evidente que o pagamento de um valor diferenciado por parte do consumidor final é recompensado por informações de origem e detalhamento do processo produtivo desses agricultores, que, posteriormente, é descrito pelas exigências das entidades certificadoras. Na concepção clássica e nas reflexões de Renard (2003) essas exigências que se materializam em um selo são fundamentadas em uma proteção da apropriação do discurso do comércio justo por grandes corporações, o que parece justificável.

Entretanto, nas ideias de Lyon (2006), essa sistematização não passa de uma gaiola de ferro que sequestra a autonomia produtiva desses agricultores, para atender aos anseios de um consumo de luxo de consumidores no norte. Em outras palavras, são países desenvolvidos com a finalidade de criar mecanismos solidários via consumo consciente e baseado em justiça social.

Diante dessas considerações, indagou-se sobre o que seriam relações baseadas em proximidade, transparência e respeito, os princípios doutrinários defendidos pelo *Fair Trade* (INTERNATIONAL FAIR TRADE LABELLING ORGANIZATION, 2009). Os produtores refletiram sobre a pergunta e conseguiram descrever que essas relações acontecem no interior da cooperativa.

Em nenhum momento outros atores, até mesmo a certificadora e os consumidores finais, foram citados.

Considerando o histórico e as declarações sobre esses relacionamentos entre esses agricultores, verifica-se que eles já existiam antes de adotarem a postura do comércio justo, e é possível afirmar que esses aspectos já eram cultivados, o que facilitou a materialização desses princípios na realidade dessas pessoas. Eles citam, principalmente, os relacionamentos e os laços de confiança estabelecidos intraorganizacionais, tomando a cooperativa como objeto de análise. O que poderia explicar a alta cooperação intraorganizacional e a baixa cooperação interorganizacional. Veja a declaração dos entrevistados

É... você ter “claro” o que que você tá fazendo, no teu dia a dia lá dentro do sítio, dentro da propriedade, o que que você tá produzindo, a forma que você tá tratando o meio ambiente, eu acho que isso... isso é mudança, e dentro da instituição, o nível de... é... de transparência, é muito maior do que o convencional do dia a dia que a gente tá acostumado, ah, o meu pai mesmo é cooperado em outra cooperativa, mas num... é uma cooperativa vista até como... boa, né? mas o nível de transparência aqui é extremamente maior. E isso a certificação é que levou a cooperativa a... e hoje a gente vê que as coisa é fundamental (ENTREVISTADO X²).

Os entrevistados X⁵ e X⁶ declaram que as relações transparentes desenvolvidas são internas, no interior dos grupos e da cooperativa como um todo. Vale destacar que essa pergunta foi feita no bloco de questões sobre o *Fair Trade* com a finalidade de verificar se os princípios básicos eram observados entre todos os elos das relações de mercado na concepção do Comércio Justo.

Ah, geralmente é sim. Hoje nessa parte que você tá dizendo aí tem sempre que ajudar. O pessoal conversa com respeito e educação senão não funciona. Senão não vai, a coisa de respeitar o direito dos outros a coisa tem que funcionar por aí. Aqui tem dado certo. (ENTREVISTADO X⁵).

Tudo que o sócio quer saber hoje ele procura, até através dos grupos, a gente fica sabendo tudo que tá acontecendo, como tá caminhando. Isso é muito importante. A gente se torna uma família. Por que você tá ali no grupo, tem muita gente que eu comecei a participar no grupo meu que não conhecia, que agora quando encontro na cidade a gente bate papo, a gente acaba se tornando amigo, na verdade se torna uma família da COOPFAM (ENTREVISTADO X⁶).

Essas declarações indicam que os princípios do *Fair Trade* não se materializam em todas as relações desenvolvidas na cadeia produtiva, principalmente considerando o produtor e seus laços com a certificadora e os consumidores finais, o que corroboram os argumentos de Renard (2003). Essa autora comenta que a elaboração das diretrizes do mercado *Fair Trade* não alcança um debate que envolve os produtores. Dessa forma, as relações equitativas na cadeia produtiva ficam seriamente comprometidas discursivamente, pois há distonia entre os princípios e a materialização nas relações desenvolvidas entre os atores e parece palatável considerar o mascaramento de relações coloniais de exploração de *commodities*.

Ao imaginar cada um dos princípios e confrontá-los com as declarações dos entrevistados e, também, com trabalhos de teor mais crítico, é possível compreender que, por exemplo, uma relação baseada em transparência promove uma visão integral da cadeia produtiva a todos os atores envolvidos. Percebe-se que o alcance do olhar dos produtores fica limitado ao seu processo produtivo. Complementarmente, respeito requer considerar as especificidades de cada região e a importância do conhecimento do produtor, durante o trabalho de campo, e nas conversas informais observou-se que, em algumas situações, o produtor é obrigado a acatar diretrizes que nada têm a ver com a sua realidade produtiva e sociocultural. Adicionalmente, pensar em relações de proximidade requer que os atores interligados se comuniquem intensamente, há um levantamento exaustivo de informações para o mercado consumidor que exige

dados detalhados daquilo que consomem, mas os produtores em momento algum mencionaram qualquer laço mesmo que fraco com o outro lado da cadeia produtiva – o consumidor.

Ao refletir sobre as declarações dadas nas entrevistas e sobre os aspectos teóricos que delinearam o conceito de *Fair Trade*, inquietações surgem ao comparar a definição clássica desse sistema de mercado apresentada pela FLO:

Fairtrade is a strategy for poverty alleviation and sustainable development. Its purpose is to create opportunities for producers and workers who have been economically disadvantaged or marginalized by the conventional trading system. If fair access to markets under better trade conditions would help them overcome barriers to development, they can join Fairtrade (INTERNATIONAL FAIR TRADE LABELLING ORGANIZATION, 2009, p. 3)

Além disso, adiciona-se que o “*fair trade* consumption is uniquely motivated by the political choices and conscious reflexivity of Northern consumers” (LYON, 2006, p. 452).

Considera-se que a intermediação entre os consumidores do norte (leia-se países desenvolvidos) dotados de reflexividade conscientizam e solidarizam-se com as relações assimétricas vivenciadas pelos produtores do sul ao comercializar *commodities* e decidem criar um sistema no qual serão pagos valores justos pelos produtos oferecidos desde que exista informações sobre a origem e a padronização do processo produtivo. Mas, há ambiguidade do ponto de vista discursivo, ao tomar os princípios de respeito, transparência e proximidade defendidos pelo sistema *Fair Trade*. De fato, esses princípios são perceptíveis no âmbito das relações intraorganizacionais, diga-se entre a cooperativa e seus membros.

Entretanto, ao imaginarmos a relação entre as certificadoras, tanto *Fair Trade* quanto orgânicos, verifica-se que são estipulados parâmetros discutidos

unilateralmente, isto é, condições para que o produtor seja inserido no sistema. Nas declarações dos produtores fica evidente que existe uma preocupação com a conformidade no processo produtivo, que em nenhum momento foi amplamente discutida com esses agricultores. Pelo contrário, as inspeções realizadas anualmente pela certificadora, ou ao menos no momento de inserção de um novo membro, trata somente de regulações ditadas sobre o que é interessante para os consumidores finais, ou seja, o produtor fica refém de uma relação que precisa ampliar a transparência. No que tange à FLO, toma-se que a certificação obriga esses produtores a seguirem padrões produtivos que na fala do entrevistado X⁷ não foram discutidos amplamente.

Complementarmente, outro aspecto levantando é em relação ao poder de reflexividade que, na definição da FLO, parte dos consumidores, mas defende que os produtores, também, são reflexivos e compreendem claramente as relações envolvidas tanto no processo produtivo quanto de comercialização de seus produtos.

Embora existam imperfeições que precisam ser trabalhadas, considerando, também, que esses atores têm consciência dessas limitações, é salutar entender o motivo da permanência desses agricultores no sistema *Fair Trade*. E fica evidente que a condição de vida deles melhorou, principalmente, quando isso é questionado e as respostas seguem a mesma lógica argumentativa. Essa lógica recupera avanços na qualidade de vida e tange em retornos econômicos que materializam benefícios sociais, culturais e ambientais. Mesmo porque, apontar imperfeições não significa dizer que determinado sistema de relações comerciais não funciona, mas, sim, que precisam ser melhorados e, talvez, reelaborados.

