



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS  
INSTITUTO DE ECONOMIA**

**ISABEL FERNANDES PINTO VIEGAS**

**REDES DE COMÉRCIO JUSTO E SOLIDÁRIO:  
ORGANIZAÇÃO, RELAÇÕES E VALORES**

TESE DE DOUTORADO APRESENTADA AO  
INSTITUTO DE ECONOMIA DA UNICAMP PARA  
OBTENÇÃO DO TÍTULO DE DOUTOR EM  
DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, NA ÁREA DE  
DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, ESPAÇO E  
MEIO AMBIENTE.

**PROF. DR. ANTONIO MÁRCIO BUAINAIN – ORIENTADOR**

ESTE EXEMPLAR CORRESPONDE À VERSÃO FINAL DA  
TESE DEFENDIDA POR ISABEL FERNANDES PINTO  
VIEGAS E ORIENTADA PELO PROF. DR. ANTONIO  
MÁRCIO BUAINAIN.

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Antonio Buainain", written over a horizontal line.

CAMPINAS, 2012

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA POR  
Maria Teodora Buoro Albertini – CRB8/2142 –  
CEDOC/INSTITUTO DE ECONOMIA DA UNICAMP

V671r Viegas, Isabel Fernandes Pinto, 1975-  
Redes de comércio justo e solidário: organização, relações e valores / Isabel Fernandes Pinto Viegas. – Campinas, SP: [s.n.]. 2012.

Orientador: Antonio Márcio Buainain.  
Tese (doutorado) – Universidade Estadual de Campinas,  
Instituto de Economia.

1. Pequenos produtores. 2. Agricultura. 3. Ação coletiva. 4. Redes de relações sociais. I. Buainain, Antonio Márcio, 1954-. II. Universidade Estadual de Campinas. Instituto de Economia. III. Título.

12-017-BIE

Informações para Biblioteca Digital

**Título em Inglês:** Fair trade networks: organization, relationship and values

**Palavras-chave em Inglês:**

Farms, small

Collective action

Networks, social

**Área de Concentração:** Desenvolvimento econômico, Espaço e Meio Ambiente

**Titulação:** Doutor em Desenvolvimento Econômico

**Banca examinadora:**

Antonio Márcio Buainain

José Maria Ferreira Jardim da Silveira

Rinaldo Barcia Fonseca

Hildo Meirelles de Souza Filho

Divina Aparecida Leonel Lunas Lima

Paulo Roberto Silva

**Data da defesa:** 29-02-2012

**Programa de Pós-Graduação:** Desenvolvimento Econômico

## Tese de Doutorado

Aluna: **ISABEL FERNANDES PINTO VIEGAS**

### “REDES DE COMÉRCIO JUSTO E SOLIDÁRIO: ORGANIZAÇÃO, RELAÇÕES E VALORES”

Defendida em 29 / 02 / 2012

#### COMISSÃO JULGADORA

  
Prof. Dr. **José Maria Ferreira Jardim da Silveira**  
Presidente – IE/UNICAMP, tendo sido indicado pelo Orientador Prof. Dr. **Antonio Márcio Buainain** – IE/UNICAMP

  
Prof. Dr. **Rinaldo Barcia Fonseca**  
Instituto de Economia / UNICAMP

  
Prof. Dr. **Hildo Meirelles de Souza Filho**  
UFSCar

  
Profa. Dra. **Divina Aparecida Leonel Lunas Lima**  
Universidade de Santa Helena

  
Prof. Dr. **Paulo Roberto Silva**  
UFF



Dedico este trabalho a minha família e amigos.

## **Agradecimentos**

Aos meus pais pelas oportunidades, aos meus avós pela inspiração, ao meu irmão pelo companheirismo. A toda minha família pelos valores.

Ao meu orientador, Prof. Antônio Márcio Buainain, pelo apoio, conversas, atenção, gentileza, paciência, compreensão, amizade e confiança.

Aos membros da banca: Prof. José Maria Ferreira Jardim da Silveira, pelas sugestões valiosíssimas e conversas entusiasmantes. À Divina Aparecida Leonel Lunas Lima, uma das pessoas mais especiais que eu já conheci, pelo privilégio da companhia nas pesquisas de campo e pelas sugestões construtivas e cuidadosas. Ao Prof. Paulo Roberto da Silva, pelas conversas mineiras, pela amizade, atenção, dedicação à leitura da tese, sugestões e pelo livro inspirador. Ao Prof. Hildo Meirelles de Souza Filho, pela participação nas várias etapas de conclusão dessa tese e pelas valiosas sugestões. Ao Prof. Rinaldo Barcia Fonseca, pela participação nas várias etapas da minha formação acadêmica e contribuições pertinentes. À Maria Célia de Souza Martins, pelas dicas, atenção, dedicação, conversas e presença.

Aos demais professores do Instituto de Economia da Unicamp, por colaborarem com o meu aprendizado e por flexibilizarem meu modo de pensar. Aos professores do NEA: Belik, Pedro Ramos e Bastiaan, pela dedicação e atenção nas disciplinas e artigos. À Tiana, Marinete e Cida, por facilitarem a minha vida de aluna, com dedicação e gentileza. Aos meus colegas e amigos: Rubia, Bea, Rafa, Régis, Lu, Dennys, Gustavo, Déia, Carol, Herrera, Roberto e Petterson pelo companheirismo, churrascos sem carne e por trazerem leveza nas épocas mais pesadas.

Ao Reginaldo, Melchior, Fabio, Nair, José, João, Toni, Teté, Paulo, D. Antônia, Alexandre, Felipe, Consuelo, Marie, Toshio, Valéria, Raquel, Maria, Julia, Henrique, Patrícia, Cupim, Felipe, Perdoná, D. Antônia, Sr. Manuel e todos aqueles que, formal ou informalmente, ofereceram informações importantes para a elaboração dessa tese.

À toda a equipe da APTA que me apoiou, ajudou, quebrou meus galhos, dando condições para a elaboração dessa tese: Alceu, José Ramos, Fábio, Herrera, Sílvia, Lourdes, Dalva, D. Lourdes, D. Isabel, D. Fátima, Lu, Claudenir, Maria, Vera, Carla, Flávia, Sally, Érika, Carla, Bel, Lenira, Roberto, Geraldo, Júnior, Eduardo, Cláudia, Graça e outros dos bastidores que eu não citei.

Aos meus amigos, cuidadores e às minhas companheiras de república que me apoiaram e me aguentaram na alegria e na tristeza: Pri, Esmerê, Luli, Gabi, Nai, Grace, Lauriane, Marie, Hadija, D. Helena, Fer, Patrícia, Zepa, Martin, Cláudio, Rosana, André, Julia, Jô, Kelvint, Dr. Valdir, Diógenes, Dri, Laís, Vico, Carlos, Cris, Bru, Brandão, Flá, Maida, Beto, Neto, Sérgio, Sônia, Vitor, Fer, Alex... À Rosa dos Ventos e seus integrantes: Brandão, Paulo, Sandra, Pedro, Juninho, Fabiano, Tânia e Iago, pela acolhida. À Susan Andrews e ao Instituto Visão Futuro, pelo incentivo, acolhida, conversas e ideias. Aos Profs. Gelek e Tilmann pelos valiosos ensinamentos, conversas e sugestões. A todos os que eu esqueci de citar e que foram importantes nessa fase da minha vida!

## Resumo

As características do sistema econômico dominante e suas implicações sobre a agricultura, ao mesmo tempo em que criam tendências de concentração, padronização e exclusão, também criam oportunidades que podem atuar no sentido contrário, permitindo o desenvolvimento de nichos e diferenciações baseadas em características dos produtos/serviços, dos processos e dos próprios produtores. O Comércio Justo e Solidário emergiu como uma proposta de inserção produtiva para atores com potencial limitado de inserção no mercado convencional visando, além de viabilidade econômica, aspectos qualitativos e dimensões que em geral não são valoradas pelos mecanismos de mercado. A hipótese que orienta este trabalho é a de que, dentro de certos limites, o Comércio Justo e Solidário funciona de forma coerente com seus princípios originais, mas à medida que o aumento da abrangência e escala eleva a complexidade das operações, haverá reflexos na sua organização que podem afastá-lo dos princípios básicos e que podem implicar na exclusão de um grupo relevante de beneficiários potenciais. O presente trabalho busca responder em que medida o Comércio Justo e Solidário pode atender aos seus princípios originais, funcionando com base em redes ampliadas de produtores e comércio. Apoiando-se na hipótese de que redes sólidas, compostas por atores com objetivos diversos, mas coerentes e convergentes com os princípios originais, podem garantir a legitimidade de um sistema de Comércio Justo e Solidário. Para isso, busca verificar como algumas redes de Comércio Justo e Solidário certificadas e não certificadas se organizam, enfatizando as relações estabelecidas e os objetivos predominantes dos atores participantes que determinam essas relações. A metodologia baseou-se em pesquisa bibliográfica, entrevistas, observação e análise das redes sociais. Foram entrevistados atores de oito redes de Comércio Justo e Solidário utilizando o método Net-Map Toolbox (SCHIFFER, 2007) para a elaboração de mapas das diferentes relações estabelecidas entre os atores (apoio, subsídios, comerciais, pessoais, conflitos e normas), sua influência e seus objetivos (econômicos, coesão do grupo, desenvolvimento, políticos, exploração e desestruturação). Para a análise da composição das redes e coesão das relações foram utilizados os programas Ucinet (BORGATTI; EVERETT; FREEMAN, 2002) e NetDraw (BORGATTI, 2002) e foram estimadas as densidades. As redes apresentaram desenhos diversos, de difícil comparação, indício da auto-organização que, de acordo com o referencial teórico considerado (OSTROM, 1998), é fator chave para o sucesso da ação coletiva. As principais similaridades apresentadas foram em relação à diversidade de atores

em termos de atuação e objetivos, ao predomínio de relações pessoais em relação às demais consideradas, à baixa percepção relativa de conflitos e de relações de normatização. Em geral, as organizações consideradas atuam a favor da reciprocidade, uma vez que as relações pessoais próximas, o compartilhamento de responsabilidades e a descentralização de recursos favorecidos nessas redes tendem a estabelecer a confiança e a reduzir o oportunismo.

Palavras-chave: pequena agricultura, ação coletiva, reciprocidade, redes sociais, relações.

## **Abstract**

The characteristics of the dominant economic system and its implications on agriculture, while creating trends of concentration, standardization and exclusion, they also create opportunities that can act in the opposite direction, allowing the development of niches and differentiation based on product characteristics / services, processes and producers themselves. The Fair Trade has emerged as a proposal for inclusion of players with limited potential of insertion in the conventional market, aiming not only the economic viability, but quality attributes and other dimensions that are not valued by market mechanisms. The hypothesis that guides this work is that, within certain limits, the Fair Trade is consistent with its original principles, but as the scope and the scale increase, also increases the complexity of operations. This will be reflected in the organization which can lose the basic principles and that can lead to the exclusion of a relevant group of potential beneficiaries. It relies on the assumption that strong networks composed of actors with different goals, but consistent and convergent with the original principles, can guarantee the legitimacy of a system of Fair Trade. This doctoral dissertation seeks to answer in which extent Fair Trade can meet its original objectives, working on extended networks of producers and trade. It thus tries to see how some networks of Fair Trade certified and not certified are organized, emphasizing the relationships established and the overriding objectives of the actors involved that determine these relationships. The methodology was based on literature review, interviews, observation and analysis of social networks. Actors from eight Fair Trade networks were interviewed using the method Net-Map Toolbox (SCHIFFER, 2011) to map different relations between actors (support, subsidies, trade, personal, conflicts and norms), their influence and their objectives (economic, group cohesion, development, politics, exploitation and disruption). To analyze the composition of networks and the cohesion of the relations it were used the programs Ucinet (BORGATTI; EVERETT; FREEMAN, 2002) e NetDraw (BORGATTI, 2002) and densities, reciprocity and transitivity were estimated. The networks presented different designs, difficult to compare evidence of self-organization that, according to the theoretical referencial (OSTROM, 1998), is the key to the success of the collective action. The main similarities presented were in relation to the diversity of actors in terms of performance and goals, the predominance of personal relationships than the others considered, the low perception of conflict and normatization relations. In general, the organizations considered act in

favor of reciprocity, since the close personal relations, sharing of responsibilities and decentralization of resources favored in these networks the establishment of trust and reduce opportunism.

Key-words: small agriculture, collective action, reciprocity, social network, relationships.

## Sumário

Introdução.....	1
Capítulo 1: Critérios e legitimidade de sistemas alternativos de Comércio Justo e Solidário. ....	13
1.1. Introdução .....	13
1.2. Revisão de Literatura. ....	19
1.2.1. A certificação do Comércio Justo.....	19
1.2.2. Implicações da certificação de Comércio Justo.....	25
1.2.3. Comércio Justo no Brasil.....	29
1.2.4. Iniciativas locais de Comércio Justo: funcionamento das redes de consumo e Comércio Justo e Solidário .....	32
1.3. Considerações Gerais.....	37
Capítulo 2 - Referencial Teórico. ....	45
2.1. Revisão de Literatura .....	47
2.1.1. Economicismo .....	47
2.1.2. Capitalismo, agricultura e natureza .....	49
2.1.3. Reciprocidade .....	53
2.2. Referencial Teórico: Nova Economia Institucional e o Comércio Justo e Solidário. ....	56
2.2.1. Economia dos Custos de Transação .....	57
2.2.2. Instituições.....	59
2.2.3. Capital Social.....	62
2.2.4. Redes Sociais.....	64
2.2.5. Comportamento dos atores: reciprocidade, reputação e confiança .....	66
2.2.6. Políticas Públicas.....	72
Capítulo 3: As redes alternativas de Comércio Justo: uma abordagem empírica. ....	77
3.1. Introdução .....	77
3.2. Metodologia .....	79
3.2.1. Redes selecionadas .....	79
3.2.2. Seleção dos entrevistados .....	85
3.2.3. Entrevistas: Net Map Toolbox.....	86
3.2.4. Método.....	88

3.2.5. Composição da Rede: Atores .....	90
3.2.6. Coesão da rede: relações.....	90
3.3. Resultados e Discussão .....	92
3.3.1. Composição das redes: atores.....	92
3.3.2. Objetivos e influência dos atores.....	98
3.3.3. Coesão das Redes .....	104
3.3.4. Relações Múltiplas .....	107
Conclusões.....	119
Referências bibliográficas .....	125
APÊNDICE 1 .....	132
APÊNDICE 2 .....	140
APÊNDICE 3 .....	143

## Introdução

*“Onde a ajuda necessária é reciprocamente provida pelo amor, gratidão, amizade e estima, a sociedade floresce e é feliz. Todos os seus diferentes membros estão atados entre si pelos agradáveis elos de amor e afeição, como se atraídos para um centro comum de bons serviços recíprocos.”*

*Adam Smith – Teoria dos Sentimentos Morais (1759)*

A agricultura brasileira é muito heterogênea e a competitividade do agronegócio, destaque no cenário internacional, não pode ser generalizada para todo o setor. A polarização em agronegócio e agricultura, além de imprecisa, é insuficiente para abarcar a complexidade da agricultura brasileira. Na verdade, a agricultura brasileira compreende uma infinidade de sistemas de produção com formas de organização, nível de inserção nos mercados, graus tecnológicos, competitividade e estruturas muito diversos. Ademais, essa polaridade é irreal, já que parte significativa da agricultura familiar está plenamente inserida no agronegócio.

Enquanto o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento tem, historicamente, atuado com um enfoque de produtos, buscando promover condições gerais para o desenvolvimento do setor, ao Ministério do Desenvolvimento Agrário tem cabido a responsabilidade pela questão agrária e pela agricultura familiar (BRASIL, 2010). De acordo com a lei Nº 11.326, de 24 de julho de 2006, a agricultura familiar engloba estabelecimentos de até quatro módulos fiscais, direção familiar, predominância de mão de obra familiar e de renda familiar predominantemente oriunda da atividade.

O presente trabalho considera o conceito oficial de agricultura familiar e o toma como referência e não como categoria analítica. O fato é que, independente da nomenclatura, pelo menos dois milhões de estabelecimentos continuam marginalizados das políticas públicas.

Além da produção de *commodities* e elevada participação no PIB, estereótipos com os quais a agricultura é em geral apresentada, a agricultura e os agricultores são responsáveis pela produção de alimentos, geração de empregos e renda, contribuem para a manutenção do homem na terra, promovem a segurança alimentar e sustentabilidade ambiental.

Parte da agricultura obedece e se adapta a um padrão de especialização guiado pelo mercado, pautado pela busca de eficiência. Tal padrão tem, historicamente, favorecido o monocultivo de *commodities*, que pressupõe e permite o aproveitamento dos ganhos de escala, com reflexos positivos na produtividade e no conjunto de indicadores econômicos. Por sua vez, esse padrão de especialização no jogo político-institucional, que demarca o funcionamento do setor, favorece a sustentação de um ambiente institucional que reforça as tendências técnico-econômicas do próprio mercado e que são, quase sempre, favoráveis à concentração da produção agrícola. No entanto, é preciso considerar que o mercado agropecuário está cada vez mais longe do que se poderia considerar um mercado perfeito e que os elos mais organizados e poderosos da cadeia agroindustrial acabam absorvendo grande parte do excedente gerado na produção de *commodities* com baixas barreiras à entrada e forte concorrência-preço (SAES, 2009). Diante das próprias características intrínsecas - atomização, isolamento e padronização – as *commodities* tendem a ampliar a desvantagem dos produtores em termos de organização e de poder de negociação diante de *stakeholders* cada vez mais poderosos e fortes, com atuação cada vez mais globalizada. Neste contexto, as vantagens que os intermediários conseguem apresentar nesses termos lhes proporcionam relativa autossuficiência – artificial, já que não podem sobreviver sem os outros elos – e lhes permitem forte influência sobre as regras da cadeia de funcionamento da cadeia como um todo, muitas vezes sem considerar os interesses dos demais participantes.

A defasagem competitiva dos produtos agrícolas em relação aos produtos industrializados é notadamente reconhecida pelos países desenvolvidos, que por isto mesmo desde muito cedo construíram um sofisticado sistema de políticas agrícolas para regular o funcionamento do setor, no qual se inserem desde os mecanismos de sustentação de preço até o elevado protecionismo no comércio exterior. Essas políticas incluíram a

adoção unilateral de subsídios que, em uma economia internacionalizada, geram sérias distorções nos preços ao colocar em concorrência produtos subsidiados e não subsidiados. Além disso, de acordo com Saes (2009), a adoção de subsídios para a manutenção de atividades insustentáveis tem sido fonte de crescente insatisfação da sociedade que arca com esses custos elevados. Na ausência de intervenção, o ônus é diretamente proporcional à vulnerabilidade do agente, em geral, de agricultores menos eficientes de países menos desenvolvidos. No Brasil ocorre o contrário, já que, historicamente, a agricultura foi “taxada” em benefício da acumulação urbano-industrial (OLIVEIRA, 2003). De acordo com Barros et al (2006), o setor agrícola brasileiro tem sido fonte de transferências desproporcionais para a sociedade, que prejudicam principalmente os pequenos agricultores que não tiveram acesso às políticas compensatórias, resultando na insustentabilidade econômica da atividade, apesar de sua sustentabilidade social.

Os principais intermediários entre produtores e consumidores são a indústria alimentícia, os supermercados e os *traders* que, inseridos em um contexto de forte concentração e concorrência internacional, no qual o controle de custos é essencial para a formação do lucro, trabalham com a lógica de pagar sempre o mínimo possível para os produtores, em especial quando a matéria-prima pode ser negociada em mercados de *commodities* com certa segurança. Claro que em várias cadeias é necessário estabelecer mecanismos para assegurar a oferta em conformidade com as necessidades da indústria / *trader*, o que pode levar a lógicas distintas pautadas em contratos estáveis e com preços acima do preço base de mercado, que funciona apenas como referência, já que o agente não pode correr o risco de deixar para comprar no mercado a matéria-prima / insumo que utiliza em seu negócio. De acordo com Saes (2009), defasagens nos termos de troca entre agroindústria e agricultura devem-se à estrutura das cadeias agroindustriais.

Do ponto de vista da produção agrícola como fonte de matéria-prima para a indústria, a efetivação desse modelo para a geração de renda depende de ganhos de escala, o que limita a participação daqueles que, por tamanho ou por incompetência, não conseguem atingir uma escala mínima para atender aos requisitos de produtividade, custo e volume que determinam a “eficiência” média vigente. O produto, considerado mera matéria-prima, tende a ser desvalorizado: são os setores a jusante que agregam valor ao

produto primário, seguindo uma relação complexa com o consumidor, ao qual a indústria “impõe” um padrão e ao qual também procura auscultar tanto para atender como para alterar as demandas. Neste sentido, a indústria, *lato sensu*, é simultaneamente responsável pela formação dos hábitos do consumidor e pelo atendimento de novos hábitos e exigências que emanam do consumidor e que refletem de forma mais ampla os valores da sociedade em transformação (VIEIRA, 2009). Se de um lado a concorrência permite pressionar para baixo os preços das *commodities* vendidas pelos agricultores, por outro lado a indústria de alimentos logra, por meio da inovação e diferenciação de produtos, agregar valor e reduzir a queda do preço real dos produtos que vende, o que amplia a defasagem entre os preços agrícolas e os preços industriais. Isso favorece, em grande parte, os elos da cadeia produtiva que respondem pela intermediação e transformação dos produtos, muitos dos quais são alimentos que não precisariam de nenhum processamento para serem consumidos. O fato é que a transformação do produto alimento em matéria-prima permite a agregação de valor e gera oportunidades de concentração da produção, do poder de mercado e de novos desequilíbrios.

Dessa forma, as próprias características da produção agrícola - incluindo o isolamento entre as áreas agrícolas e os centros de consumo - somadas ao relativo sucesso organizacional das cadeias produtivas, distanciam produtores e consumidores finais, criando fortes relações de dependência em relação aos agentes que atuam a jusante da produção, que em geral detêm maior poder de mercado em relação aos produtores. Estes agentes adotam estratégias para ganhar autonomia relativa e manter o poder de mercado, que incluem, desde a formação de estoques, até técnicas de gerenciamento das cadeias de suprimentos. As exigências de competitividade, estabelecidas de acordo com parâmetros internacionais, por sua vez, alimentam a concentração em todos os elos da cadeia produtiva, reforçando o déficit organizacional e as assimetrias de poder entre elos e dentro dos elos, o que tende a oligopolizar e restringir o controle dos meios de produção de alimentos.

Mesmo reconhecendo que a agricultura de países desenvolvidos foi historicamente privilegiada por políticas que tiveram impacto negativo sobre a agricultura de países subdesenvolvidos, é preciso também reconhecer que a responsabilidade pelas más condições a que estão submetidos os agricultores de países subdesenvolvidos não estão

restritas às relações internacionais. O Brasil é considerado uma potência agroindustrial, mas tal desenvolvimento foi possível devido à convergência de esforços endógenos; por outro lado, o crescimento econômico, a expansão da produção de alimentos e de bioenergia e o dinamismo do setor em geral não foram suficientes para reduzir as desigualdades e eliminar a pobreza rural, que continua elevada apesar de ter caído na última década. Em alguns casos, nota-se que o dinamismo do agronegócio foi acompanhado e provocou um forte processo de concentração da produção primária.

Esse processo e dinâmica tem impactos sobre a manutenção do homem na terra com resultados potenciais no êxodo rural, com a exclusão crescente de produtores agrícolas familiares de sua atividade original. A dependência em relação ao ambiente urbano para atendimento das necessidades básicas mina as possibilidades e o sentido de se manter uma vida no campo. Além dos impactos com relação ao acesso a alimentos, afastar o homem das áreas agrícolas tem impacto também sobre as áreas urbanas, dado o seu potencial limitado de oferecer condições de inserção econômica e social para esses indivíduos.

Dado o crescente descolamento entre a produção e o consumo de alimentos nos próprios estabelecimentos agropecuários, ou seja, o afastamento crescente da agricultura do objetivo de garantir a autonomia alimentar de seus produtores, amplia-se a sua dependência em relação ao mercado, tanto para a compra de seus produtos, quanto para suprir suas necessidades. Enquanto como produtores eles têm a obrigação de produzir alimentos e energia baratos (OLIVEIRA, 2003), como consumidores eles não encontram muita alternativa a não ser adquirir produtos com valor adicionado por intermediários, o que compromete o seu poder de compra.

De acordo com Schumacher (1973), a valorização exacerbada do crescimento econômico traz tendências de padronização das atividades e, conseqüentemente, de desvalorização da diversidade. Nesse contexto, a Revolução Verde contribuiu para reforçar os processos de padronização e as vantagens de escala também na agricultura. Olhando em retrospectiva é fácil identificar que ao longo do século XX foram institucionalizados padrões comportamentais e produtivos, geral e na agricultura, que negligenciam a interdependência entre sociedade, natureza e economia e geram desequilíbrios com conseqüências para o todo.

No caso da agricultura, a massificação da produção possibilita ganhos de escala e favorece a monocultura, importante para suprir as necessidades de commodities, cuja própria definição estabelece a padronização. A pequena escala, por sua vez, muitas vezes não obedece aos parâmetros mínimos necessários à competitividade e, conseqüentemente, à remuneração adequada da atividade. Mas, devido ao fato de a produção agrícola basear-se na disponibilidade de recursos limitados, como a terra, muitas vezes incita a competição. A baixa remuneração da agricultura de pequeno porte, salvo por forte resistência de alguns agricultores e intervenção institucional, é fator decisivo para que muitos produtores abram mão da terra e abandonem a atividade. Dessa forma, a agricultura de pequeno porte tende a resistir em locais onde há pouco interesse econômico nas terras ou por resistência e/ou vocação de seus agricultores.

Assim, a agricultura ficou polarizada entre uma parte nobre, que atende satisfatoriamente aos objetivos impostos de crescimento econômico, e outra parte vista como um problema, cuja solução implica em custos econômicos, sociais e ambientais relevantes. O esvaziamento do campo, o afastamento entre o homem e a natureza, o inchaço urbano, a dificuldade de obtenção de provimentos são apenas algumas das conseqüências da redução de possibilidades nas áreas rurais.

Entretanto, em meio aos sistemas tradicionais, a agricultura de pequena escala tem um papel importante em garantir a segurança alimentar (FAO, 2005). Mesmo que isso seja visto como primitivo, se comparado às condições de vida urbana, essa ainda é a melhor opção para muitas famílias, para as quais a realocação em ambiente urbano impossibilitaria o autoabastecimento de subsistência e, provavelmente, traria dificuldades de inserção competitiva no mercado de trabalho. Ao oferecer condições básicas de vida, inclusive a produção do próprio alimento, o campo gera certa independência entre os agricultores e o sistema econômico como um todo.

Ao mesmo tempo em que a agricultura de menor escala tem um papel importante em amortecer as crises de alimentos quando estas ocorrem, os impactos das crises são diretamente proporcionais à parcela da renda gasta na aquisição de alimentos, ou seja, incidem sobre os mais pobres que, muitas vezes, coincidem com os agricultores familiares, principalmente com aqueles que dependem mais do mercado para a aquisição de

seus alimentos. Pelo lado da demanda, os preços mais elevados comprometem a cesta de consumo dos produtores rurais e, pelo lado da oferta, nem sempre estes produtores têm condições de responder às oportunidades criadas pelo mercado, em particular nas conjunturas de crise e preços mais elevados. Mesmo naquelas situações nas quais a maior parte da comida é produzida e consumida localmente, a crescente dependência do mercado e as dificuldades em seu acesso estreitam os laços entre pobreza rural e insegurança alimentar.

O processo de marginalização das áreas rurais retolimentou-se pela sua negligência e reduziu as condições para a permanência humana nessas áreas. Se por um lado isso permitiu que as áreas agrícolas se tornassem um mero campo de abastecimento para a agroindústria, por outro lado criou-se um problema de alocação dessas populações desalojadas. Entretanto, valorizar a vocação agrícola daqueles que se prestam a isso, além dos benefícios econômicos da inclusão social, traz dignidade e possibilidades de implementação de técnicas e de preservação da identidade e patrimônio cultural.

Em muitos casos, observa-se que a ajuda menos onerosa é aquela que possibilita que se mantenha o status, ou que permita mudanças graduais. É muito importante que se observem as particularidades de cada um para que se evite que as ajudas tragam poucos benefícios e que ampliem a necessidade de outras ajudas para adaptação. É importante a percepção de que, mais do que a aprender, essas comunidades têm muito a ensinar. A transmissão de conhecimento não deve ser unilateral, mas visar ao compartilhamento das experiências.

Apesar dos padrões predominantes, nota-se a sobrevivência de pequenos produtores e recorrência da pobreza; nesse sentido, a maior consciência das desigualdades, da exclusão social, da insustentabilidade ambiental, das distorções nutricionais, só para citar algumas dimensões, têm ensejado reações e respostas que abrem espaço para a emergência de novas formas de organização dos mercados e da produção. É o caso do Comércio Justo e Solidário.

Saídas para esses dilemas encontram-se na ampliação do acesso aos mercados locais - tanto para oferta de produtos, quanto para consumo - e, também, no acesso a mercados globais com especialidades, ou seja, produtos diferenciados que, muitas vezes,

dependem de mão de obra especializada, mas que também dependem da existência de nichos específicos de mercado. Esses produtos permitem que atributos especiais dos produtores e/ou da produção sejam valorizados, sendo uma alternativa a ser explorada como vantagem da agricultura de pequena escala.

As tendências atuais de exploração de ativos ambientais e sociais e a possibilidade de maior valorização da diversificação cultural decorrente da globalização criam novas possibilidades de mercado que podem ser eficientemente aproveitadas pela agricultura de pequena escala. Ao mesmo tempo, observa-se o surgimento de um consumidor crescentemente preocupado com a qualidade do seu consumo e também com valores morais, relacionados a atributos sociais e ambientais dos produtos, disposto a dispor do seu consumo a serviço dessas causas. Atendê-lo implica no desenvolvimento de aspectos organizacionais dos produtores de modo a viabilizar para eles a consolidação e o acesso a esses mercados. De acordo com Saes (2009), as tendências de demanda relacionadas a qualidade, segurança alimentar e sustentabilidade geram a possibilidade de descommoditização desses produtos, o que pode evitar a concorrência-preço e assim permitir que parte da renda criada permaneça no segmento correspondente à produção agrícola.

Entretanto, para que esse mercado se consolide e se efetive de forma a não reproduzir o sistema convencional de comércio e todas as suas tendências indesejáveis, é necessário que um novo ambiente institucional seja criado baseado em outros valores além dos econômicos. Aspectos organizacionais que minimizem o oportunismo e que favoreçam práticas imbuídas de valores éticos e geração de capital social positivo são considerados de fundamental importância para a criação e sustentabilidade de uma estrutura que favoreça a inserção econômica e social da agricultura marginalizada. Considera-se que a maior transparência resultante da aproximação entre os atores relevantes envolvidos em todas as fases, da produção ao consumo, pode ser efetiva na redução do oportunismo. Relações mais diretas entre produtores e consumidores possibilitam uma observação mais microscópica das condições de produção - tanto no sentido socioeconômico, como em termos de qualidade - cuja confiança resultante, ao ser transmitida às condições de trocas, gera impactos em termos de distribuição de renda na cadeia e de inclusão social.

O Comércio Justo e Solidário surge em meio a esse contexto, não como uma solução única e definitiva para todos os dilemas considerados, mas como uma oportunidade de valorização da diversidade de sistemas produtivos - atentando para as suas potencialidades em relação a esses dilemas - cuja reconciliação com o sistema econômico visa trazer novas oportunidades para a inserção produtiva de agentes potencialmente excluídos do sistema econômico. Nesse sentido, as críticas ao mercado convencional em que se apoiam a emergência e sustentação dos sistemas de Comércio Justo e Solidário buscam um sistema que supra as falhas institucionais, no sentido de complementá-lo e não de desprezar o seu potencial e substituí-lo.

Nesse contexto, em que medida o Comércio Justo pode atender aos seus princípios originais? Por que as práticas alternativas de Comércio Justo não conseguem atingir um espectro mais amplo de atores da agricultura marginalizada pelo sistema capitalista no Brasil?

O objetivo desta tese é ter uma visão geral dos sistemas alternativos de Comércio Justo, enfatizando as relações, valores e particularidades das redes certificadas e não certificadas consideradas e observar como a organização atua para manter a legitimidade como uma proposta alternativa de Comércio Justo.

De acordo com a análise institucional, as ações sempre ocorrem em uma arena maior de ações interdependentes, dentro de um contexto específico. O que em um nível pode parecer um sistema completo, na verdade está contido em um sistema maior e, por sua vez, contém subsistemas. Dessa forma, as explicações dos fenômenos podem estar em diferentes níveis e em diferentes escalas de tempo e espaço (OSTROM, 2005). A Figura 1 mostra a relação entre a estrutura institucional e os capítulos em que cada um dos elementos será abordado. No sentido de buscar explicações para o funcionamento básico dos sistemas de Comércio Justo e Solidário, a introdução destina-se a descrever o contexto em que se inserem esses sistemas, ou seja, descrever algumas variáveis exógenas que possibilitam e justificam a criação e sustentação desse sistema. O primeiro capítulo destina-se a descrever a arena de ação - o Comércio Justo certificado e não certificado, sua origem, regras, objetivos, princípios, limitações e seu contexto específico - e a verificar em que medida esses instrumentos institucionais podem ser efetivos para manter sua legitimidade

dentro de uma proposta de um sistema de comércio mais justo. O segundo capítulo define o referencial teórico e pontua outras variáveis exógenas importantes para a compreensão desses sistemas. O terceiro capítulo oferece uma abordagem empírica para observar e analisar as interações que ocorrem na arena de ação e que tendem a sustentá-la, assim como seus resultados e critérios de avaliação. Enfim, as conclusões buscam relacionar as esferas de análise consideradas e avaliar, de acordo com os parâmetros considerados, os resultados dessas relações (Figura 1).

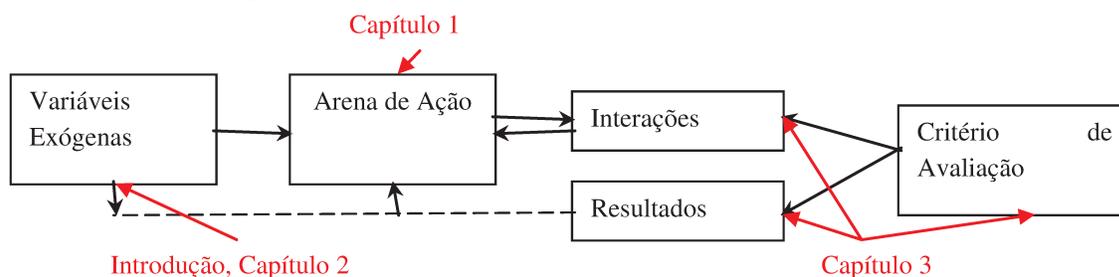


Figura 1 – Esquema de interações entre variáveis nas análises institucionais.

Fonte: OSTROM, 2005.

A hipótese norteadora desta tese é que o estabelecimento e desenvolvimento sustentável de práticas alternativas de Comércio Justo, que se mantenham fiéis aos princípios e critérios, dependem de uma forma de organização particular baseada em redes descentralizadas, com consideração às particularidades referentes ao contexto em que se inserem, constituídas de diferentes atores, pertencentes às diversas esferas e com motivações que ultrapassam as meramente econômicas.

A hipótese que motivou inicialmente a elaboração desta tese foi a de que o Comércio Justo e Solidário era uma iniciativa conciliadora com a estrutura convencional de mercado determinada pelo sistema capitalista, ou seja, que por se tratar de um movimento que agregava capital descartado pelo sistema capitalista, ficaria fora dos interesses meramente econômicos baseados em parâmetros de competitividade e eficiência e teria maiores possibilidades de sobrevivência.

Por outro lado, os princípios do Comércio Justo e Solidário, apesar de se apoiarem em outros valores, também deixam claros seus objetivos originais de inclusão

econômica e social de agentes excluídos do sistema convencional. A pesquisa bibliográfica, principalmente baseada em Wilkinson e Mascarenhas (2007a), mostrou que nesse ponto residem importantes contradições. Em primeiro lugar, ao incluir objetivos econômicos nesses sistemas alternativos, é impossível estabelecer limites para que esses objetivos não predominem. Em segundo lugar, os parâmetros mínimos exigidos para a inserção no mercado convencional, principalmente internacional, contrariam a lógica da pequena escala e acabam inserindo competitividade e eficiência, cujos níveis dificilmente podem ser impostos. Nesse ponto residem importantes contradições dos sistemas alternativos de Comércio Justo e Solidário, principalmente nos sistemas certificados voltados ao mercado externo.

Dessa forma, a elaboração de conjuntos de regras e instituições em que se apóiam os processos de certificação, isoladamente, não consegue garantir a legitimidade das práticas de Comércio Justo e Solidário que, por sua vez, depende muito mais de um processo reformista de inserção de novos valores nas relações comerciais, que predominem e se estendam entre os atores participantes. A participação de atores da sociedade civil, da filantropia nacional e internacional e uma organização que permita a proximidade entre eles tendem a reduzir os custos de transação ao estabelecer relações de confiança dentro das redes (UNITED NATIONS, 2011). Assim, o ambiente de confiança criado em organizações que possibilitam relações de proximidade entre atores pode substituir a certificação. As relações pessoais, permeando as demais relações, garantem a proximidade entre os atores e que se estabeleça uma interação dinâmica entre confiança, reputação e reciprocidade, de acordo com Ostrom (1998).

É inegável a necessidade de organização para que as questões impostas pelo sistema predominante possam ser eficientemente atendidas, o que implica em certa concentração de recursos que tende a ampliar seu poder, visando transpor as relações preestabelecidas (UNITED NATIONS, 2011). Se, por um lado, certa concentração de poder e recursos pode aumentar o oportunismo, por outro lado, a organização em redes possibilita internamente uma administração compartilhada, com responsabilidade reduzida e descentralização de recursos e poder. Essas características potencialmente desenvolvidas

nesses arranjos organizacionais podem ser demonstradas na ampla participação de atores, objetivos predominantes e distribuição de influências.

Pressupõe-se que, ao unir atores com interesses diversos, as redes criam capital social cuja natureza depende dos interesses predominantes de seus participantes. Partindo desse pressuposto, surge a hipótese de que a composição das Redes de Comércio Justo e Solidário possibilita a predominância de valores que, ao estimularem a reciprocidade, criam um ambiente institucional propício para o seu aprendizado, a sua propagação e predominância. Tal pressuposto pode ser testado observando-se a incidência relativa dos objetivos dos atores participantes das redes e respectivas influências sobre as relações, assim como a incidência relativa de relações monetárias, ou seja, relações comerciais e relações de subsídios.

Entretanto, ressalta-se que o desenvolvimento decorrente do estabelecimento e sustentabilidade dessas redes depende de forte apoio técnico, organizacional, informacional e financeiro (UNITED NATIONS, 2011). O que pode ser testado empiricamente analisando as relações de apoio estabelecidas.

# **Capítulo 1: Critérios e legitimidade de sistemas alternativos de Comércio Justo e Solidário.**

## **1.1.Introdução**

O Comércio Justo e a Economia Solidária surgiram e consolidaram-se visando buscar, entre agricultores e consumidores, parcerias comerciais imbuídas de valores - reciprocidade, confiança, cooperação, transparência e respeito – com o objetivo de desenvolvimento sustentável. A proposta de operacionalização desse objetivo, com vistas à manutenção dos princípios e preservação dos valores, prevê relações comerciais mais próximas, apoio e mudança institucional. De acordo com Saes (2006), o sucesso dessas estratégias alternativas depende, mais do que das fontes de valor, da maneira como esses valores serão distribuídos entre os segmentos da cadeia produtiva.

Na medida em que se propõe a reinserir produtivamente capital físico, humano e social desprezados pelo sistema capitalista, o Comércio Justo e Solidário pode ser visto como uma proposta conciliadora em relação ao sistema estabelecido, que tenta driblar os esquemas de competitividade impostos. Ou seja, a priori, pode ser visto como uma proposta de inserção econômica com velocidade compatível com a lógica diferenciada da agricultura que não consegue se inserir no agronegócio. Entretanto, não se pode afirmar com precisão as dimensões dessa agricultura marginalizada, dada a já citada defasagem e inadequação de grande parte da agricultura em relação à agroindústria. Assim, os limites entre aqueles que realmente se adaptam a esse sistema de comércio é subjetivo, tornando muito difícil o estabelecimento de uma linha de corte que isole seus potenciais beneficiários. Para isso, o sistema de Comércio Justo estabelece uma gama de critérios que buscam refletir seus princípios éticos para, assim, atingir seus objetivos.