Consoante a isso, vale apresentar quais as transformações e melhorias vivenciadas por esses agricultores com sistema *Fair trade*, ao mesmo tempo em que reincorpora a discussão das inovações sociais que, nesse momento, podem

ser corroboradas por alternativas mercadológicas e sociais que retornam resultados socioambientais para as comunidades e grupos nos quais foram desenvolvidas.

Os entrevistados apontam diversos retornos baseados na agregação de conhecimento, por meio de cursos e capacitações materializados nas relações produtivas cotidianas e como isso interfere na postura e no comportamento nas relações que estabelecem entre eles e o meio ambiente, como pode ser observado nas declarações abaixo.

Olha, pra mim, o que eu acho que eu valorizo bastante é a pessoa, o conhecimento. Eu acho que o conhecimento muda o comportamento das pessoas. E eu acho que o conhecimento é o início de mudança da vida das pessoas, da comunidade, do mundo, eu acho que isso pra mim é a coisa mais importante que aconteceu. (ENTREVISTADO X²).

O jeito de vender o meu produto melhorou né? Por que eu consigo mais por ser um cooperado e ter mais gente eu consigo entrar no mercado futuro, eu consigo o melhor preço aqui na cooperativa da uma margem a mais de preço. De modo geral, eles oferecem curso, que esclarece ... a gente trabalha melhor isso pra gente e pra família (ENTREVISTADO X¹⁴).

Hoje a gente, na vida individual, melhorou muito e você consegue entrar no computador, pro pessoal que trabalha facilita, os agrônomos vão apresentando as técnicas e a gente vai aprendendo. Não tem esse cargo de serviço pesado mais, faz o manejo com essa roçadeiras, caso eu tenho uma caminhonete. Antes disso eu não pensava em nada disso, na tecnologia, na produção e na companhia do ajudante que tá ali. Isso tudo que a gente adquiriu quer dizer que tá melhorando (ENTREVISTADO X⁸).

Em alguns casos, a qualidade de vida resulta em pequenos confortos como uma viagem de férias, um carro de passeio e a dignidade de morar em uma casa confortável.

Qualidade de vida... ou seja.. isso, é tudo interligado... um café de excelente qualidade... se resulta em melhor rentabilidade, uma vida... melhor... dá pra mim ter um carro de passeio, uma casa boa... pra morar. Então ele... pega seus dia, vai pra praia... descansar... eles precisa, ele também precisa descansar, precisa dum lazer pra refrescar (ENTREVISTADO X⁴).

Para outros a mudança não foi tão expressiva, entretanto é suficiente para que eles permaneçam integrados ao sistema *Fair Trade*, considerando que no mercado convencional as relações são mais agressivas, especialmente em momentos de crise internacional no setor cafeeiro.

Grande mudança não teve, mas teve alguns favorecimentos, como 50 reais a mais na saca, então isso favorece bem. Na época, igual agora, que o preço foi la pra baixo aí ajudou muito, favoreceu bem, da pra gente manter. (ENTREVISTADO X⁶).

As interlocuções com os fragmentos das entrevistas apresentadas demonstram como as concepções simbólicas e discursivas sobre *Fair Trade* estão atravessadas por inconsistências entre a reflexão teórica e a materialização empírica no cotidiano de pequenos agricultores cooperados no sul de Minas Gerais. Há de se considerar que há descompasse entre reflexão teórica e as vivências e experiências empíricas do cotidiano. Dessa forma, recuperam-se as principais diretrizes dessa pesquisa para costurar algumas reflexões finais.

5 REFLEXÕES FINAIS: APONTAMENTOS GERAIS

Nesse momento, faz-se necessário tecer e apontar algumas considerações teóricas e empíricas sobre as contribuições desta investigação, como também suas principais características metodológicas. Para isso retomam-se os objetivos deste trabalho que, inicialmente, pretendeu identificar quais são e como se estabelecem, discursivamente, as principais relações interorganizacionais e inovações sociais baseadas em Comércio Justo/ Sustentável no âmbito de organizações de pequenos agricultores no Sul de Minas Gerais.

Desde os levantamentos iniciais, considerou-se que as iniciativas de *Fair Trade* são inovações sociais e com a discussão conduzida, durante o trabalho, fica corroborado empiricamente que, de fato, essas novas alternativas e articulações mercadológicas e organizacionais retornam resultados positivos tangentes às condições ambientais e sociais daqueles que se inserem nesse sistema.

Observou-se que as inovações sociais não excluem a necessidade de resultados econômicos que são fundamentais para sustentabilidade das instituições. Entretanto, o foco se estabelece no compartilhamento de valores econômicos, retornos sociais e uma postura ambiental responsável (MULGAN; TUCKER; SANDERS, 2007; FARFUS; ROCHA, 2007; MURRAY; MULGAN; CAULIER-GRICE, 2009; MURRAY; CAULIER-GRICE; MULGAN, 2010; BIGNETTI, 2011; MUMFORD, 2012).

Com a condução da pesquisa, foram levantadas e descritas quais eram as instituições situadas nesse perímetro, selecionadas aquelas que integrariam a amostra da pesquisa. A seleção considerou, exclusivamente, as informações da Cooperativa dos Agricultores Familiares de Poço Fundo e Região – COOPFAM,

informações essas que caracterizaram as principais atividades produtivas da entidade em um contexto histórico localizado.

Com essas informações foi possível descrever o formato de organização da instituição como também as principais características dos relacionamentos desenvolvidos nas dimensões intra e interorganizacionais. Sobre as relações de cooperação, competição e as alianças estratégicas estabelecidas, destaca-se que as relações de cooperação puderam ser observadas tanto nos relacionamentos interorganizacionais quanto intraorganizacionais. Entretanto, o modelo de cooperação com direcionamento estratégico definido foi evidenciado somente nos relacionamentos entre os membros da cooperativa, ao que passo que os relacionamentos interorganizacionais, entre organizações de pequenos produtores, não possuíam caráter estratégico delineado. Conclui-se que, nesse cenário, a coesão grupal é fundamental para os laços estabelecidos entre a cooperativa e seus membros. Por outro lado, os laços fracos estabelecidos com outras instituições têm a finalidade de inserir informações sobre o mercado que a cooperativa atua e estimula a melhoria do desempenho da organização no mercado comparado aos competidores internacionais.

Adicionalmente, a expressão 'competição' entre os cooperados foi recusada em um primeiro momento por todos os entrevistados, entretanto, percebeu-se que existem instrumentos competitivos com intuito de incentivar a elevação da qualidade dos produtos comercializados entre os produtores, isso ocorre por meio de concursos e premiações promovidos pela própria instituição e por parceiros como o Instituto Federal de Ensino de Machado. O esclarecimento sobre a integração e coexistência de comportamentos cooperativos e competitivos aponta para necessidade de ampliar o debate de como essa integração pode ser benéfica para as instituições cooperativas. Se por um lado os entrevistados não enxergarem, em curto prazo, concorrentes no mercado interno, por outro lado, há concorrência internacional, o que não

interfere diretamente nos resultados da cooperativa, considerando os relatos da gestão e as palavras de Renard (2003) que aponta que o mercado *Fair Trade* está em ampla expansão e com demanda reprimida não atendida.

Sobre a concepção de que os agricultores da COOPFAM possuem sobre o *Fair Trade*, evidenciou-se que, empiricamente, a materialização desse conceito se traduz, prioritariamente, no interesse de retornos econômicos compatíveis com os dispêndios dos processos produtivos de cada produtor. Observa-se que os retornos sociais e uma postura ambiental responsável necessitam de balizamento financeiro e sustentabilidade econômica para se tornarem reais, além de figurarem como requisitos das organizações certificadoras.