Os princípios originais das práticas alternativas de Comércio Justo dizem respeito à inserção produtiva de pequenos agricultores no mercado, visando a manter seu status e preservar suas técnicas e identidade com o campo. Ao valorizar a capacidade humana para trabalhar na terra e produzir alimentos, essas alternativas objetivam reaproximar o homem da natureza e produzir um diferencial resultante dessa relação. Isso

pressupõe um realinhamento entre o funcionamento da natureza e o do mercado: o diferencial remunerado pelo Comércio Justo seria o respeito à natureza, decorrente da possibilidade de se praticar agricultura de acordo com sua própria velocidade e princípios naturais, além do respeito ao homem agricultor - como parte da natureza - ao possibilitar que exerça a atividade para a qual tem vocação. Assim, além de possibilitar que a atividade agrícola ofereça menores impactos para a natureza, os produtos também podem oferecer diferenciais de qualidade resultantes da dedicação de seus produtores: cuidados especiais do plantio à pós-colheita, uso reduzido e mais controlado de produtos químicos e outros métodos mecânicos de produção. Ao inserir condições mais justas de comércio que implicam em diferenciais para a agricultura em pequena escala, o Comércio Justo oferece uma proposta de coexistência em equilíbrio de sistemas mais modernos e mais tradicionais, reforçando a diversidade de acordo com os princípios da natureza.

Os preços justos pressupostos pelos sistemas de Comércio Justo e a redução de intermediários tendem a permitir trocas mais justas e uma distribuição mais igualitária de valores ao longo da cadeia. Enquanto no sistema convencional se consome muito valor adicionado em detrimento do valor natural dos produtos, os princípios do Comércio Justo implicam na transparência com relação ao que se está consumindo. Nos casos de exportação, quando produtores e consumidores estão distantes, é um pouco difícil que se tenha uma transparência total, mas nas redes locais é mais possível que o valor pago pelos consumidores reflita mais aproximadamente aquilo que eles estão consumindo. Dessa forma, o trabalho realizado no cultivo dos produtos é mais valorizado e os produtos oferecidos pela natureza são mais bem distribuídos, ou seja, o valor adicionado pelo qual se paga refere-se em grande parte àquele adicionado pela prática da agricultura.

Entretanto, a inserção dessas práticas no sistema capitalista depende da institucionalização de valores subjetivos aos produtos. Desde a forma de organização de produtores até o consumo precisam de adaptações, em relação aos convencionais, que os adaptem à valorização de atributos morais adicionados nos processos. Os atributos de qualidade superior de alguns produtos do Comércio Justo podem ser facilmente reproduzidos por esquemas convencionais, portanto esse não pode ser o diferencial. Para que se consolide um sistema de Comércio Justo legítimo, o diferencial ligado a valores

morais tem que estar bem claro, mas, por se tratar de valores subjetivos, esse é o grande desafio. Os sistemas de Comércio Justo precisam ser idôneos e, para isso, organizados em todos os elos, de forma a estimular valores humanos como confiança, reciprocidade e cooperação.

O conceito de Comércio Justo e Solidário não é muito claro, já que remete a conceitos subjetivos de justiça e solidariedade. Para efeitos deste trabalho, Comércio Justo e Solidário, com letras maiúsculas, refere-se a um sistema alternativo de comercialização, que deu origem à certificação socioambiental de Comércio Justo (Fair Trade), distinguindo-se, em parte, da acepção do termo comércio justo e solidário (com letras minúsculas), que implicaria em uma abordagem conceitual a respeito dos aspectos de justiça e solidariedade relacionados.

De fato, o Comércio Justo e Solidário surgiu como uma proposta alternativa de comércio que visava relações mais justas e cujos meios seriam: a redução de intermediários entre produtores e consumidores – através de relações de confiança mútua, visando uma melhor distribuição dos valores nas cadeias e menor dependência do setor industrial - e a valorização de atributos sociais e ambientais dos produtos - visando melhores condições de inclusão de produtores com menor expressão quantitativa em relação aos atributos valorizados pelo sistema capitalista.

Sua origem remete a iniciativas da sociedade civil, em desacordo com as desigualdades nas trocas entre países do Hemisfério Norte e do Hemisfério Sul e insatisfeitas com a atuação dos organismos multilaterais de comércio na busca de soluções para essa situação. Sua operacionalização referia-se, inicialmente, à comercialização direta de produtos de populações menos favorecidas para consumidores, apoiada em relações pessoais de confiança mútua e outros valores morais como reciprocidade, cooperação, transparência e respeito.

A criação de um sistema alternativo de Comércio Justo teve base no reconhecimento de que o sistema econômico predominante oferecia condições desiguais, injustas para os diferentes participantes, com padrões excessivos de competitividade e eficiência para muitos deles, prejudicando seu poder de troca e criando más condições para que eles permanecessem na sua atividade, com reflexos para o desenvolvimento. O

reconhecimento das más condições de inclusão no sistema convencional era o principal diferencial que poderia resultar em um adicional ao valor do produto ou, simplesmente, abrir canais de comercialização que possibilitassem a inserção produtiva desses agentes. Ou seja, desde a sua origem as práticas de Comércio Justo, ao mesmo tempo em que eram críticas, atuavam dentro do sistema capitalista, em uma tentativa de inserção de novos valores à organização do sistema de comércio e ao consumo.

Conforme se ampliaram as suas dimensões, as implicações sobre a personalidade das relações e a credibilidade dos envolvidos, resultantes do aumento da complexidade, exigiram a entrada de novos atores. A certificação foi a alternativa escolhida. Se, para o produtor, permitia que os diferenciais sociais e/ou ambientais incidentes sobre os produtos fossem destacados e reconhecidos de forma mais ampla, para o consumidor garantia a credibilidade sobre a origem desses produtos e respectivos valores morais.

Estabeleceu-se uma rede de organizações promotoras do Comércio Justo, atuando na organização para manutenção dos princípios por todos os atores da cadeia: produtores e suas organizações, lojas, comércio internacional e certificação. Essas organizações estabeleceram conjuntamente parâmetros para que os princípios que deram origem ao movimento do Comércio Justo fossem cumpridos em todas as etapas.

Os critérios motivadores para certificação de Comércio Justo dizem respeito ao pagamento de preço mínimo e de prêmios de desenvolvimento para as organizações certificadas. Outro critério favorável aos beneficiários refere-se a exigências de cumprimento de direitos trabalhistas e boas condições de trabalho.

Sobre a elegibilidade: algumas certificadoras têm critérios a respeito da localização geográfica, por pressupor condições privilegiadas de poder aquisitivo e subvenções para produtores e consumidores de países desenvolvidos. Sob esse pressuposto é determinado o sentido do fluxo comercial passível de certificação: de produtores do sul para consumidores do norte. O tamanho da propriedade é considerado fator de elegibilidade por algumas certificadoras considerado como proxy de eficiência e competitividade por ter implicações diretas sobre a escala, essencial para atividades que operam com margens baixas.

Características que favorecem a certificação referem-se à organização de produtores com gestão democrática, vista como um fator de empoderamento, facilitador das relações estabelecidas por eles. A certificação, em geral, é feita para toda a cadeia, estando também sujeitas a avaliação a transparência e a qualidade das relações. A certificação de Comércio Justo incentiva a redução de intermediários, sob o pressuposto de que a maior parte do excedente é apropriada por eles em relações de exploração. As exigências por diferenciais de qualidade estão cada vez mais presentes, tanto por parte dos consumidores, quanto por parte das certificadoras: algumas condicionam a certificação do Comércio Justo à certificação orgânica. De modo indireto, esse sistema organiza-se de maneira a valorizar diferenciais e baseia-se em baixa escala, o que permite uma produção mais artesanal, que leva em conta tradições e know-how, que deve resultar em diferenciais de qualidade. Em alguns casos, pode resultar no aproveitamento de recursos julgados inadequados ao sistema de produção convencional.

No Brasil, as iniciativas nacionais de Comércio Justo estão bastante associadas à Economia Solidária. Existe uma iniciativa de criação de um Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário, que visa inserir essas práticas nas políticas públicas.

As práticas de Comércio Justo não certificadas seguem os princípios originais do Comércio Justo e Economia Solidária e atuam no estabelecimento de redes que envolvem atores engajados e não engajados, visando aproximar as relações entre produtores e consumidores. Esses arranjos também partem do reconhecimento das desigualdades do sistema convencional de comércio, entretanto não se restringem às desigualdades norte-sul. As considerações sobre a desigualdade geográfica resultam na localização e restrição do movimento ao Hemisfério Sul. Entretanto, os movimentos de Comércio Justo locais também reconhecem que as desigualdades transcendem a localização geográfica e que estão, em grande parte, nas relações de troca. As regras nesses sistemas não seguem um padrão geral e são adaptadas às realidades em que as redes se inserem.

Nesse sentido, também enfatizam a redução de intermediários e a organização democrática de produtores, como parte de uma estratégia de empoderamento. A organização de produtores e redução de intermediários podem ser vistas como complementares, já que muitas vezes os intermediários são necessários para suprir a

ausência de escala, que viabilizaria a realização dessas atividades pelos próprios produtores. Assim, contorna-se o isolamento resultante da própria natureza da atividade agrícola, com as organizações democráticas facilitando aspectos práticos ligados à aproximação produtores e consumidores, possibilitando o estabelecimento de preços mais justos para ambos.

As características da propriedade com relação ao tamanho e ao tipo de organização e mão de obra empregada também são consideradas, entretanto as dimensões da rede, a proximidade entre os atores e a organização permitem que os parâmetros que estabelecem a abrangência da rede sejam flexíveis e que a entrada de atores seja avaliada caso a caso. Parâmetros relacionados à qualidade do produto são bastante valorizados e, geralmente, não se separam de boas práticas agrícolas.

Justamente por atuarem em contextos particulares, quando observadas de perto, cada rede de Comércio Justo apresenta um desenho específico, embora com vários elementos comuns representados na Figura 2. As redes de Comércio Justo certificadas e as não-certificadas partem de princípios comuns e apoiam-se em estruturas organizacionais semelhantes entre si e, de modo geral, semelhantes à estrutura de comércio convencional. Entretanto, quando observadas mais de perto, em comparação aos sistemas convencionais de comércio, as redes de Comércio Justo apresentam diferenciais que dizem respeito à qualidade das relações. Ao mesmo tempo em que as semelhanças trazem oportunidades de ações conjuntas de fortalecimento desses sistemas, as diferenças e respeito às particularidades tornam-nas complementares no sentido de um objetivo maior de desenvolvimento.

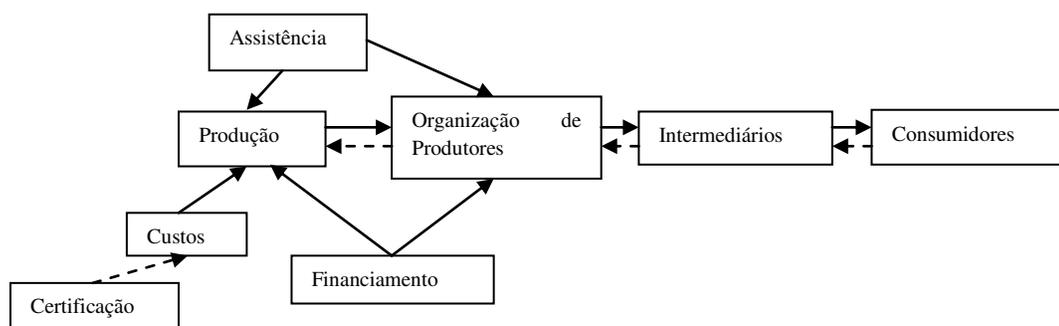


Figura 2 – Esquema de relações predominantes nos sistemas alternativos de Comércio Justo e Solidário.

Fonte: Pesquisa de campo (2011).

## 1.2.Revisão de Literatura.

### 1.2.1. A certificação do Comércio Justo

Os primeiros relatos de práticas de Comércio Justo reportam à década de 1940, quando iniciativas isoladas de natureza humanitária e solidária das ONGs americanas Ten Thousand Villages e SERRV, críticas às desigualdades nas trocas norte-sul, começaram a apoiar a comercialização direta de produtos de comunidades pobres de países subdesenvolvidos. Na Europa, as primeiras iniciativas surgiram na década de 1950 e foram atribuídas à OXFAM (FAO, 2009).

A inserção de grupos vulneráveis no comércio, via comercialização direta, era parte de uma estratégia de desenvolvimento apoiada na adição de valores morais ao consumo, que visava lidar com o desequilíbrio de poder nas relações comerciais, mercados instáveis e injustiças do comércio convencional (LECOMTE, 2008). Segundo Reynolds e Murray (2007) o Comércio Justo implicou na criação e fomento de instituições alternativas de globalização, críticas aos impactos das desigualdades resultantes do comércio convencional e apoiadas em conceitos de justiça social e sustentabilidade.

A insatisfação com a atuação do Acordo Geral de Tarifas e Comércio (GATT) em relação ao cumprimento dos compromissos de redução de tarifas e quotas de

importação levou à criação da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) em 1964 (FAO, 2009). Nesse mesmo ano, a OXFAM criou a primeira Organização de Comércio Alternativo (Alternative Trading Organization - ATO). Durante a edição de 1968 da Conferência em Delhi, os debates que defendiam “*trade not aid*” influenciaram as organizações então existentes: SOS Wereldhandel (depois Fair Trade Organization- FTO) e OXFAM. A primeira engajou-se em campanha contra as políticas protecionistas européias e a segunda na preservação da identidade cultural das populações e questões igualitárias (MACHADO, PAULILLO; LAMBERT, 2006).

Sob efeito de uma crise que abalou os preços das commodities agrícolas no início da década de 1980, foi desenvolvido o selo Max Havelaar e, em 1988, foi vendido o primeiro café sob essa certificação. Essa foi a origem da segunda geração do Comércio Justo, com entidades certificadoras, sem fins lucrativos, viabilizando a venda para o consumidor convencional (FAO, 2009).

Nos anos noventa, o Comércio Justo organizou-se de modo a ter suas orientações estratégicas, critérios e princípios definidos por quatro organizações que respondiam a diferentes objetivos: a Fairtrade Labelling Organization International (FLO) controlando a FLO-Cert, certificadora e auditora do selo de Comércio Justo; a International Fair Trade Association (IFAT) como rede de comércio alternativo e organizações de produtores da Ásia, África, América Latina e América do Norte; a Network of European World Shops (NEWS!) como rede de lojas e a European Fair Trade Association (EFTA) como rede de importadores (LECOMTE, 2008).

A FINE (sigla formada pelas iniciais das quatro organizações integrantes), como articuladora entre essas organizações, visava ao monitoramento integrado e à defesa do Comércio Justo no âmbito internacional (MACHADO, PAULLILO e LAMBERT, 2006). Em 2001, a FINE estabeleceu a definição de Comércio Justo:

O Comércio Justo é uma parceria comercial, baseada em diálogo, transparência e respeito, que busca maior igualdade no comércio internacional. Contribui para o desenvolvimento sustentável oferecendo melhores condições comerciais e assegurando os direitos de produtores e trabalhadores marginalizados – especialmente no Hemisfério Sul. As organizações de Comércio Justo estão engajadas ativamente no suporte aos produtores, conscientização e em campanhas para mudar as regras e práticas do comércio convencional. (FINE, 2001)

Raynolds e Wilkinson (2007) consideram que o Comércio Justo surgiu como manifestação contra as relações de comércio resultantes da polarização do mundo em Norte e Sul, mas também como uma resposta aos problemas resultantes dessas relações. Para esses autores, o setor agroalimentar tem papel central nos esforços de regulação do comércio internacional, assim como na sua contestação. O fim da regulação institucional dos circuitos de *commodities* minou as possibilidades de autonomia da produção agrícola, pois, ao fortalecer os compradores e seu poder de ditar as regras dos sistemas de comercialização de *commodities*, favoreceu a concentração nas vendas, principalmente dos supermercados. Por outro lado, a desregulação do Estado, a desterritorialização da produção e do consumo trouxeram novas oportunidades de exportação de produtos não tradicionais, sinalizando uma remodelagem no comércio internacional e fomentando a inserção e popularização de produtos de produção e comercialização alternativas.

De acordo com Fretel e Simoncelli-Bourque (2003), as práticas de Comércio Justo combinam viabilidade econômica, aspectos sociais e éticos. É definido como um conjunto de práticas alternativas ao sistema convencional de comércio e à divisão internacional do trabalho, apoiado em relações diretas de confiança, equidade e cooperação entre consumidores e produtores, visando atender a interesses compartilhados. A iniciativa de organizações brasileiras ligadas ao Comércio Justo e Solidário, articuladas pela FACES do Brasil, de criação de um sistema nacional de Comércio Justo e Solidário o define como um fluxo comercial diferenciado que visa fortalecer empreendimentos solidários, apoiado em justiça, solidariedade e transparência (BRASIL, 2011).

Segundo Vasconcelos (2007), o Comércio Justo baseia-se em uma rede global que envolve produtores, comerciantes, distribuidores, agentes públicos, privados, consumidores e considera o setor autônomo como fonte de emprego e renda dentro de uma agenda de desenvolvimento e não como política social compensatória. De acordo com a FLO (2008), para que o produto final receba o selo Fairtrade, é necessário que toda a rede cumpra os critérios estabelecidos; dessa forma, o selo deve ser uma garantia de que os recursos foram distribuídos de forma mais igualitária ao longo da rede, de que condições sociais, ambientais e trabalhistas mínimas foram cumpridas. A certificação do Comércio Justo segue critérios baseados nos princípios originais que compreendem requerimentos

mínimos e progressivos com relação ao desenvolvimento social, econômico e ambiental (FLO, 2005).

A certificação de Comércio Justo obedece a protocolos privados. A FLO-Cert não é mais a única certificadora disponível, mas é a líder de mercado. As demais certificadoras seguem os princípios estabelecidos pela FINE, no que diz respeito a apoio técnico, financeiro e organizacional aos produtores, campanhas de conscientização e participação nas negociações para mudar regras e práticas nocivas do comércio internacional convencional, mas cada uma tem seus próprios critérios. Muitas delas associam a certificação orgânica à certificação do Comércio Justo.

O Comércio Justo e Solidário pressupõe que relações mais justas nas cadeias de produção e o fortalecimento de empreendimentos solidários devem levar a um desenvolvimento mais sustentável. Esse objetivo passa por melhoria na renda, acesso a mercados e maior apoio à organização; atenção à igualdade de gêneros e etnias; conscientização de consumidores sobre os efeitos nocivos das práticas de comércio internacional; valorização do diálogo, transparência e respeito nas relações comerciais; campanhas para mudanças nas regras, práticas de comércio internacional e defesa dos direitos humanos (FINE, 2006).

Melhorias no acesso a mercados partem do pressuposto que a sua ampliação, com mais equidade e transparência, tem o potencial de reduzir a pobreza e de promover um desenvolvimento mais sustentável (FLO, 2010). Segundo Lecomte (2008), o Comércio Justo garante acesso diferenciado ao mercado e cria oportunidades de mercados preferenciais com possibilidades de sobrevivência e manutenção das atividades de pequenos agricultores e organizações democráticas, maximizando a renda dos produtores e garantindo a sua inserção em mercados mais estáveis de forma mais justa. Isso faz com que o Comércio Justo se apresente como uma forma de ajuda, mas não a fundo perdido, em que os produtores oferecem produtos com atributos que respondem à demanda de mercado. De modo mais indireto, visando melhor acesso a mercados, o Comércio Justo privilegia produtos de qualidade, com atributos éticos, transparência e gestão democrática nas transações.

Segundo a FINE (2001) a organização de produtores visa ao empoderamento de produtores buscando assim garantir sua autossustentabilidade econômica, autonomia na gestão de seus negócios e maior equidade no comércio internacional. A maior participação de produtores em suas organizações e respectivos processos decisórios pressupõe o desenvolvimento de recursos humanos, essencial para criar oportunidades econômicas, sociais e melhores práticas ambientais. A prática organizacional, por sua vez, possibilita melhor aporte de recursos e de apoio, reduzindo as desvantagens e a marginalização (FLO, 2009).

O consumidor é um agente de suma importância na cadeia, cujas escolhas determinam a existência do sistema de Comércio Justo. Por isso, a conscientização sobre as necessidades dos produtores e sobre as oportunidades de mudança oferecidas pelo Comércio Justo é considerada fundamental para despertar o potencial de suporte a essa iniciativa na sociedade civil e nas esferas públicas (FLO, 2009). Segundo Silva (2006), o consumo crítico implica o conhecimento da origem e da história dos produtos e das empresas que os fornecem, que pode ser capitalista ou solidária. O consumo solidário é uma forma de consumo crítico de produtos oriundos da economia solidária, de modo a ampliar a abrangência das liberdades e proporcionar melhores condições de vida para mais indivíduos. O consumo responsável pressupõe o reconhecimento do poder de transformação individual baseado em relações de pertencimento.

Existem critérios de certificação de Comércio Justo para organizações de produtores e também para trabalhadores. Esses critérios dizem respeito a organização, relações comerciais, condições de trabalho e questões ambientais. Apesar de apresentarem pequenas variações entre as diferentes certificadoras, são baseados em princípios comuns e visam apoiar e fortalecer as organizações familiares de modo a inseri-las no sistema econômico de modo mais equilibrado. Com relação à organização, os critérios favorecem as unidades familiares, em ação coletiva, com autogestão e administração transparente. Estabelecem relações comerciais baseadas em preço mínimo, transparência e prêmio de desenvolvimento. Prevêem o cumprimento dos contratos, relações mais diretas com redução de intermediários, relações de longo prazo, sistema de informações, minimização das relações de exploração, linhas de crédito especiais e apoio mútuo. Em relação às

condições de trabalho, existem parâmetros para garantia de cumprimento dos direitos trabalhistas e normas internacionais, minimização da exploração, apoio, salubridade, não discriminação e projetos de desenvolvimento. As questões ambientais incluem respeito às leis ambientais, gerenciamento de recursos e resíduos, restrições ao uso e incentivos à redução de insumos químicos e de organismos geneticamente modificados, estímulo à produção orgânica e agroecológica. Algumas certificadoras impõem critérios a respeito do tamanho da propriedade e localização geográfica (FLO, 2009; BRASIL, 2011; FACES, 2011; FRETTEL; SIMONCELLI-BOURQUE, 2003; ECOCERT, 2011; IMO, 2007; LECOMTE, 2008).

As motivações para participação no Comércio Justo relacionam-se às suas recompensas em termos de melhores condições de comercialização, além da ampliação no acesso a mercados: preço justo que, além de cobrir os custos de produção, torne a produção social e ambientalmente sustentável e acesso a financiamentos e compromissos de comercialização de longo prazo (FINE, 2001). O preço mínimo do Comércio Justo sempre é estabelecido como um valor que cubra o custo de produção sustentável, oferecendo uma garantia contra a imprevisibilidade do mercado. Quando se encontra abaixo do preço de mercado, o mais alto se aplica. Os preços mínimos diferem por região e a produção orgânica apresenta preço diferenciado. (FLO, 2009). O prêmio equivale a um extra embutido no valor dos produtos, destinado a melhorias nas condições sociais, econômicas e ambientais da organização democrática. O prêmio é investido em projetos econômicos e sociais, como educação, saúde, equipamentos de processamento e empréstimos para membros. Sua alocação é decidida de forma democrática pelos produtores ou trabalhadores, mas em geral é investido em educação, saúde e melhorias nas condições de produção, visando produtividade, qualidade, inovações e renda. Segundo a FLO (2008), relações de longo prazo e acesso a pré-financiamentos objetivam garantir liquidez e dar condições para que os produtores iniciem sua atividade.

Para os produtores, teoricamente os principais beneficiários do Comércio Justo, além dos preços mais justos e estáveis, o Comércio Justo visa proporcionar melhores condições de trabalho, cumprimento das leis trabalhistas locais e definidas pelos direitos humanos (FINE, 2001).

Os produtos agrícolas ainda são o principal foco das ações de Comércio Justo e Solidário ao redor do mundo. Com relação ao fluxo comercial, nem todas as certificadoras restringem a produção aos países subdesenvolvidos. Mesmo que algumas tenham restrições a respeito do tamanho da propriedade, todas têm critérios para certificar propriedades maiores. Muitos países adotam iniciativas nacionais de Comércio Justo, que visam estabelecer os critérios e criar incentivos à localidade das ações (FLO, 2009, ECOCERT, 2011, IMO, 2007, BRASIL, 2011). Embora os critérios não sejam idênticos e não exista um sistema único de Comércio Justo e Solidário mundial, todas as iniciativas, certificadas ou não certificadas, têm como foco o estabelecimento de relações mais justas de comércio de modo a favorecer e fortalecer a inserção produtiva de agentes mais vulneráveis no sistema econômico.

### **1.2.2. Implicações da certificação de Comércio Justo**

Segundo Hudson e Hudson (2003), a possibilidade de as coisas se trocarem entre si e terem um valor inerente a elas - que determina as trocas - esconde as relações de exploração social e ambiental que estão por trás das mercadorias. O trabalho abstrato permite comparar agricultores que se utilizam de modos de produção com graus de competitividade muito distintos, com custos diversos e que obtêm o mesmo preço pelo produto final. O Comércio Justo, por tornar visíveis as relações sociais e práticas ambientais implícitas às mercadorias, possibilita melhorias qualitativas nesses termos. Se para Saes (2009), o Comércio Justo possibilita uma *descommoditização* resultante da diferenciação, para Goodman (2004), o Comércio Justo reformula o fetichismo da mercadoria, com a introdução de aspectos morais e políticos no ato de consumir.

De acordo com Silva (2006), a priorização do lucro põe a vida humana em segundo plano, transformando-a em mercadoria sujeita à avaliação econômica e negociação. O sistema econômico vê em cada indivíduo seu potencial de ampliar a escassez, transformando-o em agente destruidor da abundância. Ao introduzir no mercado parâmetros sociais - como ética, responsabilidade e consciência - tende a transformá-los em uma nova mercadoria também subordinando-os ao conceito da escassez e afastando-os de

seu verdadeiro sentido. Diante do predomínio de um sistema voltado à valorização da escassez, mesmo iniciativas solidárias inovadoras, quando submetidas ao mercado desacompanhadas de uma nova consciência, acabam reproduzindo o fetichismo, a concentração de poder, a exclusão social e a escassez.

Van Hauwermeiren (1995) ressalta que a atuação do Comércio Justo promove a internacionalização dos custos sociais e ambientais através da sensibilização de consumidores solidários com os produtos de países em desenvolvimento e, dessa forma, se apresenta como uma alternativa que incorpora objetivos de sustentabilidade no processo de liberalização econômica, impondo limites ambientais e sociais.

Segundo Murray e Raynolds (2007), a abrangência limitada do Comércio Justo ainda restringe o potencial de mudanças a que ele se propõe. O aumento de escala pode implicar na inclusão de parceiros de larga escala e corporações transnacionais, o que traz desafios significativos aos preceitos básicos do Comércio Justo. De acordo com Saes (2009), a estrutura de governança deve estar alinhada às estratégias de criação de valor para que não criem espaço para o oportunismo de atores da cadeia.

Segundo Raynolds e Murray (2007), a expansão da demanda do mercado por quantidade e qualidade deve vir acompanhada de uma produção mais orientada para o mercado, mais intensiva em capital e na incorporação de novos atores. Se por um lado, isso amplia a distribuição de benefícios, por outro, pode incorporar operações injustas e atores pouco engajados, comprometendo a base na agricultura de pequena escala e ampliando as desigualdades. Na prática, é muito complicado manter e estabelecer qualidade e preços abrindo mão dos intermediários.

As principais contradições do Comércio Justo emergem da operação simultânea contra o mercado e dentro do mercado, que confrontam o movimento com as prioridades comerciais. O sistema internacional de certificação da FLO torna possível a inserção dos produtos do Comércio Justo nos supermercados convencionais, permitindo o aumento nas vendas e ampliando a abrangência do movimento. Entretanto, os canais convencionais de distribuição são controlados por marcas e compradores poderosos que não são regulados pelo sistema de certificação e assim, acabam incluindo os produtos do Comércio Justo em sua política de maximização de lucros e corte de custos. Dessa forma, transferem os riscos

para os fornecedores, manipulando-os e reduzindo seus preços. A participação de tais atores compromete os princípios, a integridade de padrões e processos do Comércio Justo dentro de suas redes e distorce a capacidade regulatória das certificadoras que, por sua vez, não possuem padrões e processos sólidos para barrar essas práticas (RAYNOLDS; MURRAY, 2007).

A inserção dos produtos do Comércio Justo nos supermercados muda a base de consumidores ativistas para convencionais, o que pode ter implicações referentes à manutenção dos princípios em face dessa inserção (MURRAY; RAYNOLDS, 2007). De acordo com Singer (2003), a penetração em um mercado globalizado, oligopolizado e cartelizado em busca por competitividade comprometeu o cumprimento dos princípios cooperativistas e foi responsável pelo fracasso das cooperativas como tais.

Segundo Goodman (2004) as crescentes exigências por padrões de qualidade são um desafio significativo à produção voltada ao Comércio Justo. A necessidade de uma estrutura institucional sofisticada para atender a essas exigências pode resultar em exclusão dos menos capacitados, que geralmente são os mais necessitados, do processo de desenvolvimento a que o Comércio Justo se propõe.

Segundo Saes (2009), as certificadoras regulam o mercado e impõem fortes barreiras à entrada, sendo de caráter excludente. Ao mesmo tempo, a complexidade das relações resultante das formas contratuais desenvolvidas para esses sistemas, apesar de permitir ganhos de competitividade crescentes, não tem sido efetiva em evitar a exclusão de produtores que não conseguem acompanhar o ritmo de ganhos de produtividade e queda de preços.

Segundo Wilkinson e Mascarenhas (2009a), as exigências das próprias certificadoras acabam, muitas vezes, excluindo os produtores em maior desvantagem devido aos custos de certificação, aos padrões exigidos e à necessidade de infraestrutura para exportação. Assim, o Comércio Justo tem apresentado um perfil exclusivista, o que contraria os seus objetivos. Segundo a FLO (2009) é importante que o Comércio Justo tenha certa flexibilidade na sua execução, que não comprometa os seus princípios e valores. Um importante desafio consiste em estabelecer padrões que possam ser aplicados de forma abrangente já que um mesmo produto pode apresentar muitas especificidades.

A inserção da produção em grande escala como estratégia de atendimento à demanda ou para a criação de melhores condições para os trabalhadores gera controvérsias, uma vez que a principal limitação que o Comércio Justo busca superar refere-se à competitividade de pequenos produtores no mercado devido a deseconomias de escala (MURRAY; RAYNOLDS, 2007). A FLO justifica a certificação de empresas por trabalho contratado pela necessidade de se reforçarem as organizações de trabalhadores e garantir o cumprimento dos padrões da OIT e preços para produtos que são apenas produzidos em larga escala. Nesses casos, não há uma distinção clara entre a certificação de Comércio Justo e as ações de responsabilidade social convencionais (RAYNOLDS; MURRAY, 2007). A certificação de grandes plantações, ao mesmo tempo em que representa uma iniciativa de empoderamento dos trabalhadores rurais, confronta concorrentes com diferentes escalas, podendo resultar na eliminação dos pequenos produtores para os quais o movimento foi criado (WILKINSON; MASCARENHAS, 2007a).

A priorização pelas certificadoras de interesses comerciais tem levado a questionamentos sobre a efetividade do aumento de volumes certificados na ampliação do empoderamento e desenvolvimento. Assimetrias de poder entre atores do norte e do sul refletem-se em rigidez no monitoramento das relações de produção do Sul e flexibilidade no monitoramento das práticas injustas de distribuição do Norte. A maioria dos padrões formais de Comércio Justo foi estabelecida por organizações do Norte, o que se converte, muitas vezes, em barreiras à entrada e/ou mecanismos de controle em relação aos produtores do Sul. A estrutura de taxas e custos de certificação também tem sido bastante questionada (RAYNOLDS; MURRAY, 2007).

O Comércio Justo situa-se como parte de um movimento social que transcende e altera os limites entre Estado, economia e sociedade civil. A localização das organizações do Comércio Justo no Norte tem sido justificada por ser esta a localização das considerações populares sobre equidade e sustentabilidade; por outro lado, argumenta-se que no Sul é que se localizam os movimentos sociais como reforma agrária, soberania alimentar, cooperativismo, economia solidária. A emergência das iniciativas nacionais está contextualizada na mudança de localização geográfica do movimento, que se deve aos movimentos sociais, mas também às mudanças nas relações Estado/ sociedade civil

(RAYNOLDS; MURRAY, 2007). Segundo Murray e Raynolds (2007), a criação de regras gerais para o Comércio Justo mundial esbarra nas especificidades dos diferentes países envolvidos, que, na maioria das vezes, não podem ser desconsideradas na elaboração dos critérios.

### **1.2.3. Comércio Justo no Brasil**

O Comércio Justo contextualiza-se em meio aos movimentos sociais do Sul, com os quais apresenta importantes complementaridades: foco na economia solidária, comércio comunitário, agricultura familiar, agricultura orgânica, agroecologia, consumo ético e responsável e postura antiglobalização (WILKINSON; MASCARENHAS, 2007a).

A Economia Solidária surgiu como uma alternativa para os produtores e trabalhadores marginalizados pelo mercado, incentivando o cooperativismo, permitindo assim a adoção de progresso técnico com ação coordenada. No Brasil, teve início nos anos 70, através de iniciativas de ONGs internacionais associadas à Igreja Católica e às organizações de trabalhadores rurais, dando origem na década de 1980 às Redes de Economia Solidária, que prosperaram em 1990 como resposta ao desemprego (SINGER, 2003). A Economia Solidária compreende um grupo de atividades econômicas – produção, distribuição, consumo e crédito – sendo organizada e sustentada com cooperação, autogestão, viabilidade econômica e solidariedade (ICLEI, 2006). Segundo Vasconcelos (2007), a Economia Solidária conta com uma racionalidade específica que difere da lógica do mercado e do lucro e que leva em consideração o cooperativismo, a solidariedade, a reciprocidade e a autogestão comunitária.

Segundo França Filho e Lavelle (2004), a economia solidária pertence a um contexto de economia plural, que envolve a interação de princípios de domesticidade, reciprocidade, mercado e redistribuição. Atua promovendo o engajamento voluntário em projetos coletivos concretos cuja ação organizacional, com sentido de compartilhamento enraizado no vínculo social, tende a extrapolar o grupo de beneficiários. Articulado componentes da sociedade civil e do Estado, a economia solidária pode criar mecanismos de regulação e de sinergia entre Estado e mercado, tendendo a reforçar mecanismos

institucionais com efeitos qualitativos em relação à consolidação de liberdades positivas, à inclusão social e ao atendimento das necessidades. Dessa forma, permite o estabelecimento de componentes não monetários, que podem permitir que se concilie criação de emprego, geração de renda e repartição de trabalho, permitindo que se ultrapasse a despersonalização do trabalho inerente à economia monetária.

Os princípios do Comércio Justo convergem fortemente com os princípios da Economia Solidária: ambos consideram que a desigualdade dos termos de troca nas relações comerciais cria empecilhos ao desenvolvimento e apresentam propostas alternativas de comércio, baseadas na inclusão de grupos marginalizados em um sistema capitalista redesenhado, com uma lógica menos baseada no mercado e lucros e mais baseada em outros valores como: equidade, ética, transparência, corresponsabilidade entre os agentes, democracia, qualidade, diversidade cultural e solidariedade.

Os principais pontos de convergência entre Comércio Justo e Economia Solidária de acordo com ICLEI (2006) são:

1. Ética, transparência, relações corresponsáveis entre os diferentes agentes.
2. Remuneração justa e construção de relações solidárias na economia.
3. Valorização da diversidade cultural, conhecimento e imagem de comunidades tradicionais.
4. Efetiva integração entre produtores e consumidores finais, incentivo à difusão de produtos regionais no mercado local.
5. Estímulo à preservação ambiental.

Segundo Faces (2011), o Comércio Justo entrou no Brasil em 2000. A partir daí tiveram início discussões visando elaborar um Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário que permitisse uma interface entre as iniciativas locais de Comércio Justo e Economia Solidária e as políticas públicas. Além dos empreendimentos de produção elegíveis, esse sistema visa integrar outros agentes de comercialização e consumo, além de organismos públicos e privados de apoio e avaliação de conformidade. Formalmente, esse sistema ainda depende da promulgação de uma lei que o institucionalize. Dessa forma, busca o reconhecimento, por parte do Estado, da sua efetividade como política de desenvolvimento.

De acordo com Wilkinson e Mascarenhas (2007b), o Comércio Justo começou no Brasil como uma iniciativa híbrida público-privada, com a participação do Ministério do Desenvolvimento Agrário e era entendido como uma política de inclusão social e estratégia de desenvolvimento sustentável para a agricultura familiar. A mobilização política em movimentos sociais deu origem às redes orgânicas e agroecológicas, aos mercados familiares e à agricultura apoiada pela comunidade, convergentes ao comércio ético e solidário. Até os anos 1990, a certificação de Comércio Justo não era de grande interesse devido à sua base exportadora e tecnológica e por não abarcar produtos significativos para a agricultura de pequena escala brasileira. Com a crescente dificuldade de fazer frente à concorrência, a agricultura familiar, ameaçada de extinção, passou a recorrer à produção baseada na diversificação e qualidade. Recentemente, foi incorporado aos discursos oficiais, movimentos populares e iniciativas de responsabilidade social, convergindo com a oposição brasileira aos subsídios à exportação concedidos pelos países desenvolvidos e com o apoio ao acesso a mercados pela agricultura familiar, como fonte de segurança e soberania alimentar (WILKINSON; MASCARENHAS, 2007b).

Os principais desafios referem-se à inserção crescente no *mainstream*, registro de grandes plantações, licenças para corporações transnacionais e introdução de taxas de certificação. A inserção no *mainstream* impõe novos padrões de qualidade e demanda aprimoramento logístico, impondo, assim, barreiras à entrada da agricultura de pequena escala. O foco das empresas em questões de responsabilidade social corporativa tem contribuído para incorporar a agricultura familiar, regional e produtos indígenas aos interesses do *mainstream*, transformando valores tradicionais em estratégias de mercado. O movimento da agricultura familiar, liderado pela Ecovida, considera a certificação oficial como autoritária, ineficiente e exclusivista. Entretanto, o Comércio Justo se mostrou crucial em promover novos níveis de capacidade organizacional para os produtores e em assegurar outras formas de apoio (WILKINSON; MASCARENHAS, 2007b).

Wilkinson e Mascarenhas (2007a) constataram que a efetividade do Comércio Justo para o desenvolvimento sustentável no Hemisfério Sul depende, em grande parte, da sua adaptação às especificidades locais. A proximidade entre as iniciativas de Comércio Justo e de Economia Solidária enfatiza a participação no mercado, o desenvolvimento de

redes de produção solidárias e o envolvimento das iniciativas de política nacional e global no apoio a produtores, trabalhadores e consumidores. As iniciativas nacionais de Comércio Justo partem das peculiaridades de produção e consumo dos países. A criação de selos nacionais visa enfatizar a introdução de produtos básicos nesse sistema. Os autores ressaltam que, mais do que buscar a ampliação do mercado externo, o Comércio Justo brasileiro deve buscar desenvolver o Comércio Justo local, com medidas de suporte aos produtores, inclusão de consumidores de baixa renda. A criação e consolidação de redes alternativas nesses países demandam a participação conjunta do governo, movimentos sociais e setor privado dados o poder de produção limitado, baixa capacidade organizacional e baixa renda dos consumidores. As políticas públicas devem atuar trazendo melhores condições à produção, com assistência técnica, crédito, construção de capacidades e empoderamento de pequenos produtores e, também com o incremento do consumo, por meio de políticas de distribuição de renda e compras preferenciais. Apesar das divergências, existem vários pontos em que o movimento do Comércio Justo converge entre os países do Sul, como nas questões de justiça, na oposição aos acordos regionais de comércio, na necessidade de desenvolver os mercados internos e de dialogar com outros movimentos e com o Estado, com base em interesses compartilhados.

#### **1.2.4. Iniciativas locais de Comércio Justo: funcionamento das redes de consumo e Comércio Justo e Solidário**

A presente seção visa caracterizar redes de Comércio Justo e Solidário não certificado. Devido à escassez de trabalhos sobre o assunto, foi baseada na observação participante e complementada por informações coletadas em um levantamento realizado pelo instituto Kairós em 2009/2010 e publicado em 2011.