Ainda, sobre o *Fair Trade*, observou-se que os princípios doutrinários não são aplicáveis a todos os elos da cadeia produtiva, principalmente aos produtores que são desconsiderados no processo de elaboração das diretrizes gerenciais que serão aplicadas nos processos e interações no Comércio Justo. Sobre as exigências vale considerar que, apesar de algumas situações estarem descontextualizadas com a realidade dos produtores, a finalidade delas é impedir que qualquer agente mercadológico ou grande produtor se aproprie do discurso do *Fair Trade* sem observar determinadas diretrizes de seu desenvolvimento prático e cotidiano.

Apesar das inconsistências observadas nesse sistema, que também foram discutidas ao longo da pesquisa, a permanência desses agricultores se baseia, fundamentalmente, nos retornos econômicos alcançados na produção. Sobre os relacionamentos desenvolvidos entre os produtores, o impacto das filosofias *Fair Trade* não alterou fundamentalmente os laços entre os produtores que já eram baseados em respeito, transparência e proximidade antes da implantação da lógica produtiva e comercial do *Fair Trade*, pois eles já existiam. Esses aspectos foram, também, fundamentais para que a cooperativa não sucumbisse com os

comportamentos oportunistas da gestão logo após a implantação do sistema *Fair Trade*.

Esclarece-se que apontar inconsistências e levantar aspectos críticos sobre os temas deste trabalho não significa desvalorizar com intuito de refutar os princípios aos quais essas iniciativas se propõem. Pelo contrário, objetiva-se demonstrar e descrever quais são os principais cuidados que precisam ser tomados para que uma postura de mercado alternativa não seja absorvida pelas correntes dominantes do mercado.

Em outras palavras, pretende-se aqui abandonar a dicotomia entre teoria e prática de mercado, ou seja, aceitar que na prática o *Fair Trade* é diferente da sua teoria, pois as duas posturas são faces de uma mesma realidade e existem vários aspectos que explicam algumas distonias e, futuramente, podem ser objeto de pesquisas científicas. O interesse em levantar aspectos críticos é sinalizar para a descaracterização de alternativas mercadológicas e organizacionais em função das pressões das relações econômicas tradicionais.

Contudo, é oportuno sinalizar sobre as implicações para a academia e seu desenvolvimento teórico, como também sobre as implicações estratégico-mercadológicas.

5.1 Implicações Teóricas e Estratégico-Mercadológicas

As implicações deste trabalho estão orientadas para a realidade das organizações cooperativas, para o ambiente acadêmico e para a sociedade, pois acredita-se que a transformação de qualquer realidade se faz dialeticamente por meio da interação de diversas dimensões do fenômeno social abordado.

Nesse sentido, a intervenção da investigação direciona-se para partidas com foco na ação humana (prática discursiva) e na estrutura (práticas sociais) que são urgentes para mudança social das posições e relações.

A investigação conduzida atende a alguns anseios na agenda de investigações sugerida por Moore (2004) sobre as definições do Comércio Justo na concepção dos produtores do sul, como também atende sobre o esclarecimento das principais inconsistências discursivas sinalizadas nos relacionamentos entre consumidores do norte e produtores do sul, que necessitam de maior atenção, como aponta Renard (2003) em sua obra.

Adicionalmente, o trabalho colabora no esclarecimento dos principais aspectos sobre a coexistência de relacionamentos competitivos e cooperativos e demonstra que, mesmo em cenários cuja cooperação é preponderante, iniciativas competitivas são fundamentais para melhoria da performance produtiva e relacional das instituições cooperativas.

Sobre as implicações mercadológicas e estratégicas, acredita-se que a pesquisa colabora ao demonstrar que sistemas alternativos de mercado conseguem coexistir com as relações econômicas convencionais, ao mesmo tempo em que desperta profícuas transformações e/ou reformulações nas relações entre consumidores e produtores agrícolas.

Aponta-se outra contribuição ao evidenciar como formatos de gestão descentralizados regionalmente em núcleos podem colaborar para a condução organizada das atividades operacionais de uma instituição cooperativa com quantitativo significativo de membros associados.

Além disso, o trabalho contribui ao promover interlocuções teóricas e metodológicas inovadoras para compreender profundamente e descrever como determinados fenômenos se desenvolvem cotidianamente e a percepção dos agentes envolvidos. Complementarmente, as interlocuções consideraram três eixos teóricos 1 – Relações Interorganizacionais, 2 – As inovações sociais e 3 - A Análise Crítica de Discurso. Consideraram-se as relações interorganizacionais cooperativas como fundamento para desenvolvimento de alianças estratégicas com potencial de geração de inovações sociais práticas, que foram iluminadas

pelo holofote da Análise Crítica de Discurso ao investigar cada aspecto e característica dos relacionamentos da COOPFAM.

5.2 Limitações da Pesquisa

As principais limitações desta pesquisa estão relacionadas ao caráter das metodologias qualitativas utilizadas que focalizam a realidade de um elemento específico não replicável. Além disso, a visão e o posicionamento do pesquisador como também a abordagem escolhida estão limitadas por contextos históricos de construção de cada ator e de suas relações com a realidade.

Complementarmente, como não há um passo a passo do desenvolvimento da orientação teórico-metodológica da Análise Crítica de Discurso, isso pode configurar como uma limitação, considerando que ela pode ser aplicada a tudo e a nada ao mesmo tempo, mas isso pode ser contornado com os rigores e observação dos conceitos dessa abordagem que oferece flexibilidade de adequação de acordo com a definição do objeto e o problema de pesquisa. Por outro lado, a experiência e julgamento do pesquisador são fundamentais na condução da investigação o que pode limitar as fronteiras de análise considerando o aspecto da racionalidade limitada e dos focos de análise selecionados.

Por fim, o tempo dispendido na coleta dos dados e posterior análise poderia ser maior para evidenciar, pragmaticamente, as relações de conflito percebidas entre os atores e que poderiam explicar profundamente os modelos de cooperação adotados que são fundamentalmente intraorganizacionais, como apontado ao longo da pesquisa.

5.3 Sugestões de Agenda para Pesquisas Futuras

Este trabalho não pretende fechar o debate sobre as relações interorganizacionais cooperativas desenvolvidas por pequenos produtores inseridos no sistema *Fair Trade*, pelo contrário, pois objetivou-se levantar outros questionamentos para uma agenda de investigações futuras.

Inicialmente, vale considerar as possibilidades de relação de cooperação e competição entre agricultores nas cooperativas inseridas no modelo *Fair Trade*, para compreender o motivo da aversão de comportamentos competitivos intraorganizacionais. Adicionalmente, outras teorias de redes poderiam ser consideradas ao ampliar a discussão dos aspectos cooperativos.

Sobre as inovações sociais, há interesse de investigar se as inovações na concepção Schumpeteriana podem se desenvolver inicialmente com direcionamentos de ampliação do valor econômico nas organizações, posteriormente, desdobrar-se em resultados sociais compartilhados com todos os envolvidos.

Sobre o *Fair Trade*, seria interessante investigar quais os perigos de absorção incorridos pela lógica convencional de mercado. Como também compreender se de fato ele não atende puramente ao consumo de luxo de consumidores abastados que se sentem menos culpados desenvolvendo relações de solidariedade à distância como aponta Lyon (2006). Adicionalmente, poderia ser verificado se o comércio justo não reforça as diferenças entre os consumidores do norte e os produtores do sul ao estabelecer novos formatos de relações coloniais ou até pós-coloniais mascaradas.

Poderiam ser verificadas as possibilidades de adequação teórica de outras abordagens de Análise de Discurso para desvendar o mesmo objeto e verificar se as reflexões seriam diferentes, como também aplicar o mesmo

ferramental teórico metodológico em cooperativas com características similares e traçar um comparativo entre as concepções adotadas por cada uma.

Há diversas outras possibilidades de pesquisa, considerando adequações tanto teóricas quando metodológicas que ampliariam o escopo de análise. Entretanto, é necessário conter, prioritariamente, naquelas que colaborariam imediatamente na explicação de fenômenos, ainda, obscuros. Contudo, consoante com a Análise Crítica de Discurso abre-se espaço para algumas considerações e notas de pesquisa do processo investigativo como, por exemplo, esclarecer e alertar sobre alguns pontos.