Jeantet (1986) considera que a organização da sociedade civil, de modo a consolidar uma rede participativa de consumo que defina suas próprias necessidades, confere características ativas ao ato de consumir. Essas ações demonstram que a responsabilidade nas atividades cotidianas pode reduzir a importância do dinheiro e lucro nessas transações, podendo torná-las mais efetivas para a inclusão sócioeconômica do que a

substituição dos detentores tradicionais de poder econômico. A mobilização dinâmica de consumidores em uma relação mais participativa e autoinclusiva no mercado, implica em constante conscientização em relação a seleção de produtos, estabelecimento de preços e informação, sustentando-se no questionamento sobre as reais necessidades em oposição às imposições do mercado. Um sistema de comercialização transparente estabelece a confiança, removendo, assim, os limites entre produtores / consumidores / indivíduos. O peso das grandes empresas tornou ilusória a existência de um mercado perfeito e isso cria oportunidades para uma ação coletiva de reordenamento da produção e consumo de acordo com objetivos comuns de seus participantes.

Existem arranjos variados de Comércio Justo e de Economia Solidária. A identificação desses arranjos considera os princípios originais relacionados arranjos organizacionais alternativos que favoreçam a inserção produtiva de agentes marginalizados pelo sistema convencional e a aproximação entre os atores da cadeia.

As redes de consumo e Comércio Justo e Solidário têm atuado no Brasil de modo a estabelecer relações diretas entre produtores e consumidores. Também partem do pressuposto que relações comerciais mais justas, baseadas na aproximação entre produtores e consumidores, devem fortalecer a inclusão e manutenção sustentável de agentes no sistema econômico, podem trazer desenvolvimento. O Instituto Kairós (2011) levantou 17 redes de consumo no Brasil.

A organização e o estabelecimento de redes é a base para a construção dessas relações. Embora nem todas se declarem explicitamente integrantes à Economia Solidária, todas são norteadas pelos seus princípios: transparência, cooperação, reciprocidade, autogestão, relações de longo prazo e preocupação ambiental (KAIRÓS, 2011).

Operacionalmente se estruturam de modo a oferecer a possibilidade de que produtores e consumidores se encontrem para estabelecerem relações comerciais diretas. Em geral estão relacionadas a produtos orgânicos e agroecológicos. Os principais produtos comercializados são agropecuários frescos e processados, produtos de limpeza, de higiene pessoal e cadernos reciclados. Segundo Kairós (2011), os produtos convencionais só são comercializados como estratégia de ampliação das vendas e quando não se conseguem equivalentes orgânicos e/ou solidários. Essas redes são organizadas pela sociedade civil,

visando buscar produtos mais saudáveis e melhores condições comerciais para o seu consumo.

Na prática, funcionam como um esquema de compra coletiva de produtos. As redes visitadas disponibilizam uma lista de produtos via internet para escolha, enquanto outras, citadas por Kairós (2011), oferecem kits de produtos ou lojas para compras. As redes visitadas dispõem de locais para que esses produtos sejam retirados em dias previamente estabelecidos. A maior parte dos produtos comercializados, principalmente os mais perecíveis, é de origem local (KAIRÓS, 2011). Operacionalmente, são diferentes de todos os demais sistemas de comercialização conhecidos. Não podem ser consideradas feiras, já que não existe a necessidade da presença dos produtores, nem podem ser consideradas mercado, já que não visam lucros. Além disso, algumas sustentam uma estrutura de loja, mas a maioria das redes não tem funcionamento comercial fora do período estabelecido para recepção e entrega de produtos e os produtores entregam exatamente aquilo que foi prometido.

Algumas delas são formalizadas como associações ou cooperativas, mas a maioria não é. Além de produtores e consumidores, essas redes abrangem outros atores que atuam em diversas áreas e que são fundamentais para o seu bom funcionamento. De acordo com Kairós (2011), essas relações em geral se dão de forma a não contrariar os princípios originais e mostram-se distintas das relações convencionais com intermediários.

Algumas redes estabelecem a distribuição direta, ou seja, estabelecem uma rede singular com um único núcleo de recepção e distribuição de mercadorias, enquanto outras, principalmente as que se localizam em grandes centros, estabelecem vários núcleos de distribuição (redes capilares). Nestas últimas, os produtos chegam a um centro de recepção e depois são distribuídos para os núcleos, que fazem a distribuição para os consumidores. Algumas entregam os produtos em domicílio (KAIRÓS, 2011).

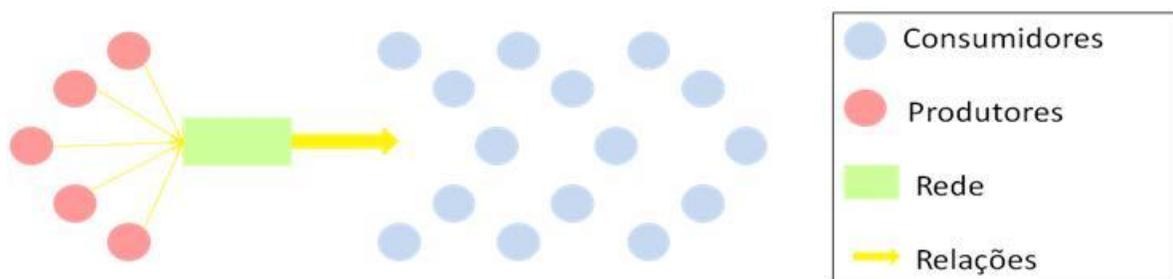


Figura 2.2 - Rede singular de distribuição.

Fonte: KAIRÓS, 2011.

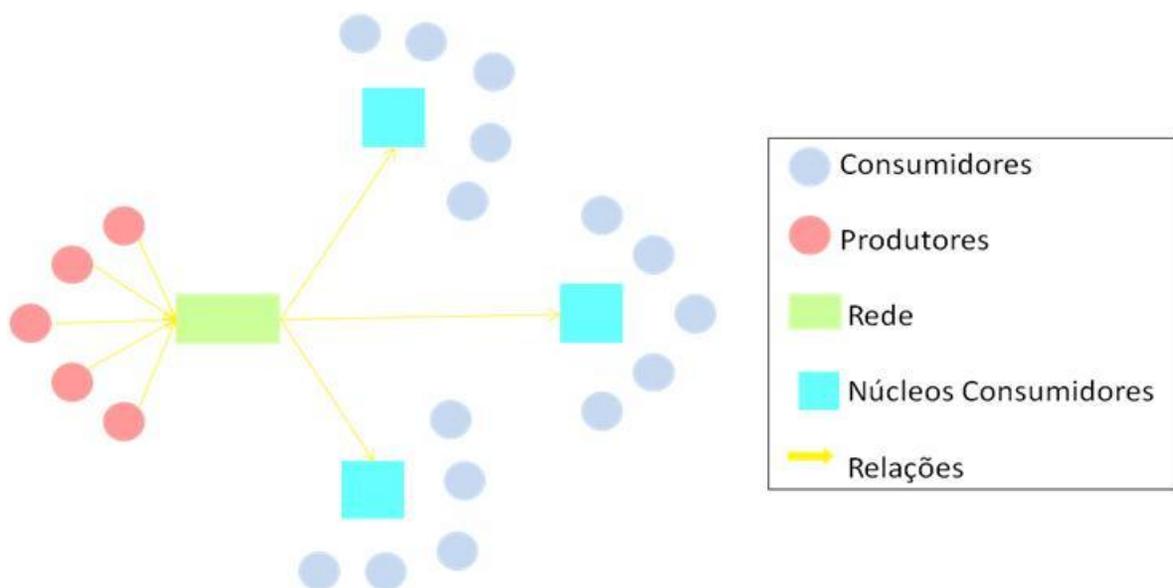


Figura 2.3 - Rede capilar de distribuição.

Fonte: KAIRÓS, 2011.

Em termos objetivos, as principais vantagens da participação nessas redes referem-se ao estabelecimento de canais de comercialização com preços mais justos para os produtores e para os consumidores. Uma vez que os consumidores não pagam por marca, comodismo, embalagem e outros parâmetros subjetivos de adição de valor, conseguem pagar menos pelos produtos consumidos. O produtor, dadas as suas opções limitadas de comercialização e de base concentradora de recursos, geralmente consegue um preço mais

alto pelo seu produto nesse esquema. Dessa forma, as redes buscam um desenho que proporcione benefícios coletivos para esses atores.

Entretanto, ao mesmo tempo em que essas redes não se sustentam apoiadas apenas em vantagens objetivas, essas vantagens são o que atrai a maioria de seus participantes. Seus idealizadores e gestores que geralmente coincidem com alguns dos seus consumidores possuem outros parâmetros subjetivos de valoração, como cooperação e reciprocidade. Assim, são esses indivíduos os responsáveis por iniciar a ação coletiva. Existem várias estruturas administrativas que compreendem atuação voluntária e remunerada. Em redes capilares, ainda existem os gestores de núcleos. Aos gestores cabe dividir as tarefas, receber e repassar pedidos, organizar recebimentos e pagamentos e a logística. Em todos os esquemas de gestão, as redes contam com divisão de trabalho e cooperação (KAIRÓS, 2011).

De acordo com Kairós (2011), apenas duas das sete avaliadas apresentam viabilidade econômica. Parte da operacionalização dessas redes é subsidiada por trabalho voluntário, pontos de entrega e solidariedade de produtores e consumidores.

Dessa forma, constituem-se de arranjos organizacionais que integram indivíduos em busca de satisfação de autointeresses objetivos, mas que consideram a diversidade de graus de reciprocidade como atribuidora de parâmetros subjetivos que determinam a existência das redes. Dessa forma, contam com grande parte de consumidores engajados, que atribuem parâmetros subjetivos ao seu consumo. A divulgação das redes se dá, primordialmente, pelo boca a boca (KAIRÓS, 2011).

Embora não existam garantias de que seus princípios serão respeitados por todos, essas organizações podem criar um ambiente propício para a manifestação e conscientização de valores morais. Essas redes têm sua atuação apoiada na manifestação desses valores e dependem do engajamento dos atores; por isso, muitas delas atuam, também, na educação para o desenvolvimento e ampliação de valores morais entre os seus membros.

### **1.3.Considerações Gerais**

A deterioração dos termos de troca entre a produção agrícola de baixa elasticidade-renda e a produção agroindustrial altamente elástica é acentuada pelas quedas de preços resultantes do ganhos de produtividade agrícola (SAES, 2009). A combinação entre as características particulares que aproximam a agricultura da concorrência perfeita - como atomismo, homogeneidade de produtos e informação perfeita - e as práticas agroindustriais - a montante e a jusante da produção agrícola - tem tido como resultado a defasagem dos preços agrícolas e os altos custos de produção, ambos como ônus da agricultura, tornando o comércio de produtos agrícolas bastante injusto para um número crescente de atores. A sobrevivência e autonomia de agricultores que não apresentam condições de produzir dentro dos padrões de eficiência e competitividade, estabelecidos em termos globais, depende de canais alternativos de comercialização que proporcionem remuneração adequada de modo a proporcionar uma maior independência em relação às grandes corporações do agronegócio. Assim, a inserção da agricultura no mercado, que não respeita as diferenças das respectivas naturezas e submete uma à lógica da outra, tem ampliado exponencialmente o potencial de oferta de produtos em busca de práticas alternativas de comércio mais justo. A competitividade da agricultura brasileira, de modo geral, é inegável, porém não é generalizável e, quando se consideram os objetivos de inserção produtiva e desenvolvimento econômico, existe uma infinidade de situações compatíveis com um sistema de Comércio Justo.

Práticas alternativas de Comércio Justo são resultado das falhas dos mecanismos institucionais na promoção do desenvolvimento e atuam no sentido de contorná-las, sustentando-se assim em meio a paradoxos. Essas práticas de Comércio Justo atuam, em grande medida, redesenhando o mercado e criando novas institucionalidades que tendem a regular o mercado de forma mais equilibrada, quando conseguem manter-se fiéis aos princípios originais. O aparente insucesso, em termos de desenvolvimento, das políticas públicas predominantemente adotadas, principalmente voltadas ao crescimento econômico e ao assistencialismo, tem chamado à participação no processo de desenvolvimento novos atores do setor público, privado e terceiro setor, redesenhando arranjos organizacionais,

com maior interação e complementaridade entre essas esferas. A efetividade das ações que visam práticas mais justas de comércio em termos globais relaciona-se ao seu poder de abrangência diante da solução de problemas e do atendimento às necessidades. Visto que as especificidades locais são mais bem reconhecidas a partir de dentro, a aproximação entre os atores e o foco do problema facilita sua observação e a busca por uma solução mais específicas.

Ao mesmo tempo em que as regras devem ser bem estabelecidas para que favoreçam os princípios originais do movimento, devem ter certa flexibilidade para que não excluam aqueles que fazem parte dele. Os limites entre cumprimento das regras e flexibilidade só podem encontrar solução no atendimento aos princípios originais em sobreposição às regras; tais limites são mais facilmente observados com a participação ativa e a proximidade entre os atores e o foco do problema.

Aspectos tidos como limitantes pelo comércio convencional são o diferencial das práticas alternativas de Comércio Justo e Solidário que dessa forma, utiliza os venenos do capitalismo como antídoto. Ou seja, o que era um problema que resultava na exclusão de determinados atores, acaba tornando-se um diferencial comercializável que cria melhores condições de inclusão. O oportunismo de se inserir nas brechas do sistema capitalista tem o seu preço na reprodução da dicotomia entre potencialmente incluídos e excluídos do mercado nesses segmentos.

Se para o agronegócio a produção agrícola em pequenas propriedades é considerada sinônimo de deseconomias de escala, baixa competitividade, ineficiência e, em última instância, sinônimo de pobreza, para o Comércio Justo é o diferencial. Apesar de a diferenciação do sistema de produção pelo tamanho ser uma boa proxy dos problemas que as deseconomias de escala podem acarretar, o tamanho não é necessariamente um indicativo de competitividade e sua utilização isolada como critério não atende à inclusão que o Comércio Justo se propõe. Assim, à medida que esse diferencial precisa gerar um critério, torna-se difícil estabelecer limites entre aqueles que têm e aqueles que não têm condições de participar do agronegócio; em última instância, para quem o sistema de comércio convencional é justo e para quem não é.

A aproximação entre produtores e consumidores permite a exposição das condições de produção e das relações que se escondem sob os produtos, personalizando-as. Isso é mais fácil de observar e valorizar quando se mantêm relações mais diretas entre produtores e consumidores. Nesses casos, os consumidores têm consciência das dificuldades dos produtores e dos benefícios do seu consumo. Para que se efetive como Comércio Justo e possibilite ganhos de desenvolvimento, seus critérios baseiam-se, além da viabilidade econômica, em outros atributos não econômicos como ética, consciência, solidariedade, reciprocidade, responsabilidade e respeito. Se por um lado, pela certificação, se incorre na reificação desses atributos, reproduzindo as características do sistema convencional de comércio em novos segmentos do mercado, por outro lado, a aproximação favorece que tais atributos permaneçam como qualidades subjetivas dos produtos que se somam aos parâmetros objetivos considerados para a decisão de consumo.

À medida que o consumo dos produtos vai crescendo, as relações que permeiam os produtos ficam menos visíveis e isso justifica a necessidade de certificação que, por sua vez, materializa os atributos inerentes ao produto e à forma de produção em um selo. Assim, a certificação permite ganhos de escala e maior inserção no mercado, embora, ao generalizar as regras, amplie as contradições. A certificação é justificada em casos de exportação dos produtos, ou seja, quando há o distanciamento entre produtores e consumidores, ela dá credibilidade aos produtos e aos seus atributos, sendo vista como complementar às ações locais. Mas o selo insere um novo intermediário, uma nova relação comercial com a certificadora.

O processo de certificação se estabelece como intermediário da relação entre produtor e consumidor, substituindo a relação pessoal de confiança mútua. Ao mesmo tempo e paradoxalmente em relação às origens do movimento, o processo de certificação, ao atuar como intermediário baseado em padrões, permite o distanciamento entre produtores e consumidores e terceiriza a confiança relacionada aos valores morais do produto, tendendo a reproduzir a impessoalidade e o potencial de exclusão típicos do sistema convencional de comercialização.

As principais contradições da certificação dizem respeito à escala. A inserção no *mainstream* e a certificação de grandes plantações, quando priorizam questões

mercadológicas, contrariam os princípios originais do movimento. O atendimento a padrões de qualidade muito rigorosos, ao mesmo tempo em que tem um caráter excludente, tende a massificar os produtos ao não valorizar as especificidades e tradições locais. Com o consumidor final ditando as regras e impondo padrões, muitas vezes dogmáticos, influenciado por padrões pré-estabelecidos por grandes corporações, criam-se dificuldades para os produtores, principalmente para os pequenos, resultando em exclusão. Com o consumo massificado e com a certificação predominando nos quesitos preço/ qualidade/ marca, o Comércio Justo tende a repetir o já estabelecido pelo comércio convencional e, cada vez mais, a se aproximar dele.

Para os consumidores engajados, as compras do Comércio Justo representam preocupações com as condições de produção, distribuição de valores ao longo da cadeia, justiça social e desenvolvimento. A inserção de novos atores, de modo a se manterem os princípios garantindo uma distribuição justa de valores ao longo da cadeia, requer que os critérios estejam bem definidos para todos. Os preços mais altos dos produtos do Comércio Justo são pagos por consumidores engajados na crença de que serão mais uniformemente distribuídos entre os integrantes da cadeia, visando melhorias principalmente para os que se encontram em piores condições. Caso esses valores monetários mais altos estejam sendo apropriados de forma pouco transparente por supermercados ou grandes corporações, obedecendo a uma distribuição semelhante à convencional, os consumidores engajados perdem o motivo que tinham para pagar mais por esses produtos, o que pode invalidar o sistema. Ou seja, as estratégias de criação de valor para os produtores agrícolas é invalidada se a renda gerada for transferida para o segmento à jusante (SAES, 2009).

Garantir o cumprimento dos critérios não garante necessariamente um sistema de comércio mais justo e inclusivo. Enquanto o movimento do Comércio Justo foi originado para valorizar as diferenças, a certificação pressupõe adoção de padrões e generalização; enquanto o primeiro foi criado para aproximar consumidores e produtores e eliminar os intermediários, a certificação acarreta o distanciamento entre atores, na medida em que se coloca como intermediária e enquanto o Comércio Justo foi criado para valorizar a pequena escala, a necessidade de certificação é justificada pela criação de economias de escala. Entretanto, reproduzir o sistema convencional significa reproduzir as mesmas

tendências em novos segmentos - concentração, oligopolização, oportunismo, exploração, desperdício e exclusão - que, apesar de encontrarem campo fértil no sistema capitalista, não são intrínsecos a ele, mas àqueles que o compõem. Um sistema de Comércio Justo e Solidário legítimo apoia-se em justiça e solidariedade, valores subjetivos que podem ser mais bem expressos em relações face a face, que, por sua vez, devem ser favorecidas por organizações menores e mais coesas.

As principais contradições dos sistemas de Comércio Justo decorrem da necessidade de racionalização de princípios subjetivos, essencial à sua operacionalização, mas desagregadora de princípios, regras e objetivos. Para que os objetivos sejam atendidos, a intangibilidade dos princípios cria a necessidade de transformá-los em regras. Entretanto os princípios são de uma complexidade muito maior do que a respectiva tradução em regra, que dificilmente consegue ser eficiente em expressá-los. Na prática, o resultado é que, inconscientemente ou oportunisticamente, as regras se vão afastando dos princípios em que se baseavam e, conseqüentemente, dos objetivos propostos. Na medida em que os princípios são dificilmente mensuráveis, a atribuição relativa de valores incorre na subjetividade.

Para que mantenha a sua credibilidade como um sistema realmente eficiente em estabelecer condições de comércio mais justo, há a necessidade de se monitorar constante e microscopicamente a equivalência entre regras e princípios. Enquanto existir um comportamento oportunista, é impossível mantê-los alinhados, sem que haja uma estrutura organizacional sólida que mantenha a proximidade entre os atores. Dessa forma, os sistemas de Comércio Justo apresentam possibilidades e velocidades limitadas de crescimento.

No caso de redes locais, a localização próxima dos agentes em relação ao ponto onde ocorre o movimento permite que se observe de perto o foco das desigualdades e que elas não se restringem às relações entre os países. A penetração das redes na realidade dos participantes possibilita uma observação microscópica do verdadeiro foco de suas dificuldades e permite que as ações sejam mais bem direcionadas. Além disso, a aproximação de fato entre produtores e consumidores, apesar de muitas vezes comprometer certas praticidades que o sistema convencional oferece, permite o estabelecimento de

preços mais justos. Dessa forma, essas práticas de Comércio Justo locais não consideram o produtor como uma vítima de um sistema econômico perverso, mas buscam uma alternativa fora do comércio convencional para aqueles que não concordam com suas práticas e não desejam pagar por aquilo que o sistema convencional adiciona aos seus produtos.

De qualquer forma, as redes locais não estão livres do oportunismo daqueles que delas participam. Apesar de se mostrarem alternativas interessantes e comprovarem a existência de consumidores que buscam outras coisas que não só a comodidade das compras nos supermercados, as motivações desses consumidores são muitas vezes oportunistas. De qualquer forma, não se pode sustentar todo esse sistema e atender a todos os que dele dependem para sobreviver apenas com compras de consumidores engajados. Nessa questão, volta-se a ressaltar a importância da estruturação de uma rede sólida e com princípios bem definidos para suportar a participação de atores engajados e não engajados, de modo a minimizar o impacto do oportunismo e das ações meramente autointeressadas. Para isso, é importante que se observe a proporção desses agentes, de modo a permitir que a influência entre eles se dê no sentido do cumprimento aos princípios do movimento e não do contrário.

Como um diferencial de produtos que podem inserir-se no mercado convencional seguindo a sua lógica, incentivando as compras dos produtos por uma relação custo/ benefício, o sistema dificilmente se sustenta no longo prazo, já que esses parâmetros são acessíveis e facilmente superáveis por uma indústria altamente organizada e competitiva. Dessa forma, reproduz a imposição da velocidade do capitalismo a um setor reconhecidamente incompatível com ela. O diferencial do Comércio Justo está, justamente, nas relações implícitas em todo o processo e sua materialização só reflete seu significado se as motivações de todos os atores do processo forem compatíveis com os princípios norteadores. Isso é facilitado quando se tem uma rede de organizações e atores individuais com princípios compatíveis. Portanto, essa forma de organização apoia e alimenta a emergência de uma nova institucionalidade transcendente às questões econômicas. Apesar de ser importante que sistemas de Comércio Justo ampliem sua abrangência, também é

importante que sua velocidade de crescimento seja compatível com os sistemas para os quais foi criado.



## Capítulo 2 - Referencial Teórico.

*“Toda vez que eu dou um passo, o mundo sai do lugar.”*

*Siba e a Fuloresta*

### 2.1. Introdução

Os princípios que originaram o Comércio Justo e Solidário diziam respeito à criação de condições mais justas e maior equilíbrio na distribuição dos valores ao longo da cadeia produtiva. Antes de uma supervalorização de retornos financeiros para os integrantes dos sistemas, foi criado para permitir condições dignas de produção para populações marginalizadas e/ou excluídas do sistema econômico.

Dada a subjetividade de parâmetros de avaliação de marginalidade e/ou exclusão - associada à concentração de renda e apropriação de valores por elos mais poderosos da cadeia produtiva - a possibilidade de geração e ampliação da quase-renda gerada por esses sistemas tendeu à ampliação do oportunismo e penetração deles nas mesmas tendências economicistas predominantes na sociedade.

Entretanto, ainda sobrevivem nos sistemas de Comércio Justo e Solidário algumas tendências contrárias a essas amplamente disseminadas pelo sistema econômico convencional e dessas se ocupa esta tese. A agricultura, além de ser um sistema produtivo de destaque para as contas nacionais brasileiras, ainda corresponde ao modo de vida escolhido por muitas pessoas. Ou seja, muitas pessoas tem a agricultura como opção de vida, trabalho, moradia e atividade econômica. Atividade econômica e modo de vida não são opções excludentes, mas, em muitos casos, sobrepostas e coincidentes. Entretanto, a primeira delas é mais facilmente precificável, enquanto para a segunda, a importância é bastante subjetiva e pouco precificável. Mesmo quando não se trata de uma escolha consciente, a agricultura permite que se sobreviva com baixa dependência de recursos externos. Apesar de economicamente não parecer a melhor alternativa de uso da terra, a agricultura de subsistência ainda mantém muitos indivíduos na terra com autonomia no atendimento às suas necessidades básicas.

Nessa questão, iniciativas de Comércio Justo e Solidário podem combater as tendências predominantes do mercado, ao permitir que essas atividades gerem uma quase-renda destinada à sobrevivência da atividade agrícola, mesmo quando as condições de eficiência e competitividade não parecem ser suficientes para sustentá-la sob sistemas convencionais. Isso é importante para a manutenção de comunidades, cuja principal vocação de seus membros é a agricultura. Nesses casos, a busca por alternativas econômicas visa mantê-las de forma sustentável, minimizando potenciais problemas de reinserção econômica e social de seus membros. Mais do que garantir a possibilidade de geração de rendas exorbitantes e ascensão social, esses sistemas devem garantir trabalho, utilidade e condições dignas para que as comunidades possam sobreviver e prosperar a seu próprio modo e de acordo com as próprias escolhas. Dessa forma, os interesses econômicos passam a segundo plano, como meios para garantir as condições dignas de sobrevivência com maior equidade e sustentabilidade para essas comunidades.

Para isso, os parâmetros considerados para a avaliação do sucesso de sistemas de Comércio Justo e Solidário precisam ser redesenhados: segundo os critérios impostos pelo sistema econômico predominante, os sistemas que seguem os princípios originais estão fadados ao fracasso, dada a sua ínfima expressão econômica. Buscando atender aos critérios impostos pelo sistema econômico predominante, os sistemas alternativos de Comércio Justo e Solidário são distorcidos e reproduzem as tendências predominantes nos nichos em que se aplicam, reproduzindo as velhas estruturas de poder em novos mercados. Paradoxalmente, a inviabilidade econômica de redes de Comércio Justo e Solidário sinalizam o sucesso desses sistemas, uma vez que, sua sobrevivência em condições de baixo aporte de recursos demonstra que a sustentação desses sistemas não depende apenas de valores econômicos. Entre os valores que contribuem com a sustentação de sistemas de Comércio Justo e Solidário, a reciprocidade é considerada essencial à sobrevivência do próprio capitalismo, mas tem sido crescentemente institucionalizada e avalizada por regras e imposições tendendo a torná-la compulsória: enquanto criada artificialmente, a reciprocidade tende a ser pouco interiorizadas às normas de conduta e utilizada de forma mecanicista.

A efetiva consolidação de um sistema de Comércio Justo e Solidário depende, em grande parte, da internalização de valores e sustentação de um sistema econômico, que não leve apenas em consideração a geração de riquezas. É importante que esses sistemas valorizem prioritariamente o capital humano, social e ambiental, respeitando seus ritmos, diversidade e escolhas e não meramente subordinando-os ao capital.

## **2.2. Revisão de Literatura**

### **2.2.1. Economicismo**

A sociedade contemporânea está dominada por forte economicismo que, segundo alguns autores, restringe o sentido da existência humana e conduz à desagregação social (PASSET, 2007), com consideráveis custos econômicos e humanos. Para França Filho e Laville (2004), a perda de evidência do sentido da existência humana está na base da emergência do sistema econômico mercantil. O interesse econômico individual tornou-se a base única do utilitarismo, consolidando uma matriz de individualismo liberal, calculista e previsível.

Segundo Polanyi (2000), a criação de uma economia de mercado só foi possível com o estabelecimento de uma sociedade de mercado. Para que os preços funcionassem como autorreguladores, estabelecendo e mantendo livremente a ordem na produção e distribuição, pressupostos de racionalidade econômica precisariam ser atendidos e todos os componentes precisariam ser convertidos em mercadorias. Mas trabalho, terra e dinheiro correspondem, respectivamente, ao destino dos seres humanos, de seu ambiente natural e de seu poder de compra, que não são produzidos para a venda; assim, transformá-los em mercadorias subordinou a substância da sociedade às leis do mercado.

Segundo Schumacher (1973), ao deslocar-se para o centro da sociedade, a economia absorveu a política, a ética e demais considerações humanas – negando ao antieconômico o direito à existência. A precificação de tudo e a suprema valorização do dinheiro afastaram o homem da natureza, desprezando sua interdependência. Ao encobrir a percepção de pertencimento mútuo, criou condições para o tratamento implacável e

imprevidente da natureza, o que contribuiu para institucionalizar o individualismo e a não responsabilidade.

A valorização exacerbada dos mecanismos de mercado impõe barreiras à entrada, que atuam como fontes de privação às liberdades fundamentais. A abordagem utilitarista promete uma medida da felicidade geral, mas desconsidera a questão distributiva, os direitos, as liberdades e as diferenças nos conceitos de felicidade. Dadas as limitações do mercado com relação aos próprios objetivos, essas questões são desconsideradas conforme os comprometem. A equidade tem reflexos muitas vezes negativos sobre a eficiência, o que produz indicadores econômicos desfavoráveis. Assim, as desigualdades ampliam desvantagens e vice-versa, em um círculo vicioso. (SEN 1999; SEN, 2000).

Segundo Sen (2000), a pobreza real diz respeito à incapacidade de converter renda em funcionalidades e interfere nas liberdades. Nesse contexto encontra-se a fome, como uma das privações mais fundamentais. Atualmente, a fome não é tanto um problema de produção, mas da insuficiência de recursos para eliminá-la. Dessa forma, é aceita e tolerada como inevitável. Para aqueles que produzem alimentos, há a necessidade de dotação de recursos, habilidades técnicas e condições de troca que, por sua vez, dependem de condições de produção, preços relativos, padrões de consumo, etc. A maioria, que não produz alimentos e precisa adquiri-los no mercado, sofre a influência de renda, preços, circunstâncias econômicas, empregos, salários, etc.

De acordo com a United Nations (2011), o crescimento econômico tem que ser compatível com o respeito ao capital humano e natural. Os altos custos de degradação decorrentes do progresso criam a necessidade de buscar novos caminhos para o desenvolvimento, que considerem, além das dimensões econômicas, também as sociais e ambientais.

De acordo com Daly e Farley (2004), o atendimento a todas as necessidades básicas humanas passa pelos mesmos meios: materiais básicos oferecidos pela natureza que não podem ser criados pelos seres humanos. Para a visão economicista, o processo natural não adiciona valor e, por isso, não é contabilizável nas contas nacionais. O homem é visto como capaz de criar e produzir substitutos dos serviços naturais e apenas a adição de valor

por trabalho humano e capital é contemplada nas contas nacionais. A falha na criação de um sistema geral de valoração encontra-se no fato de que não existe uma escala compartilhada de valores objetivos, ou seja, em termos materiais, os indivíduos buscam coisas diferentes embora com finalidades comuns. A escolha econômica é objetiva, mas individual, e não é determinada exclusivamente por motivos materiais isentos de conteúdo e com fins em si mesmos.

Os preços pressupõem a escassez de meios, resultante dos limites da biosfera, cuja alocação depende de um ranking de prioridades com respeito às finalidades. O capitalismo se aproveita da angústia humana acerca das incertezas que rondam a finalidade da sua existência e cria uma (falsa) sensação de segurança ao materializá-la em crescimento econômico. Assim, todas as ações se voltam para o crescimento econômico, ou seja, o que deveria ser tratado como um objetivo intermediário passa a ser um fim em si mesmo, eliminando o problema da escolha e seus aspectos éticos. Entretanto, o ser humano obedece à dualidade entre necessidade e consciência e desta última fazem parte os aspectos intelectuais, organizacionais e, conseqüentemente, a economia e política (DALY; FARLEY, 2004).

A complexificação das estruturas de produção que integram as produtividades de trabalho e capital e as tornam indistinguíveis, tornou os critérios comutativos insuficientes para determinar a remuneração dos fatores. A reprodução da economia se dissociou da existência humana e da natureza, reduzindo o trabalhador à força de trabalho e desconsiderando seu papel social, cuja vida depende de sentido dado por seus valores. Para recuperar o sentido, a existência humana e da natureza dependem da solidariedade intergeracional que, ao alimentar a responsabilidade e a ética, possibilita saltar-se de um crescimento meramente quantitativo para o desenvolvimento quantitativo, qualitativo e multidimensional, articulador das esferas econômica, humana e natural (PASSET, 2007).

### **2.2.2. Capitalismo, agricultura e natureza**

A teoria econômica convencional pressupõe, de acordo com Ostrom (2001), oferta finita e previsível de recursos, informação incompleta, homogeneidade dos agentes,

maximização de lucros, ausência de interação entre agentes e impossibilidade de mudança institucional.

De acordo com Bowles (2004), a economia capitalista define-se por ter como organização predominante a empresa, sobre a qual os proprietários de capital têm o controle, que vende bens e serviços para obter benefícios. Incrementos à produtividade do trabalho resultantes dessa forma de organização trouxeram inegáveis benefícios para as condições materiais de vida.

Schumacher (1973) relaciona o progresso decorrente de melhorias nas condições materiais de vida aos processos industriais e, em termos de velocidade e dinâmica, considera outra dimensão da vida relacionada à natureza. De acordo com esse autor, a busca do equilíbrio entre os princípios que regem a natureza e os processos industriais deve respeitar as diferenças e não forjar pressupostos que adaptem uma à outra. A natureza segue suas próprias leis, relacionadas aos seus processos vitais. Os processos industriais relacionam o controle à previsibilidade dos resultados das operações que, por sua vez, encontra limites na dependência da natureza, inclusive humana. Portanto, as tensões decorrentes da incompatibilidade entre agricultura e indústria têm raízes na oposição de seus princípios relacionados à valorização relativa da substância viva. Assim, a dificuldade de adaptação da agricultura em relação aos padrões dinâmicos impostos pelo sistema agroindustrial e o desequilíbrio entre as velocidades impostas por esse sistema e potencialmente alcançada por sistemas naturais, amplia o potencial de exclusão.

Ao mesmo tempo em que as operações agrícolas envolvem aspectos econômicos - como produção de renda e diminuição de custos - também envolvem aspectos não econômicos - como o relacionamento entre o homem e a natureza, o estilo de vida da sociedade, fertilidade, saúde, harmonia e permanência (SCHUMACHER, 1973).

A Revolução Verde introduziu um pacote tecnológico cuja introdução foi baseada em um sistema internacional de centros de pesquisa, que à época perseguiam objetivos de elevação da produtividade em um modelo de plataformas tecnológicas que poderiam adaptar-se a diferentes ambientes. Isto significa uma lógica muito diferente da que orienta as pesquisas hoje em dia, que buscam e incorporam as especificidades agroecológicas (UNITED NATIONS, 2011). É inegável que a Revolução Verde tenha

resultado em progresso ao proporcionar níveis de produtividade muito superiores aos então vigentes; ainda assim, é também inegável que aumentou o gap tecnológico entre os produtores e regiões que tiveram condições de adotá-la —ainda que parcialmente— e aqueles e aquelas que não tiveram. Com a abertura de muitos mercados agropecuários, as desigualdades se intensificaram na medida em que regiões e produtores com níveis de produtividade muito diferenciados foram colocados em concorrência. Ao mesmo tempo, negligenciaram-se culturas e sistemas de produção complexos e diversificados, com menor exigência em insumos químicos e mais exigentes em trabalho (MAZOYER; ROUDARD, 1997).

Segundo França Filho e Laville (2004), o fato de o progresso técnico ter ocupado o lugar do trabalho não fez com que este perdesse sua importância para a vida social. Mesmo com o crescimento ilimitado das necessidades, a automatização tendeu a reduzir mais do que proporcionalmente os empregos. A divisão de trabalho moderna, que resultou da organização do sistema econômico, comprometeu a personalidade do trabalho. A exigência por homogeneidade, resultante da massificação da oferta de bens e serviços, negou a espontaneidade e a singularidade, resultando em uma liberdade pessoal paradoxal.

Ao mesmo tempo, de acordo com Sen (2000), o processo de globalização atuou acelerando a massificação da cultura e tradição. Apesar do custo de preservação da cultura e das tradições, deixá-los extinguir-se seria de grande prejuízo para o emprego e para o modo de vida. Para esse autor, os empregos são agentes das trocas e do crescimento econômico que evitam transtornos para a vida econômica e social.

Segundo Schumacher (1973), a adoção de máquinas como substitutas do trabalho humano não ampliou o tempo de lazer e o problema do desemprego persistiu. Os resultados foram no sentido de reduzir o tempo dedicado ao trabalho habilidoso e produtivo e, conseqüentemente, de eliminar a satisfação relacionada a ele. Dessa forma, o sistema econômico tirou o significado do trabalho e forjou uma escala de valores na qual predominam os bens sobre as pessoas, o consumo sobre a criação e os produtos do trabalho sobre o produtor. Ao condicionar o trabalho humano ao trabalho da máquina, o sistema enfatizou o subumano em detrimento do humano e privou a existência de sentido.

Em contraposição a essas tendências centrais do capitalismo, a produção em pequena escala possibilita maior busca pela qualidade resultante de um contato mais íntimo entre produtor e produção, um espaço em que se possa exercer a criatividade no trabalho e um poder de destruição mais compatível com o poder de regeneração da natureza. A democratização da produção, com máquinas e métodos mais acessíveis, pode ampliar a possibilidade de satisfação das necessidades gerais, integrando mais pessoas ao sistema produtivo (SCHUMACHER, 1973).

Kautsky (1986), na segunda metade do século XIX, já identificava tanto a supremacia da produção em larga escala, como a possibilidade de convivência entre a grande escala e a pequena agricultura. Destacava, em argumento que continua em grande medida válido, que a agricultura de pequena escala tem vantagem para a realização das tarefas que exigem maior cuidado e que o pequeno lavrador consegue ser competitivo justamente em culturas complicadas e valiosas, que são exigentes em cuidados especiais. É o que os modernos economistas institucionais chamam de custo de gestão da força de trabalho. Portanto, mesmo pela lógica do mercado, é possível derivar a coexistência de pequenos produtores com produtores grandes, de pequenas e grandes unidades de produção: enquanto a agricultura mais intensiva em mão de obra e cuidados seria praticada pelos pequenos agricultores com vantagens em relação aos grandes, estes últimos se especializariam na produção em segmentos onde a vantagem de escala e da padronização se impõe em relação às necessidades de cuidado.

Em tese, a prática da agricultura deveria ter como objetivo manter o homem integrado à natureza viva, proporcionando alimentos e outros materiais para sua vida. Entretanto, a estrutura produzida pela industrialização da agricultura, com mecanização em larga escala e uso intensivo de produtos químicos, afastou o homem da natureza viva. A tecnologia, apesar de produto humano, desenvolve-se sob uma lógica que favorece a concentração de poder e que contraria o papel autorregulador da natureza, atuando como um corpo estranho, com sinais de rejeição mútua. O crescimento econômico, ao tratar a natureza como fornecedora de matéria-prima, substituível pela ação humana, cria a ilusão de ausência de limites. Assim, a metodologia econômica é incapaz de calcular o benefício ou prejuízo global de uma certa atividade para a sociedade, já que é impossível atribuir

valor de mercado a muitos elementos; assim, a viabilidade das atividades agroindustriais tem sido baseada na atribuição arbitrária de valores (SCHUMACHER, 1973).

### **2.2.3. Reciprocidade**

O mecanismo de mercado do sistema econômico pressupõe um comportamento humano meramente autointeressado, mas isso não pode ser generalizado, já que certo grau de altruísmo também é observado. Apesar de os valores éticos variarem entre os indivíduos, os seres sociais têm a capacidade de pensar em outros seres, ou seja, naturalmente existe um espaço na mente humana para a justiça e a equidade. O capitalismo tem seu bom funcionamento garantido com base nesses valores éticos e na solidez das instituições formais ou informais estabelecidas, ou seja, atividades desvinculadas da maximização de lucro e do autointeresse têm papel central no capitalismo (SEN, 1999).

Em sociedades mais primitivas, a reciprocidade era regra, já que a sobrevivência dependia da convergência entre autointeresse e ação coletiva. Após o estabelecimento das comunidades, a reciprocidade tornou-se necessária para favorecer a proteção e benefícios mútuos. Dessa forma, os modelos de racionalidade completa não condizem com a condição humana, já que pressuporiam a generalização de um comportamento racional e previsível. Pelo contrário, o comportamento humano é dinâmico, os seres humanos, como aprendizes falíveis, estão sempre buscando fazer o seu melhor, dados os limites que os restringem, mas estão sempre aprendendo e aprimorando suas normas de modo a melhorar seus resultados de acordo com aquilo que valorizam. A reciprocidade depende do aprendizado e da convivência com outros que também tenham esses valores (OSTROM, 1998).

Segundo Polanyi (2000), a economia do homem é predominantemente dirigida por motivações não econômicas que salvaguardam sua situação social e não seus bens materiais. Reciprocidade e redistribuição garantem a ordem da produção e distribuição e dizem respeito, respectivamente, a relações de parentesco e a relações com a comunidade através de uma liderança comum. A distinção entre os princípios do uso (domesticidade) e

do ganho (mercado) define as características da sociedade. A domesticidade visa à autossuficiência doméstica e torna a produção para o lucro acessória.