O alerta final deste trabalho está calcado na preocupação do pesquisador sobre o domínio dos resultados do trabalho que podem ser apropriados de forma oportunista ao alterar o sentido das reflexões levantadas. Em outras palavras, a responsabilidade intelectual e política se torna incontrolável ao passo que as informações divulgadas na pesquisa se tornam públicas, como orienta Fairclough (2001). O mesmo autor, com negatividade, sinaliza para os abusos do poder e das burocracias ao apropriarem-se dos resultados e reinterpretá-los para atender a agendas hegemônicas com ampliação e reinvestimento ideológico naquilo que se considera adequado às práticas sociais e discursivas, o que Lyon (2006) denuncia sobre as estratégias de incorporação do discurso do comércio justo e ético por grandes corporações.

Entretanto, esse risco poderia ser evitado com o silêncio discursivo, que pode ter múltiplas interpretações favoráveis ou desfavoráveis à Agricultura Familiar, ao Cooperativismo, às Inovações Sociais (considerando o *Fair Trade*). Optou-se por apresentar todos os resultados e monitorar como eles serão apropriados e, principalmente, criar formatos compreensíveis para os elementos dessa narrativa que são os pequenos agricultores familiares do Sul de Minas Gerais inseridos no sistema *Fair Trade*.

REFERÊNCIAS

- ALTHUSSER, L. **Análise crítica da teoria marxista**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.
- AHUJA, G.; SODA, G.; ZAHEER, A. The genesis and dynamics of organizational networks. **Organization Science**, Providence, v. 23, n. 2, p. 434-448, Mar./Apr. 2012.
- ASSIS, T. R. P. et al. Agricultura Familiar e Agroecologia no Sul de Minas Gerais: reflexões iniciais. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 51., 2013, Belém. **Anais...** Belém: SOBER, 2013.
- ASSIS, T. R. P. et al. **Projeto de estruturação do núcleo de estudos multidisciplinares em Agroecologia e agricultura familiar da Universidade Federal de Lavras**. Lavras: Editora da UFLA, 2013. (Relatório de Pesquisa - CNPq 564679/2010-0).
- ASTI, A. L. **Comércio Justo e o caso do algodão: a cadeia produtiva têxtil brasileira**. 2007. 238 p. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) - Programa de Pós-graduação de Ciências Sociais, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.
- BALESTRIN, A.; VARGAS, L. M.; FAYARD, P. Ampliação interorganizacional do conhecimento: o caso das redes de cooperação. **Revista Eletrônica de Administração**, Porto Alegre, v. 11, n. 1, p. 1-25, jan./fev. 2005.
- BALESTRIN, A.; VERSCHOORE, J. R.; REYES JÚNIOR, E. O campo de estudo sobre rede de cooperação interorganizacional no Brasil. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 14, n. 3, p. 458-477, maio/jun. 2010.
- BANDEIRA-DE-MELLO, R.; CUNHA, C. J. C. de A. Operacionalizando o Método da Grounded Theory nas pesquisas em estratégia: técnicas e procedimentos de análise com apoio do Software Atlas/TI. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO DE ADMINISTRAÇÃO, 27., 2008, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2003.

BARNEY, J. B.; HESTERLY, W. Economia das organizações: entendendo a relação entre as organizações e a análise econômica. In: CLEGG, S. R.; HARDY, C.; NORD, W. R. (Ed.). **Handbook de estudos organizacionais**: volume 3. São Paulo: Atlas, 2004. p. 131-185.

BARROS, D. L. P. Contribuições de Bakhtin às teorias do discurso. In: BRAIT, B. (Org.). **Dialogismo e construção do sentido**. Campinas: Editora da Unicamp, 1997. p. 27-38.

BENGTSON, M.; KOCK, S. Cooperation and competition in relationships between competitors in business networks. **Journal of Business & Industrial Marketing**, Amsterdam, v. 14, n. 3, p. 178-193, 1999.

BIGNETTI, L. P. As inovações sociais: uma incursão por ideias, tendências e focos de pesquisa. **Ciências Sociais Unisinos**, São Leopoldo, v. 47, n. 1, p. 3-14, jan./abr. 2011.

BIGNETTI, L. P. Gestão de tecnologia e inovação: uma análise de autores, vertentes teóricas e estratégias metodológicas predominantes em trabalhos apresentados nos Encontros da Anpad. In: ENCONTRO DA ANPAD, 30., 2006, Salvador. **Anais...** Salvador: Anpad, 2006. 1 CD ROM.

BORGATTI, S. P.; FOSTER, P. The network paradigm in organizational research: a review and typology. **Journal of Management**, Stillwater, v. 29, n. 6, p. 991-1013, Dec. 2003.

BRAIT, B. **Bakhtin, dialogismo e construção do sentido**. São Paulo: Editora da Unicamp, 1997.

BRANDENBURGER, A.; NALEBUFF, B. **Co-opetition**. New York: Doubleday, 1995.

BRASIL. Código civil (2002). **Código civil**. 56. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

BRASIL. Lei nº 5.764, de 16 de dezembro 1971. Define a Política Nacional de Cooperativismo, institui o regime jurídico das sociedades cooperativas, e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 16 dez. 1971.

BRITTO, J. Cooperação interindustrial e redes de empresas. In: KUPFER, D.; HASENCLEVER, L. (Org.). **Economia industrial**: fundamentos teóricos e práticas no Brasil. Rio de Janeiro: Campus, 2002. Cap. 15, p. 345-388.

BRITO, V. da G. P. **Estratégia como prática social e discursiva**: um estudo sob a perspectiva da análise crítica do discurso. 2013. 281 p. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2013.

BURT, R. S. The social structure of competition. In: NOHRIA, N.; ECCLES, R. G. **Networks and organizations**: structure, form, and action. Boston: Harvard Business School Press, 1992.

CHALMERS, D. Social innovation: an exploration of the barriers faced by innovating organizations in the social economy. **Local Economy**, London, v. 1, n. 28, p. 17-34, Nov. 2012.

CLEGG, S. R.; COURPASSON, D. The end of history and the futures of power. **Twenty-First Century Society**: journal of the academy of social sciences, Washington, v. 2, n. 2, p. 131–154, June 2007.

COASE, R. H. **The firm, the market and the law**. Chicago: University of Chicago Press, 1988.

COOPERATIVA DE AGRICULTORES FAMILIARES DE POÇO FUNDO E REGIÃO. **Pequeno histórico**. Poço Fundo: COOPFAM, 2013. Disponível em: <<http://coopfamweb.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 15 ago. 2013.

COOPERATIVA DE AGRICULTORES FAMILIARES DE POÇO FUNDO E REGIÃO. **Promovendo a vida no campo e na cidade**. Poço Fundo: Coopfan, 2013. Disponível em: <<http://coopfamweb.blogspot.com.br/p/produtos.html>>. Acesso em: 15 jan. 2013.

DUCHSCHER, J. E.; MORGAN, D. Grounded theory: reflections on the emergence vs. forcing debate. **Journal of Advanced Nursing**, Oxford, v. 48, n. 6, p. 605-612, Dec. 2004.

EAGLETON, T. **Ideologia**: uma introdução. São Paulo: EUNESP, 1997.

EIRIZ, V. Proposta de tipologia sobre alianças estratégicas. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 5, n. 2, p. 65-90, maio/ago. 2001.

EKLINDER-FRICK, J.; ERIKSSON, L. T.; HALLÉN, L. Effects of social capital on processes in a regional strategic network. **Industrial Marketing Management**, New York, v.41, n. 5, p. 800-806, July 2012.

FAIRCLOUGH, N. **Analysing discourse**: textual analysis for social research. Londres: Routledge, 1991.

FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2001.

FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2003.

FARFUS, D.; ROCHA, M. C. de S. Inovação social: um conceito em construção. In: FARFUS, D.; ROCHA, M. C. de S. (Org.). **Inovação Social**: volume 4. Curitiba: SESI, 2007. p. 13-252.

FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 1996.

GARRAFIEL, D. R.; NOBRE, F. R. C.; DAIN, J. **Manual da metodologia PESA**: uma abordagem participativa. Rio Branco, 1999.

GIDDENS, A.; TURNER, J. H. **Teoria social hoje**. São Paulo: Editora da UNESP, 1999.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

GOMES, R. Comércio justo: entre a solidariedade e a utopia. **Proposta**, São Paulo, v. 1, n. 98, p. 46-55, set./nov. 2003.

GRANDORI, A.; SODA, G. Inter-firm networks: antecedents, mechanisms and forms. **Organization Studies**, Berlin, v. 16, n. 2, p.1-19, 1995.

GRANOVETTER, M. S. The strength of weak ties. **American Journal of Sociology**, Chicago, v. 78, n. 6, p. 1360-1380, May 1973.

GRISCI, C. L. I. Trabalho imaterial, controle rizomático e subjetividade no novo paradigma tecnológico. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 7, n. 1, p. 1-23, jan./jun. 2008.

HATCH, M. J. **Organization theory**: modern, symbolic and postmodern perspectives. Oxford: Oxford University Press, 1997.

INSTITUTO DE TECNOLOGIA SOCIAL. Direito à ciência e ciência para a cidadania. **Caderno de Debate**, São Paulo, p. 8-33, nov. 2004. Disponível em: <http://www.itsbrasil.org.br/pages/41/caderno_debate.pdf>. Acesso em: 09 maio 2007.

INTERNATIONAL FAIR TRADE LABELLING ORGANIZATION. **Generic fairtrade**: trade standart. Bonn: Fairtrade Labelling Organizations International, 2009. Disponível em: <<http://www.fairtrade.net/standards.html>>. Acesso em: 15 maio 2013.

LACAN, J. **Las formaciones del inconsciente**. Buenos Aires: Nueva Visión, c1970.

LACOSTE, S. “Vertical coopetition”: the key account perspective. **Industrial Marketing Management**, New York, v. 41, n. 4, p. 649-658, May 2012.

LEMAÎTRE, A.; HELMSING, A. H. J. Solidarity economy in Brazil: movement, discourse and practice analysis through a polanyian understanding of the economy. **Journal of International Development**, Chichester, v. 24, n. 6, p. 745-762, Aug. 2012.

LIMIEUX, V.; OUIOMET, M. **Análise estrutural das redes sociais**. Lisboa: Instituto Piaget, 2008.

LYON, S. Evaluating fair trade consumption: politics, defetishization and producer participation. **International Journal of Consumer Studies**, Oxford, v. 30, n. 5, p. 452-464, Sept. 2006.

MA, H. Toward global competitive advantage: creation, competition, cooperation, and co-option. **Management Decision**, York, v. 42, n. 7, p. 907-924, 2004.

MARIETTO, M. L. et al. Estratégia como prática: uma argumentação sobre a apropriação epistemológica da teoria histórico-cultural da atividade pela teoria da visão baseada na atividade. In: ENCONTRO DE ENSINO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE, 2., 2009, Curitiba. **Anais...** Curitiba: ANPAD, 2009. 1 CD ROM.

MCCRACKEN, G. **Cultura e consumo**: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MELO, I. F. Análise do discurso e análise crítica do discurso: desdobramentos e intersecções. **Revista Eletrônica de Divulgação Científica em Língua Portuguesa, Lingüística e Literatura**, São Paulo, v. 5, n. 11, p. 1-18, jul. 2009.

MINAYO, M. C. de. Introdução à metodologia de pesquisa social. In: MINAYO, M. C. de. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. São Paulo: HUCITEC, 2004. Cap. 1, p. 19-88.

MOORE, G. The Fair Trade movement: parameters, issues and future research. **Journal of Business Ethics**, Durham, v. 53, n. 1-2, p. 73-86, 2004.

MULGAN, G.; TUCKER, S.; SANDERS, B. **Social innovation: what it is, why it matters and how it can be accelerated**. London: The Young Foundation, 2007. Disponível em: <www.youngfoundation.org>. Acesso em: 23 abr. 2013.

MUMFORD, M. D. Social innovation: ten cases from Benjamin Franklin. **Creativity Research Journal**, London, v. 14, n. 2, p. 253-266, 2012.

MURRAY, R.; CAULIER-GRICE, J.; MULGAN, G. **The open book of social innovation**. London: The Young Foundation, 2010. Disponível em: <www.nesta.org.uk/publications/assets/features/the_open_book_of_social_innovation>. Acesso em: 18 maio 2013.

MURRAY, R.; MULGAN, G.; CAULIER-GRICE, J. **How to innovate: the tools for social innovation**. London: The Young Foundation, 2009.

MUSSALIM, F.; BENTES, A. C. **Introdução à lingüística: domínios e fronteiras: volume 2**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2001.

NEVES, J. L. Pesquisas qualitativas: características, usos e possibilidades. **Caderno de Pesquisas em Administração**, São Paulo, v. 1, n. 3, p. 1-5, jul. 1996. Disponível: <www.ead.fea.usp.br/cadesq/arquivos/c03-art06.pdf>. Acesso em: 13 fev. 2013.

NOHRIA, N. Is a network perspective a useful way of studying organizations? In: NOHRIA, N.; ECCLES, R. G. **Networks and organizations: structure, form, and action**. Boston: Harvard Business School Press, 1992. p. 1-22.

NORDIN, F. Identifying intraorganisational and interorganisational alliance conflicts: a longitudinal study of an alliance pilot project in the high technology industry. **Industrial Marketing Management**, New York, v. 35, n. 2, p. 116-127, Feb. 2006.

OLIVEIRA, R. F. de; ARAÚJO, U. P.; SANTOS, A. C. dos. Efeito do fair trade na cooperativa de agricultores familiares de café de Poço Fundo, MG. **Organizações Rurais e Agroindustriais**, Lavras, v. 10, n. 2, p. 211-225, 2008.

PATRUS-PENA, R. M. Uma exegese de alguns métodos do pensamento filosófico e científico: propondo uma metodologia existencial. In: ENCONTRO DE ENSINO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE, 2009, Curitiba. **Anais...** Curitiba: EnEPQ, 2009.

PÊCHEUX, M. **O discurso: estrutura ou acontecimento**. Campinas: Pontes, 1990.

PEDINI, S. **Fair Trade: alternativa ao mercado convencional de café e processos de empoderamento de cafeicultores familiares**. 2011. 175 p. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2011.

PEREIRA, J. R. Diagnóstico participativo em cooperativas. In: CANÇADO, A. C.; CANÇADO, A. C. M. G. (Org.). **Incubação de cooperativas populares: metodologia dos indicadores de desempenho: volume 1**. 2. ed. Palmas: Futura, 2009. p. 121-144.

PEREIRA, J. R. Visões mediadoras e o papel dos diagnósticos participativos na organização de assentamentos rurais. **Organizações Rurais e Agroindustriais**, Lavras, v. 3, n. 2, p. 3-11, 2001.

PERES, F.; COSTA, J. M. (Org.). **É veneno ou é remédio? Agrotóxicos, saúde e ambiente**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2003.

PEREZ, A. M.; MARTINEZ, M. G. The agri-food cooperative network: a theoretical framework to study its configuration. In: EAAE SEMINAR “TRUST AND RISK IN BUSINESS NETWORKS”, 99., 2006, Bonn. **Proceedings ...** Bonn: EAAE, 2006.

PERROW, C. Small-firm networks. In: NOHRIA, N.; ECCLES, R. G. **Networks and organizations: structure, form, and action**. Boston: Harvard Business School Press, 1992. p. 445-470.

POSSENTI, S. Teoria do discurso: um caso de múltiplas rupturas. In: MUSSALIM, F.; BENTES, A. C. **Introdução à lingüística: fundamentos epistemológicos: volume 3**. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2007. p. 353-392.

POWELL, W. W. Neither market nor hierarchy: network forms of organization. **Research in Organizational Behavior**, New York, v. 12, p. 295-336, 1990.

PRADO, A. S. **Certificação Fair Trade na cafeicultura: o caso da cooperativa dos agricultores familiares do município de Poço Fundo-MG e região**. 2011. 50 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização) – Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2011.