O trabalho que leva em conta o capital humano e se compatibiliza com o capital natural, além da sua função de produção, reintegra o ser humano ao processo produtivo e ambos à natureza, realçando suas habilidades e criatividade, alimentando as faculdades superiores e incitando ao aprimoramento pessoal (SCHUMACHER, 1973).

O desenvolvimento de capital humano aumenta a capacidade de produção e, melhorando as capacidades humanas, amplia as qualidades que podem ser usadas como capital na produção, com reflexos sobre a autonomia e capacidade de influenciar o mundo dos membros de uma sociedade (SEN, 2000).

De acordo com França Filho e Laville (2004), a existência de uma sociedade não é determinada por contratos; os homens relacionam-se devido a uma dimensão fraterna natural que tem mais a ver com o sentimento de pertencimento do que com o utilitarismo. A coexistência do setor tradicional nesse sistema prova que sua existência não se restringe às relações monetárias nele encerradas. Esse setor corresponde à subsistência da pequena unidade familiar, na qual lar e empresa se confundem e nele, maior do que a busca por lucro máximo, é a preocupação em favorecer os membros do grupo.

De acordo com Singer (2007), cooperação e reciprocidade criam resistência à centralização do capital e promovem um sistema de trocas monetárias, no qual a moeda atua como instituição social, sendo, assim, menos dependente da política monetária.

Segundo Silva (2006), a valorização da dimensão interior humana resulta em um estilo de vida baseado em princípios relacionados à cooperação, igualdade, participação e solidariedade, que vincula o bem-estar individual ao coletivo e que considera a dimensão universal das ações. A cooperação é um processo frágil, que depende da interdependência de éticas individuais. Por isso, iniciativas cooperativas ganham efetividade quando permanecem nos limites da ingerência e atenção dos seus participantes. Dessa forma, um sistema econômico mais sustentável deve buscar oferecer o suficiente para a prosperidade geral, com equilíbrio entre a generosidade da natureza e o poder de concretização humano.

A sociedade de mercado é moldada por desejos e vontades humanas e baseia-se na ilusão de que não existe nada que não se origine da vontade ou que não possa ser

removido por ela. Para que essa característica da sociedade de mercado possa ser contornada, é imprescindível que as liberdades pessoais para seguir a própria consciência e o direito à não conformidade sejam universalizados e salvaguardados institucionalmente. Uma sociedade construída sobre outros fundamentos que não os sociais não pode ser livre, o que implica na compreensão do verdadeiro significado de liberdade em uma sociedade complexa. As instituições são a materialização do significado e do propósito humanos e, dentro dos propósitos de criação de lucro e bem-estar típicos da economia de mercado, é impossível institucionalizarem-se paz e liberdade (POLANYI, 2000).

Segundo Sen (1999), compatibilizar os mecanismos de mercado com o vasto conjunto de valores não econômicos institucionalizados é o caminho para lidar melhor com as desigualdades. Para Sen (2000) a privação de um tipo de liberdade leva à privação de outros tipos; por isto ele considera o desenvolvimento como um processo integrado de expansão de liberdades significativas interdependentes. Dessa forma, a liberdade de participação no mercado é fundamental para a vida social e para o crescimento com desenvolvimento. Mas, embora a privação de renda tenha forte correlação com a privação de capacidades, a acumulação de riquezas não é, em si, o bem almejado; sua utilidade na abordagem das liberdades refere-se à qualidade de vida. Assim, o desenvolvimento pressupõe a remoção das privações, vinculando-se ao crescimento e acúmulo de capital físico e humano, mas visando objetivos além da mera acumulação. Da mesma forma, o alvo das políticas de combate à pobreza não é a redução da pobreza em si, mas a redução das privações de modo a possibilitar a expansão das capacidades em busca de maior autonomia na geração de renda e enriquecimento da vida humana em todos os aspectos.

Segundo Sen (2000), a nobreza autêntica de conduta só pode ser alcançada em liberdade, por isso a expansão da liberdade é considerada como principal fim e meio do desenvolvimento. O desenvolvimento de valores sociais e do senso de responsabilidade reduz a necessidade impositiva do Estado. Quando se permite que a empatia faça parte das “escolhas racionais” o autointeresse é exercido sem sacrifício de um bem-estar mais amplo. Humanidade, generosidade e espírito cooperativo são importantes multiplicadores da qualidade.

De acordo com Smith (1999), criar um ambiente propício à institucionalização de sabedoria e virtude orienta as ações humanas à promoção do bem-estar, uma vez que razão e entendimento superiores ampliam o discernimento sobre os impactos das atitudes humanas na felicidade geral. Amizade, generosidade e caridade levam a atitudes voluntárias que não podem ser extorquidas pela força.

### **2.3. Referencial Teórico: Nova Economia Institucional e o Comércio Justo e Solidário.**

O Comércio Justo e Solidário pode ser tratado desde vários ângulos e pontos de vista, com apoio e por intermédio de vários corpos teóricos. No caso desta tese, cujo foco principal é a estruturação de redes de Comércio Justo e Solidário, a literatura disponível (SAES, 2009; SOUZA, 2006; PASCUCCI, 2010; SATO, 2009), confirmou-se que os temas aqui tratados podem ser convenientemente abordados por intermédio dos aportes da Nova Economia Institucional, em particular porque permitem melhor analisar os incentivos e desincentivos dos agentes inseridos em diferentes contextos organizacionais, as especificidades associadas às governanças em arranjos mistos, que envolvem e dependem do mercado — e em parte de suas regras — e ao mesmo tempo exigem e se baseiam em outro conjunto de regras que de certa forma contrapõem-se às próprias regras do mercado. Além disso, o Comércio Justo e Solidário está baseado em um conjunto de informações extra mercado que eleva o problema da informação imperfeita e da assimetria de informações entre consumidores e produtores, cujas “soluções” —a certificação é uma delas, mas não é a única— também impõe exigências que podem, no limite, funcionar como barreiras à entrada no sistema de Comércio Justo e Solidário para um grande número de produtores que atendem vários dos requisitos estruturais.

O capítulo não pretende fazer um levantamento exaustivo das teorias que de forma direta e indireta foram utilizadas para compreender a organização, limites e alcance do comércio justo, e que são diretamente utilizados na exposição da análise aqui apresentada. Trata-se apenas de uma indicação sintética, que tem mais o objetivo de situar a análise que virá adiante do que desenvolver uma concepção teórica própria a partir dos

autores aos quais se recorreu. O capítulo está estruturado em seis seções: economia dos custos de transação; instituições; capital social; comportamento dos atores; políticas públicas e redes.

### **2.3.1. Economia dos Custos de Transação**

Uma das principais referências da Nova Economia Institucional é o economista Oliver Williamson, discípulo de Herbert Simon e Ronald Coase, outros dois “fundadores” de NEI. De acordo com Williamson (1975), a Nova Economia Institucional trata de empresas, mercados e relações contratuais. Nessa abordagem, desvendar e compreender os custos de transação e seus papéis na organização da produção e nas estruturas de governança que emergem no mundo real é um dos objetivos principais da chamada economia de custos de transação, uma das principais vertentes da Nova Economia Institucional. Nesta abordagem, os problemas de organização econômica são vistos como problemas de contrato que envolvem mecanismos de regulação criados para facilitar —mas que também podem complicar— a coordenação entre os componentes dos sistemas produtivos. Teoricamente a regulação e formas de governança respondem à racionalidade de reduzir e ou minimizar os custos de transação, mas como se tratam de construções sociais que envolvem múltiplos fatores e atores, e que podem assumir certa rigidez, não se pode garantir que o resultado final seja de fato a redução do custo de transação. Apóia-se em pressupostos de comportamento humano meramente auto-interessado (oportunismo) e da impossibilidade de se prever todas as possibilidades resultantes das transações, implicando em incompletude de contratos (racionalidade limitada).

A racionalidade limitada, explorada por Simon (1957) estabelece que os agentes tomam decisões em um contexto de restrições informacionais e cognitivas que limita a racionalidade. Isto significa que os atores buscam a maximização de lucro e do bem-estar dentro dos limites de cognição que enfrentam e no qual atuam (SAES, 2009). De acordo com Fligstein (2008), a concepção do valor do acionista pressupõe que a maximização do valor das ações seja o objetivo vital da administração de empresas. No

entanto, sabe-se que nem sempre é assim, uma vez que a empresa pode buscar outros objetivos que implicam sacrificar o objetivo de maximização do valor das ações. Os contratos atuam salvaguardando a confiança no sistema, que visam minimizar o comportamento oportunista (WILLIAMSON, 1975). De acordo com Granovetter (2009), criam-se mecanismos que evitam o oportunismo por torná-lo muito custoso, mas que não criam, necessariamente, confiança.

Estruturas de governança são definidas como mecanismos que regulam as transações (WILLIAMSON, 1975). Segundo Saes (2009), o desempenho das firmas é proporcional aos custos de governança. Além dos custos de transação ex-ante, que referem-se às questões contratuais, os efeitos da racionalidade limitada sobre a incompletude dos contratos gera custos de transação ex-post, relacionados ao monitoramento e às sanções.

De acordo com Azevedo (2000), minimizar os custos de governança significa adequar as estruturas à disponibilidade de informações relevantes para a transação. Entretanto, existem produtos cujos atributos não podem ser verificados com segurança nem mesmo após o consumo e, por isso são dificilmente garantidos por contratos, são os chamados “bens de crença”. Quanto maior a dificuldade de mensuração dos atributos, maior a complexidade exigida das instituições para minimizar a incerteza, o que deve gerar custos de transação. Os “bens de crença” caracterizam-se, segundo Andersen e Philipsen (1998), como bens ou serviços cuja qualidade só pode ser detectada com altos custos de transação ex-ante e/ou ex-post.

Por outro lado, as estruturas de governança permitem que se explore atributos que não eram explorados. Nesses casos, a reputação é um fator de extrema importância no caso de “bens de crença” (SAES, 2009).

Nesse contexto, o processo de certificação oferece garantias que, se por um lado, inserem-se com nova fonte de custos, por outro lado, contituem-se elementos de garantia dos atributos pouco visíveis e constatáveis dos produtos, reduzindo custos de transação e viabilizando o funcionamento de nichos específicos. Ou seja, em alguns casos, a criação do custo de transação é essencial para a própria transação, e neste sentido se pode dizer que reduz os custos quando comparados às perdas de bem-estar que resultariam da situação hipotética do mercado nem mesmo funcionar caso não fosse possível montar

aquele tipo de arranjo. De acordo com Ponte (2002), a função estratégica da certificação é de criar coordenação do valor nas cadeias produtivas, entretanto também atua buscando resolver problemas de assimetria de informação mas, dessa forma acaba criando assimetrias de acesso, de caráter discriminatório, que pode resultar na exclusão de atores menos preparados.

Segundo Azevedo (2000), a Nova Economia Institucional dá pouca atenção à distribuição dos ganhos, não deixando claro o grau de compartilhamento da quase-renda<sup>1</sup> gerada com a economia dos custos de transação. Saes (2009) ressalta que a distribuição dos ganhos é uma das principais causas de disputa que, dada a racionalidade limitada, é impossível prevê-la ex-ante. De acordo, com Fligstein (2008), as práticas administrativas que visam a maximização do lucro dos acionistas tendem a concentrar os lucros entre os donos de capital ignorando, dessa forma, aspectos distributivos, indispensáveis ao desenvolvimento econômico. No entanto, sabe-se que nem sempre é assim, uma vez que a empresa pode buscar outros objetivos que implicam sacrificar o objetivo de maximização do valor das ações, de acordo com White (1992), a ação humana atua no sentido de buscar nichos nos quais possa sustentar identidades em busca de controle. De acordo com Bowles (2004), a economia dos custos de transação falha ao pressupor resultados ótimos mesmo pressupondo contratos incompletos. A elaboração de contratos é influenciada pelas assimetrias de poder que, por sua vez, tem forte relação com a riqueza relativa, considerada fonte de restrições no acesso a bens e serviços. Desse modo, a renda representa mais do que poder aquisitivo, uma vez que, em quantia suficiente, permite o desenvolvimento de projetos, acesso a crédito e possibilita contratar trabalho.

### **2.3.2. Instituições**

Todas as transações se dão no marco de instituições estabelecidas formal e ou informalmente, e estas instituições são importantes e até mesmo determinantes porque afetam as decisões e resultados da interação humana, na economia e vida social. Olhada

---

<sup>1</sup> Quase-renda é a diferença entre o valor gerado na atividade em questão e o seu melhor uso alternativo (SAES, 2009).

genérica e intuitivamente não é difícil compreender e até exemplificar o que são instituições. No entanto, a transformação da visão genérica em categoria analítica exige maior precisão e tem sido objeto de controvérsias e absorvido energia de muitos autores importantes. Em parte a controvérsia é motivada pelo ângulo de visão dos autores, pela formação e corpo teórico de base: juristas naturalmente privilegiam as conformações jurídicas e legais, antropólogos tendem a enfatizar o papel das normas não escritas, dos costumes e práticas sociais constitutivas da convivência, os economistas tendem a olhar os aspectos econômicos e assim por diante.

Segundo Aoki (2007), as instituições correspondem às compreensões compartilhadas (common knowledge) em equilíbrio e são formadas pela interação entre componentes exógenos e endógenos à arena de ação. Sen (1999) define instituições como sendo compreensões compartilhadas, com ajustes interpessoais que têm por base comportamentos comuns, confiança mútua e segurança com relação à ética.

As instituições derivam da história cultural e evoluem de acordo com a seleção natural como feedback do domínio operacional para o domínio da elaboração das regras. Sendo assim, as instituições apresentam certa inércia e rigidez. Novas estratégias adotadas pelos indivíduos resultam em mudanças nas dinâmicas entre os domínios e essas mudanças se espalham devido aos efeitos cumulativos (AOKI, 2007). Tratar as regras como elementos exógenos mina a criatividade e habilidade dos indivíduos em transformar as instituições (FLIGSTEIN, 2009).

Para North (2003), a mudança institucional é um processo circular no qual as percepções iniciais acerca da realidade contribuem para determinar o comportamento inicial como parte de uma matriz institucional. Conforme essas percepções se alteram ou incrementam, mudanças graduais na matriz institucional vão sendo processadas, limitadas pela interdependência entre as instituições existentes. Esse processo dinâmico de mudança institucional resultante das modificações nas percepções criam uma dinâmica na realidade percebida e no sistema de crenças.

Segundo Ostrom (1998; 2005), Aoki (2007) e Sen (1999), a institucionalização de um sistema de regras depende do estabelecimento de um acordo de aceitação sobre seu cumprimento. Dada a interdependência entre atores e relações sociais, é difícil que esse

sistema se consolide apropriadamente em poucas tentativas; pelo contrário, é necessário que sua criação seja dinâmica e flexível, de modo a proporcionar uma crescente adaptação, visando assegurar os resultados.

Segundo Ostrom (2005), uma vez que a cultura e as instituições moldam o comportamento dos indivíduos, afetam as expectativas sobre condutas previsíveis dentro dos padrões estabelecidos. Entretanto, a simplicidade da linguagem em relação aos fenômenos dificulta a enunciação das regras em si e, também, o comportamento que elas pressupõem, já que muitos dos valores embutidos nas convenções sociais são implícitos e pouco traduzíveis.

As regras correspondem a um conjunto de instruções que se combinam, com vistas a estruturar uma determinada situação de ação em um ambiente específico, ou seja, são elaboradas para solucionar dilemas específicos e seu cumprimento é garantido por sanções (OSTROM, 1998; 2005). Se por um lado, podem incentivar a reciprocidade a reforçar compromissos, por outro lado, podem incentivar o autoritarismo e alimentar a desigualdade (OSTROM, 1998).

A criação de um conjunto de regras que estejam de acordo com os usuários, associada às sanções graduais que definem direitos, deveres e a relação custo/benefício da ação coletiva, pode ser efetiva em gerar e monitorar a ação coletiva. Os compromissos estabelecidos dentro da ação e a motivação para monitorar reforçam-se mutuamente. Com o tempo e o sucesso do desenho da instituição, amplia-se a aderência às normas compartilhadas e o nível de cooperação (OSTROM, 2000).

Os padrões sociais estabelecidos e arraigados na sociedade interferem na conduta de seus membros, sendo de difícil distinção em relação ao que seria uma conduta conscientemente adotada (OSTROM, 1998). A elaboração de regras, ao mesmo tempo em que pode ser um processo dinâmico de adaptação, também pode formar um hábito social, quando as regras são seguidas por costume, mas sem consciência e, às vezes, sem sentido (OSTROM, 2005).

As regras impostas e cumpridas inconscientemente, apenas para evitar as sanções, quando estas são relaxadas, tendem a perder o sentido se não estiverem conscientemente interiorizadas a ponto de se tornarem normas de comportamento. As

normas, por sua vez, sendo criadas de modo individual, levam em consideração os valores subjetivos pessoais e as regras como limites. As normas podem ser aprendidas e obedecem a um processo dinâmico de adaptação e consolidação de resultados. As normas de comportamento invariavelmente carregam regras e outras instituições formais e informais estabelecidas na sociedade. A elaboração de regras que visam o cumprimento de normas é limitada, já que sua formalização implica em traduzir questões subjetivas em objetivas (OSTROM, 2000).

As normas sociais, em ambientes que favoreçam a comunicação, tendem a encorajar o comportamento cooperativo de modo tão eficiente quanto um sistema de regras, monitoramento e sanção. Situações com muitas regras e monitoramento eficiente favorecem o cumprimento das regras, sem a necessidade de normas sociais. Nesses casos, o autoritarismo das regras tende a dificultar a auto-organização. O excesso de regras e a falta de monitoramento, ao mesmo tempo em que desencoraja a formação de normas sociais, encoraja o comportamento oportunista. Poucas regras externas e pouco monitoramento criam condições propícias para que as normas atuem de modo adequado, de forma a incentivar a cooperação para sua evolução (OSTROM, 2000).

### **2.3.3. Capital Social**

O desenvolvimento depende da interação e complementaridade de todas as formas de capital - físico, natural, humano e social. O capital físico é criação humana com vistas a produzir renda, mas pode operar na geração de conhecimento quando associado a capital humano que, por sua vez, compreende as habilidades particulares dos indivíduos, obtidas com educação, treinamento e/ou experiência. Quando o capital físico é utilizado por mais de uma pessoa, cria-se, necessariamente, capital social (OSTROM, 1999).

Ostrom (1999) define capital social como conhecimento, entendimentos, normas, regras e expectativas, compartilhados através da interação entre indivíduos, que reduzem insumos e aumentam a produtividade em produções conjuntas. Para Coleman (1988), o capital social é um tipo particular de recurso, inerente à estrutura social, que facilita as ações entre os atores envolvidos e permite que seus interesses sejam atingidos.

Os atores, ao mesmo tempo em que reconhecem o valor da estrutura social para geração de recursos, a valorizam desde que atenda os seus próprios interesses: o contexto social molda, impõe restrições e direciona a ação, que é movida pela racionalidade dos interesses próprios.

Segundo Coleman (1988), enquanto o capital humano é criado pelo aprimoramento nas habilidades e capacidades individuais, o capital social é criado pelo aprimoramento nas relações entre indivíduos. O capital social compreende fatores cognitivos e estruturais. Os fatores cognitivos - normas e valores compartilhados - resultam nos fatores estruturais - obrigações, expectativas e confiabilidade nas estruturas (instituições) – que são os que facilitam os processos de tomada de decisão e ação coletiva. O capital social é produtivo, pois permite alcançar certos fins que na sua ausência não seriam alcançados. O conceito de *embeddedness* pressupõe uma estrutura com história e continuidade, que proporciona resultado independente do funcionamento do sistema econômico.

São características do capital social: ser formado ao longo do tempo e ser apoiado em entendimento comum, sendo este último dificilmente expresso adequadamente por meio de linguagem. O entendimento comum pode perder-se facilmente, quando grande parte dos participantes muda rapidamente e os novos não são adequadamente orientados. O capital social pode perder-se com o desuso e não com o uso, se consegue manter reciprocidade e confiança. O capital social é de difícil mensuração, podendo ser observado, com esforço, no comportamento das organizações. É dificilmente construído com intervenção externa, pois pressupõe conhecimento das especificidades locais. Muitas vezes é formado em organizações de dimensões limitadas de indivíduos relacionando-se reciprocamente, ao invés de servindo a um grupo maior (OSTROM, 1999).

Apenas viabilizar a maior participação de atores em determinada estrutura organizacional não cria nem sustenta, necessariamente, capital social. É necessário que haja mudanças institucionais substantivas, baseadas no conhecimento e nos interesses dos múltiplos atores envolvidos e em interação, que resultem em maiores empoderamento e responsabilidade dos atores, mudanças que requerem tempo e disponibilidade (OSTROM, 1999).

Assim, de acordo com Coleman (1988) e Ostrom (1999), uma vez que a produtividade do capital social depende da credibilidade dos acordos estabelecidos, pressupõe reciprocidade e assim, sua formação, se apoiada meramente em interesses individuais, tende ao colapso. As normas atuam direcionando a ação em prol da coletividade, sendo uma forma poderosa de capital social. Segundo Ostrom (1999), a norma de reciprocidade visa garantir maior credibilidade para o estabelecimento de relações recíprocas de longo prazo. Mesmo quando criadas inconscientemente, reciprocidade e confiança podem resultar em maiores retornos futuros.

#### **2.3.4. Redes Sociais**

As redes sociais são conjuntos de atores e suas relações e fluxos. Os atores podem ser indivíduos ou organizações de indivíduos. Nas redes, a importância de cada ator se dá pelas relações que ele apresenta e não por seus atributos individuais (HANNEMAN; RIDDLE, 2005). A análise de redes pressupõe efeitos das relações sociais sobre o comportamento individual e coletivo. O conteúdo das relações sociais é determinado pela estrutura dessas relações (MIZRUCHI, 2009).

O comportamento humano está imerso em redes de relações pessoais e visa - além das metas econômicas - metas sociais, aprovação, status e poder. Dessa forma, pequenas empresas persistem no mercado devido às redes de relações sociais que se sobrepõem às relações comerciais (GRANOVETTER, 2009). De acordo com Powell e Smith-Doerr (1994), as organizações são complexos de autoridade, amizade e lealdade. Enquanto comportamentos sociais e culturais moldam ações coletivas e organizações, as redes estabelecem limites socioeconômicos entre indivíduos e organizações.

As redes são mais que a soma de suas partes, a estrutura resultante é, em si, significativa. Na formação das tríades, por exemplo, o encontro de uma pessoa com uma dupla, além de afetar a relação da dupla, ainda cria uma nova estrutura de interação significativa em si que corresponde a mais do que a soma entre as partes (MIZRUCHI, 2009). Segundo Castells (2000), as relações estabelecidas nas redes não obedecem estruturas lineares, assim como a maioria dos fenômenos sociais. De acordo com Ardoino

(2007), o conjunto resultante das interações, opondo-se à concepção linear e passível de decomposição, muda a representação do real.

Ao mesmo tempo que se apresentam como tendência na emergência de uma nova sociedade, as redes sociais são formas muito antigas de organização social. As principais vantagens das redes referem-se à flexibilidade, cujos limites encontram-se no tamanho da rede. Gradualmente, apresentam tendências de eliminar a centralização e as relações hierárquicas: as redes atuam na estrutura social rearranjando as relações humanas de produção/ consumo e poder (CASTELLS, 2000).

Segundo Powell e Smith-Doerr (1994), as redes apresentam certo isomorfismo em suas estruturas e estratégias. Mais do que uma busca por eficiência econômica, o comportamento organizacional é uma busca por legitimidade o que, de uma certa forma, incita o isomorfismo que acaba por reforçar alguns “dogmas” das organizações. Dessa forma, a análise de redes sociais é compatível e complementar à análise institucional (MIZRUCHI, 2009). As redes podem ser vistas como estruturas de governança que aglutinam atores em uma estrutura complexa e coerente (SMELSER; SWEDBERG, 1994).

A abordagem de redes permite uma análise qualitativa que demonstra a interconectividade socioeconômica entre indivíduos e organização.

Um dos precursores em estudar organizações em rede foi Baran (1964) que, visando conter estragos de um possível ataque nuclear, elaborou um esquema de rede de comunicações que respondiam rapidamente a mudanças e que, posteriormente, contribuiu com a criação da internet. Através de simulações constatou que a efetividade no controle dessas redes não dependiam de um controle central. Enquanto as redes centralizadas concentram todo o controle em um ator central e as redes descentralizadas distribuem o controle entre vários atores centrais, as redes distribuídas não tem atores centrais, nelas o controle é distribuído uniformemente entre todos os atores. Para esse autor, as redes distribuídas são as menos vulneráveis.

O esquema de redes distribuídas se aproxima de uma situação de interdependência recíproca, descrita por Saes (2009). Os direitos de decisão apresentam distribuição uniforme implicando em complexidade de administração, mas também em

distribuição de renda mais equilibrada na cadeia. É a estrutura típica da ação coletiva e seu sucesso depende de consenso e divisão de responsabilidades.

Para “bens de crença”, em particular, como é o caso dos produtos do Comércio Justo e Solidário e orgânicos, Pascucci (2010) relata a organização de redes de integração entre produtores e consumidores. Nessas redes, os consumidores oferecem tempo (participação), informações, conhecimento, recursos financeiros e são recompensados com o acesso aos “bens de crença” e com a redução nos custos de monitoramento. Os produtores, por sua vez, tem seu poder de decisão reduzido, mas também as incertezas, seus custos de produção e transação. Considerando que a participação desses indivíduos na rede não se dá de forma neutra, ou seja, sem envolvimento, ambos experimentam a transição de uma relação meramente utilitarista para uma relação hedônica. De acordo com esse autor, o desenvolvimento de redes sociais, aumentando a interconectividade entre atores, é uma oportunidade interessante no que se refere à transação de “bens de crença”.

Embora as redes adquiram uma dinâmica própria que depende mais do seu desenho e respectivos resultados sobre a interação entre indivíduos, as características individuais e os recursos que os indivíduos carregam para a organização também são determinantes do seu funcionamento. (POWELL; SMITH-DOERR, 1994).

### **2.3.5. Comportamento dos atores: reciprocidade, reputação e confiança**

As estruturas de análise institucional implicam a conceitualização da ação e a identificação dos atores relevantes. Cada ação engloba um conjunto de atores - ocupando posições específicas e com diferentes níveis de controle sobre as próprias escolhas - um conjunto de informações disponíveis sobre a estrutura da ação, um conjunto de ações possíveis relacionadas aos resultados, custos e benefícios. Cada ator, ao se inserir em determinada ação, traz para ela seus próprios recursos, valores, modos de agir e motivações (OSTROM, 2011).

As ações coletivas ocorrem dentro de esferas maiores de ações e envolvem atores engajados em outras ações, de modo que a interdependência entre ações e atores sociais confere um ambiente de incertezas e de pouco controle sobre todas as variáveis que

podem interferir em seus resultados. Mesmo indivíduos independentes e isolados estão sujeitos à interdependência e aos componentes universais que moldam as normas de comportamento (OSTROM, 2005). Dessa forma, a sobrevivência e o sucesso de sistemas baseados em conhecimento local e na auto-organização, por um lado, dependem de senso de comunidade, relações pessoais, entendimentos comuns, valorização das especificidades locais e dos compromissos e acordos, mas dependem, principalmente, da crença de que os benefícios de longo prazo serão maiores que os custos (OSTROM, 1988).

Muitos dilemas sociais são criados quando muitos indivíduos procuram favorecer os interesses próprios, sem que percebam a verdadeira dimensão de sua interdependência. Esses dilemas ganham força conforme se amplia a complexidade das relações em uma arena global (OSTROM, 1998).

O ator típico considerado nas análises institucionais é aquele que age em busca do autointeresse e participa da ação quando os benefícios são maiores que os custos. O autointeresse associado à informação imperfeita leva, muitas vezes, ao oportunismo. As normas e regras visam minimizar as incertezas decorrentes do oportunismo intrínseco ao comportamento humano. Entretanto, a reciprocidade das relações e seus impactos sobre a capacidade de honrar compromissos e reduzir incertezas também pode ser vista, do ponto de vista meramente racional, como fonte de benefícios, muitas vezes superiores ao oportunismo (OSTROM, 2011). De acordo com Lèvesque (2009), o cálculo do auto interesse vem acompanhado de motivações provenientes da moral, da reputação, da emoção, da confiança e das relações sociais.

Segundo Fligstein (2009), a habilidade social de atrair a participação na ação coletiva e induzir a cooperação é crucial para a construção e reprodução de ordens sociais. Atores com maior habilidade social, interessados em ajudar grupos a perceber seus interesses e identidades, dão origem às instituições. De acordo com Saes (2009), a ação coletiva é viabilizada pela escala que depende da habilidade social para incentivar a organização. Para Ostrom (1998) a ação coletiva inicia-se quando algum indivíduo ou grupo de indivíduos de reputação confiável é capaz de tomar a iniciativa antes que se estabeleça a reciprocidade, já que a maioria só entra e permanece na ação enquanto

consegue enxergar a possibilidade de retornos (OSTROM, 1998). Essa iniciativa depende de suas expectativas em relação à reciprocidade dos demais.

Dessa forma, a reciprocidade apresenta estreita relação com a reputação para manter acordos em ações. Os indivíduos de reputação confiável, que confiam em outros indivíduos de reputação confiável, podem gerar mudanças sociais produtivas e conseguir soluções para dilemas sociais. Assim, quanto mais completa a informação sobre os atores, maior o favorecimento dos mais confiáveis em detrimento dos mais egoístas e vice-versa (OSTROM, 2000). Dessa forma, segundo Williamson (1975), a reputação corresponde a um ativo importante que não pode ser negligenciado.

Ostrom (2000) ordena os indivíduos em três categorias de comportamento:

Egoísta Racional: nunca coopera, nem quando recompensado.

Cooperador Condicional: é a maioria, coopera quando tem garantias de reciprocidade e, nesses casos, pode atrair novos participantes, mesmo mais egoístas, se os convence dos retornos. Assim, contribui para a reprodução da estratégia. Por outro lado, quando sua confiança é traída, tende a deixar de participar em uma reação em cascata.

Inclinado a punir: apresenta fortes exigências de reciprocidade e confiança, tende a punir free riders baseados em senso de justiça. A comunicação face a face pode encorajar reciprocidade e confiança, uma vez que permite que esses indivíduos expressem o seu encorajamento ou desprezo à manutenção ou não desses valores.

Segundo Ostrom (2000), uma estrutura de rede mais robusta é possível, com a união entre cooperadores condicionais e inclinados a punir. Em geral, a inserção de indivíduos em ações coletivas diz respeito à sua predisposição para investir recursos em prol de resultados coletivos e sua participação voluntária evidencia uma concordância com as regras que delimitam essa ação (Ostrom, 2005).

A subjetividade intrínseca às normas de comportamento, seu uso pelos indivíduos, sua interação com outras variáveis e a forma como os indivíduos constroem e mantêm sua reputação afetam as expectativas e moldam a ação (OSTROM, 1998). A confiança relaciona-se às expectativas sobre o comportamento dos outros, a reciprocidade relaciona-se às normas aprendidas durante o processo de socialização e a reputação refere-

se à identidade que os indivíduos criam para projetar suas intenções e normas (OSTROM, 2000).

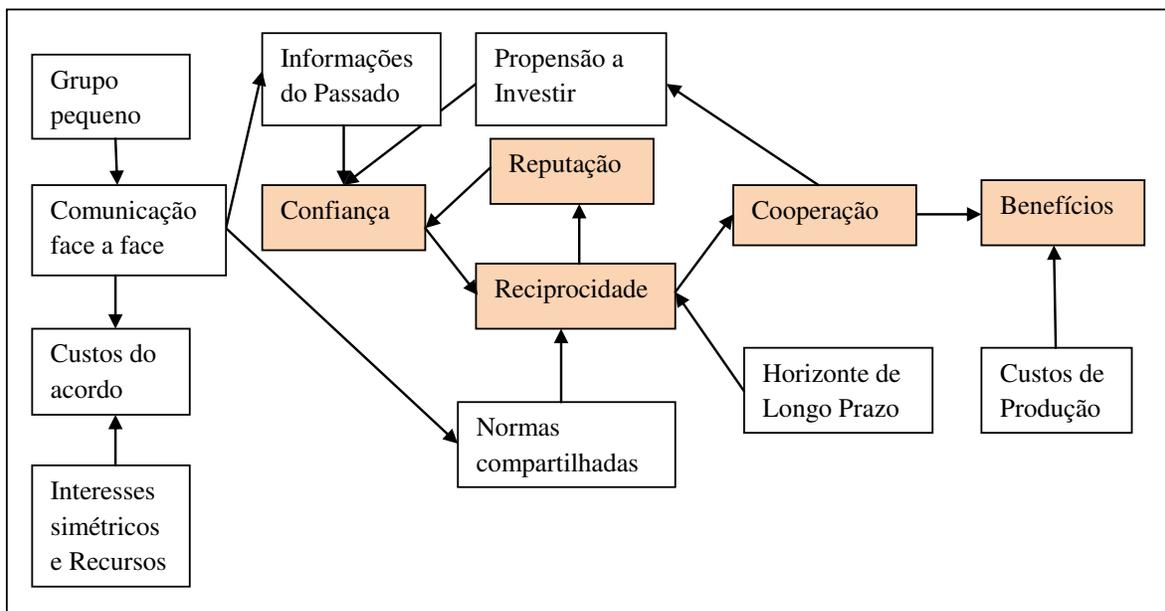


Figura 3.1 – Esquema de relação entre confiança, reputação e reciprocidade.

Fonte: OSTROM (1998).

A participação na ação cooperativa pode ser resultado da observação de benefícios dessa experiência por outros indivíduos. Dessa forma, novas instituições podem ser criadas visando facilitar a ação coletiva. Políticas que consideram a capacidade individual na elaboração das regras e cooperação tem mais chances de sucesso. Entretanto, é indispensável que as regras sejam criadas de modo que os participantes da ação as vejam como mecanismos adequados (OSTROM, 1998). A mudança institucional só ocorre, de fato, quando surgem novas percepções comuns (AOKI, 2007).

O comportamento do indivíduo é guiado por parâmetros subjetivos que se somam aos parâmetros objetivos para determinar a ação, ou seja, os indivíduos que valorizam reciprocidade, justiça e confiança adicionam um parâmetro subjetivo à sua ação, que cria uma predisposição a agir de acordo com esses valores (OSTROM, 2000).

O processo dinâmico de valoração que define o comportamento individual reflete-se em mudanças nas preferências, que se podem relacionar à internalização de aspectos morais através do aprendizado (OSTROM, 1998). A habilidade humana confere

condições para que a reciprocidade possa ser aprendida de modo a conferir retornos à ação coletiva. Faz parte da natureza humana, além do autointeresse, a capacidade de aprender, elaborar, aprimorar e seguir voluntariamente normas internas de comportamento (OSTROM, 1998). Os arranjos institucionais oferecem oportunidades de aprendizado, criando uma dinâmica que pode repetir os erros pregressos ou basear-se neles para melhorar o desempenho rapidamente (OSTROM, 2011). De acordo com Saes (2009), o aprendizado pode ser fonte de ganhos competitivos, principalmente, quando as possibilidades de ganhos de escala são reduzidas.

Segundo Ostrom (2000), o grande desafio consiste na elaboração de instituições cujo desenho favoreça a reciprocidade; sem esse suporte institucional é difícil que apenas a reciprocidade consiga resolver os problemas da ação coletiva. As vantagens da reciprocidade dependem da frequência com que indivíduos a têm entre seus valores, mas também da possibilidade de que essa frequência seja percebida por outros indivíduos. Aqueles que estão dispostos a cooperar participam de mais dilemas sociais, mas buscam semelhantes com vistas a aumentar a reciprocidade (OSTROM, 1998).

A dinâmica que resulta do aprendizado dentro da própria ação tem resultados favoráveis quando implica em mudanças no comportamento na direção da cooperação e reciprocidade. Os retornos objetivos dos atores que participam da ação são resultado do seu comportamento mais ou menos cooperativo, moldando a ação e seu processo evolucionário, que pressupõe que novos entrantes copiam aqueles que conseguem mais retornos da ação (OSTROM, 2000).

De acordo com Granovetter (2009), as relações sociais são condições necessárias para confiança, embora não sejam condições suficientes. Para Ostrom (2000), relações face a face, comunicação direta e monitoramento aumentam a confiabilidade e, conseqüentemente, a predominância de indivíduos confiáveis, mudando gradativamente a estrutura da ação. Quando a comunicação é bem sucedida, afeta a confiança e muda as expectativas sobre a reciprocidade. A comunicação traz clareza sobre as contribuições individuais e compromete a reputação. Entender como confiança, reciprocidade e reputação se retroalimentam explica como a comunicação face a face é importante .

Os indivíduos julgam os demais avaliando suas expressões faciais e os ouvindo. Promessas pessoais colocam em risco a identidade do indivíduo como mantenedor da promessa (reputação), o que aumenta a confiança e a reciprocidade. Dessa forma, os encontros repetidos, ao possibilitarem mais oportunidades de comunicação face a face, são importantes para aumentar a confiança e a reciprocidade (OSTROM, 2000). De acordo com Hanneman; Riddle (2005), a proximidade entre os atores estimula a solidariedade e a cooperação.

De acordo com Ostrom (1998), a relação entre proximidade e confiança permite o estabelecimento de acordos verbais. Dessa forma, facilitam a solução de problemas específicos que, dada a interdependência, se refletem em outras dimensões. Apesar de não ser condição suficiente, a comunicação direta, face a face, é considerada a principal variável responsável pelo sucesso da ação coletiva, com efeitos positivos consideráveis sobre a cooperação. De acordo com a autora, isso se deve a:

1. Transferência de informações sobre estratégias.
2. Compromissos mútuos.
3. Aumento da confiança e das expectativas sobre o comportamento alheio.
4. Adição de valor aos retornos subjetivos.
5. Reforço dos valores normativos.
6. Desenvolvimento de identidade.

Grupos pequenos e simétricos, com custos relativamente baixos para prover bens públicos em horizonte de longo prazo tendem à confiança e à cooperação. À medida que os retornos aumentam, o monitoramento das contribuições individuais é dificultado e a comunicação se torna menos eficaz. De acordo com evidências empíricas obtidas pela autora, perto do ponto ótimo, cada indivíduo tinha poucos recursos financeiros e boa comunicação face a face. Conforme se amplia a disponibilidade de recursos financeiros, aumenta a propensão ao oportunismo (OSTROM, 1998).

Os critérios de avaliação medem as interações e os resultados que, por sua vez, dependem do feedback dos participantes: feedbacks positivos aumentam o compromisso de manter a estrutura, feedbacks negativos provocam mudanças na estrutura ou nas variáveis.

Dada a interdependência entre as variáveis estruturais, é difícil o controle de seus impactos sobre o nível de cooperação. Dessa forma, alterações nessas variáveis tendem a gerar efeito cascata nas demais variáveis (OSTROM, 2005).

Pequenos desvios de comportamento podem não prejudicar a cooperação, facilitando o reestabelecimento da conformidade. Punições que tragam consequências para todos podem desestabilizar a ação. Determinar quem rompeu o acordo e aplicar a punição direcionada pode ser efetivo em devolver o indivíduo às normas da ação. Outro cuidado que deve ser observado refere-se à possibilidade de a punição criar separatividade entre os indivíduos que cooperam e os que não cooperam, gerando entre eles hostilidade e discriminação (OSTROM, 1998).

### **2.3.6. Políticas Públicas**

O papel das políticas é de garantir que as interações se fortaleçam e que transponham as relações de poder pré-estabelecidas para que os objetivos sejam alcançados (UNITED NATIONS, 2011).

Segundo Fligstein (2008), o Estado tem um papel importante no desenvolvimento através do provimento de bens públicos, no processo legislativo e judiciário e nas políticas em geral. Dessa forma, pode intervir investindo em educação, pesquisa e desenvolvimento, subsidiando tecnologias e elaborando políticas. A relação dinâmica entre Estado e setor privado não pode ser ignorada uma vez que sua dinâmica estabelece a direção das mudanças institucionais.

Entretanto, quando o governo assume a responsabilidade total pelas atividades humanas, absorve os esforços para a geração de capital e cria dependência. A atuação do governo deve ser no sentido de reforçar e não de substituir esforços locais, oferecendo autonomia e incentivos aos atores para que eles mesmos criem melhores condições de trabalho conjunto. A relação com funcionários do governo e técnicos deve possibilitar incentivos mútuos, desde que seja direta e que considere o conhecimento local (Ostrom, 1999).