RAMALHO, V.; RESENDE, V. M. **Análise de discurso (para a) crítica: o texto como material de pesquisa**. Campinas: Pontes, 2011.

RENARD, M.-C. Fair trade: quality, market and conventions. **Journal of Rural Studies**, New York, v. 19, n. 1, p. 87-96, Jan. 2003.

RESENDE, V. de M.; RAMALHO, V. **Análise de discurso crítica**. São Paulo: Contexto, 2011.

ROCHA, D.; DEUSDARÁ, B. Análise de conteúdo e análise do discurso: aproximações e afastamentos na (re)construção de uma trajetória. **Alea: estudos neolatinos**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 2, p. 305-322, jul./dez. 2005.

ROESCH, S. M. A. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

ROMANIELLO, M. M.; AMÂNCIO, R.; CAMPOS, R. C. Análise da composição do capital social em uma estrutura organizacional cooperativa do Sul de Minas Gerais. **Organizações Rurais e Agroindustriais**, Lavras, v. 14, n. 1, p. 15-27, 2012.

ROSA, A. R.; BRITO, M. J. Ensaio sobre violência simbólica nas organizações. **O&S**, Salvador, v. 16, n. 51, p. 629-646, out./dez. 2009.

SEYFANG, G. Ecological citizenship and sustainable consumption: Examining local organic food networks. **Journal of Rural Studies**, New York, v. 22, n. 4, p. 383-395, Oct. 2006.

SOUZA, M. M. O. A utilização de metodologias de diagnóstico e planejamento participativo em assentamentos rurais: o diagnóstico rural/rápido participativo (DRP). **Em Extensão**, Uberlândia, v. 8, n. 1, p. 34-47, jan./jul. 2009.

TIGRE, P. B. Inovação e teorias da firma em três paradigmas. **Revista de Economia Contemporânea**, Rio de Janeiro, n. 3, p. 67-111, jan./jun. 1998.

VALE, G. M. V.; LOPES, H. E. G. Cooperação e Alianças: perspectivas teóricas e suas articulações no contexto do pensamento estratégico. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 14, n. 4, p. 722-737, jul./ago. 2010.

VERGARA, S. C. **Métodos de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2005.

VILLARTA-NEDER, M. A. **Tendências da análise do discurso do Brasil (AD do B):** murmúrios e silêncios constitutivos. Uberlândia: EDUFU, 2010.

WEBER, L.; GRISCI, C. L. I. Trabalho imaterial bancário, lazer e a vivência de dilemas pessoais contemporâneos. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 15, n. 5, p. 897-917, set./out. 2011.

APÊNDICES

APENDICE A – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido - TCLE

Nome: _____

I - TÍTULO DO TRABALHO: RELAÇÕES INTERORGANIZACIONAIS EM GRUPOS DE PEQUENOS PRODUTORES ORGÂNICOS NO SUL DE MINAS: REFLEXÕES CRÍTICAS E INOVAÇÕES SOCIAIS.

Pesquisadores Responsáveis: Rodrigo Cassimiro de Freitas e Prof. Cléber Carvalho de Castro

Equipe Técnica:

Pesquisador Assistente: Mestrando - Rodrigo Cassimiro de Freitas

Estagiários de Iniciação Científica: Raphael de Moraes., Bernardo de Almeida Villela e Fernanda Zanolla e

II - OBJETIVOS

Geral: Identificar quais são e como se estabelecem discursivamente as principais relações interorganizacionais, inovações sociais e iniciativas de Comércio Justo/ Sustentável, desenvolvidas por pequenos produtores cooperados de alimentos orgânicos no sul de Minas.

Específicos:

- Caracterizar as atividades e a forma de atuação dos principais grupos de pequenos produtores cooperados e as organizações envolvidas no processo de inovação social.
- Descrever os processos de cooperação e competição inter e intragrupal desses produtores cooperados e as principais alianças estabelecidas.
- Identificar e descrever a concepção simbólica e discursiva dos grupos de pequenos produtores cooperados acerca dos conceitos de Comércio Justo Sustentável compreendidos como inovações sociais.

III - JUSTIFICATIVA

Estudar esse assunto se torna justificável em função dos impasses que pequenos produtores enfrentam tanto nas relações de produção, como dificuldades de acesso a financiamento, a tecnologia de ponta e alianças estratégicas com parceiros importantes (PERROW, 1992), quanto nas relações comerciais como, por exemplo, acesso ao mercado.

Além disso, acredita-se que é importante investigar as relações de cooperação e colaboração entre esses atores considerando a finalidade de suas inovações, a

estratégia para alcançá-las, a disseminação de informações e o compartilhamento dos benefícios e resultados dessas inovações sociais.

IV - PROCEDIMENTOS DA PESQUISA

Abordagem Qualitativa: tipologia exploratória descritiva com utilização da técnica de entrevista em profundidade associada ao método de diário de campo balizados pela metodologia do Diagnóstico Rápido Participativo

V – RISCOS ESPERADOS, REPARAÇÃO DE DANOS E RESSARCIMENTO DE DESPESAS

Não há riscos previsíveis. Pois, serão desenvolvidas entrevistas no local indicado pelo respondente de acordo com a sua disponibilidade. Como se trata de percepções dos respondentes sobre os conceitos de *Fair Trade* e as principais relações de cooperação, logo, não há risco físico ou psicossocial. Dessa forma, não há de se falar em reparação de danos. Além disso, o nome da universidade e a identidade dos voluntários não serão divulgados.

Em relação ao ressarcimento de despesas, como os pesquisadores se deslocarão para aplicar as entrevistas, não serão produzidos custos ou despesas para os elementos da pesquisa, logo não há necessidade de ressarcimento de valores financeiros aos respondentes.

VI – BENEFÍCIOS

Os dois eixos de benefícios que norteiam este trabalho são: primeiro compreender as relações de cooperação e, até competição, estabelecidas entre grupos de pequenos produtores de alimentos orgânicos no sul de Minas Gerais; e segundo é descrever as principais inovações sociais desenvolvidas por esses grupos baseados nos conceitos de *Fair Trade* (Comércio Justo) e a realização de objetivos sociais para comunidade.

VII - RETIRADA DO CONSENTIMENTO E CRITÉRIOS DE INCLUSÃO E EXCLUSÃO

O critério de inclusão de elementos será em função da participação da população objeto da pesquisa, ou seja, serão representantes de organizações e/ou produtores de alimentos orgânicos no sul de Minas Gerais que desenvolvem iniciativas de *Fair Trade*. Por outro lado, aqueles não enquadrados na população estão automaticamente excluídos. Adicionado a isso, os sujeitos da pesquisa têm a liberdade de retirar seu consentimento a qualquer momento e deixar de participar do estudo, sem qualquer prejuízo ao atendimento a que está sendo ou será submetido.

VIII – CRITÉRIOS PARA SUSPENDER OU ENCERRAR A PESQUISA

Não há previsão de suspensão da pesquisa. A mesma será encerrada quando as informações desejadas forem obtidas ou pelo critério da saturação teórica.

IX - CONSENTIMENTO PÓS-INFORMAÇÃO**PARTICIPANTE MAIOR DE IDADE**

Eu _____,
certifico que, tendo lido as informações acima e suficientemente esclarecido (a) de todos os itens, estou plenamente de acordo com a realização da entrevista. Assim, eu autorizo a execução do trabalho de pesquisa exposto acima.

Lavras, ____ de _____ de 20 ____.

NOME

(legível) _____ RG _____

ASSINATURA _____

ATENÇÃO: A sua participação em qualquer tipo de pesquisa é voluntária. Em caso de dúvida quanto aos seus direitos, escreva para o Comitê de Ética em Pesquisa em seres humanos da UFLA. Endereço – Campus Universitário da UFLA, Pró-reitoria de pesquisa, COEP, caixa postal 3037. Telefone: 3829-1127, falar com Andréa.

No caso de qualquer emergência entrar em contato com o pesquisador responsável no Departamento de Administração e Economia – DAE. Telefone de contato: 35.3829.1446.