Para Ostrom (1999), “o governo é muito pequeno para governar os bens comuns globais, mas muito grande para lidar com problemas de pequena escala.” A atuação do governo, ao invés de limitar-se ao planejamento e à construção de infraestrutura, pode ser mais efetiva se possibilitar melhores condições de associativismo, reduzindo restrições legais e provendo sistemas eficientes de solução de conflitos, de contabilidade pública, de acesso a informações e de maior interação entre os atores. A intervenção governamental que persegue metas de desenvolvimento de longo prazo, afeta a criação de capital social e só pode facilitá-la quando permite relativo espaço para a auto-organização (OSTROM, 1999).

Uma vez que, de acordo com Fligstein (2009), os resultados da habilidade social de um ator, necessária para atrair a participação de outros atores na ação coletiva, depende de sua compreensão com relação ao contexto em que a ação se insere, a auto-organização é importante para melhor compreender o momento de manter o status quo ou de buscar mudanças.

As associações podem atuar no empoderamento e criação de responsabilidades de seus membros, o que é reforçado pela possibilidade de aprendizado mútuo, troca de informações e monitoramento de seus membros. Os incentivos ao desenvolvimento de capital humano e social são mais importantes que os incentivos ao capital físico. As dificuldades para sustentar ações coletivas podem ser minimizadas com a criação de organizações locais com liderança local. Dessa forma, ampliam os benefícios de investimentos em projetos de menor porte, resultando na criação de capital físico, humano e social (OSTROM, 1999).

O Sistema de Inovações para a Agricultura Sustentável (SAIS) da Organização das Nações Unidas (UNITED NATIONS, 2011) recomenda que se estabeleçam redes de atores econômicos e não econômicos, partindo do reconhecimento de que os conhecimentos de múltiplos atores, quando compartilhados, podem resultar em aprendizados tecnológicos, organizacionais e sociais mais adequados a contextos específicos, com efeitos cumulativos significativos em relação às mudanças almejadas. Para Saes (2009), a cooperação vertical permite extrapolar valor além dos limites da firma. Quanto mais adequada a coordenação

entre atores, menores serão os custos de transação - decorrentes de adaptação às mudanças, e conflitos – e maiores serão os ganhos da ação coletiva.

Os objetivos almejados primordialmente pelo desenvolvimento da agricultura de pequena escala referem-se à redução da pobreza, à segurança alimentar e à sustentabilidade ambiental, que não podem ser garantidos se as inovações forem direcionadas apenas para a geração de lucros. Isso requer instituições que intervenham de fato e redesenhem políticas de estímulo à capacidade de inovação para a agricultura de pequeno porte. O cenário exige um pacote de mudanças drásticas: desde tecnológicas, até mudanças na estrutura social, nas instituições de mercado e no modo de vida. Isso pode acontecer seguindo uma trajetória orquestrada, induzida por políticas; seguindo uma trajetória de oportunidades, sinalizada pelo mercado ou seguindo uma trajetória endógena. Essas trajetórias se interceptam quando conhecimento e inovação são gerados. (UNITED NATIONS, 2011).

A replicação de experiências tem que levar em conta as especificidades agroecológicas e sociais, com estímulos à experimentação e aprendizados conjuntos e adaptativos. A participação de atores diversos visa aumentar as inovações, disseminar conhecimentos, aumentar a capacidade dos produtores, reforçar a confiança e reduzir os riscos. A sociedade civil e a filantropia privada nacional e internacional têm papel importante na criação e sustentação de inovações na agricultura, pois criam canais de valor que reduzem custos de transação, trazem segurança aos produtores e, assim, facilitam a ação coletiva (UNITED NATIONS, 2011).

Todas as formas de capital podem ser usadas de forma inadequada e, assim, estar sujeitas a oportunismo e conflitos. A alocação de recursos deve ser condizente com as condições locais; quando há muito dinheiro disponível, podem-se criar sistemas incompatíveis com a realidade local, além de reforçar o oportunismo (OSTROM, 1988). O oportunismo é proporcional ao excedente gerado no sistema produtivo e sua distribuição não está isenta da estrutura de poder estabelecida (SAES, 2009).

A fusão de recursos próprios, capital externo e construção de capital físico, complementares ao capital institucional, deve gerar mais retornos. Quando o financiamento

externo aumenta, sem forte vínculo com a responsabilidade da dívida, as atividades adquirem um caráter mais especulativo do que produtivo (OSTROM, 1988).

Uma revolução verdadeiramente verde, de acordo com a United Nations (2011) deve-se apoiar em três pilares: produtividade dos pequenos produtores, sustentabilidade de recursos naturais e apoio. O desenvolvimento da agricultura sustentável deve enfatizar a agricultura familiar, cujos ganhos de produtividade devem contribuir para a redução da pobreza. O contato do homem com a terra tende a colocar à sua disposição recursos que podem facilitar o acesso aos alimentos, criando assim, melhores condições para atingir a segurança alimentar. Entretanto, pobreza rural e insegurança alimentar geralmente se relacionam como resultado de falhas institucionais que impedem um desenvolvimento mais dinâmico. Os principais desafios são: adaptar práticas sustentáveis e introduzir processos inovativos, além de tecnológicos, organizacionais, estreitando associações e promovendo a produção conjunta.



## **Capítulo 3: As redes alternativas de Comércio Justo: uma abordagem empírica.**

*“As pesquisas em dilemas sociais nos mostram que existe um mundo de possibilidades e não de necessidades. Não estamos nem na armadilha das tragédias inexoráveis e nem livres da responsabilidade moral de criar e sustentar incentivos que facilitem o alcance de resultados mutuamente produtivos.”*  
Elinor Ostrom

### **3.1. Introdução**

O objetivo deste capítulo é mostrar como as redes consideradas se organizam, que tipos de relações, interações e interesses são observados predominantemente nelas. A metodologia não inclui parâmetros que possibilitem comparar as redes em termos de sucesso. A própria existência e inclusão comprovam o sucesso, já que esse trabalho se apoia na tese de que a valorização do pequeno e da diversidade é muito importante para a existência e manutenção do sistema. Aqui o crescimento, apesar de favorável, não é, necessariamente, sinônimo de sucesso. O que realmente interessa é que esses esquemas alternativos de Comércio Justo e Solidário se institucionalizem como redes de relações imbuídas de valores não-econômicos e com um crescimento compatível com os limites de manutenção dos princípios originais do Comércio Justo e Solidário.

O quadro 1 resume as hipóteses a serem testadas empiricamente no próximo capítulo.

Hipóteses	Aproximação empírica
O Comércio Justo e Solidário é uma iniciativa conciliadora com a estrutura convencional de mercado determinada pelo sistema capitalista e por isso observa-se pouco interesse em sua desestruturação e baixa incidência de conflitos.	Baixa incidência de relações de conflitos e baixa incidência na participação de agentes com objetivos de desestruturação.
As redes de Comércio Justo e Solidário criam um ambiente de proximidade entre os atores em que predominam as relações pessoais em relação às demais relações estabelecidas. Ao mesmo tempo, grande parte dessas outras relações estabelecidas vem acompanhadas de relações pessoais.	Alta incidência de relações pessoais, outras relações acompanhadas de relações pessoais.
As redes de Comércio Justo e Solidário apresentam uma composição bastante diversificada de atores que internamente compartilham responsabilidades e recursos de modo equilibrado.	Composição das redes, setores e segmentos de origem dos atores, objetivos, influência.
Os objetivos predominantes nas Redes de Comércio Justo e Solidário não são os econômicos, assim como a motivação predominante para o estabelecimento das relações entre atores não são determinadas unicamente por esses objetivos.	Objetivos predominantes, objetivos que determinam as relações. Incidência relativa de relações monetárias.
Muitas dessas redes dependem fortemente de apoio e subsídio externos para que se sustentem.	Relações de apoio e subsídios.

Quadro 1: Hipóteses e aproximações empíricas.

## **3.2. Metodologia**

A metodologia adotada para o presente trabalho apoiou-se em pesquisa bibliográfica, coleta de dados através de entrevistas, observação e análise de dados.

A pesquisa bibliográfica foi feita com o objetivo de entender o contexto que exige práticas alternativas de comércio, quais são as variáveis exógenas relevantes para a criação de um sistema alternativo de Comércio Justo e Solidário e como interferem no seu funcionamento; determinar valores e relações que o sustentam como estimulador e mantenedor de valores morais na comercialização, assim como levantar questões estruturais sobre as relações envolvidas para a escolha dos entrevistados.

A seleção dos entrevistados foi feita considerando o número relativamente reduzido de redes de Comércio Justo no Brasil. A entrevista presencial foi essencial para permitir *insights* resultantes da observação. Apesar de o tempo ter sido um fator limitante, essas entrevistas possibilitaram, em alguns casos, o contato pessoal com outros atores da rede que não foram entrevistados. Esse contato foi muito importante para mostrar os aspectos práticos dessa organização.

Considerando que cada rede apresenta suas peculiaridades resultantes de sua organização interna, mas também de fatores exógenos, buscou-se estudar casos bem diferentes, o que impossibilitou qualquer modelagem estatística para compará-los. Assim, optou-se por calcular frequências e comparar densidades para a caracterização das redes.

### **3.2.1. Redes selecionadas**

A Rede 1 é uma organização de produtores de algodão da região Nordeste. Atende a um grupo crescente de pequenos produtores dos estados da Paraíba, Rio Grande do Norte e Piauí, grande parte assentados da reforma agrária. A rede é bastante numerosa em termos de atores, não possui uma estrutura física, é descentralizada, com atuação e responsabilidades compartilhadas entre os participantes e atende a um grande número de produtores. São produtores de baixa renda e baixa escolaridade que produziam inicialmente alimentos para a subsistência, com algum excedente comercializado em feiras locais. A maioria desses agricultores cresceu produzindo algodão até que a produção em pequena

escala tornou-se inviável. O algodão foi reintroduzido nessa região recentemente e oferece para esses produtores uma fonte de renda monetária. A retomada da sua viabilidade deve-se à produção orgânica e às possibilidades criadas pela certificação de Comércio Justo. É voltada para o mercado interno e externo, mas toda a comercialização é feita por meio de empresas, algumas mais e outras menos engajadas nesses sistemas alternativos. Em visitas aos produtores observou-se uma forte valorização e satisfação com relação às próprias condições de produção e a opção consciente pela produção orgânica e natural, grande parte resultado da ação das ONGs que atuam na região. Além de a maioria ter demonstrado uma preocupação original com os impactos dos agrotóxicos para a saúde (vários relataram intoxicações no passado), o interesse na produção orgânica também passa pela redução de custos de produção, já que, sem insumos, ficam restritos, praticamente, à mão-de-obra familiar. Alguns dos assentamentos visitados produzem uma quantidade de algodão em áreas comuns para suprir custos de administração das associações que, por vezes, oferecem alguns implementos coletivos. A participação geral dos atores nos processos decisórios da rede também pôde ser observada em reunião, que ocorre periodicamente, com forte representação e pauta abrangente.

A Rede 2 é uma cooperativa de pequenos produtores de frutas do estado de São Paulo destinadas ao processamento em sucos concentrados certificados para o mercado externo. Foi estabelecida devido à insatisfação desses pequenos produtores em relação à comercialização no mercado convencional, altamente concentrado e exigente em padrões de competitividade dificilmente alcançáveis por produtores com baixa escala. A cooperativa conta com estrutura física e organizacional, mas não possui uma unidade industrial, então o processamento é terceirizado para grandes indústrias convencionais e a embalagem e distribuição são feitas por empresas e organizações do Comércio Justo. É pouco numerosa em termos de atores e obedece a uma certa autonomia em termos de apoio técnico, organizacional e financeiro. Foi relatada nas entrevistas uma evasão de parte dos produtores devido à instabilidade de preços. Por ocasião da entrevista (01/09/2011), a rede atendia a 37 produtores.

A Rede 3 abarca produtores de açaí da região Norte e atende a um grupo de 1600 produtores certificados. A entrevista foi realizada com a certificadora, por isso da rede

fazem parte produtores de diferentes produtos de vários países e isso deu um peso para o setor da produção. Foi inserida para mostrar o ponto de vista de uma certificadora que, devido às próprias atribuições e imposições para a certificação, obedece a um certo afastamento da rede como um todo. Apesar da atuação da certificadora com diferentes produtos, não existem relações entre seus produtores, exceto quando mais de um produto é produzido pelo mesmo produtor. A visão comercial da certificadora contribuiu para a articulação entre empresas de modo a explorar melhor o potencial desses produtores extrativistas, inserindo no mercado outros produtos e atividades dos membros das comunidades.

A Rede 4 é uma organização para comercialização de algodão de pequenos produtores para o mercado interno. Foi entrevistado um produtor da região Centro-Oeste e foi visitado um assentamento que também participa da rede. O produtor entrevistado relatou uma grande desestruturação do grupo inicial do seu assentamento, que passou de dezenove famílias para apenas uma. Esse produtor isolado relaciona-se a um outro grupo de produtores de outra região de Goiás, essa relação possibilita a logística para entrega do seu produto no Nordeste, onde é submetido ao beneficiamento, às confecções e as roupas são comercializadas em feiras. Essa região também foi visitada, o grupo pertence a um assentamento e produziu algodão pela primeira vez em uma área comum. Em conversa informal eles relataram muitas dificuldades na produção e um certo arrependimento de ter participado da ação coletiva. O produtor que iniciou a ação não foi encontrado e, de acordo com a conversa com os demais produtores, nele centralizam-se todas as informações, de modo que não foi possível realizar a entrevista. A falta de transparência nas informações foi relatada como a principal causa do descontentamento desses produtores. Não faz parte das atividades certificadas, mas obedece a um esquema de comercialização em rede, com participação de atores que visam o desenvolvimento local e pode ser vista como uma ação Comércio Justo e Solidário.

As Redes 5 e 6 são redes de consumo da região Sudeste. Não são certificadas mas, fazem parte das ações de Comércio Justo e Solidário. Ambas agregam consumidores e produtores de produtos em sua maioria orgânicos e funcionam como ponto de aproximação entre eles. A Rede 5 foi criada recentemente e ainda não agrega muitos produtores,

entretanto conta com uma estrutura organizacional que relaciona atores de diversos segmentos e setores, em grande parte baseados na reciprocidade. É uma das atividades de uma ONG e conta com sua estrutura física como ponto de entrega dos produtos. A estrutura administrativa é bastante simples, com relativamente baixos custos administrativos subsidiados pela ONG e por editais de projetos sociais. A intermediação entre produtores e consumidores é acompanhada de conscientização e apoio. A Rede 6 é tida como uma das redes de consumo mais organizadas e agrega relativamente grande número de produtores e consumidores. Conta com vários pontos de entrega que são disponibilizados de forma solidária, sem custos. Estabelece a participação dos seus consumidores, uma vez por ano, nos mutirões que ocorrem mensalmente para recebimento e separação dos produtos para cada ponto de entrega. Remunera encarregados da logística e responsáveis pela organização da entrega, mas conta com muito trabalho voluntário. Com exceção de alguns produtores que atuam na entrega dos produtos, pelo fato de a rede se localizar em uma região metropolitana, o distanciamento das áreas rurais dificulta a aproximação efetiva entre produtores e consumidores. Apesar de a ação coletiva ter sido iniciada por uma pessoa, o funcionamento da rede demonstrou ter conseguido alcançar uma dinâmica própria, pouco centralizada. As atividades e responsabilidades são distribuídas entre os participantes, alguns tem uma maior influência no funcionamento, mas existe uma forte atuação coletiva.

A Rede 7 agrupa produtores de produtos florestais não-madeireiros de reservas extrativistas da região Norte. Faz parte da estratégia de Organizações Não-Governamentais para a manutenção sustentável dessas comunidades e, para com isso, conter o desmatamento. As ONG's intermediam a comercialização direta entre produtores de copaíba, borracha e castanha para grandes empresas, propondo uma relação alternativa de comercialização entre elas. De acordo com a entrevista, as ONG's envolvidas conseguiram com que as empresas visitassem a região e conhecessem de perto a realidade dos produtores e as peculiaridades regionais que dificultam a organização deles. Dessa forma, as empresas flexibilizaram seus contratos e concordaram em estabelecê-los com pessoas físicas e, em contrapartida, solicitaram que esses produtores estabelecessem uma auto-organização para facilitar a logística. Com relação aos atores que participavam do esquema de

comercialização tradicional da região, como atravessadores e regatões<sup>2</sup>, a rede percebe a importância de não os excluir do processo. Em primeiro lugar, porque eles são de fundamental importância para essas comunidades. Em segundo lugar, é importante que esses atores continuem tendo atividades rentáveis para que sejam aliados e não competidores, com interesses em desestruturar da rede.

A Rede 8 é uma plataforma de articulação entre cooperativas e associações do Comércio Justo e Solidário. Entre esses, envolve atores certificados e não-certificados, mas também vários atores dos setores público e privado visando fomentar a produção de base solidária (FACES, 2005). Nesse sentido atua no desenvolvimento e consolidação de um Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário.

O quadro 2 apresenta um esquema resumido das redes trabalhadas.

---

<sup>2</sup> O atravessador, geralmente, é dono de barco e é responsável pelo transporte dos moradores das comunidades e de alguns produtos essenciais, viabilizando, muitas vezes, o acesso à saúde e a outros serviços essenciais. O regatão é o detentor do dinheiro e faz empréstimos, o que muitas vezes é essencial para que as atividades se viabilizem.

Rede	Produto	Atuação	Setor	Certificação	Localização
1	Algodão	Pesquisa	Público	Sim	Nordeste
1	Algodão	Assistência	Público	Sim	Nordeste
1	Algodão	Organização de Produtores	3°. Setor	Sim	Nordeste
2	Laranja	Organização de Produtores	Produção	Sim	Sudeste
3	Açaí	Certificadora	Privado	Sim	Norte
4	Algodão	Produtor	Produção	Não	Centro-Oeste
5	Orgânicos/ Agroecológicos/ Agricultura Familiar	Consumidores	Privado	Não	Sudeste
6	Orgânicos/ Agroecológicos/ Agricultura Familiar	Consumidores	Privado	Não	Sudeste
7	Castanha/ Copaíba/ Borracha	Assistência	3°. Setor	Não	Norte
8	Diversos	Assistência	3°. Setor	Sim/Não	Todas

Quadro 2: Atores entrevistados de cada rede para a elaboração de cada mapa.

### 3.2.2. Seleção dos entrevistados

As redes sociais são conjuntos de atores e suas relações e fluxos. Nelas, a importância de cada ator se dá pelas relações que ele apresenta e não por seus atributos individuais. Nessas análises os atores não são amostrados independentemente (HANNEMAN; RIDDLE, 2005).

Para efeitos do presente trabalho, a seleção dos entrevistados seguiu o método da rede ego-cêntrica (com conexões alter), que consiste na entrevista a um ator focal o qual se questiona sobre suas próprias relações e, também, sobre a relação entre os demais atores participantes da rede. Por essa metodologia, a densidade global da rede e laços recíprocos podem ser razoavelmente estimados, porém ela não permite que se estime centralidade, distância e equivalência posicional, o que exigiria entrevistas com todos os atores da rede (método da bola de neve) (HANNEMAN; RIDDLE, 2005).

As análises de redes sociais têm uma abordagem mais próxima à sociologia matemática do que à estatística, uma vez que visam refletir resultados reais que não são, necessariamente, uma amostra de uma população maior. Nesses casos, a estatística é utilizada para descrever observações individuais e, também, para verificar a similaridade entre os atores, mas não para inferir sobre a repetição desses resultados para toda a população (HANNEMAN; RIDDLE, 2005). Essa abordagem é muito coerente com o objetivo e hipótese considerados no presente trabalho, uma vez que, a constituição das redes leva em conta as especificidades locais e esse desenho não pode ser generalizado nem extrapolado para uma população maior.

Segundo Schiffer (2007), pelo fato de a metodologia de entrevista net-map toolbox não ser uma metodologia estatística, não existe um número certo de atores que devam ser entrevistados; esse número relaciona-se à possibilidade de surgimento de novas informações relevantes aos objetivos da pesquisa. Levando em conta essas duas questões, primeiramente foram escolhidos atores focais de redes de Comércio Justo e Solidário, que foram questionados sobre as próprias relações e sobre as relações entre os atores citados. Em um segundo momento, alguns dos atores mais relacionados foram procurados para entrevista, alguns com sucesso e outros não. Entretanto, considerando-se os agrupamentos

por setores e áreas de atuação, buscou-se incluir atores diversificados levando em consideração também sua localização geográfica que, apesar de não ter entrado como uma variável, possibilitou uma visão mais ampla desses sistemas de comercialização. O quadro 1 mostra os atores entrevistados, seus respectivos setores, áreas de atuação, produtos e localização.

Para atender aos objetivos deste trabalho, de entender a estrutura do Comércio Justo e comparar as redes, e visando preservar a identidade dos atores, a análise foi realizada em três níveis: individual, por setores e por segmentos. Os setores considerados foram: 1- da produção, 2- setor público, 3- setor privado e 4- terceiro setor. Os segmentos foram: 1- produção, 2- organização de produtores, 3- intermediários, 4- político, 5- instituições financeiras, 6- assistência, 7- custos de produção, 8- certificação, 9- consumidores e 10- pesquisa. Segundo Hanneman e Riddle (2005), uma das vantagens das análises de rede é que elas permitem que as relações sejam observadas nos vários níveis simultaneamente.

### **3.2.3. Entrevistas: Net Map Toolbox**

Para a entrevista foi utilizado o “Net-map toolbox”. Consiste em uma metodologia desenvolvida por Schiffer (2007), que parte de entrevistas semiestruturadas para a construção de mapas que mostram relações formais e informais entre os atores. Os mapas permitem visualizar redes, relações de poder e objetivos. As entrevistas foram todas presenciais visando à interação e diálogo com os atores para uma melhor compreensão de sua visão individual sobre o processo.

Essa metodologia de entrevistas parte da construção de mapas a mão em folhas grandes, usando pequenos cartões de cores diferentes, cada uma representando um tipo de ator. Para o presente trabalho foram considerados quatro setores: produção, setor público, setor privado e terceiro setor, os quais foram representados, respectivamente, pelas cores azul, verde, rosa e amarelo. Apesar de, em todos os casos considerados, a produção fazer parte do setor privado, para efeitos de metodologia ela foi abordada diferenciadamente por ser o foco principal do trabalho.

O questionário que encaminha a elaboração dos mapas consiste de quatro questões gerais flexíveis e bastante adaptáveis a diversos problemas de pesquisa: 1. Quem está envolvido? 2. Como os envolvidos se relacionam? 3. Qual é o grau de influência de cada um? 4. Quais são os objetivos de cada um? (SCHIFFER, 2007)

A primeira questão remete ao levantamento de todos os atores que podem influenciar no sucesso e/ou fracasso da organização. Os nomes de cada um são escritos nos cartões coloridos de acordo com o setor em que eles atuam e os cartões são distribuídos e colados na folha. Tenta-se esgotar esse levantamento nessa primeira etapa, mas conforme a entrevista avança, invariavelmente outros atores são lembrados e acrescentados.

A segunda questão refere-se às relações existentes entre os atores. Os tipos de relação são definidos no âmbito do trabalho, com base nos seus objetivos. Visando verificar como o Comércio Justo e Solidário se estrutura em termos de relações entre os atores e partindo da hipótese de que esse esquema de comercialização se baseia em relações que vão além das comerciais, seis categorias foram consideradas e, para efeitos da metodologia, cada uma foi representada por uma cor: apoio (azul), subsídios (verde), relações comerciais (marrom), relações pessoais (vermelho), conflitos (amarelo), normatização/ comando (preto). Dentro da categoria apoio, insere-se qualquer ajuda que não em dinheiro e que não represente um custo direto para quem está apoiando: apoio técnico, organizacional, transmissão de informações. A categoria subsídios refere-se a ajudas em dinheiro: insumos que representariam custos, subsídios em compras, financiamentos e empréstimos, qualquer apoio em dinheiro, inclusive para projetos. Entre as relações comerciais encontram-se relações de compra e venda de produtos e serviços (insumos, matéria-prima, processamento, certificação, logística). As relações pessoais referem-se aos contatos pessoais entre os atores. Na categoria normatização/ comando encontram-se relações hierárquicas de obediência, disciplina, regulamentação e controle.

Essa segunda parte da construção do mapa consiste em se traçarem setas entre os atores, segundo o sentido do fluxo da relação entre eles. Para facilitar o trabalho de campo, todas as setas são traçadas na mesma folha de papel, seguindo a ordem das categorias apresentadas. Operacionalmente, primeiro explica-se minuciosamente o que

representa a primeira categoria e segue-se ligando os atores com caneta da cor representante. Repete-se o mesmo procedimento para todas as categorias.

Uma vez finalizado o desenho de todas as relações, pergunta-se sobre a influência de cada ator no sistema como um todo, deixando a escala livre para o entrevistado. Segundo Schiffer (2007), é importante certificar-se de que o entrevistador e o entrevistado têm o mesmo entendimento do que significa a influência. Explica-se que o objetivo é saber a opinião do entrevistado sobre o grau de importância de cada ator em relação a estruturação, continuidade ou desagregação da estrutura organizacional ali representada. Tanto as influências consideradas positivas como aquelas consideradas negativas seguem a mesma escala. Interessa saber, inclusive, sobre a não influência de alguns atores.

Por último, pergunta-se sobre os objetivos de cada ator. Os objetivos também são divididos em seis categorias, representadas por cores diferentes: econômicos (verde), coesão do grupo (amarelo), desenvolvimento (vermelho), políticos (azul), exploração (preto), desestruturação (marrom). Cada ator pode ter quantos objetivos o entrevistado considerar.

#### **3.2.4. Método**

As redes sociais são compostas de atores e suas relações. As análises de redes sociais dizem respeito à relação entre atores e nessas análises a estatística é utilizada para descrever as distribuições das relações entre os atores e as relações entre essas distribuições. Por se tratar de relações enredadas, não existe independência entre as observações, o que impede a utilização de muitos métodos estatísticos tradicionais (HANNEMAN; RIDDLE, 2005).

A metodologia adotada prevê a utilização de recursos gráficos, cálculo de frequências e densidades e utilização de recursos da estatística descritiva.

Para obter uma apresentação compacta e sistemática dos dados, os mapas foram transformados em matrizes quadradas e idênticas, com os atores dispostos nas linhas e nas colunas e as suas relações dispostas nas intersecções entre eles. A origem da relação

encontra-se representada nas linhas, enquanto o seu destino se encontra representado nas colunas. Foi utilizada a escala binária, atribuindo-se 1 para a existência de relação e o valor 0 para a sua inexistência.

Os objetivos e tendências questionados são atributos dos atores e não das relações. Para os objetivos adotou-se a escala binária: 1 para a presença de objetivo em determinado ator, 0 para a sua ausência. A influência recebeu do entrevistado um ranking de acordo com a sua avaliação.

Assim, foram construídos conjuntos de oito matrizes de relações entre atores correspondentes a cada rede de Comércio Justo e Solidário considerada. Seis matrizes dizem respeito às relações entre atores obtidas nas entrevistas: relações de apoio, subsídios, relações comerciais, relações pessoais, conflitos e relações de comando, domínio ou normatização. Uma sétima matriz corresponde a um agrupamento de todas essas relações em uma matriz, adotando uma escala binária que estabelece a existência ou não de alguma das seis relações consideradas na entrevista, sem discriminá-la e a oitava matriz relaciona os atores aos atributos considerados: influência e interesses - econômicos, de coesão, de desenvolvimento, políticos, de exploração e de desestruturação.

A omissão da identidade dos atores participantes da rede, assim como da identidade da própria rede foi feita em razão da irrelevância dessas informações em relação aos objetivos do trabalho e, também, como forma de preservá-las.

As representações gráficas das redes foram elaboradas com o programa NetDraw (BORGATTI, 2002) acoplado ao Ucinet (BORGATTI; EVERETT; FREEMAN, 2002). Esse recurso permite a visualização panorâmica da configuração das redes, com os atores participantes por setor e tipos de relações estabelecidas. Entretanto, para maior detalhamento dos resultados foram utilizadas tabelas de frequência e densidade.

Nessas representações gráficas foram apresentados todos os atores participantes das redes com os respectivos setores diferenciados por cor: produção representada por azul, setor público representado por verde, setor privado representado por rosa e terceiro setor representado por amarelo.

### **3.2.5. Composição da Rede: Atores**

O tamanho da rede foi dado pelo número de atores, para possibilitar uma melhor visualização das dimensões absolutas das redes. Também foram calculadas as frequências de atores por setor e por segmento de modo a permitir que sejam observadas as configurações de cada rede. A diversidade na composição das redes em termos de origem dos atores por setor e segmento foi utilizada para verificar a plausibilidade da hipótese referente à participação de atores diversos como estratégia de sustentação das redes de Comércio Justo. A influência foi utilizada como um peso na participação relativa dos setores e segmentos.

Os atributos dos atores também foram extrapolados para as redes; foram calculadas as frequências dos objetivos para verificar sua distribuição em cada uma das redes, com vistas a testar a hipótese a respeito da diversidade de objetivos além de econômicos.

De modo geral, a composição das redes visou responder se as redes consideradas apresentaram diversidade de atores e diversidade de objetivos.

### **3.2.6. Coesão da rede: relações**

As análises de redes sociais enfatizam a importância das relações entre os atores. As conexões relacionam-se à influência dos atores nas redes e são importantes para o entendimento dos comportamentos e potenciais da rede como um todo.

#### ***Densidade***

A densidade é uma medida do grau de conectividade da rede. É expressa em termos da proporção entre relações estabelecidas (RE) e o total de relações possíveis (RP), conforme a eq. 1. Por se tratar de matrizes idênticas - com os mesmos atores dispostos nas linhas e nas colunas - são quadradas, ou seja, com o mesmo número de linhas e colunas. Dessa forma, o total de relações possíveis é calculado multiplicando-se o número total de

atores (NTA) pelo número total de atores menos um, de acordo com a eq. 2. As densidades podem ser calculadas em relação a partições ou blocos.

$$D = RE / RP \times 100 \quad (1)$$

$$RP = NTA \times (NTA - 1) \quad (2)$$

### 3.3. Resultados e Discussão

#### 3.3.1. Composição das redes: atores

As redes sociais situam-se em um contexto mais amplo de interdependência e também abrangem outras redes sociais menores com formas de organização particulares. O número de atores estabelece o tamanho da rede (Tabela 3.1). Esse número de atores que foi apresentado como resultado refere-se aos atores citados durante as entrevistas. Esses atores, na maioria das vezes, referem-se a organizações que representam vários indivíduos, em redes de tamanhos diversos.

Os resultados mostram que as redes de Comércio Justo e Economia Solidária, apesar de apresentarem algumas características comuns, apresentam particularidades importantes que dificultam uma comparação entre elas. Como as entrevistas foram aplicadas aos atores focais das redes, mesmo considerando que tenham uma visão abrangente das redes em que atuam, os resultados refletem um viés relacionado à visão parcial desses indivíduos.

Tabela 3.1 - Composição das redes por setor: número de atores participantes nas redes por setor.

	1	2	3	4	5	6	7	8
Produção	19	7	15	6	23	32	8	7
Setor Privado	17	17	18	8	12	10	5	5
Setor Público	17	8	6	9	17	4	3	5
3°. Setor	12	0	0	0	5	3	4	10
Total	65	32	39	23	57	49	20	27

Fonte: Dados da pesquisa.

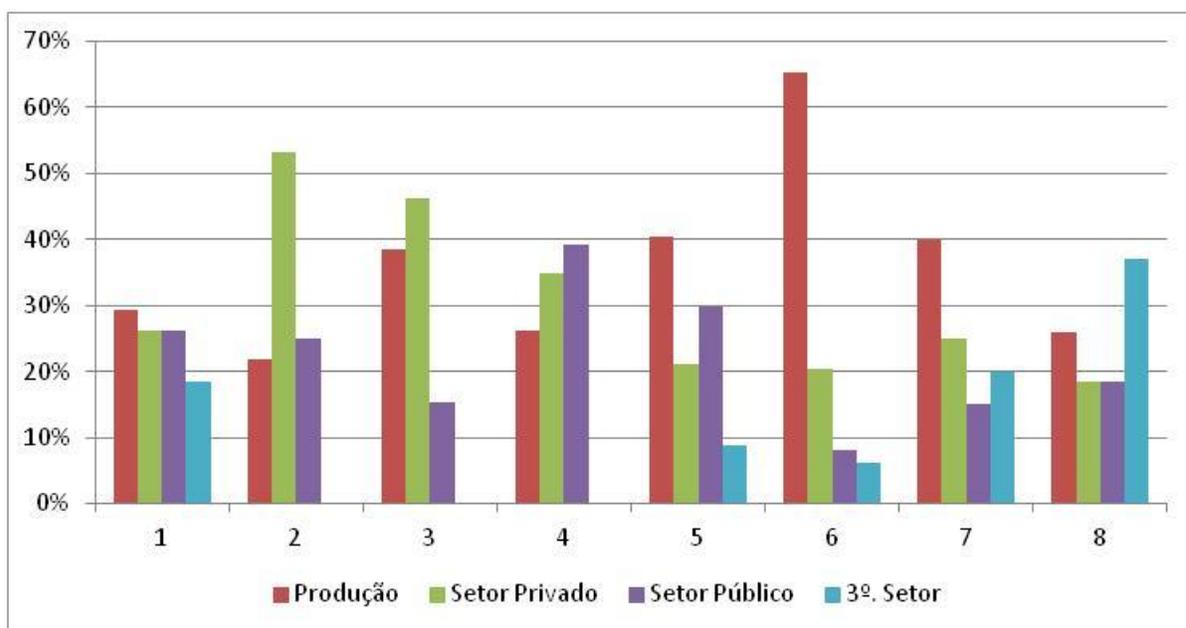


Figura 3.3 - Participação relativa dos setores nas redes (% atores).

Fonte: Dados da pesquisa.

Tabela 3.2 - Composição das redes por segmento: número de atores participantes nas redes por segmento.

	1	2	3	4	5	6	7	8
Produção	7	1	13	2	16	18	3	0
Organização Produtores	7	1	2	2	6	14	4	7
Intermediários	15	10	6	5	3	1	5	2
Políticas	0	3	0	1	0	0	0	3
Instituições Financeiras	2	5	0	1	1	0	2	0
Assistência	22	5	3	4	15	6	5	12
Consumidores	4	2	4	3	5	6	0	2
Certificadoras	2	2	11	1	4	2	0	1
Custos	2	3	0	2	0	0	0	0
Pesquisa	4	0	0	2	7	2	1	0

Fonte: Dados da pesquisa.

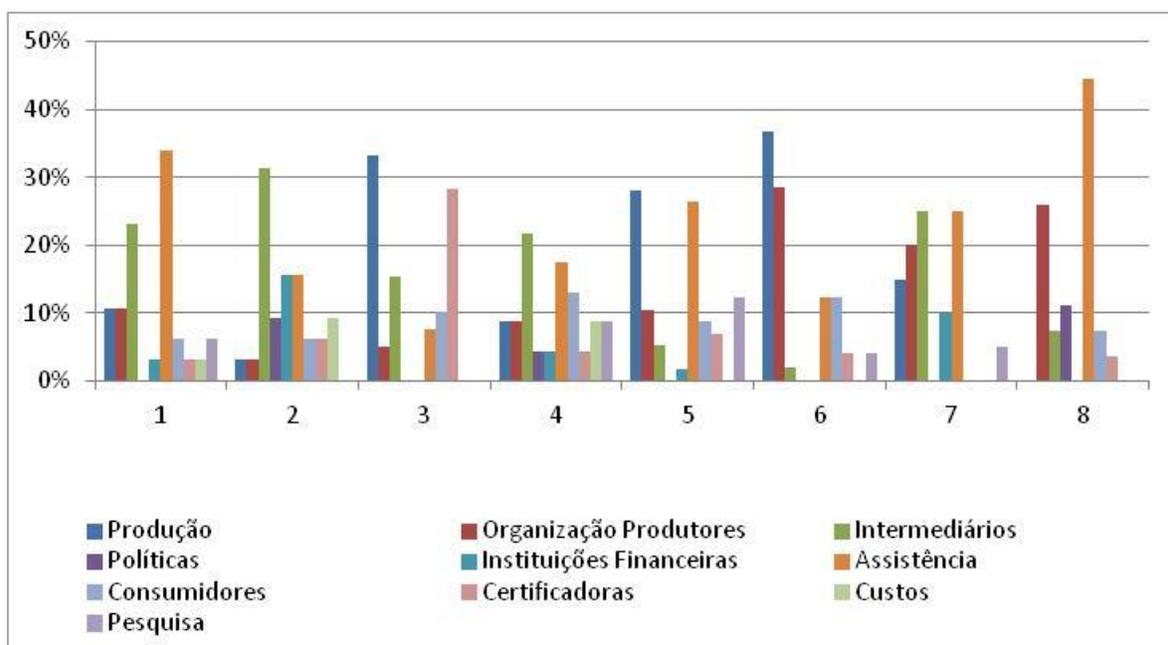


Figura 3.4 - Participação relativa dos segmentos nas redes (% atores).

Fonte: Dados da pesquisa.

Com relação à composição das redes, as Tabelas 3.1 e 3.2 e as Figuras 3.3, 3.4 e 3.5 deixam evidente a heterogeneidade entre as redes e dentro delas. Com relação aos setores considerados, todas apresentaram em sua composição os setores da produção, privado e público e cinco delas apresentaram também a presença do terceiro setor. Com relação aos segmentos, a composição foi ainda mais heterogênea, com proporções bastante diversas, sendo difícil observar tendências nesse sentido. Todas as redes mostraram-se bastante complexas em termos da participação de atores, tanto em relação às áreas de atuação, como em relação aos objetivos.

Uma observação relevante é que as duas redes mais numerosas foram as que apresentaram maior número de atores de assistência técnica, que foi destaque em cinco delas.

A Rede 1, em termos de número de atores, apresentou uma participação equilibrada entre os quatro setores considerados: produção, setor privado, setor público e terceiro setor, conforme se observa na Tabela 3.1. Apesar de muitos produtores apresentarem experiência prévia com a cultura, o ponto forte dessa rede foi a assistência técnica (Tabela 3.2), compartilhada pelo setor público e terceiro setor. A demanda pelo

algodão orgânico tem sido crescente, despertando o interesse de empresas, desde as engajadas, até multinacionais já estabelecidas no mercado. Dessa forma, a participação dos intermediários também foi bastante representativa, de acordo com a tabela 3.2.

Na Rede 2, a grande maioria das organizações participantes pertence ao setor privado, com o setor público atuando modesta e pontualmente. O segmento que apresentou maior participação foi o dos intermediários, principalmente atores relacionados a embalagem e distribuição, alguns mais e outros menos engajados no Comércio Justo.

Na Rede 3, com relação à produção de açaí, o setor de destaque foi o setor privado (Tabela 3.1, Figura 3.3), do qual participam atores mais e menos engajados. Entre os segmentos destacaram-se as certificadoras e os intermediários voltados ao processamento e distribuição (Tabela 3.2, Figura 3.4). Ressalta-se que o destaque para as certificadoras deve-se, provavelmente, ao viés do entrevistado e da abordagem da entrevista.

A Rede 4 conta com a participação de um pequeno número de atores, mas com um certo equilíbrio entre os setores da produção, público e privado (Tabela 3.1, Figura 3.3). Entre os segmentos, destacam-se os intermediários e a assistência técnica (Figura 3.4). O setor da produção conta com a participação de poucos atores e a rede sustenta-se como parte de uma política pública que visa a viabilizar a atividade econômica desse número limitado de produtores.

Em relação à participação dos setores, a Rede 5 teve destaque para o setor da produção, mas apresentou grande participação dos setores privado e público e menor do terceiro setor (Tabela 3.1, Figura 3.3). Trata-se de uma rede de produção e consumo em fase de estruturação que visa a viabilizar a aproximação física entre produtores e consumidores. Dessa forma, além dos objetivos de melhorar as condições de inserção desses produtores e suas organizações no mercado, também busca variedade na oferta para atendimento aos consumidores. Entre os segmentos destacaram-se a produção e assistência, mas também as organizações de produtores e a pesquisa (Tabela 3.2, Figura 3.4). Destaca-se uma forte participação da universidade, apoiando por meio de pesquisa e voluntariado.

A Rede 6 apresentou forte destaque para o setor e o segmento da produção (Tabela 3.1, Figura 3.3, Tabela 3.2, Figura 3.4). Provavelmente, parte desse destaque se

deve ao viés dos entrevistados, que foram consumidores atuantes da rede e não tinham muitas informações sobre outras relações. Assim como a Rede 5, também visa objetivos de melhorar as condições de inserção dos produtores e de suas organizações no mercado, ao mesmo tempo em que busca variedade na oferta para atendimento aos consumidores. A participação ativa dos consumidores nas atividades da rede é indispensável ao bom funcionamento dessa rede.

A Rede 7 apresentou uma distribuição equilibrada entre os setores, com destaque para o setor da produção (Tabela 3.1, Figura 3.3), composto por associações e produtores organizados em rede. Com relação aos segmentos, destacaram-se intermediários – empresas e intermediários tradicionais reinseridos – e assistência (Tabela 3.2, Figura 3.4). É importante ressaltar que a assistência provém, principalmente, do terceiro setor, mas também do setor público. Nesse sentido, diferentes ONG's atuam em conjunto com o setor público na estruturação da rede visando sua autossuficiência.

Na Rede 8 destacam-se o terceiro setor e o setor da produção (Tabela 3.1, Figura 3.2). Diferente das demais redes estudadas, não se trata de uma rede de produção, mas de uma rede de articulação entre diferentes iniciativas de Comércio Justo e Solidário. Por isso, é previsível que organizações que atuam no Comércio Justo e Solidário sejam destaque. Entretanto, tais organizações estabelecem interfaces com ONG's de assistência técnica. Dessa forma, os segmentos de assistência e de organizações de produtores, atuando em sinergia, foram os que se destacaram nessa rede (Tabela 3.2, Figura 3.4).

A diversidade de arranjos apresentados demonstra a complexidade dessas estruturas e sugere a tendência de auto-organização nessas redes, ou seja, a composição de cada rede é estabelecida endogenamente, como reflexo das próprias necessidades, e não necessariamente como uma imposição externa ou seguindo um desenho preestabelecido.

De acordo com a teoria, os arranjos diversificados podem propiciar empoderamento, compartilhamento de responsabilidades, aprendizado mútuo e troca de informações. (OSTROM, 1988).

Assim, aceita-se parte da primeira hipótese: as redes de Comércio Justo e Solidário apresentam uma composição bastante diversificada e particular de atores. Entretanto, a formação de capital social e seus resultados positivos em relação à criação de

uma nova institucionalização não dependem apenas da configuração das redes em termos de participação de atores, mas do estabelecimento de relações entre eles, o que será abordado na seção que trata da coesão da rede.

### **3.3.2. Objetivos e influência dos atores**

Na Rede 1, entre os objetivos gerais da rede, antes dos econômicos, figuram os objetivos de desenvolvimento, de coesão do grupo e políticos (Figura 3.5). A influência dos atores por setor se mostrou equilibrada de acordo com o índice representado na Figura 3.6. Em relação aos segmentos, o da assistência e o de consumidores destacaram-se em relação aos demais (Figura 3.7). A articulação equilibrada, com compartilhamento de responsabilidades entre atores com objetivos diversos tem garantido que os objetivos originais de criação dessa rede sejam mantidos.

Na Rede 2, o objetivo econômico foi o principal encontrado entre os atores participantes, seguido pelo objetivo de coesão do grupo. Na entrevista ficou claro que dificuldades econômicas dificultam a coesão e refletem-se na desestruturação da rede. O objetivo de desenvolvimento foi o menos incidente e nessa rede observou-se uma considerável incidência de objetivos de exploração, de desestruturação e políticos (Figura 3.5). A influência do setor privado (Figura 3.6) coloca essa rede em um esquema de concorrência, próximo ao convencional, que favorece a tendência a esses objetivos. Entre os segmentos destacaram-se os intermediários e as instituições financeiras (Figura 3.7).

Na Rede 3 os objetivos econômicos apareceram em primeiro lugar, seguidos dos objetivos de coesão do grupo (Figura 3.5). Nessa rede, a entrevista foi realizada com a certificadora, ou seja, ator pertencente ao setor privado com objetivos econômicos. O setor privado apresentou forte influência na rede (Figura 3.6), especialmente intermediários, certificadoras e consumidores (Figura 3.7).

Os principais objetivos encontrados entre os participantes da Rede 4 foram coesão do grupo e desenvolvimento, seguidos dos objetivos econômicos; os demais objetivos considerados não apresentaram importância relativa (Figura 3.5). A entrevista deixou claro um momento de preocupação com a estruturação da rede para garantir sua sobrevivência. O setor considerado de maior influência foi o público (Figura 3.6), com destaque para a assistência técnica (Figura 3.7). Mostrou-se uma rede muito frágil, com forte dependência de apoio.

Na Rede 5 os objetivos de coesão do grupo e de desenvolvimento figuraram entre os mais importantes, tendo sido seguidos pelos objetivos econômicos e políticos (Figura 3.5). Trata-se de uma alternativa de comercialização de “bens de crença” que visa sensibilizar o consumidor e o produtor para que se estabeleça uma relação diferenciada entre eles, com benefícios mútuos. Apesar de ser uma iniciativa relativamente nova, sua sobrevivência só faz sentido se conseguir manter esses objetivos de coesão e desenvolvimento. O autointeresse de participação na rede pode ser estimulado com a possibilidade de melhores preços ao consumidor e maiores retornos ao produtor, mas sua viabilidade e continuidade dependem da crescente internalização de valores com reflexos sobre a conscientização no consumo. A produção foi o setor e também o segmento que apresentou maior índice de influência (Figura 3.7).

Na Rede 6 destacam-se os objetivos de coesão do grupo, econômicos e de desenvolvimento. Os demais objetivos foram muito pouco incidentes sobre os atores considerados (Figura 3.5). O sucesso dessa rede depende da conscientização sobre a coesão do grupo para ampliar a participação consciente de seus integrantes nas atividades. Com relação à influência, também se destacam a produção e as organizações de produtores (Figura 3.6 e 3.7). Assim, a rede tende a se organizar de modo a satisfazer os interesses dos segmentos mais influentes; isso não garante a auto-organização, mas a favorece como condição à continuidade da rede e de sua organização.

Os resultados para a Rede 7 são coerentes com seu objetivo de buscar alternativas econômicas viáveis para as comunidades participantes, baseadas na auto-organização e coesão interna, visando o objetivo mais amplo de desenvolvimento sustentável (Figura 3.5). Nessa rede os setores de maior influência corresponderam ao setor da produção e ao terceiro setor (Figura 3.6), já que a iniciativa de estabelecimento dessa rede foi do terceiro setor de modo a favorecer o setor da produção. Dentre os segmentos, os que apresentaram maior influência relativa foram a assistência técnica, as políticas e a produção (Figura 3.7).

A Rede 8 apresentou destaque para os objetivos de desenvolvimento e políticos (Figura 3.5), coerentes com seus objetivos de articulação para criação de políticas públicas para o Comércio Justo e Solidário como alternativa de desenvolvimento. A influência

apresentou uma distribuição equilibrada entre os setores, com pequeno destaque para o terceiro setor e setor da produção (Figura 3.6), uma vez que se trata de uma iniciativa dos primeiros para empoderar os últimos. Com relação aos segmentos, os de maior influência foram a assistência e a organização de produtores (Figura 3.7).

De modo geral, não há evidência empírica de que a economia de custos de transação seja o foco principal da formação da maior parte das redes estudadas. De acordo com a Figura 3.5, demonstra-se que os objetivos econômicos não são prioritários para 6 das 8 redes consideradas. Mesmo para aquelas em que esses objetivos apareceram em primeiro lugar (Redes 2 e 3), o objetivo de coesão do grupo também teve destaque. De certa forma, esse resultado condiz com a forma de organização dessas duas redes, que entre as consideradas, foram as que se declararam com uma estrutura administrativa mais semelhante ao sistema convencional.

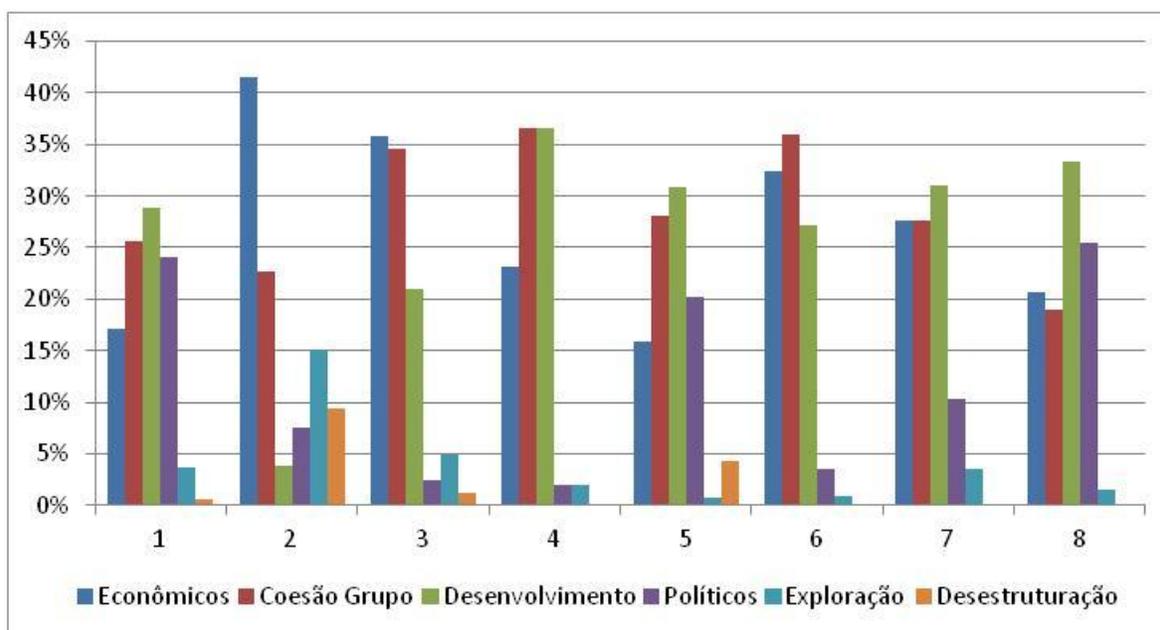


Figura 3.5 - Composição das redes por objetivos dos atores.

Fonte: Dados da pesquisa.

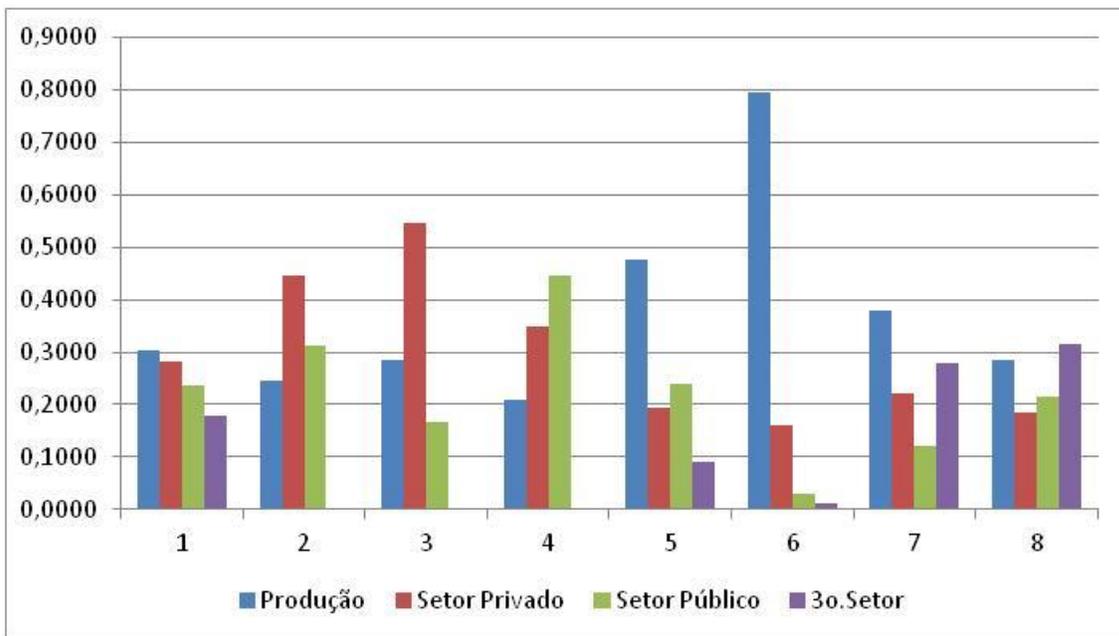


Figura 3.6 - Índice de influência por setor por rede.

Fonte: Dados da pesquisa.

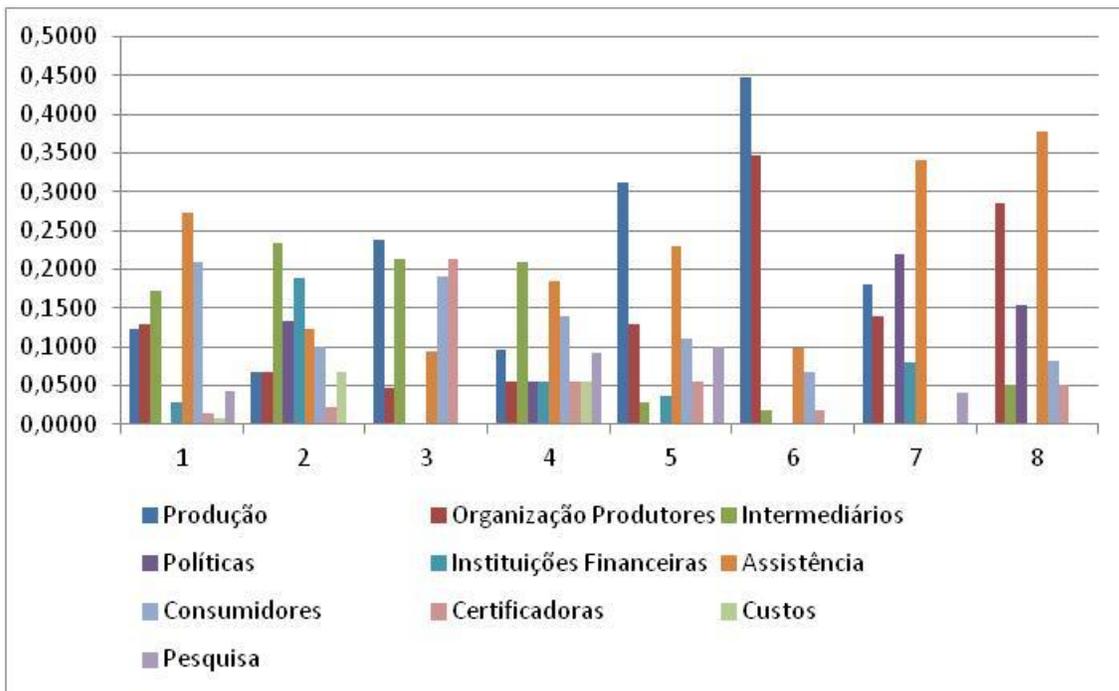


Figura 3.7 - Índice de influência por segmento por rede.

Fonte: Dados da pesquisa.

Embora não esteja entre os objetivos desta tese levantar evidências empíricas sobre a viabilidade econômica de tais redes, muitas delas, provavelmente, não obedeceriam aos critérios de racionalidade, já que a coesão e o desenvolvimento almejados dependem da formação de uma rede complexa, cujos custos de estruturação dificilmente compensam a quase renda gerada na cadeia. Priorizar garantias à inserção produtiva e sustentável dos atores antes excluídos do sistema produtivo obriga à elaboração de uma estrutura complexa e aparentemente irracional do ponto de vista econômico e da qual fazem parte atores com múltiplos objetivos, vários deles sem objetivos econômicos diretos. A citada inviabilidade econômica das redes de consumo associada à sua sobrevivência, comprova não ser esse o foco principal dessas estruturas.

Esses resultados trazem evidências que favorecem a aceitação da hipótese de que os objetivos predominantes nas Redes de Comércio Justo e Solidário analisadas não são meramente econômicos. Em todas as redes pode-se inferir que a motivação predominante para o estabelecimento das relações entre atores não é determinadas unicamente por esses objetivos.

Apesar de algumas tendências comuns, como o destaque para o objetivo de coesão na maioria delas e a forte incidência de objetivos de desenvolvimento e econômicos, apresentaram uma diversidade de objetivos entre os atores e segmentos representados. Apesar de alguns interesses serem conflitantes e de atores apresentarem níveis diferentes de oportunismo, em geral essas tendências se dissolvem com o apoio da rede e, dessa forma, possibilitam que prevaleçam nas redes objetivos compatíveis com os princípios de Comércio Justo e Solidário. A diversidade de objetivos e relativa desconcentração da influência se mostrou importante para estabelecer as diretrizes das redes e possibilitar certo grau de auto-organização em cada uma delas.

De acordo com o referencial teórico desenvolvido por United Nations (2011) e Ostrom (1998), a diversificação na atuação e nos objetivos - que os atores participantes levam para a arena de ação - ao reduzir riscos, tende a reforçar a confiança e, quando em sinergia com reciprocidade e reputação, atua como incentivo à consolidação e fortalecimento da ação coletiva. Ao envolver organizações com atribuições diferentes, mas

com interesses comuns no desenvolvimento de um determinado grupo, as redes desconcentram a responsabilidade e descentralizam os recursos. A baixa disponibilidade de recursos e os limites à concentração de poder tendem a atrair para a arena de ação atores que estão realmente interessados nos objetivos a que a ação se propõe, minimizando o oportunismo (SAES, 2009).

Em todas as redes foi observada a participação predominante de atores com atribuições não exclusivas a ela. A complementaridade observada entre os setores e segmentos participantes nas redes, em grande medida enriqueceu e viabilizou as ações e, menos diretamente, trouxe um potencial de melhorias às condições dos próprios atores no cumprimento das respectivas atribuições. Muitas vezes, organizações, principalmente governamentais, ao estabelecerem medidas de apoio abrangentes, não consideram as especificidades de cada caso e acabam por oferecer ajudas desnecessárias ou desconstruídas das reais necessidades. Ao desconcentrar a responsabilidade, as redes viabilizam a participação de mais organizações dentro de suas atribuições, mas com uma dedicação compatível à sua disponibilidade. Dessa forma, os atores e a rede podem ser mutuamente beneficiados, por um lado, por satisfazerem as necessidades da rede e, por outro, pela demanda e direcionamento da atividade de cada ator para uma cooperação concreta e necessária, com melhor alocação dos recursos.

Otimização na alocação de recursos e minimização do oportunismo alimentam a confiabilidade da ação e, uma vez que confiança e transparência são estabelecidas, alimentam-se reputação e reciprocidade, com resultados para a efetividade da ação de acordo com o referencial teórico desenvolvido por Ostrom (1998).

A estruturação das redes com participação de atores com objetivos diversificados e complementares, assim como a distribuição equilibrada da influência reforçam a primeira hipótese acerca da composição diversa e particular das redes e trazem indícios para a aceitação da hipótese de que os atores, internamente às redes de Comércio Justo e Solidário, compartilham responsabilidades e recursos de modo equilibrado.

### 3.3.3. Coesão das Redes

A Tabela 3.3 oferece resultados gerais sobre as relações de cada rede, possibilita que se observe a mobilização de atores e complexidade relacional dessas redes. O número de atores é igual ao tamanho da rede e estabelece o número possível de relações. Também foram representadas as relações efetivamente estabelecidas reportadas, para o cálculo das densidades globais das redes. As densidades globais apresentaram uma grande variação e, apesar de serem altamente correlacionadas com o tamanho da rede, é evidente que a coesão é dificultada conforme este aumenta. De acordo com Ostrom (1998), o tamanho do grupo tem relação negativa com a confiança e cooperação que são comprometidas com a disponibilidade de recursos, alimentando o oportunismo e a dificuldade de monitoramento e comunicação. Mas, apesar da nítida influência do tamanho sobre o comportamento das redes, existem outras variáveis tão ou mais importantes que o determinam. De acordo com seus resultados e com as percepções de campo, tamanho e densidade da rede fazem parte da auto-organização e, por isso, são particulares e dificilmente comparáveis. Dessa forma, esses resultados podem trazer insights, que não podem ser separados das observações de campo, mas não podem trazer conclusões concretas sobre o sucesso ou insucesso dessas redes. Considerando-se as dificuldades de emergência, estruturação e sustentabilidade dessas redes, sua “mera” existência sinaliza o sucesso, que depende muito mais de feedbacks positivos à auto-organização do que de retornos monetários. Na verdade, o sucesso da auto-organização relaciona-se à capacidade de sobrevivência dessas redes e manutenção de seus princípios no contrafluxo das tendências concentradoras do mercado e, avanços nesse sentido sinalizam a possibilidade de mudanças institucionais.

Tabela 3.3 – Composição geral das redes: relações .

Rede	Tamanho da rede (N)	Relações Possíveis (N*(N-1))	Relações Estabelecidas	Densidade Global da Rede
Rede 1	65	4160	1424	34,2%
Rede 2	32	992	88	8,9%
Rede 3	39	1482	182	12,3%
Rede 4	23	506	82	16,2%
Rede 5	57	3192	503	15,8%
Rede 6	49	2352	181	7,7%
Rede 7	20	380	111	29,2%
Rede 8	27	702	458	65,2%

Fonte: Dados da pesquisa.

A Figura 3.8 ilustra a ordenação das densidades de cada rede. Os diagramas representados no Apêndice 1 ilustram as informações a respeito do número de atores e possibilitam que se observe os desenhos referentes ao sentido das relações. A Tabela 3.4 mostra os resultados sobre as densidades de cada tipo de relação por rede de modo a permitir inferências gerais sobre a predominância de alguns tipos de relações sobre outras. Para efeitos de comparação, esses elementos ressaltam alguns comportamentos gerais que serão mais detalhados nas seções seguintes, como a predominância das relações pessoais, a baixa incidência relativa de relações de conflitos e de relações de comando, domínio e normatização, peculiaridades sobre a incidência de relações de ajuda (apoio organizacional, técnico, informacional e subsídios) e de relações monetárias (comerciais e subsídios).

Tabela 3.4 - Densidade das relações por rede.

	1	2	3	4	5	6	7	8
Apoio	8,6%	1,4%	2,1%	2,0%	2,2%	3,8%	12,1%	2,3%
Subsídios	3,1%	1,4%	0,0%	3,2%	1,1%	1,5%	2,6%	2,4%
Comerciais	7,9%	3,4%	3,5%	3,6%	2,9%	2,8%	3,7%	7,4%
Pessoais	25,6%	7,7%	10,8%	11,1%	13,3%	4,4%	17,9%	60,1%
Conflitos	1,9%	1,1%	0,7%	0,8%	0,9%	0,2%	5,8%	2,3%
Normas	1,1%	0,4%	1,8%	1,2%	0,3%	1,6%	1,6%	3,4%

Fonte: Dados da pesquisa.

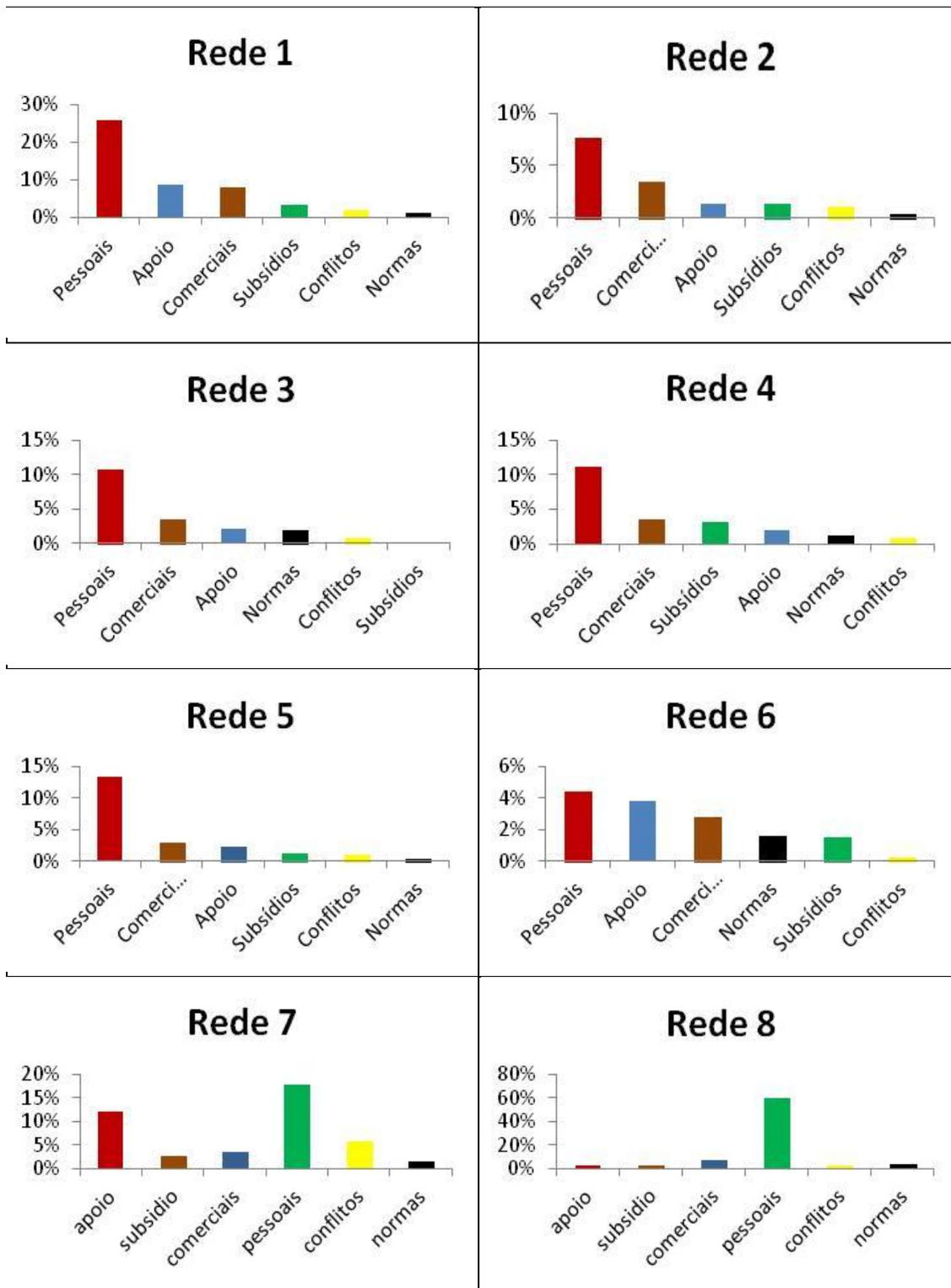


Figura 3.8 - Densidades das relações por rede.

Fonte: Dados da pesquisa.

### 3.3.4. Relações Múltiplas

#### *Relações Pessoais*

Os diagramas apresentados no Apêndice 1 deixam clara a predominância das relações pessoais em relação às demais, resultados respaldados pela tabela 3.4 que apresenta as densidades de cada relação por rede. Esses resultados permitem inferir sobre a proximidade física entre atores que, de acordo com o referencial teórico, favorece a confiança, retroalimentando reciprocidade e reputação (OSTROM, 1998).

Tabela 3.5 - Proporção das relações estabelecidas acompanhadas de relações pessoais.

	Rede 1	Rede 2	Rede 3	Rede 4	Rede 5	Rede 6	Rede7	Rede 8
Total	56%	78%	76%	35%	53%	49%	36%	65%
Apoio	89%	100%	58%	70%	83%	56%	33%	100%
Subsídio	39%	100%	ND	44%	75%	64%	10%	100%
Comerciais	45%	94%	94%	33%	53%	67%	100%	38%
Conflitos	4%	9%	60%	0%	43%	50%	55%	50%
Normas	77%	75%	93%	17%	10%	47%	100%	79%

Fonte: Dados da pesquisa.

Os princípios que permeiam as redes de Comércio Justo e Solidário estabelecem a proximidade entre atores. A Tabela 3.5 mostra que muitas das relações de todas as naturezas estabelecidas nas redes consideradas vêm acompanhadas de relações face a face, ou seja, o mercado estabelecido nessas redes é mais pessoal do que virtual. A incidência de relações múltiplas que incluem relações pessoais acompanhando outros tipos de relações foi bastante variável: 35% na rede 4 a 78% na rede 2, ou seja, não pode ser generalizada, mas é suficiente para estabelecer que boa parte das relações estabelecidas são permeadas por relações pessoais.

As relações de apoio foram as que apresentaram menor variação. Esse é um resultado esperado, já que se trata de apoio técnico, organizacional e informacional que, na maior parte das vezes é dado pessoalmente. O apoio impessoal, na maior parte dos casos, referiu-se a programas governamentais, apoio institucional e, em menor escala, a relações com alguns intermediários comerciais e apoio indireto.

As relações comerciais e de subsídios foram, em grande parte, acompanhadas de relações pessoais. Relações comerciais acompanhadas por relações pessoais são um dos principais diferenciais desses sistemas de comercialização alternativa propostos pelo Comércio Justo e Economia Solidária, visando criar um mercado diferenciado com maior proximidade entre produtores e consumidores. Entre as relações comerciais, casos desacompanhados de relações pessoais foram relatados principalmente em relações com instituições, mas também em algumas relações entre produtores e certificadoras, produtores e intermediários convencionais e desses últimos com os consumidores. Entre as relações de subsídios, as relações com instituições são as que vieram desacompanhadas de relações pessoais.

Os diagramas apresentados no Apêndice 1 (Figuras 1, 3, 4, 5, 7 e 8) mostram que nas redes 1, 3, 4, 5, 7 e 8 as relações pessoais interligam todos os setores, formando figuras geométricas fechadas. Na rede 2 (Apêndice 1, Figura 2), as relações pessoais não formam uma figura geométrica fechada, mas acompanham as demais relações. A rede 2 trata-se, assim como as redes 1 e 3, de uma rede certificada. Nesse caso específico, pode-se inferir que a certificação provavelmente substituiu parte dessas relações. Apenas na rede 6 as relações pessoais se restringem, praticamente, a relações internas no setor da produção e entre esse setor e o setor privado. Nesse caso, o resultado se deve, provavelmente, à falta de informação dos entrevistados. A sobreposição das relações pessoais sobre as demais deve-se, em muitos casos, ao fato de grande parte das relações consideradas ser operacionalizada face a face nessas redes.

Com relação aos setores (Apêndice 2), observou-se que as relações pessoais foram muito frequentes, tanto internamente, quanto entre eles. No caso dos segmentos, não foram tão generalizadas, mas também foram bastante incidentes (Apêndice 3). Por limitações metodológicas de representação da influência dos custos de produção como segmento em algumas redes associada à sua inexistência física, este foi o menos relacionado nas relações pessoais.

Com relação à estabilidade da rede, as relações pessoais têm muito a contribuir. Em primeiro lugar, porque são de natureza recíproca, dada a impossibilidade de estabelecimento de relações pessoais unilaterais. De acordo com Hanneman; Riddle (2005),

as relações recíprocas são mais estáveis do que as relações unilaterais. Em segundo lugar, apesar de os dados não serem suficientes para o cálculo da centralidade, a observação dos diagramas (Apêndice 1) sugere que as relações pessoais, na maior parte das redes, em maior ou menor grau, foram as que mais se aproximaram de um formato distribuído (BARAN, 1964).

Para Ostrom (1998), as relações pessoais próximas tendem a gerar uma atmosfera de confiança, que originalmente pode basear-se na reputação, mas que pode estabelecer uma dinâmica entre confiança e reciprocidade. Segundo a autora, esses valores podem ser aprendidos e internalizados às normas de conduta. Dessa forma, quando se consegue estruturar uma rede ou instituição que alimente esses valores, a participação dos atores na ação cria novas percepções comuns, trazendo mudanças no comportamento e, de forma mais ampla, mudanças institucionais. A opção pela manutenção da estrutura ou por mudanças baseia-se em feedbacks, respectivamente, positivos ou negativos (OSTROM, 2005)

Então, ao mesmo tempo em que esses valores podem ser aprendidos e interiorizados em uma rede, também podem ser deturpados e, por isso, a base alicerçada em expectativas é sempre frágil. Da mesma forma que as expectativas sobre reputação e reciprocidade positivas podem alimentar a ação coletiva, sua não satisfação pode levar à desestruturação e, se alimentada, ao colapso. Uma estrutura baseada em expectativas depende de que elas sejam sempre alimentadas e aprimoradas, mas que não sofram alterações abruptas que possam comprometê-las.

Assim, aceita-se a hipótese de que grande parte das relações estabelecidas nas redes de Comércio Justo e Solidário vêm acompanhadas de relações pessoais. Também se considera que há indícios suficientes para se aceitar que as redes de Comércio Justo e Solidário criam um ambiente de proximidade entre os atores em que predominam as relações pessoais em relação às demais relações estabelecidas, embora não se possa afirmar categoricamente que esse ambiente seja propício\_à manutenção dos princípios do Comércio Justo e Solidário.

## *Certificação*

Pelo fato de os produtos do Comércio Justo e Solidário serem considerados “bens de crença”, apenas contratos e regras dificilmente conseguem garantir sua confiabilidade (AZEVEDO, 2000). Em todas as redes consideradas, além dos contratos e regras, foi observada a predominância de relações pessoais. De acordo com Ostrom (1998), a aproximação é uma forma de estabelecer confiança mútua. A certificação visa substituir essas relações e, assim, economizar os custos de transação decorrentes da necessidade de proximidade entre atores. Entretanto, ao mesmo tempo em que a certificação viabiliza a comercialização a longas distâncias, terceiriza a confiança, incoerente com os princípios de aproximação entre atores estabelecidos pelas práticas de Comércio Justo e Solidário.

A certificadora foi vista, pela maioria dos entrevistados, como uma parceira comercial com certo diferencial. De acordo com os resultados (Apêndice 3), nas redes onde o segmento da certificação está presente, as principais relações estabelecidas, tanto em número de parceiros quanto em densidade, são as comerciais e as pessoais. A certificadora relaciona-se com o setor da produção e, em casos isolados, com os segmentos correspondentes a assistência técnica, intermediários e consumidores (Apêndice 3). Nas redes 1, 2 e 3 o papel da certificadora é mais óbvio, já que se trata de redes certificadas. As redes 4 e 7 não apresentaram o segmento correspondente à certificação entre os atores. As redes 5 e 8, apesar de a elas não caber o processo de certificação, apresentaram a certificadora, relacionando-a com atores participantes.

De acordo com a Figura 3.7, na rede 3 a certificadora foi tida como um dos principais segmentos em termos de influência relativa. Embora seja inegável a participação da certificadora na viabilidade, principalmente das redes certificadas, considera-se que seu papel foi superestimado pela rede 3 devido ao viés do entrevistado: a própria certificadora. Nos demais casos de redes certificadas, a certificadora foi declarada como um ator com objetivos meramente econômicos e de pouca influência sobre o funcionamento da rede.

Devido ao fato de o processo de certificação ser baseado em protocolos privados, pelo fato de o serviço das certificadoras contratadas não ser insubstituível, já que existem outras no mercado, pode ser que ela apareça como um ator irrelevante para a rede.

Por outro lado, sem a certificação não seria possível a comercialização dos produtos dessas redes no mercado externo, predominante e indispensável para a sobrevivência das redes 1, 2 e 3. A certificação é vista como um processo necessário, mas não necessariamente desejado, já que as certificadoras são tidas como mais um ator a participar da quase renda gerada na cadeia.

Ao mesmo tempo, como reportado por Wilkinson; Mascarenhas (2007), a penetração do Comércio Justo e Solidário no mercado convencional tende a reproduzir as características indesejáveis de competitividade e concentração. Devido à racionalidade limitada e seus reflexos sobre a incompletude de contratos, associados à complexidade dos “bens de crença” (AZEVEDO, 2000), dificilmente a elaboração de um sistema de regras consegue assegurar o cumprimento de princípios dos quais a legitimidade e o sucesso dos sistemas de Comércio Justo e Solidário dependem. De acordo com Ostrom (2005), quando as regras obedecem a um processo dinâmico de aprimoramento e adaptação às necessidades, interagem dinamicamente com a conduta e com as expectativas, atuando nas normas sociais. Essas afirmações ressaltam a importância da auto-organização, criando um espaço para o aprendizado com a experiência e seu aprimoramento. O estabelecimento de relações de confiança mútua também é de fundamental importância para a manutenção dessas redes, que podem ser garantidas com transparência que, por sua vez, pode ser favorecida por relações de proximidade entre os atores (UNITED NATIONS, 2011).

Nas redes em que as garantias são dadas pela proximidade entre os atores, como as redes de consumo, a comunicação face a face e um pequeno número de regras dispensam a certificação (OSTROM, 1988). As relações pessoais diretas são, muitas vezes, inconvenientes do ponto de vista econômico e têm influência sobre os custos de transação. Entretanto, o que é interessante nessas redes é que a possibilidade de relações diretas entre produtores e consumidores possibilita a experiência da confiança e estimula a solidariedade. Preocupações com a reputação e exigência de maior transparência fazem com que as relações diretas estimulem reciprocidade que, de acordo com Ostrom (1998), estabelece um círculo virtuoso com confiança. Dessa forma, criam-se possibilidades para o estabelecimento e sustentabilidade de um arranjo institucional baseado em confiança,

reputação e reciprocidade e, com isso, para a manutenção dos princípios dos sistemas de Comércio Justo e Solidário.

***Relações monetárias: Relações comerciais e subsídios***

As relações monetárias, que compreendem as relações comerciais e subsídios, são importantes para a sustentação da rede. Quando somadas, em todos os casos, exceto nas redes 6 e 7 (nas quais foram superadas pelas relações de apoio, Tabela 3.6), apresentaram uma densidade menor do que a apresentada pelas relações pessoais e maior do que a apresentada pelas demais relações.

Tabela 3.6 - Densidade das relações por rede.

	1	2	3	4	5	6	7	8
Comerciais U Subsídios	10,3%	3,8%	3,5%	6,3%	3,3%	3,0%	6,1%	9,5%
Apoio	8,6%	1,4%	2,1%	2,0%	2,2%	3,8%	12,1%	2,3%
Pessoais	25,6%	7,7%	10,8%	11,1%	13,3%	4,4%	17,9%	60,1%
Conflitos	1,9%	1,1%	0,7%	0,8%	0,9%	0,2%	5,8%	2,3%
Normas	1,1%	0,4%	1,8%	1,2%	0,3%	1,6%	1,6%	3,4%

Fonte: Dados da pesquisa.

Entre os subsídios foram considerados todos os serviços essenciais que foram cedidos ou oferecidos subsidiados. As fontes que apareceram em mais redes foram: assistência, instituições financeiras, consumidores e intermediários (Apêndice 3). A quantificação do valor dos subsídios oferece uma estimativa dos custos de sustentação das redes que, associada aos retornos das relações comerciais, pode oferecer uma estimativa da viabilidade da rede. Entretanto, tais estimativas não fazem parte dos objetivos desta tese; nesse caso, esses resultados mostram que, apesar de muito importantes, as relações monetárias não são as prioritárias estabelecidas pelas redes consideradas. Elas são superadas pelas relações pessoais e dividem espaço com as demais relações, o que traz mais indícios para se aceitar a hipótese de que os objetivos predominantes nas Redes de Comércio Justo e Solidário não são os econômicos, assim como a motivação predominante

para o estabelecimento das relações entre atores não é determinada unicamente por esses objetivos.

Mesmo não sendo a única motivação da estruturação de redes de Comércio Justo e Solidário, os recursos monetários que circulam nessas redes são essenciais ao seu funcionamento. Assegurar a liberdade de acesso ao mercado em um contexto que coloca muitos produtores agrícolas cada vez mais longe da auto-satisfação de suas necessidades fundamentais e, conseqüentemente, de dependência do mercado, é fundamental para que sejam criadas condições de aprendizado e desenvolvimento de normas sociais baseadas em valores éticos (SEN, 2000). Nesse quesito, questões importantes referem-se aos limites tênues entre a satisfação das necessidades e empoderamento da rede e o oportunismo.

O auto-interesse como comportamento típico dos atores faz com que sua participação na rede seja condicionada aos retornos possíveis (OSTROM, 2011). Entretanto, os retornos dos empregos alternativos de seu capital são, muitas vezes, tão baixos que nem são considerados alternativas. Nesse ponto, existe uma diferença muito grande entre as redes consideradas: nas redes 1, 3, 4, 7 e entre alguns grupos abarcados pelas redes 5 e 6, o capital disponível aos produtores refere-se, praticamente, à mão de obra. Dessa forma, os baixos recursos monetários circulantes nessas redes têm grande potencial de contribuir à ascensão social desses produtores. Na rede 2 e entre alguns produtores das redes 5 e 6 existe uma diferença: apesar de limitadas, existem outras alternativas para a comercialização de seus produtos, mas essa é a sua atividade econômica, da qual depende o atendimento às suas necessidades. Por um lado, foi observado entre os grupos mais pobres visitados que, dadas as enormes privações a que são submetidos, o atendimento às suas necessidades básicas, muitas vezes, não depende de renda monetária que, quando disponível, atua de modo complementar. Por outro lado, produtores mais imersos nos sistemas convencionais, com tendências ao monocultivo e com forte dependência do ambiente urbano, tanto para o seu consumo como para a sua produção, tendem a depender mais de recursos monetários para atendimento às suas necessidades, inclusive básicas. Apesar de diferentes, não se pode afirmar para qual grupo o diferencial do Comércio Justo e Solidário é mais importante.