E-mail: rodrigo.freitas@posgrad.ufla.br ou clebercastro@dae.ufla.br

***Esse termo deverá ser assinado presencialmente pelo respondente, pois será arquivado no banco de dados dos pesquisadores para os esclarecimentos que se fizerem necessários.**

APENDICE B – Comentários éticos

1) Modo de abordagem dos sujeitos da pesquisa para a obtenção do TCLE (ou plano de recrutamento):

Os elementos da amostra serão representantes de organizações e/ou pequenos produtores de alimentos orgânicos no sul de Minas Gerais. Em relação ao processo de amostragem, vale destacar que após o levantamento preliminar das cooperativas de pequenos produtores foram mapeadas 14 associações e cooperativas no sul de Minas Gerais.

Dessas organizações serão selecionadas no máximo três delas. O critério de inclusão é a presença de prática de *Fair Trade* entre os seus membros. O processo será por amostragem não probabilística e a decisão de escolha dos elementos que participarão da etapa de coleta de dados primários será orientada por meio da conveniência do pesquisador, de sua sensibilidade investigativa e considerando critérios de inclusão e exclusão na amostra além do acesso e disponibilidade de informações.

2) Justificativa para participação de grupos vulneráveis.

Estudar esse assunto se torna justificável em função dos impasses que pequenos produtores enfrentam tanto nas relações de produção, como dificuldades de acesso a financiamento, a tecnologia de ponta e alianças estratégicas com parceiros importantes (PERROW, 1992), quanto nas relações comerciais como, por exemplo, acesso ao mercado.

Além disso, acredita-se que é importante investigar as relações de cooperação e colaboração entre esses atores considerando a finalidade de suas inovações, a estratégia para alcançá-las, a disseminação de informações e o compartilhamento dos benefícios e resultados dessas inovações sociais.

Nos campos teóricos e empíricos das pesquisas sociais, pode-se inferir que a relevância deste trabalho está fundamentada na possibilidade de entrecruzar perspectivas investigativas de forma inter e transdisciplinar, pois parte de perspectivas que são herdadas de tradições das ciências administrativas, linguísticas e sociais. Nas Ciências Administrativas os temas aderentes às áreas de estudos organizacionais, estudos em redes, estratégia e marketing estão nos limites das relações interorganizacionais e das inovações sociais. No campo da linguística destaca-se a orientação teórico-metodológica da Análise Crítica de Discurso. E no campo das Ciências Sociais, mais especificamente nas escolas de interacionismo simbólico apresenta-se a Grounded Theory como postura investigativa do trabalho.

3) Análise crítica de desconfortos e riscos.

Os principais riscos se referem ao não alcance dos objetivos traçados no projeto e, principalmente, o surgimento de trajetórias inesperadas que descaracterizem a proposta inicial, o que pode ocasionar percepções equivocadas do fenômeno, principalmente considerando que o trabalho dependerá da reflexão dos pesquisadores.

Como o projeto não envolve relações diretas com a saúde física e psíquica dos elementos da pesquisa o impacto da pesquisa sobre a vida deles é mínima, ou seja, trabalha-se somente com a concepção que os elementos possuem dos conceitos trabalhados na pesquisa.

Dessa forma, a forma como o processo metodológico está estruturado justifica-se no sentido de minimizar e reduzir os principais riscos da pesquisa.

4) Benefícios.

Os dois eixos de benefícios que norteiam este trabalho são: primeiro compreender as relações de cooperação e, até competição, estabelecidas entre grupos de pequenos produtores de alimentos orgânicos no sul de Minas Gerais; e segundo é descrever as principais inovações sociais desenvolvidas por esses grupos considerando os conceitos de *Fair Trade* (Comércio Justo) e a realização de objetivos sociais para comunidade.

Também considerando que o consumo é uma atividade inerente aos seres humanos, e considerando que a sobrevivência está relacionada ao atendimento básico às necessidades fisiológicas e sociais, acredita-se que existem formatos produtivos e de consumo que sejam menos nefastas do ponto de vista social, econômico e ambiental. Dessa forma, outro benefício é justamente desvendar o desenvolvimento e estabelecimentos desses novos formatos de produção.

5) Descrição das medidas para proteção ou minimização dos desconfortos e riscos previsíveis.

Constituir um trabalho que se baseia em uma investigação de variáveis e percepções que preconizam comportamento humano é estritamente delicado. Pois, segundo as teorias da Psicologia Social, construir um perfil de comportamento baseado nas percepções, que são pré-disposições a apresentar repostas a estímulos externos, deve ser cuidadosamente elaborado. Por isso optou-se por realizar entrevistas como forma de descobrir entendimentos dos elementos da pesquisa sobre o fenômeno, ou seja, não pretende trabalhar com profundas investigações baseadas em processos mentais, mesmo porque os pesquisadores não possuem formação e habilitação para isso.

Nesse sentido, pretende-se utilizar teorias que se ocupem das temáticas discutidas e, por conseguinte, a metodologia se preocupa em adequar perfeitamente os mecanismos e dispositivos de pesquisa.

6) Descrição das medidas de monitoramento da coleta de dados e proteção à confidencialidade.

Em relação à confidencialidade dos dados pessoais dos elementos da pesquisa, vale considerar que serão tratados com políticas de sigilo, ou seja, a privacidade será respeitada, em outras palavras, o nome ou qualquer outro dado ou elemento que possa, de qualquer forma identificar os sujeitos pesquisados será mantido em sigilo dentro da equipe técnica do projeto. Assim como quaisquer comentários sobre os elementos e as principais percepções sobre o comportamento deles será preservado no âmbito da equipe técnica do projeto.

Quaisquer intercorrências emergenciais da pesquisa serão direcionadas e respondidas em até 24 horas no telefone do Grupo de Estudos em Redes, Estratégia e Inovação – 35.3829-5164 ou pessoalmente do Departamento de Administração e Economia – DAE, Bloco III, sala 207.

7) Previsão de ressarcimento de gastos.

Declara-se que a participação dos elementos na pesquisa se dará de forma voluntária e os participantes serão esclarecidos que não será gerado nenhum valor econômico ou financeiro, a receber ou a pagar, pela sua participação na pesquisa.

Por esse motivo, não há de se falar em precisão de ressarcimento de gastos, uma vez que não serão gerados gastos para os participantes.

8) Apresentar previsão de indenização e/ou reparação de danos.

Como não haverá precisão para o ressarcimento de gastos, ainda assim será assegurada a assistência durante toda pesquisa, bem como será garantido o livre acesso a todas as informações e esclarecimentos adicionais sobre o estudo e suas consequências, enfim, tudo o que voluntário queira saber antes, durante e depois da sua participação.

9) Critérios para suspender ou encerrar a pesquisa.

A pesquisa será suspensa caso haja algum problema com as organizações e vier causar qualquer dano ou risco não previsto aos sujeitos da pesquisa, ou qualquer problema que venha interferir na realização da pesquisa. Vale considerar que não havendo sinistros que comprometam a realização da pesquisa, essa será encerrada com a saturação das informações do campo e do processo teórico e metodológico de investigação.

APENDICE C – Roteiro das entrevistas

Objetivo e apresentação

A utilização da entrevista em profundidade serve a essa pesquisa com o propósito de compreender o cenário e as principais relações e acepções que os elementos da pesquisa estabelecem com as inovações sociais em Comércio Justo e Sustentável.

Nesse sentido pretende-se esclarecer e confrontar os principais pontos abordados no levantamento de dados secundários com a finalidade de triangular as informações e obter uma visão melhor do campo.

Procedimentos Operacionais:

As entrevistas serão realizadas em blocos com perguntas semiestruturadas, abaixo segue o extrato das etapas em termos agregados.

Introdução

Bom dia / tarde / noite, os nossos nomes são... somos pesquisadores do Grupo de Estudos em Redes, Estratégia e Inovação e estamos realizando uma pesquisa sobre as principais relações de cooperação entre produtores de alimentos orgânicos e as principais inovações sociais em Comércio Justo?

Autorização para gravação: Para facilitar nosso trabalho, nós gravamos as entrevistas. Assim não perdemos detalhes importantes da nossa conversa. Essa gravação é para uso interno da pesquisa, o(a) Sr(a) não será identificado em nenhum momento.

Aquecimento

Antes de começarmos a falar do tema da nossa pesquisa, gostaria de lhe pedir que falasse um pouco de você. Você poderia se apresentar?

Blocos de Perguntas Semi-estruturadas

Bloco 1 - Relações Interorganizacionais: abordagens nos estudos em redes

Você poderia descrever os motivos que justificam o surgimento dessa associação (ou cooperativa)?

Ela existe há quanto tempo? E quantos membros estão vinculados?

Quais são os principais objetivos de existência na atualidade?

Qual a estrutura de gestão da entidade? Como os membros participam?

Quais são as principais relações que a entidade estabelece com outras organizações de produtores? Existe apoio do Governo, de ONG's, movimentos sociais e empresas privadas?

A instituição recebe algum tipo de ajuda ou colaboração externa? Com que periodicidade?

Quais são os principais concorrentes da entidade e de seus membros? Os concorrentes estão no mesmo ramo?

O acesso ao mercado consumidor é mediado por quais atores (considerando a própria entidade)? A intermediação é gratuita?

Depois do surgimento da organização quais foram os principais avanços que ocorreram e os resultados positivos para os membros e a comunidade?

De quanto em quanto tempo existem reuniões entre todos os membros? Como são essas reuniões?

Quais são as principais atividades de troca de experiências e vivências entre os membros? Essas atividades incluem outras figuras que não fazem parte da entidade?

Qual a intimidade dos membros entre si e entre a instituição? Existem precauções com novos membros? Qualquer pessoa pode se integrar?

A forma de tratamento é a mesma para antigos e novos membros?

Os membros têm hábitos de encontros informais como festas? Quais são os principais grupos de amizade entre eles?

Existe algum tipo de contrato para ser membro ou requisito? Se existem, para que servem?

Bloco 2 - Inovações Sociais: ampliando debates em Comércio Justo

Qual o significado de Comércio Justo para a instituição? E para seus membros?

Eles estão alinhados?

Quais são as principais práticas de Comércio Justo incentivadas pelos membros?

Existe alguma orientação sobre essas práticas?

Quais são as principais práticas de e Comércio Justo exercidas pelos membros?

Quais são os principais valores cultivados pelos membros dessas filosofias produtivas?

Houve transformações profundas nas relações produtivas e comerciais dos produtores depois da implantação dessas filosofias? Você pode citar quais?

Quais são os principais resultados da implantação dessas filosofias e quais as principais barreiras e obstáculos enfrentados hoje e no passado?

Quais são as principais ações de melhoria de vida dos membros e de seus clientes?

Quais são os principais aspectos, sociais, econômicos e ambientais considerados nas práticas produtivas e comerciais dos produtores?

O que vocês entendem por relações baseadas em respeito, proximidade e transparência?

Quais são as principais dificuldades de acesso ao mercado enfrentadas antes e depois da adoção dessas filosofias?

O que são relações comerciais justas?

Encerramento

Desde já agradecemos sua participação na pesquisa: Há alguma coisa que você gostaria de falar que não foi perguntado ou alguma pergunta a fazer sobre a pesquisa?

Se não houver a entrevista será encerrada nesse momento, do contrário as outras informações serão consideradas e exploradas pela pesquisa.

ANEXOS

ANEXO A – Parecer de Aprovação do Comitê de Ética



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: RELAÇÕES INTERORGANIZACIONAIS EM GRUPOS DE PEQUENOS PRODUTORES ORGÂNICOS NO SUL DE MINAS: REFLEXÕES CRÍTICAS E

Pesquisador: Cleber Carvalho de Castro

Área Temática:

Versão: 1

CAAE: 19220813.4.0000.5148

Instituição Proponente: Universidade Federal de Lavras

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 337.389

Data da Relatoria: 19/07/2013

Apresentação do Projeto:

Este projeto de pesquisa é fruto do interesse dos pesquisadores em investigar o surgimento das inovações sociais no âmbito das relações de cooperação entre produtores de alimentos orgânicos no sul de Minas Gerais. Para isso, compreende-se que as inovações sociais são novas ideias e formatos produtivos voltados para a realização de objetivos sociais. A Economia Solidária e o Comércio Justo são exemplos dessas inovações. Dessa forma, pretende-se desenvolver uma pesquisa qualitativa, de cunho exploratório descritivo, baseada teórica e metodologicamente nas orientações da Análise Crítica de Discurso. A postura investigativa está sedimentada na Teoria Fundamentada, na qual as concepções estão em constante diálogo entre o campo da ação e o campo da reflexão. Objeto da Pesquisa: Organizações de pequenos produtores de alimentos orgânicos no sul de Minas Gerais; População: 14 associações e cooperativas; Amostragem: Não probabilística por conveniência; Elementos da Pesquisa: Seleção de no máximo 3 organizações (10 pessoas serão entrevistadas de cada organização); Caracterização da Pesquisa: Natureza Qualitativa; Tipo de Pesquisa: Exploratória Descritiva; Postura Investigativa: Indução (provisória e contextual); Método da Grounded Theory; Instrumentos de Coleta de Dados: Diagnóstico Rápido Participativo, Entrevista em profundidade, Diário de campo; Abordagem e Análise das informações: Análise Crítica de Discurso (Fairclough).

Endereço: Campus Universitário Cx Postal 3037

Bairro: PRP/COEP

CEP: 37.200-000

UF: MG

Município: LAVRAS

Telefone: (35)3829-5182

E-mail: coep@nintec.ufla.br

UNIVERSIDADE FEDERAL DE
LAVRAS



Continuação do Parecer: 337.389

O critério de inclusão de elementos se dará em função da participação da população objeto da pesquisa, ou seja, serão representantes de organizações e/ou produtores de alimentos orgânicos no sul de Minas Gerais que desenvolvem iniciativas de Economia Solidária e/ou Fair Trade. Aqueles sujeitos não enquadrados na população estão automaticamente excluídos. Adicionado a isso, os sujeitos da pesquisa tem a liberdade de retirar seu consentimento a qualquer momento e deixar de participar do estudo, sem qualquer prejuízo ao atendimento a que está sendo ou será submetido.

Objetivo da Pesquisa:

Objetivo Primário:

Identificar quais são e como se estabelecem discursivamente as principais relações interorganizacionais, inovações sociais e iniciativas de Economia Solidária e Comércio Justo/ Sustentável, desenvolvidas por pequenos produtores cooperados de alimentos orgânicos no sul de Minas.

Objetivo Secundário:

Identificar e caracterizar as organizações cooperativas de produtores de alimentos orgânicos no sul de Minas Gerais. Caracterizar as atividades e a forma de atuação dos principais grupos de pequenos produtores cooperados e as organizações envolvidas no processo de inovação social; Descrever os processos de cooperação e competição inter e intragrupal desses produtores cooperados e as principais alianças estabelecidas;

Identificar e descrever a concepção simbólica e discursiva dos grupos de pequenos produtores cooperados acerca dos conceitos de Economia Solidária e Comércio Justo Sustentável compreendidos como inovações sociais.

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

Estão de acordo.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

Entendemos que toda pesquisa implica algum risco.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

Estão de acordo.

Recomendações:

Nenhuma recomendação.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

Não há nenhuma pendência no projeto.

Endereço: Campus Universitário Cx Postal 3037
 Bairro: PRP/COEP CEP: 37.200-000
 UF: MG Município: LAVRAS
 Telefone: (35)3829-5182 E-mail: coep@nintec.ufla.br

UNIVERSIDADE FEDERAL DE
LAVRAS



Continuação do Parecer: 337.389

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

Considerações Finais a critério do CEP:

LAVRAS, 19 de Julho de 2013

Assinador por:
Joziana Muniz de Paiva Barçante
(Coordenador)

Endereço: Campus Universitário Cx Postal 3037
Bairro: PRP/COEP **CEP:** 37.200-000
UF: MG **Município:** LAVRAS
Telefone: (35)3829-5182 **E-mail:** coep@nintec.ufla.br