Essa discussão tem fortes repercussões sobre os limites de recursos e critérios de elegibilidade que permitem que sejam atendidos os princípios do Comércio Justo e Solidário. Esses dilemas encontram luz na auto-organização e na flexibilidade e bom senso no aprimoramento das regras seguidas por cada rede e são dificultados com o estabelecimento de regras e padrões rígidos.

De qualquer forma, a viabilidade da diversidade, tradição e cultura – novas tendências valorizadas pela globalização - atuando para aumentar as possibilidades de sobrevivência das atividades de pequenos produtores e a manutenção do espaço agrícola pode ser garantida pelos princípios que regem os sistemas alternativos de Comércio Justo e Solidário. Uma vez que esses sistemas permitem que se valorizem sistemas agrícolas tradicionais, baseados na vocação agrícola, e tendem a estabelecer uma velocidade mais compatível com esses sistemas, buscam minimizar os impactos de submissão a um sistema com parâmetros de competitividade demasiado elevados ou de uma necessária mudança de atividade.

A questão de distribuição de recursos nessas redes também é crucial para determinar a sua efetividade como uma alternativa de Comércio Justo e Solidário. De questões relacionadas à forma como os consumidores percebem a elegibilidade e a distribuição de recursos depende a legitimidade desses sistemas e sua sobrevivência, por isso a transparência é uma condição muito importante a ser observada. Nesse ponto, ressalta-se a superioridade de relações diretas, nas quais o consumidor tem mais condições de saber exatamente de quem está comprando e para onde estão sendo direcionados os recursos. Nesse ponto, de acordo com Goodman (2004) e Silva (2006), a certificação tende a reificar os parâmetros morais associados aos produtos e, assim, incentivar modismos que, em geral, tendem a ser pouco sustentáveis. Relações comerciais estabelecidas entre mercados tradicionais e mercados mais modernos tendem a tornar mais complexas as estruturas de governança que, dadas as dificuldades de valoração adequada dos parâmetros subjetivos valorizados pelos princípios do Comércio Justo e Solidário, tendem a dissipar o valor intrínseco aos produtos.

## *Conflitos e desestruturação*

Os diagramas (Apêndice 1) mostram a baixa incidência relativa de conflitos nas redes analisadas, informações respaldadas pela Tabela 3.4 e pela Figura 3.8. Destaca-se a rede 7, que apresentou maior incidência relativa de conflitos. Isso pode ser atribuído a dois fatores principais: em primeiro lugar, a proposta de criação dessa rede desestrutura um esquema já consolidado, alguns conflitos surgem das tentativas de reestruturação. Em segundo lugar, a proposta dessa rede apoia-se na aproximação física entre seus atores, possibilitando um melhor fluxo de informações e melhor observação dos conflitos.

A presença de atores interessados em explorar ou desestruturar fontes potenciais de conflitos foi, de modo geral, baixa. O objetivo de desestruturação apareceu em quatro das oito redes analisadas. Com exceção da Rede 2, na qual esses objetivos superaram os objetivos de desenvolvimento e políticos, nas demais redes foram os que menos apareceram entre os atores. Considera-se que tal configuração de atores deve-se ao fato de a Rede 2 estar inserida em um contexto de maior competitividade que as demais: seu principal produto é uma commodity localizada numa região em que é produzida vastamente. Por não contar com uma fábrica, a estratégia adotada por essa cooperativa foi de terceirizar o processamento, incluindo na rede parceiros convencionais. Apesar de os objetivos de exploração e desestruturação terem tido uma incidência relativamente alta na Rede 2, as relações de conflito foram reativamente baixas. Isso se deve, provavelmente, ao fato de a cooperativa não ser uma ameaça para esses atores. Por outro lado, a participação de alguns desses atores na rede, mesmo que por motivos meramente mercadológicos, pode ser uma semente para uma participação estratégica da empresa em ações de responsabilidade social.

Foram citados pouquíssimos concorrentes e não foram relatados conflitos com eles, sinalizando que a oferta ainda está adequada à demanda. O tamanho e o potencial limitado dessas redes também são responsáveis por limitar o seu potencial de ameaça ao mercado convencional. Também por essa razão é importante que o crescimento das redes de Comércio Justo e Solidário seja ordenado e que, ao mesmo tempo em que amplie a

inclusão dentro de limites que mantenham os princípios originais, consiga mantê-las o mais longe possível de conflitos decorrentes da concorrência.

Acredita-se que a incidência de conflitos seja, de fato, baixa. Entretanto, a metodologia de seleção dos entrevistados não permite que se saiba sobre o grau de informação do entrevistado. Dessa forma, pode ser que esses resultados estejam sendo subestimados. Entretanto, não foram relatados nas entrevistas conflitos graves. Aliás, essa não foi uma pergunta com resposta rápida, na maior parte dos casos: fez os entrevistados pararem para pensar e buscarem supostas relações de conflitos.

Assim, aceita-se a hipótese de que o Comércio Justo e Solidário não surgiu com o objetivo de confrontar e concorrer com as práticas de comércio convencionais; pelo contrário, emergiu para ampliar o acesso a mercados de agentes excluídos, de modo complementar e conciliador às práticas convencionais, porém crítico. Desse modo, a baixa incidência de conflitos pode ser atribuída ao seu baixo potencial de ameaça à ordem capitalista.

#### ***Relações de ajuda: Apoio técnico, organizacional, informacional e subsídios.***

Relações de apoio técnico, organizacional, informacional e subsídios mostraram-se itens importantes para o funcionamento das redes. De acordo com a Tabela 3.7, na maior parte delas, sua somatória apresentou densidade inferior às relações pessoais e comerciais. Apenas nas Redes 1, 6 e 7 a densidade dessa somatória superou a densidade das relações comerciais. As Redes 1 e 7 foram criadas visando, principalmente, inserir comunidades antes excluídas do sistema econômico. As Redes 5 e 6 têm o seu funcionamento dependente de apoio e voluntariado.

Tabela 3.7 - Densidade das relações por rede.

	1	2	3	4	5	6	7	8
Apoio U Subsídios	10,9%	2,2%	2,1%	3,4%	2,4%	4,1%	14,2%	4,7%
Comerciais	7,9%	3,4%	3,5%	3,6%	2,9%	2,8%	3,7%	7,4%
Pessoais	25,6%	7,7%	10,8%	11,1%	13,3%	4,4%	17,9%	60,1%
Conflitos	1,9%	1,1%	0,7%	0,8%	0,9%	0,2%	5,8%	2,3%
Normas	1,1%	0,4%	1,8%	1,2%	0,3%	1,6%	1,6%	3,4%

Fonte: Dados da pesquisa.

As redes de Comércio Justo e Solidário, de acordo com Fretel; Simoncelli-Bourque (2003) buscam combinar viabilidade econômica, aspectos sociais e éticos. Entretanto, por não ser esse o comportamento típico do mercado convencional, as redes de Comércio Justo e Solidário, em geral pequenas e frágeis, têm que enfrentar o “gigante” do mainstream e seus padrões extremamente arraigados de modo a impor valores, em grande medida incompatíveis entre si. Principalmente por carregarem essas contradições, as redes dependem de uma estrutura muito resistente e, por isso, dependem de ajuda até que consigam se empoderar. Alguns tipos de ajuda podem ser retirados quando as redes conseguirem uma relativa autonomia, outros tipos podem ser necessários durante toda a existência da rede. Na entrevista com a rede 7 ficou clara a importância da assistência prestada pelo terceiro setor às comunidades (Apêndice 2), mas o interesse é que se estabeleça uma relação dinâmica entre produtores e consumidores para que essa assistência organizacional prestada por essas ONG’s possa ser retirada. A rede 1 recebe forte apoio do terceiro setor e do governo (Apêndice 2) e também sinalizou que parte da assistência está sendo oferecida em caráter transitório e que deve ser retirada, gradualmente, conforme a rede se consolida. As redes 2 e 5, ao mesmo tempo em que a rede se consolida, consolidam também um sistema de ajuda interno (Apêndice 2). A rede 5, assim como a rede 4, conta fortemente com um esquema de ajuda externa, inclusive do setor público (Apêndice 2). De modo geral, a colaboração e cooperação fazem parte da estrutura das redes.

Os resultados apresentados indicam que as redes consideradas dependem fortemente de apoio e subsídios.

### ***Relações de comando, domínio e normatização***

Observa-se, em geral, uma relativa escassez de relações de comando, domínio e normatização nessas redes (Tabela 3.4).

A grande proporção das normas acompanhadas de relações pessoais estabelecidas nas redes 1, 2, 3, 6, 7 e 8 (Tabela 3.5) sinalizam que sua imposição e monitoramento são, em grande parte, internalizados a essas redes. As Redes 4 e 5, por sua vez, apresentaram uma pequena proporção das normas acompanhadas por relações pessoais, sinalizando uma maior imposição destas por outras esferas, externas às redes. No caso da Rede 4, as normas são impostas por intermediários e instituições financiadoras (Apêndice 3), que não estabelecem relações pessoais com os demais atores da rede. Na Rede 5, as normas são impostas pelas certificadoras e por órgãos governamentais (Apêndice 3), ambos atuando à distância em relação à Rede.

Essas relações também dão a ideia de hierarquias. Apesar de, em alguns casos, haver certa concentração de quem determina as regras, isso não resulta em uma relação hierárquica. Quando do estabelecimento das regras pelas certificadoras, não há uma hierarquia, já que elas são prestadoras de serviço às redes e podem ser substituídas facilmente. Nas redes em que as regras são definidas internamente, há a possibilidade de se estabelecer certa autonomia; nesses casos, o processo dinâmico de auto-organização e aprendizado pode minimizar a exploração e garantir melhor distribuição de valores ao longo da cadeia (OSTROM, 1988). Entretanto, de alguma forma, tais regras estão ligadas aos padrões preestabelecidos no mercado, já que tais Redes interagem com o mercado, mesmo que de uma forma diferenciada.

Na ausência de muitas relações de comando, domínio ou normatização, os atores, internamente às redes de Comércio Justo e Solidário, tendem a compartilhar responsabilidades e recursos de modo equilibrado.

## Conclusões

O estabelecimento de Redes de Comércio Justo e Solidário é um processo desafiador. Em primeiro lugar porque para que se estabeleça como tal depende de uma visão alternativa em relação à visão tradicional do sistema econômico baseada em expectativas positivas a respeito de valores - como reciprocidade, confiança e reputação – muitas vezes sobrepostos pelo oportunismo. Em segundo lugar, porque a legitimidade e sucesso das ações de Comércio Justo e Solidário dependem de que sejam criadas e incentivadas condições para que as redes se mantenham fiéis aos seus princípios originais e que consigam sustentá-los. Por se tratar de um sistema que visa agregar valores com forte tendência à incompatibilidade - como valores econômicos e morais – encontra-se em meio a paradoxos. As regras e instituições do Comércio Justo e Solidário devem atuar minimizando o oportunismo - que, em geral, acompanha os valores econômicos - e criando espaço para a manifestação de valores morais. Entretanto, assimetrias de interpretação e inflexibilidade das generalizações criam dilemas de difícil solução.

O Comércio Justo e Solidário se originou da observação de que as restrições impostas pelos parâmetros de competitividade e eficiência exigidos pelo mercado convencional poderiam ser tratadas como um diferencial que permitisse a inserção de atores excluídos de modo complementar e conciliador. Inicialmente baseava-se em iniciativas humanitárias isoladas que visavam incluir nichos específicos, praticamente em relações diretas. Com os avanços da globalização e difusão de culturas e hábitos que esta proporcionou, o Comércio Justo e Solidário foi crescendo, buscando a manutenção de seus princípios. Apoiado no processo de certificação, entrou em um sistema de regras e generalizações que, muitas vezes, se mostraram incompatíveis com seus princípios originais. A aproximação entre atores foi um pressuposto e uma das bases de operacionalização desses sistemas, a qual a certificação procurou substituir em busca de maior viabilidade econômica e mercados mais abrangentes.

O estabelecimento de redes apoiadas em relações pessoais e de apoio, obedecendo a certa auto-organização e impondo certos limites se mostrou efetivo na inclusão de atores antes excluídos do sistema convencional. A busca por nichos específicos

que são, de certa forma, exclusivos para a agricultura de pequeno porte, ainda atua à parte dos interesses dos grandes e minimiza os problemas de concorrência. Entretanto, seus resultados ainda são incipientes e, talvez por isso, ainda não ofereçam grande ameaça ou oportunidade aos interesses predominantes. Assim, as redes de Comércio Justo e Solidário ainda conseguem atuar de modo complementar e conciliador ao sistema convencional de comércio, mesmo sob constante ameaça do oportunismo muito presente nas relações humanas. De qualquer forma, se o objetivo é incluir mais atores de modo a criar melhores condições para eles, isso deve gerar recursos que não devem estar vulneráveis ao oportunismo. Para minimizá-lo, as redes de Comércio Justo e Solidário consideradas buscaram estabelecer um ambiente de proximidade entre os atores, de modo que a valorização e predominância das relações pessoais incitasse valores morais de modo a sustentá-las sobre esses alicerces.

De acordo com os resultados levantados por essa tese, a real aproximação entre produtores e consumidores não se efetivou na maioria das redes, principalmente no que diz respeito a redes certificadas. Conforme já discutido no capítulo 1, a certificação, ao mesmo tempo que aparece como alternativa que possibilita a comercialização no mercado externo, perde em transparência e proximidade real entre atores, reduzindo o diferencial desses sistemas com respeito às interações pessoais. Ao buscar maior acesso a mercado, recorrendo a mercados convencionais, levantou contradições relativas à escala e ao perfil de consumidores e intermediários. Assim, abriu espaço para o oportunismo em relação aos benefícios monetários pressupostos por esses sistemas, o que tende a anular os efeitos distributivos da remuneração mais justa prevista nas cadeias de Comércio Justo e Solidário.

Algumas iniciativas que valorizam mais a proximidade entre atores, potencializadas por valores que podem emergir dessas interações, e menos apoiadas nas garantias do processo de certificação surgiram buscando favorecer o estabelecimento de relações diferenciadas. Entretanto, tais iniciativas ainda enfrentam hábitos de produção, consumo e relações comerciais muito arraigados na sociedade e, por isso, o seu sucesso depende da possibilidade de uma inovação institucional que realmente valorize a aproximação entre consumidores e produtores e o consumo consciente. Para isso, é essencial a valorização de pequenos negócios nos quais, mais do que a viabilidade

econômica, sejam valorizadas a coesão, a diversidade e aspectos distributivos visando a autonomia de seus participantes.

Observa-se, de acordo com a metodologia adotada, que os entre os atores participantes das redes de Comércio Justo e Solidário não predominam objetivos econômicos, assim como a motivação predominante para o estabelecimento das relações entre atores não é determinada unicamente por esses objetivos. Apesar de os produtores terem, declaradamente, legítimas motivações econômicas para participação nesses sistemas, constatou-se que os objetivos econômicos não são os principais apresentados pelos atores participantes, objetivos de coesão dos grupos e de desenvolvimento econômico também estão muito presentes. Ou seja, as redes de Comércio Justo e Solidário não são formadas apenas para atender objetivos econômicos. Essa é uma afirmativa bastante polêmica e que demanda mais estudos para que seja mais amplamente aceita. Nesse sentido, sugere-se que outros trabalhos sejam realizados para demonstrar que existem interesses além dos econômicos e que podem predominar mesmo em estruturas organizacionais com objetivos claramente econômicos. Os princípios das redes de Comércio Justo e Solidário não priorizam aspectos econômicos, mas buscam conciliar viabilidade econômica com desenvolvimento, ou seja, com aspectos qualitativos e distributivos.

A efetividade de uma ação coletiva não pode ser avaliada por um critério único, o que implicaria na padronização dos resultados almejados, padronização insuficiente para abarcar a complexidade das necessidades de seus participantes. Nesse sentido ressalta-se a importância da auto-organização com compartilhamento de responsabilidades. É inegável que muitas das redes de Comércio Justo e Solidário dependem fortemente de apoio e subsídio externos para que se sustentem, entretanto muitas das consideradas atuam no sentido de ter esse apoio retirado quando atingirem certo grau de autonomia. A ajuda é mais efetiva se o atendimento às necessidades preexistentes for maior do que a criação de novas necessidades. Nesse sentido, a auto-organização é muito importante para estabelecer o tipo de ajuda a ser demandada. Uma postura descentralizada foi observada, principalmente, nas redes 1 e 6. Nessas redes é difícil nomear um elemento central, um ator essencial ao funcionamento da rede, existem sim, elementos catalisadores, cuja presença teve um papel importante para o estabelecimento e consolidação das redes, mas que se tornaram

dispensáveis para a sua sobrevivência. As redes 5, 7 e 8 também buscam essa autonomia, mas ainda estão na fase de consolidação. Das demais redes não se pode afirmar nada com relação a essa questão.

Assim, os arranjos em que a participação de cada ator, inclusive do governo, é limitada, podem resultar em formas de ajuda eficientes. O empoderamento pode ser de grande valia, uma vez que tira os produtores da condição de vítima visando reduzir o assistencialismo: as organizações podem atuar levantando as próprias demandas e buscando resolver os próprios dilemas. Ajudas no sentido de possibilitar que se exerçam vocações de modo eficiente devem ser mais efetivas do que as ajudas que impõem atividades, uma vez que têm maior chance de aproveitar e incentivar conhecimento e experiências preexistentes.

O êxito dessas redes é um critério de difícil mensuração. As citadas contradições decorrentes de ganhos de escala e do crescimento, a dificuldade de estimativa do número de indivíduos atendidos e a relação positiva entre recursos gerados e oportunidade são alguns dos empecilhos à adoção de parâmetros quantitativos para estimar o êxito. Essa questão remete à necessidade de proximidade na avaliação e de que os critérios, objetivos e metas sejam definidos endógenamente, em processo de auto-organização. Entretanto, a sobrevivência dessas redes e dos sistemas produtivos para os quais foram construídas para atender sinaliza seu êxito, uma vez que contrariam muitos dos padrões considerados vitais pelo sistema econômico predominante. A metodologia sinalizou que essa sobrevivência deve-se aos tipos de relações estabelecidas dentro da rede: ao mesmo tempo que em todas as redes predominaram relações pessoais e objetivos de coesão do grupo, também foi observada pouca oposição à sobrevivência e manutenção dessas redes, evidenciada por poucas relações de conflitos e/ou relações hierárquicas e, também, pela pequena proporção de atores com objetivos de exploração e desestruturação. Sugere-se, para estudos posteriores, o maior detalhamento dessas relações e o levantamento de possíveis indicadores de êxito para os sistemas alternativos de Comércio Justo e Solidário.

A metodologia adotada possibilitou uma visão abrangente das relações e objetivos predominantes nas redes de Comércio Justo e Solidário consideradas. Dada a

grande diversidade de estruturas entre tais redes - indícios da auto-organização - comparações e generalizações tendem à superficialidade. Por isso, o reforço da revisão de literatura e descrições das observações foram essenciais para, antes de buscar um diagnóstico preciso e definitivo das redes de Comércio Justo e Solidário no Brasil, trazer exemplos dos sucessos e insucessos das iniciativas reais. Da mesma forma que os Net-Maps sub ou superestimam a incidência de um determinado tipo de relação ou desconsideram sua profundidade, também o fazem com os demais tipos, minimizando esse erro. De fato, a aplicação da metodologia, além de sua relevância analítica científica, também foi importante para que o entrevistado observasse seu próprio mapa de relações, com pontos fracos e fortes.

Pelo mesmo motivo, referente à diversidade de estruturas de redes de Comércio Justo e Solidário, foram constatados indícios fortes para se aceitar as hipóteses consideradas, entretanto, pouco generalizáveis para o sistema de Comércio Justo e Solidário do Brasil. Nesse ponto reside a dificuldade de se estabelecer um modelo único de Comércio Justo Solidário que efetivamente atue no cumprimento dos princípios originais e que abarque um potencial crescente da agricultura marginalizada brasileira. Sugere-se, para estudos posteriores, que o funcionamento de algumas redes seja mais detalhado para capturar pormenores da organização.

Conclui-se que as redes de Comércio Justo e Solidário não conseguem atingir um espectro muito abrangente da agricultura familiar brasileira por serem de difícil estruturação que dependem de iniciativas de ação coletiva e um certo grau de auto-organização difícil de ser atingido. Nesse sentido, sugere-se que as ações coletivas e sua auto-organização sejam estimuladas e fomentadas de modo a empoderar e trazer autonomia aos potenciais beneficiários. Além disso, as iniciativas de Comércio Justo e Solidário devem atentar para um ritmo de crescimento coerente com as atividades dos atores para os quais foram criadas para beneficiar - agricultores pobres e pequenos de países subdesenvolvidos – o que, na maioria das vezes deve implicar em crescimento mais lento e gradual do que o estabelecido por parâmetros de eficiência e competitividade convencionais. Se esse ritmo não for observado, incrementos à escala tendem facilmente a

contrariar os princípios básicos com a inserção de parâmetros de competitividade e eficiência excessivos e excludentes para muitos desses atores.

A efetividade das redes de Comércio Justo e Solidário em atender aos seus princípios originais depende em grande medida da internalização dos parâmetros subjetivos valorizados às normas de conduta, ou seja, essas redes só podem ser ampliadas com legitimidade se houver no comportamento humano mudanças profundas, que não podem ser garantidas, mas podem ser facilitadas por um arranjo institucional adequado.

## Referências bibliográficas\*

ANDERSEN, E.S. e PHILIPSEN, K. The Evolution of Credence Goods in Customer Markets: Exchanging “Pigs in Pokes”. In: DRUID Winter Seminar, 1998, Middelfart: Druid society, 1998.

AOKI, M. Three-level approach to the rules of the societal game: generic, substantive and operational. SASE’s Presidential Choice Roundtable: Copenhagen, jun/2007.

ARDOINO, J. A complexidade. In: MORIN, E. (org) **A religião dos saberes: O desafio do século XIX**. 6ª. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007, cap. 6, p. 548-558. 588p.

AZEVEDO, P.F. Nova economia institucional: Referencial geral e aplicações para a agricultura. Agricultura em São Paulo, SP, v. 47, n.1, p.33-52, 2000.

BARAN, P. On distributed communications: The multiplexing stations. In: \_\_\_ Communicatios systems. Santa Monica, CA: The rand corp. v.12, n.1, p.1-9. 1964.

BARROS, G.C., BACCHI, M.R.P., MIRANDA, S.H.G., BARTHOLOMEU, D.B. CAIXETA FILHO, J.V. e OSAKI, M., 2006. **Agronegócio brasileiro: Perspectivas, desafios e uma agenda para seu desenvolvimento**. Disponível em: <[www.cepea.esalq.usp.br/especialagro/EspecialAgroCepea\\_all.doc](http://www.cepea.esalq.usp.br/especialagro/EspecialAgroCepea_all.doc)>. Acesso em: 20/01/2012.

BORGATTI, S.P. NetDraw: Graph Visualization Software. Harvard: Analytic Technologies. 2002.

BORGATTI, S.P.; EVERETT, M.G.; FREEMAN, L.C. Ucinet for Windows: Software for Social Network Analysis. Harvard, MA: Analytic Technologies. 2002.

BOWLES, S. The institutions of a Capitalist Economy. In: **\_Microeconomics : behavior, institutions, and evolution**. United Kingdom: Princeton University Press. P.331-362. 2004.

BRASIL. 2011 Ministério do Trabalho. Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário. Disponível em: < <http://www.mte.gov.br/geral/funcoes/imprimir.asp?URL=/ecosolidaria>>. Acesso em: 16/11/2011.

BRASIL. Anexo I Decreto nº 7.255, de 4 de agosto de 2010.

---

\* Baseadas na norma NBR 6023, de 2002, da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

BRASIL. lei Nº 11.326, de 24 de julho de 2006.

CASTELLS, M. Toward a Sociology of the Network Society. **Contemporary Sociology**, Washington, v. 29, n. 5, p. 693-699, 2000.

COLEMAN, J.S. Social capital in the creation of human capital. **The American journal of sociology**, Chicago, v. 94, p.95-120, 1988.

DALY, H.E. Economics in a full world. *Scientific American*, v. 293, n. 3, p. 100-107, 2005.

DALY, H.E. Issues in Ecological Economics and Sustainable Development. In: DALY, H.E. **Ecological Economics and Sustainable Development: Selected Essays of Herman Daly**, Camberley Surrey, UK: Edward Elgar. Part III, 2007.

DALY, H.E. Sustainable Development: Definitions, Principles, Policies, Washington, DC: World Bank, 2002. Disponível em: <[http://millenniumindicators.un.org/unsd/envaccounting/ceea/archive/Framework/Daly\\_SD\\_Def\\_Priciples\\_Policies.PDF](http://millenniumindicators.un.org/unsd/envaccounting/ceea/archive/Framework/Daly_SD_Def_Priciples_Policies.PDF)>. Acesso em: 13/04/2010.

DALY, H.E., FARLEY, J. **Ecological Economics: Principles and Applications**. Washington, DC: Island Press, 2004.

ECOCERT. Padrões técnicos requisitos Ecocert para produtos e serviços de Comércio Justo. Disponível em: <[www.ecocert.com.br/fmanager/eco/anexos.../referencial\\_esr\\_p.pdf](http://www.ecocert.com.br/fmanager/eco/anexos.../referencial_esr_p.pdf)>. Acesso em: 18/11/2011.

FACES, Comércio Justo e Solidário no Brasil. Disponível em: <http://www.facesdobrasil.org.br/cartilha-sncjs.html> Acesso em: 15/12/2011.

FAO. Agricultural trade and poverty: Can trade work for the poor? Rome: FAO, 211p. 2005.

FAO. Environmental and social standards, certification and labeling for cash crops. Disponível em: <[www.fao.org/docrep/006/y5136e/y5136e00.htm](http://www.fao.org/docrep/006/y5136e/y5136e00.htm)> Acesso em: 14/07/2009.

FINE. Bruxelas, Belgica. Fair trade definition and principles: as agreed by FINE in December 2001. Disponível em: <<http://www.fair-trade-hub.com/support-files/fair-trade-definition.pdf>>. Acesso em: 16/10/2011.

FLIGSTEIN, N. Habilidade social e a teoria dos campos. In: MARTES, A.C.B. (Org.) **Redes e sociologia econômica**. São Carlos: EdUFSCar, 2009. p.69-106.

FLIGSTEIN, N. Myths of the market. In: EBNER, A.; BECK, N. (Ed.) **The Institutions of the market: Organizations, social systems and governance**. Oxford: Oxford University Press, 2008, p.423. P.131-156.

FLO [updated 2009 Set 1; citado 2008 Nov 10]. Disponível em: <[www.fairtrade.net](http://www.fairtrade.net)>. Acesso em: 08/08/2009.

FLO [updated 2009 Set 1; citado 2008 Nov 10]. Disponível em: [www.fairtrade.net](http://www.fairtrade.net)

FLO. Generic Fairtrade Standards for Small Farmers' Organisations. Dez. 2005.

FRANÇA FILHO, G.; LAVILLE, J. L. **Economia solidária: uma abordagem internacional**. Porto Alegre: Edufrgs, 2004. 199 p.

FRETEL, A.C.; SIMONCELLI-BOURQUE, E. **O Comércio Justo e o consumo ético**. Rio de Janeiro: DP&A. 2003. 79p.

GOODMAN, M.K. Reading fair trade: political ecological imaginary and the moral economy of fair trade foods. **Political Geography**, v.23, n.7, p.891-915, 2004.

GRANOVETTER, M. Ação econômica e estrutura social: O problema da imersão. In: MARTES, A.C.B. (Org.) **Redes e sociologia econômica**. São Carlos: EdUFSCar, 2009. p.31-68.

HANNEMAN, R. A.; RIDDLE, M. **Introduction to social network methods**. Riverside, CA: University of California. 2005. Disponível em: <<http://faculty.ucr.edu/~hanneman/nettext/index.html>> Acesso em: 02dez.2011.

HUDSON I, HUDSON M. Removing the Veil? Commodity Fetishism, Fair Trade, and the Environment. **Organization Environment** 2003. Disponível em: <<http://oae.sagepub.com/cgi/content/abstract/16/4/413>>. Acesso em: 03 out.2008.

ICLEI. Fair Trade and Solidarity Economy in Brazil. 2006. Disponível em: <[http://www.buyfair.org/fileadmin/template/projects/buyfair/files/Fair\\_Trade\\_Report\\_Brazil\\_Final.pdf](http://www.buyfair.org/fileadmin/template/projects/buyfair/files/Fair_Trade_Report_Brazil_Final.pdf)>. Acesso em: 10nov.2008.

IFAT. Disponível em: <[www.ifat.org/ftrinciples.shtml](http://www.ifat.org/ftrinciples.shtml)> Acesso em: 16 nov.2006.

IMO. Procedures Social & FairTrade audit and certification. 2007. Disponível em: [http://www.fairforlife.net/logicio/client/fairforlife/file/IMO\\_I\\_2.1.5\\_Ge\\_Procedures\\_Social\\_\\_FairTrade\\_Audit\\_\\_Certification.pdf](http://www.fairforlife.net/logicio/client/fairforlife/file/IMO_I_2.1.5_Ge_Procedures_Social__FairTrade_Audit__Certification.pdf) Acesso em: 20nov.2011.

JEANTET, T. **O indivíduo coletivo**. São Paulo:Vértice. 1986. p.116.

KAIRÓS. **Levantamento do Perfil dos Grupos de Consumo no Brasil: Consumo como intervenção, um olhar sobre as experiências de consumo coletivo no Brasil**. São Paulo: Instituto Kairós. 2011. 20p.

KAUTSKY, K. **A questão agrária**. São Paulo: Editora Nova Cultural, 1986. p.401.

LECOMTE, T. **Le Commerce Équitable**. Toussus-Le Noble: Nature & Decouverte, 2008. 48p.

LÈVESQUE, B. Contribuição da Nova Sociologia Econômica para repensar a economia no sentido do desenvolvimento sustentável. In: MARTES, A.C.B. (Org.) **Redes e sociologia econômica**. São Carlos: EdUFSCar, 2009. p.107-130.

MACHADO, M.D.; PAULILLO, L.F.; LAMBERT, A. Comércio Justo internacional: A inserção da citricultura brasileira. In: PAULILLO, L.F. (Coord.) **Agroindústria e Citricultura no Brasil**. Rio de Janeiro: E-papers, 2006. Cap. 10 p. 427- 462.

MAZOYER, M., ROUDART, L. Crise agrária e crise geral. In: **História das agriculturas do mundo: Do neolítico à crise contemporânea**. Cap.11, p. 433-492, 1997.

MIZRUCHI, M.S. Análise de redes sociais: Avanços recentes e controvérsias atuais. In: MARTES, A.C.B. (Org.) **Redes e sociologia econômica**. São Carlos: EdUFSCar, 2009. p.131-160.

MURRAY, D., RAYNOLDS. L.T. Globalization and its antinomies: Negotiating a Fair Trade movement. In: RAYNOLDS, L. T., MURRAY, D., WILKINSON, J. **Fair trade: the challenges of transforming globalization**. London: Routledge. p.3-14. 2007.

NORTH, D.C. Understanding the Process of Economic Change. Washington University, St. Louis. 2003. **Forum Series on the Role of Institutions in Promoting Economic Growth. É anais de congresso?**

OLIVEIRA, F. **Crítica à razão dualista/O ornitorrinco**. São Paulo, Boitempo, 2003. 150 p.79.

OSTROM, E. A Behavioral Approach to the Rational Choice Theory of Collective Action. **American Political Science Review**, Bloomington, v.92, n.1, p. 1–22. 1998.

OSTROM, E. Background on the Institutional Analysis and Development Framework. **The policy studies journal**, Denver, CO, v.39, n.1, p. 7-24, 2011.

OSTROM, E. Collective Action and the Evolution of Social Norms. **Journal of Economic Perspectives**, Pittsburgh, PA, v.14, n.3, p. 137–158. 2000.

OSTROM, E. Reformulating the commons. *In*: BURGER, J.; OSTROM, E.; NORGAARD, R. B.; POLICANSKY, D.; GOLDSTEIN, B. D. (ed), **Protecting the Commons: A Framework for Resource Management in the Americas**. Washington, D.C.: Island Press, 2001. p.360.

OSTROM, E. Social Capital: A Fad or a Fundamental Concept? *In*: DASGUPTA, P.; SERAELDIN, I. (ed) **Social Capital: A Multifaceted Perspective**, Washington, DC: The World Bank. P. 172–214, 1999. p.440.

OSTROM, E. Understanding the Diversity of Structured Human Interactions. *In*: \_\_\_. **Understanding Institutional Diversity**. Princeton University Press. C.1. p.3-31. 2005.

PASCUCCI, S. Governance Structure, Perception and Innovation in Credence Food Transactions: The Role of Food Community Networks. **International Journal on Food System Dynamics**, Bonn, v.3, p. 224-236, 2010.

PASSET, 2007 Economia: Da unidimensionalidade à transdisciplinaridade. *In*: MORIN, E. (org) **A religação dos saberes: O desafio do século XIX**. 6ª. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007, cap. 8, p. 251-256. 588p.

POLANYI, K. **A Grande Transformação**. Campus, RJ. 1980. p.350.

PONTE, S. 2002. “Standards, Trade and Equity: Lessons From the Speciality Coffee Industry”. Copenhagen, Centre for Development Research CDR Working Paper 02.13.

POWELL, W.W.; SMITH-DOERR, L. Networks and economic life. *In*: SMELSER, N.J.; SWEDBERG, R. (Ed.) **The handbook of economic sociology**. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1994, cap. 15, p. 368-402. 835p.

RAYNOLDS, L.T.; WILKINSON, J. Fair Trade in the agriculture and food sector: Analytical dimensions. *In*: RAYNOLDS, L. T., MURRAY, D., WILKINSON, J. **Fair trade: the challenges of transforming globalization**. London: Routledge, p.33-48. 2007.

RAYNOLDS, L.T., MURRAY, D. Fair Trade: contemporary challenges and future prospects. *In: RAYNOLDS, L. T., MURRAY, D., WILKINSON, J. Fair trade: the challenges of transforming globalization.* London: Routledge, p.223-234. 2007.

SAES, M.S.M. **Estratégias de diferenciação e apropriação da quase-renda na agricultura: A produção de pequena escala.** São Paulo: Annablume/ Fapesp, 2009. 194p.

SATO, G.S. As novas regras para o mercado global: certificações de origem e qualidade para alimentos seguros. **Internext – Revista Eletrônica de Negócios Internacionais**, São Paulo, v. 4, n. 1, p. 151-163, 2009.

SCHIFFER, E. **Manual Net-Map Toolbox: Influence mapping of social network.** International Food Policy Research Institute.19p. 2007.

SCHUMACHER, E. F. **Small is Beautiful: Um Estudo de Economia que Leva em Conta as Pessoas –** São Paulo: Zahar Editores, 1973. 271p.

SEN, A. **Desenvolvimento como liberdade.** São Paulo: Companhia da Letras, 2000. 409p.

SEN, A. **Sobre ética e economia.** São Paulo: Companhia da Letras, 1999. 144p.

SILVA, P.R. **Consciência e abundância.** Niterói: Silva, 2006, 192p.

SIMON, H. **Administrative behavior.** Glencoe, IL: Free Press. 1957. p.368.

SINGER P. Economia solidária: um modo de produção e distribuição. *In: SINGER, P.; SOUZA, A. R. A economia solidária no Brasil: a autogestão como resposta ao desemprego.* São Paulo: Contexto, 2003, p. 11-28.

SINGER, P. Economia solidária e socialismo. *In: ORTEGA, A.C.; ALMEIDA, F. N. (orgs.) Desenvolvimento territorial, segurança alimentar e economia solidária.* Campinas: Editora Alínea, 2007. p.306.

SMELSER, N.J.; SWEDBERG, R. The sociological perspective on the economy. *In: The handbook of economic sociology.* Princeton, NJ: Princeton University Press, 1994, cap. 1, p. 3-27. 835p.

SMITH, A. **Teoria dos sentimentos morais.** São Paulo: Martins Fontes,1999. p.458.

SNIJDERS, T.A.B.; BORGATTI, S.P. Non-Parametric standard errors and tests for network statistics. *Alhambra, CA: Connections*, v.22, n.2,: 61-70, 1999.

SOUZA, M.C.M. **Cafés sustentáveis e denominação de origem: A certificação de qualidade na diferenciação de cafés orgânicos, sombreados e solidários.** 2006. 177p. Tese (Doutorado em Ciência Ambiental) – Programa de Pós-Graduação em Ciências Ambientais da Universidade de São Paulo, São Paulo. 2006.

UNITED NATIONS, Towards a truly green revolution for food security. In:\_\_\_ **World economic and social survey 2011: The great green technological transformation.** New York: United Nations. p.67-100. 2011.

VAN HAUWERMEIREN, S. **El comercio justo como alternativa para avanzar hacia la sustentabilidad.** Santiago: Revista Ecologia Política, n.11, p.183-190. 1995.

VASCONCELOS, T.A.C. A economia solidária na construção social do desenvolvimento territorial. *In:* ORTEGA, A.C.; ALMEIDA, F. N. (orgs.) **Desenvolvimento territorial, segurança alimentar e economia solidária.** Campinas: Editora Alínea, 2007. p. 306.

VIEIRA, A.C.P. **Instituições e Segurança dos Alimentos: construindo uma nova institucionalidade.** 2009. p.290. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Econômico) - Instituto de Economia - Unicamp, 2009.

WHITE, H.C. **Identity and control: A structural theory of social action.** Princeton, NJ: Princeton University Press, 1992. 423p.

WILKINSON, J., MASCARENHAS, G. Southern social movements and Fair Trade. *In:* RAYNOLDS, L. T., MURRAY, D., WILKINSON, J. **Fair trade : the challenges of transforming globalization.** London: Routledge. p.125-137. 2007a.

WILKINSON, J., MASCARENHAS, G. The making of the Fair Trade movement in the south: the Brazilian case. *In:* RAYNOLDS, L. T., MURRAY, D., WILKINSON, J. **Fair trade : the challenges of transforming globalization.** London: Routledge. C.10. p.157-179. 2007b.

WILLIAMSON, O.E. Markets and Markets and hierarchies, analysis and antitrust implications: a study in the economics of internal organization **New York: Free Press, 1975. 286p.**

## APÊNDICE 1

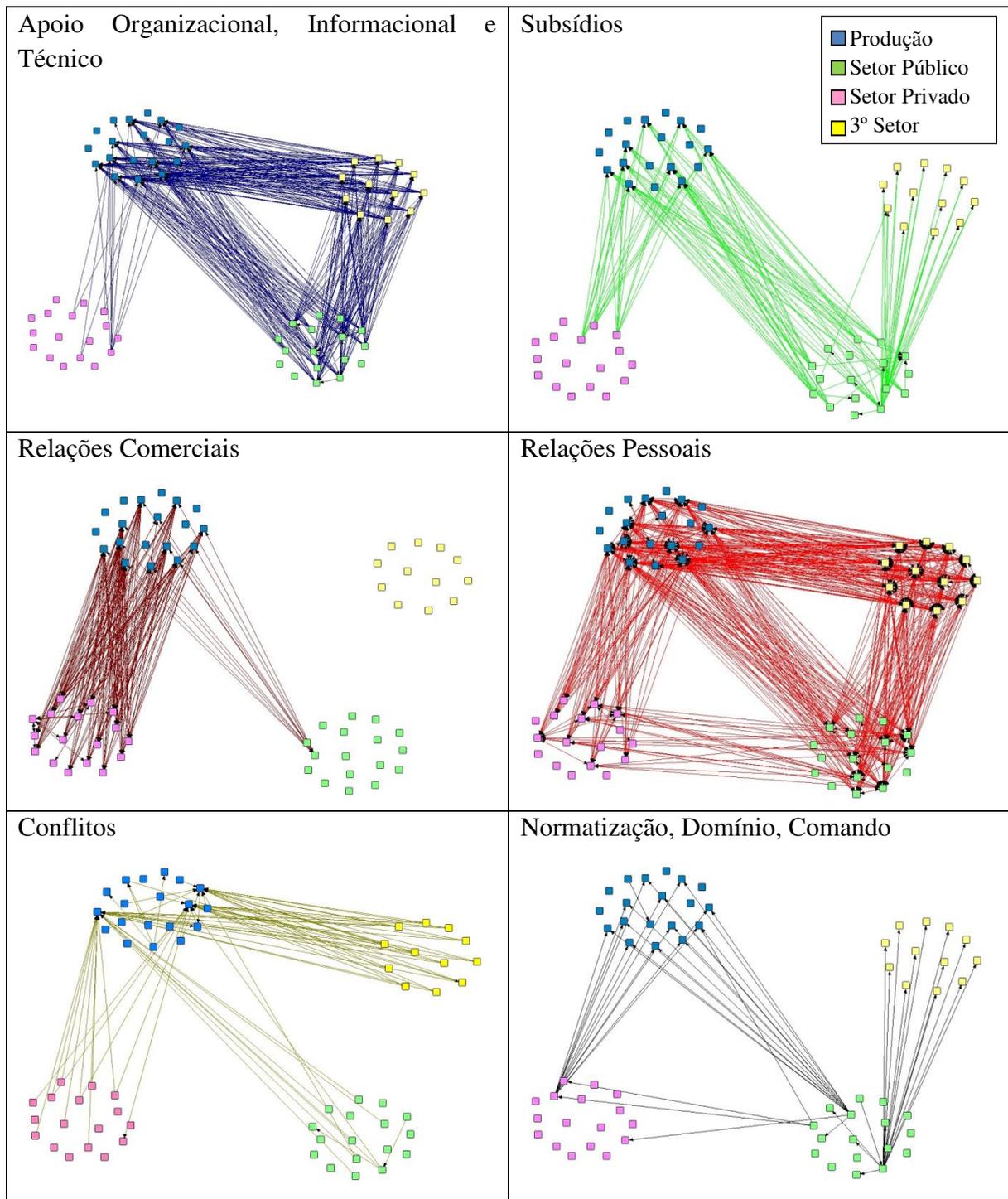


Figura 1 – Relações estabelecidas entre atores da rede 1.

Fonte: Dados da pesquisa.

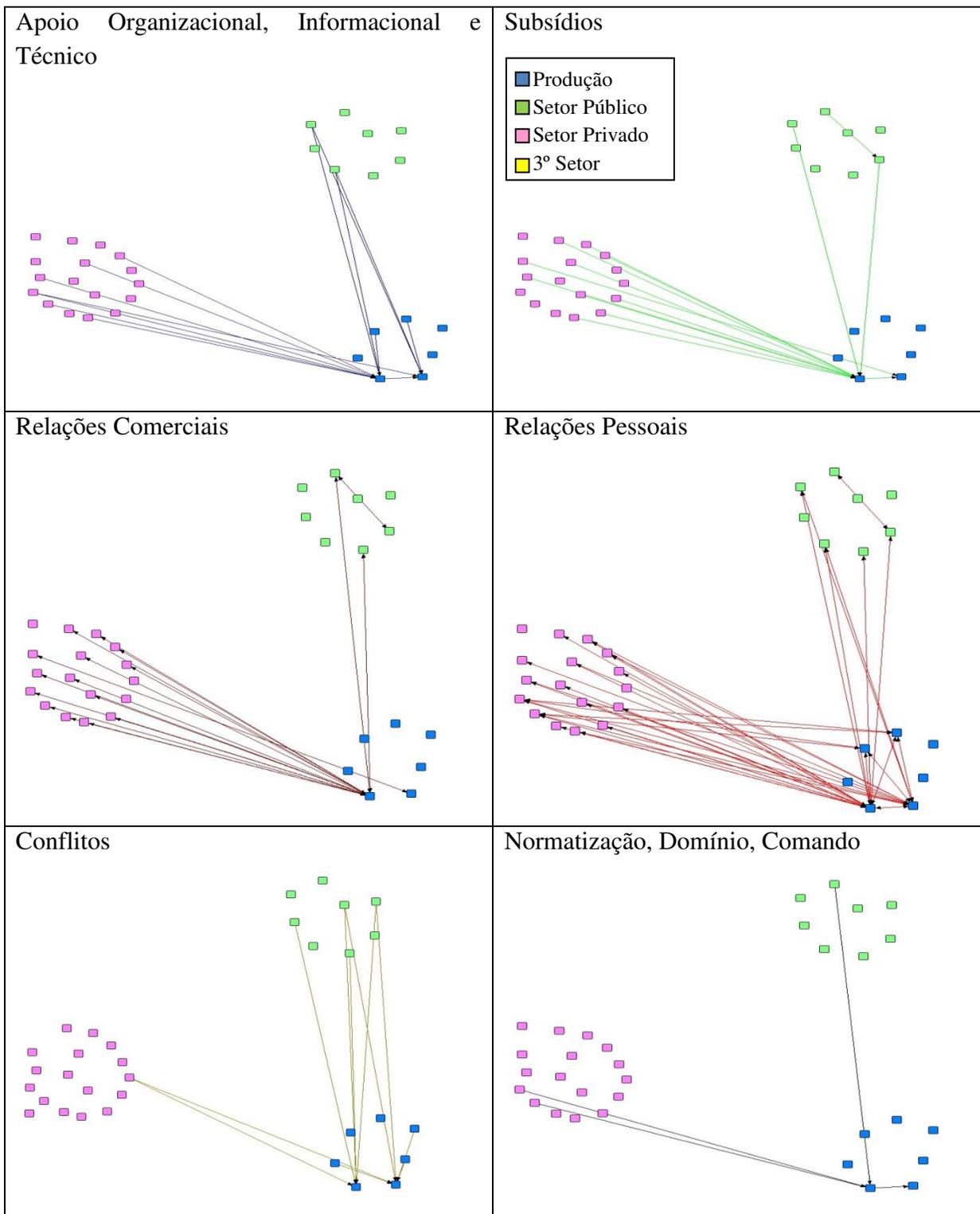


Figura 2 – Relações estabelecidas entre atores da rede 2.

Fonte: Dados da pesquisa.

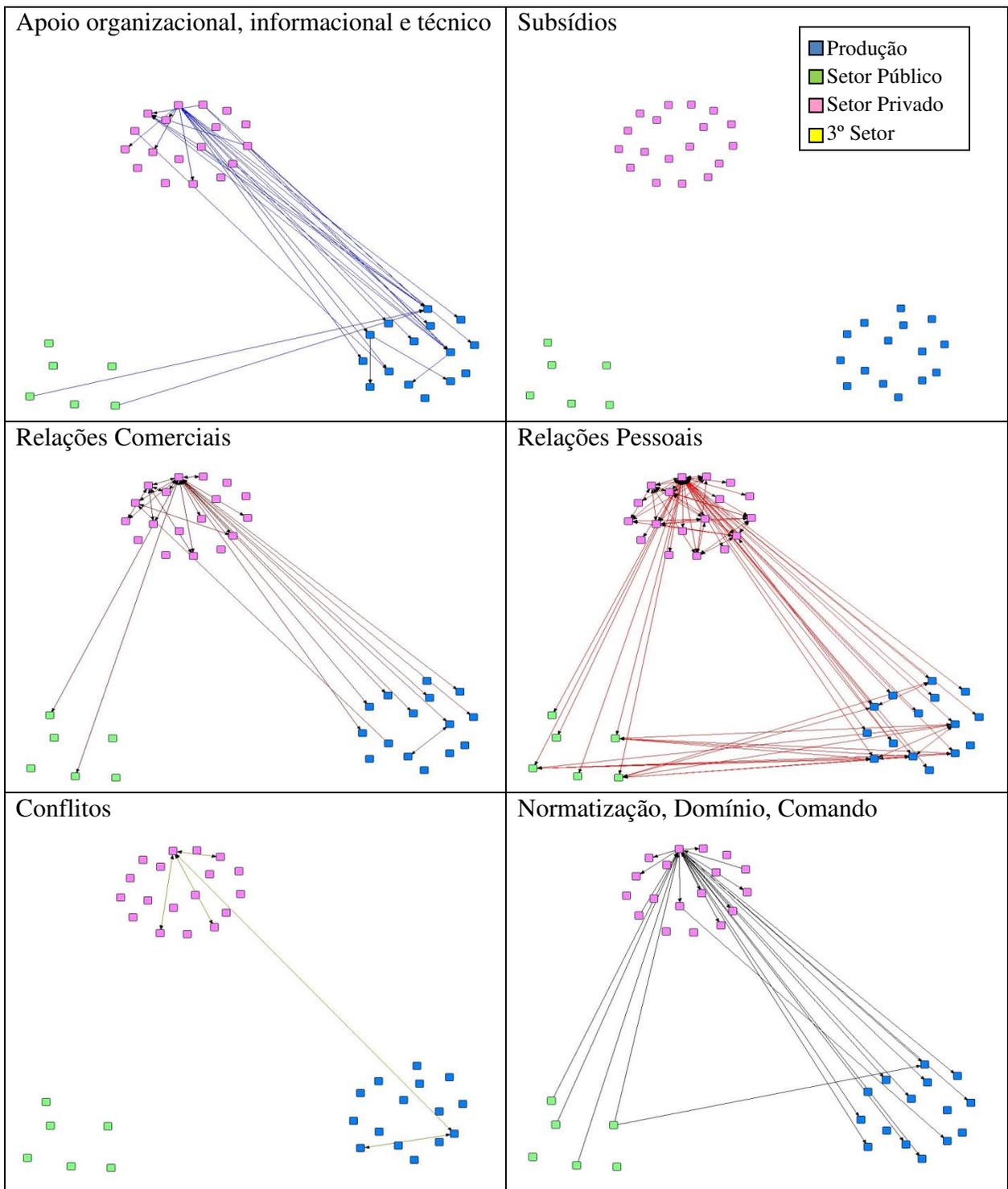


Figura 3 – Relações estabelecidas entre atores da rede 3.

Fonte: Dados da pesquisa.

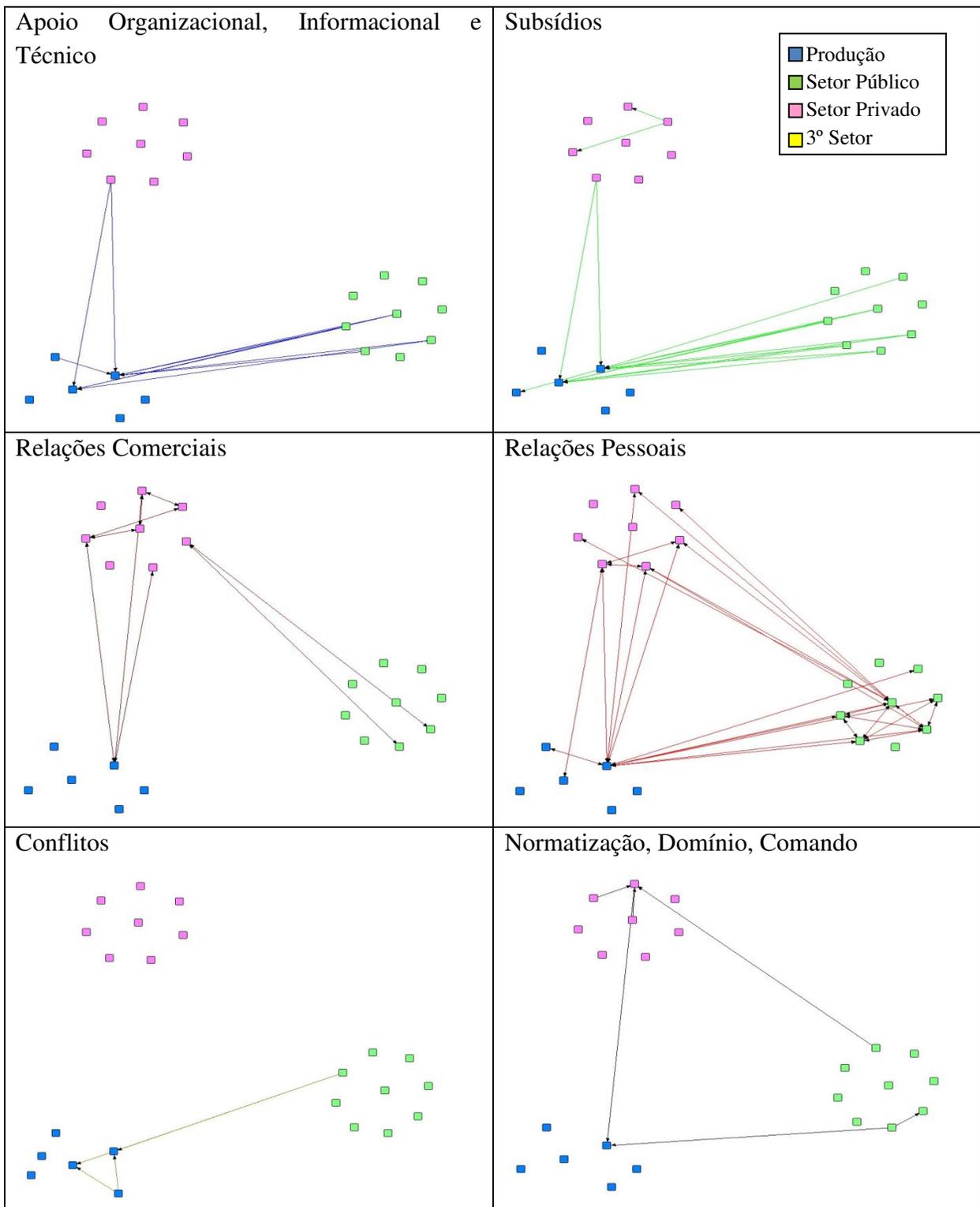


Figura 4 – Relações estabelecidas entre atores da rede 4.

Fonte: Dados da pesquisa.

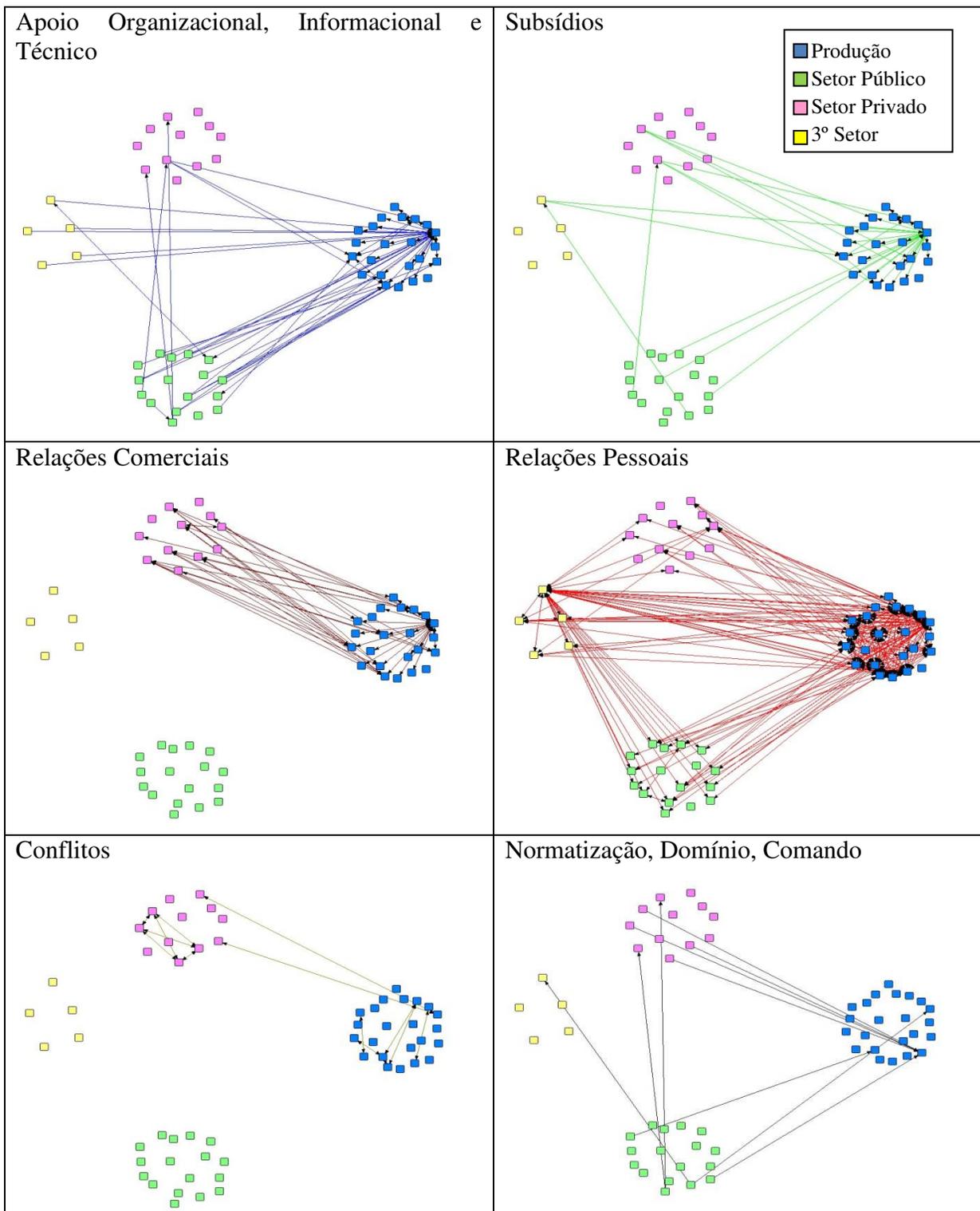


Figura 5 – Relações estabelecidas entre atores da rede 5.

Fonte: Dados da pesquisa.

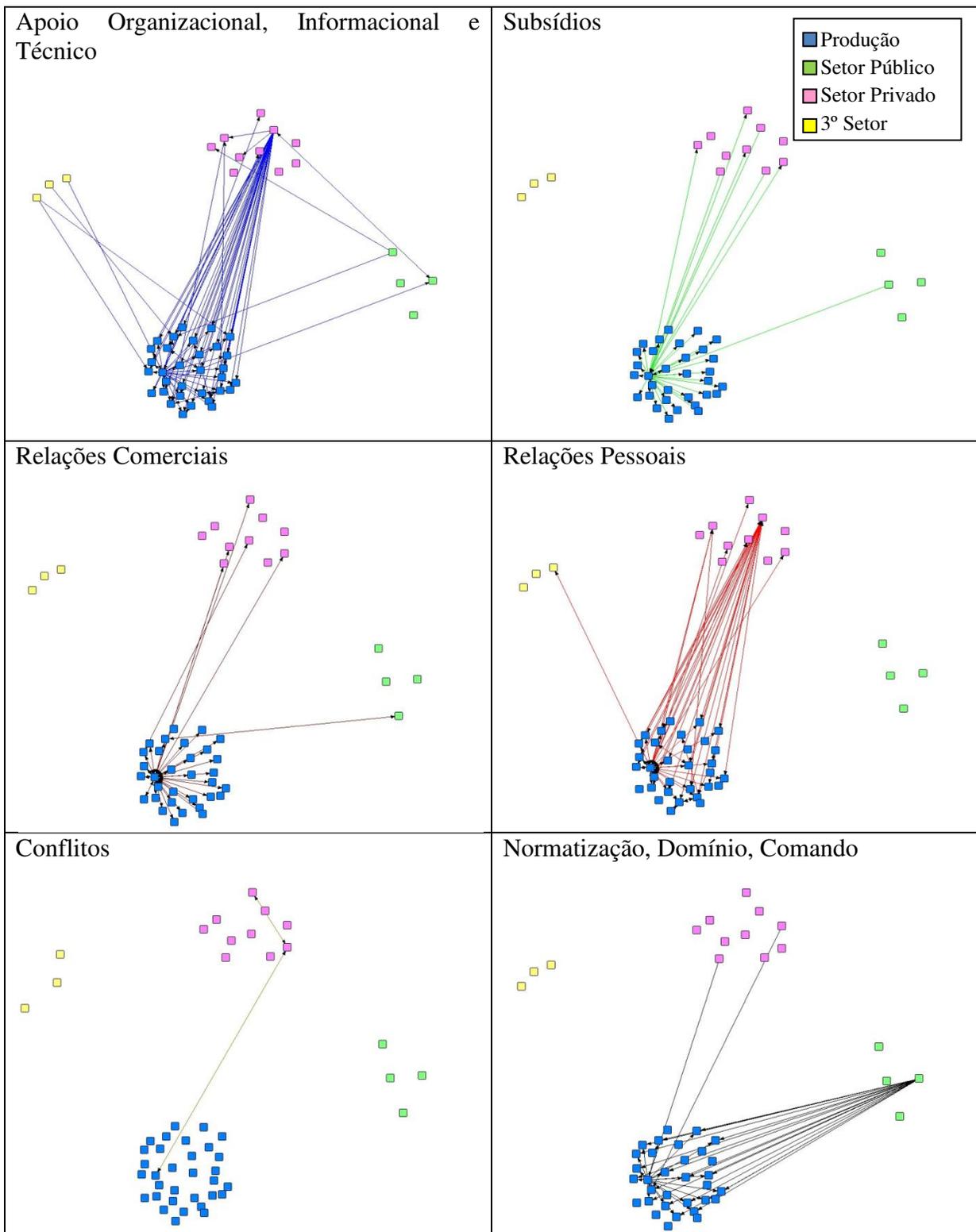


Figura 6 – Relações estabelecidas entre atores da rede 6.

Fonte: Dados da pesquisa.

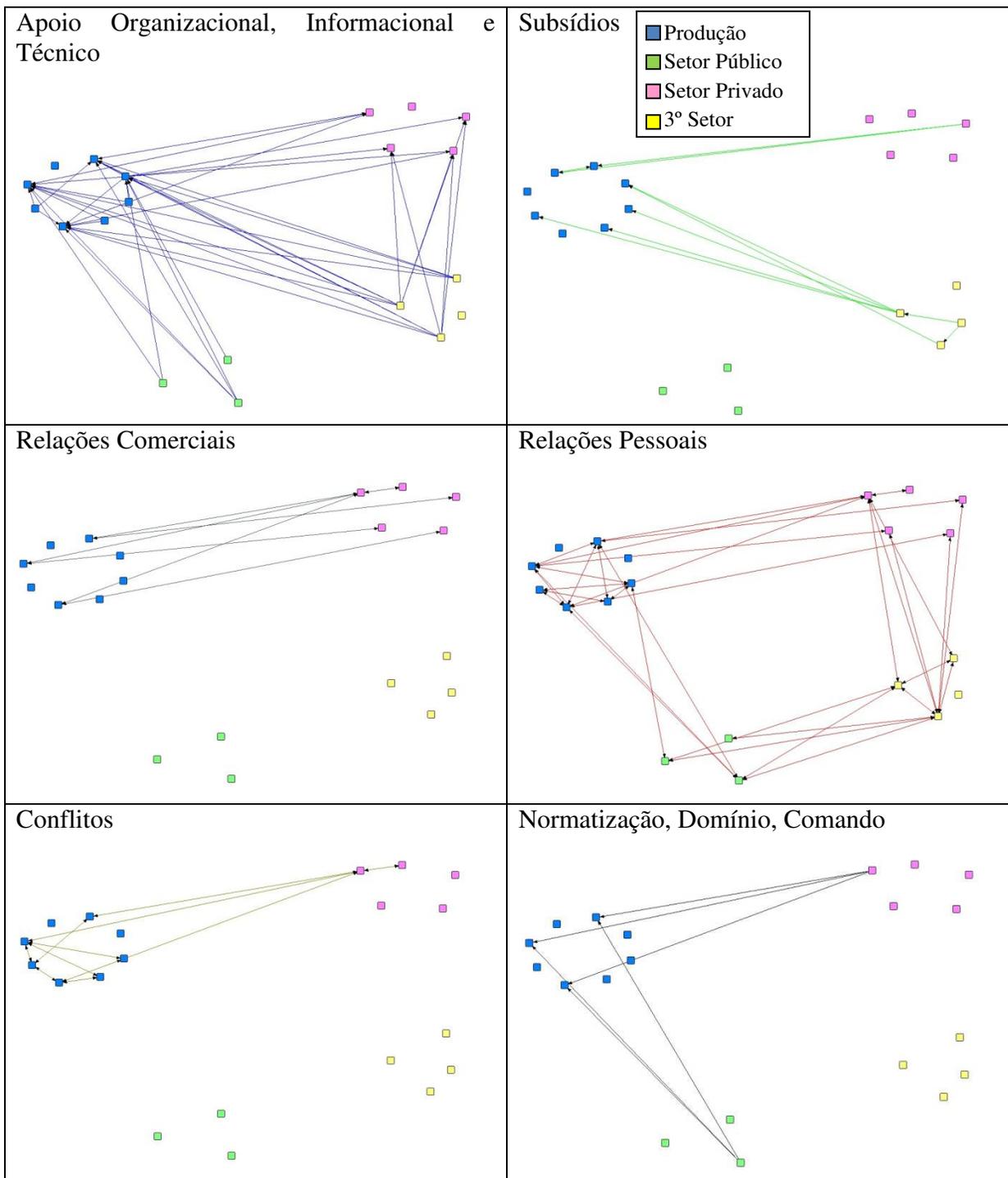


Figura 7 – Relações estabelecidas entre atores da rede 7.

Fonte: Dados da pesquisa.

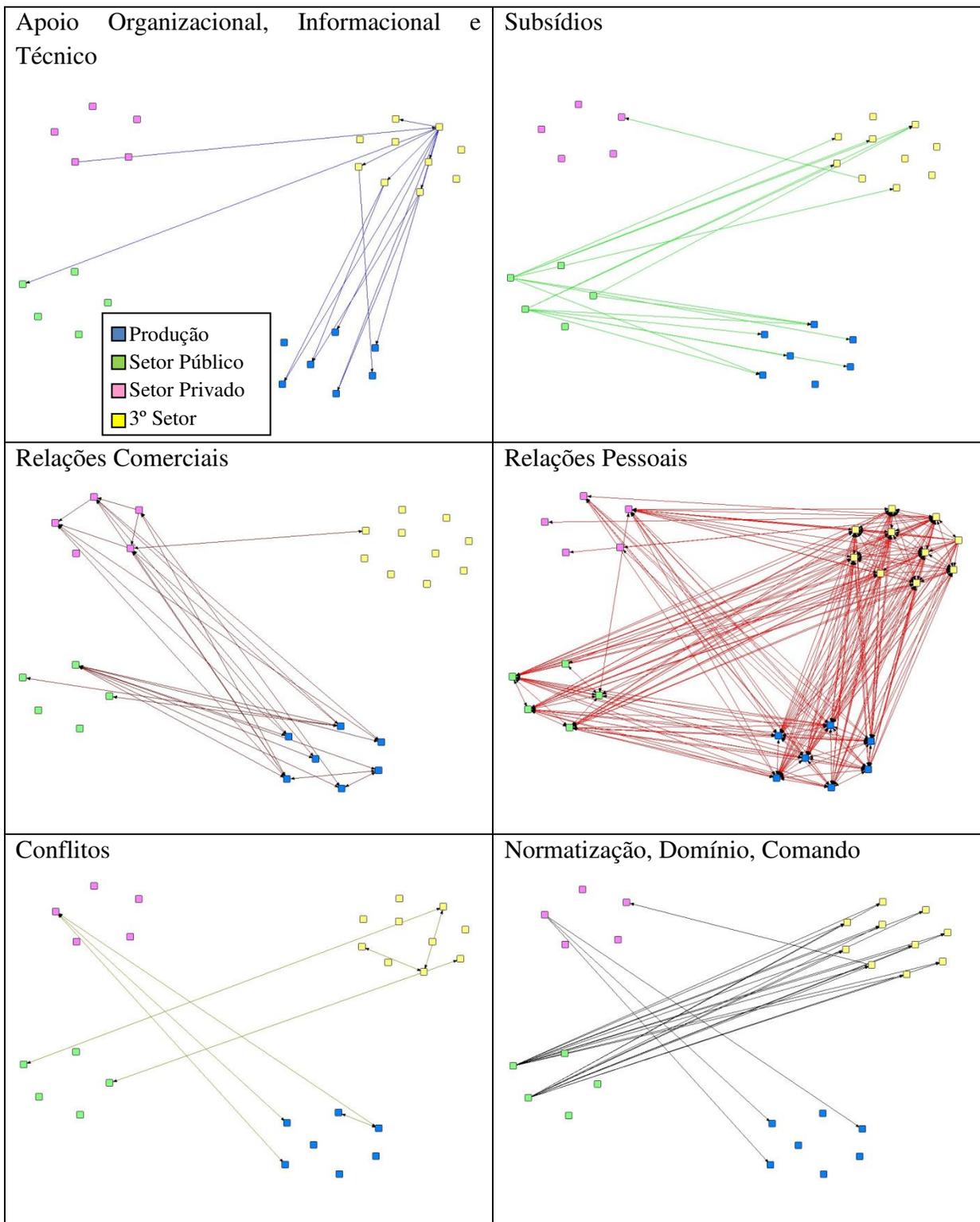


Figura 8 – Relações estabelecidas entre atores da rede 8.

Fonte: Dados da pesquisa.

## APÊNDICE 2

	Rede 1				Rede 2				Rede 3						
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			
Apoio	1	0,24%	-	-	-	1	0,30%	-	-	..	1	0,20%	-	-	..
	2	0,36%	-	-	-	2	0,71%	-	-	..	2	1,28%	0,47%	-	..
	3	2,52%	-	0,22%	2,21%	3	0,40%	-	-	..	3	0,13%	-	-	..
	4	2,88%	-	0,12%	-	4	..	..	..	..	4	..	..	..	..
Subsídio	1	-	-	-	-	1	0,10%	-	-	..	1	-	-	-	..
	2	0,65%	-	-	-	2	1,01%	-	-	..	2	-	-	-	..
	3	1,51%	-	0,29%	0,60%	3	0,20%	-	0,10%	..	3	-	-	-	..
	4	-	-	-	-	4	..	..	..	..	4	..	..	..	..
Comerciais	1	-	3,46%	0,29%	-	1	-	1,41%	0,20%	..	1	0,13%	0,61%	-	..
	2	3,46%	0,38%	-	-	2	1,41%	-	-	..	2	0,54%	1,96%	0,13%	..
	3	0,29%	-	-	-	3	0,20%	-	0,20%	..	3	-	0,13%	-	..
	4	-	-	-	-	4	..	..	..	..	4	..	..	..	..
Pessoais	1	1,88%	1,78%	2,16%	2,88%	1	1,01%	2,62%	0,60%	..	1	0,54%	1,01%	0,94%	..
	2	1,78%	0,38%	0,58%	-	2	2,62%	-	-	..	2	1,01%	5,53%	0,40%	..
	3	2,16%	0,58%	0,72%	2,31%	3	0,60%	-	0,20%	..	3	0,94%	0,40%	-	..
	4	2,88%	-	2,31%	3,17%	4	..	..	..	..	4	..	..	..	..
Conflitos	1	0,36%	0,02%	-	0,02%	1	0,30%	-	-	..	1	0,13%	0,07%	-	..
	2	0,31%	-	-	-	2	0,20%	-	-	..	2	0,07%	0,40%	-	..
	3	0,22%	-	0,05%	-	3	0,60%	-	-	..	3	-	-	-	..
	4	0,87%	-	-	-	4	..	..	..	..	4	..	..	..	..
Normas	1	0,02%	-	-	-	1	0,10%	-	-	..	1	-	-	-	..
	2	0,29%	-	-	-	2	0,20%	-	-	..	2	0,74%	0,74%	-	..
	3	0,31%	0,07%	0,14%	0,29%	3	0,10%	-	-	..	3	0,07%	0,27%	-	..
	4	-	-	-	-	4	..	..	..	..	4	..	..	..	..

Tabela 1 - Densidades das relações entre setores.

Fonte: Dados da pesquisa.

Tabela 2 - Densidades das relações entre setores.

	Rede 4				Rede 5				Rede 6						
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			
Apoio	1	0,20%	-	-	..	1	1,16%	-	0,06%	-	1	1,83%	0,13%	0,04%	-
	2	0,40%	-	-	..	2	0,09%	-	-	-	2	1,40%	0,09%	0,04%	-
	3	1,38%	-	-	..	3	0,56%	0,09%	0,03%	0,03%	3	0,04%	0,09%	-	-
	4	..	..	..	..	4	0,16%	-	0,03%	-	4	0,17%	-	-	-
Subsídio	1	0,20%	-	-	..	1	0,72%	-	-	-	1	1,15%	0,17%	-	-
	2	0,40%	0,40%	-	..	2	0,19%	-	-	-	2	0,17%	-	-	-
	3	2,17%	-	-	..	3	0,09%	0,03%	-	0,03%	3	0,04%	-	-	-
	4	..	..	..	..	4	0,06%	-	-	-	4	-	-	-	-
Comerciais	1	-	0,59%	-	..	1	1,25%	0,75%	-	-	1	2,30%	0,21%	0,04%	-
	2	0,59%	1,58%	0,40%	..	2	0,81%	0,06%	-	-	2	0,21%	-	-	-
	3	-	0,40%	-	..	3	-	-	-	-	3	0,04%	-	-	-
	4	..	..	..	..	4	-	-	-	-	4	-	-	-	-
Pessoais	1	0,40%	0,99%	1,19%	..	1	6,89%	0,66%	0,72%	0,97%	1	2,04%	1,15%	-	0,04%
	2	0,99%	0,79%	1,19%	..	2	0,66%	0,06%	-	0,19%	2	1,15%	-	-	-
	3	1,19%	1,19%	3,16%	..	3	0,72%	-	0,13%	0,41%	3	-	-	-	-
	4	..	..	..	..	4	0,97%	0,19%	0,41%	0,31%	4	0,04%	-	-	-
Conflitos	1	0,40%	-	-	..	1	0,38%	0,06%	-	-	1	-	0,04%	-	-
	2	-	-	-	..	2	0,06%	0,38%	-	-	2	0,04%	0,09%	-	-
	3	0,40%	-	-	..	3	-	-	-	-	3	-	-	-	-
	4	..	..	..	..	4	-	-	-	-	4	-	-	-	-
Normas	1	-	-	-	..	1	-	-	-	-	1	0,77%	-	-	-
	2	0,20%	0,40%	-	..	2	0,13%	-	-	-	2	0,09%	-	-	-
	3	0,20%	0,20%	0,20%	..	3	0,09%	0,06%	-	0,03%	3	0,77%	-	-	-
	4	..	..	..	..	4	-	-	-	-	4	-	-	-	-

Fonte: Dados da pesquisa.

Tabela 3 - Densidades das relações entre setores.

		Rede 7				Rede 8			
		1	2	3	4	1	2	3	4
Apoio	1	2,89%	1,58%	-	-	1	-	-	-
	2	1,05%	-	-	-	2	-	-	0,14%
	3	1,84%	-	-	-	3	-	-	-
	4	3,16%	1,58%	-	-	4	1,28%	-	0,14%
Subsídio	1	0,26%	-	-	-	1	-	-	-
	2	0,53%	-	-	-	2	-	-	-
	3	-	-	-	-	3	1,28%	-	1,00%
	4	1,32%	-	-	0,53%	4	-	0,14%	-
Comerciais	1	-	1,58%	-	-	1	0,57%	1,71%	1,28%
	2	1,58%	0,53%	-	-	2	1,71%	0,57%	-
	3	-	-	-	-	3	1,28%	-	-
	4	-	-	-	-	4	-	0,14%	-
Pessoais	1	4,74%	1,58%	1,05%	-	1	5,98%	2,14%	3,13%
	2	1,58%	0,53%	-	1,58%	2	2,14%	-	0,14%
	3	1,05%	-	-	1,32%	3	3,13%	0,14%	1,99%
	4	-	1,58%	1,32%	1,58%	4	9,97%	1,99%	4,70%
Conflitos	1	3,68%	0,79%	-	-	1	0,28%	0,43%	-
	2	0,79%	0,53%	-	-	2	0,43%	-	-
	3	-	-	-	-	3	-	-	0,28%
	4	-	-	-	-	4	-	-	0,28%
Normas	1	-	-	-	-	1	-	-	-
	2	0,79%	-	-	-	2	0,43%	-	-
	3	0,79%	-	-	-	3	-	-	2,85%
	4	-	-	-	-	4	-	0,14%	-

Fonte: Dados da pesquisa.

### APÊNDICE 3

Tabela 1 - Relações da rede 1 por segmento.

Apoio											Subsídios										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-
2	0,10%	0,14%	-	..	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-
3	-	0,14%	-	..	-	-	-	-	-	-	3	0,22%	0,43%	-	..	-	-	-	-	-	-
4	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	4	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
5	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-	5	0,07%	0,14%	-	..	-	0,34%	-	-	-	0,02%
6	1,51%	3,20%	-	..	-	1,88%	-	-	-	-	6	0,29%	0,58%	-	..	-	0,41%	-	-	-	0,07%
7	0,14%	0,29%	-	..	-	-	-	-	-	-	7	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-
8	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-	8	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-
9	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-	9	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-
10	0,14%	0,34%	-	..	-	0,67%	-	-	-	-	10	0,14%	0,29%	-	..	-	-	-	-	-	0,05%

Relações Comerciais											Relações Pessoais										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	-	-	0,87%	..	-	-	0,24%	0,24%	-	-	1	0,14%	0,48%	0,46%	..	0,07%	1,37%	0,07%	0,14%	-	0,14%
2	-	-	1,73%	..	-	-	0,34%	0,34%	-	-	2	0,48%	0,72%	0,72%	..	0,14%	3,03%	0,12%	0,29%	-	0,29%
3	0,87%	1,73%	-	..	-	-	0,19%	-	-	-	3	0,46%	0,72%	0,38%	..	-	0,29%	-	-	-	0,29%
4	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	4	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
5	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-	5	0,07%	0,14%	-	..	-	-	-	-	-	-
6	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-	6	1,37%	3,03%	0,29%	..	-	6,92%	-	-	-	0,77%
7	0,24%	0,34%	0,19%	..	-	-	-	-	-	-	7	0,07%	0,12%	-	..	-	-	-	-	-	-
8	0,24%	0,34%	-	..	-	-	-	-	-	-	8	0,14%	0,29%	-	..	-	-	-	-	-	-
9	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-	9	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-
10	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-	10	0,14%	0,29%	0,29%	..	-	0,77%	-	-	-	0,05%

Conflitos											Normas										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	-	-	0,05%	..	-	0,02%	-	-	0,05%	-	1	-	-	0,02%	..	-	-	-	-	-	-
2	0,05%	-	0,10%	..	-	-	-	-	0,05%	-	2	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-
3	0,07%	-	0,14%	..	-	-	-	-	0,05%	-	3	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-
4	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	4	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
5	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-	5	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-
6	-	-	0,77%	..	-	0,02%	-	-	0,31%	-	6	0,14%	0,17%	-	..	-	0,41%	0,05%	0,05%	-	-
7	-	-	-	..	-	-	-	-	0,05%	-	7	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-
8	-	-	0,05%	..	-	-	-	-	0,02%	-	8	0,12%	0,17%	-	..	-	-	-	-	-	-
9	-	-	-	..	-	-	0,02%	-	-	-	9	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-
10	-	-	-	..	-	0,02%	-	-	-	-	10	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-

Fonte: Dados da pesquisa.

Tabela 2 - Relações da rede 2 por segmento.

Apoio											Subsídios										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	..	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	..
2	0,10%	-	-	-	-	-	-	-	-	..	2	0,10%	-	-	-	-	-	-	-	-	..
3	-	0,40%	-	-	-	-	-	-	-	..	3	-	0,60%	-	-	-	-	-	-	-	..
4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	..	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	..
5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	..	5	0,10%	0,30%	-	-	-	-	-	-	-	..
6	0,30%	0,30%	-	-	-	-	-	-	-	..	6	-	0,20%	-	-	-	-	-	-	-	..
7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	..	7	-	-	-	-	-	0,10%	-	-	-	..
8	0,10%	0,20%	-	-	-	-	-	-	-	..	8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	..
9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	..	9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	..
10	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	10	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..

Relações Comerciais											Relações Pessoais										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	-	-	-	-	0,10%	-	-	-	-	..	1	-	0,10%	0,50%	-	0,10%	0,40%	-	0,20%	-	..
2	-	-	0,91%	-	0,30%	-	0,10%	0,20%	-	..	2	0,10%	-	0,91%	-	0,40%	0,50%	-	0,20%	-	..
3	-	0,91%	-	-	-	-	-	-	-	..	3	0,50%	0,91%	-	-	-	-	-	-	-	..
4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	..	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	..
5	0,10%	0,30%	-	-	-	-	-	-	-	..	5	0,10%	0,40%	-	-	-	-	-	-	-	..
6	-	-	-	-	-	-	0,10%	-	-	..	6	0,40%	0,50%	-	-	-	-	0,10%	0,40%	-	..
7	-	0,10%	-	-	-	0,10%	-	-	-	..	7	-	-	-	-	-	0,10%	-	-	-	..
8	-	0,20%	-	-	-	-	-	-	-	..	8	0,20%	0,20%	-	-	-	0,40%	-	-	-	..
9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	..	9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	..
10	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	10	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..

Conflitos											Normas										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	..	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	..
2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	..	2	0,10%	-	-	-	-	-	-	-	-	..
3	0,10%	0,10%	-	-	-	-	-	-	-	..	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	..
4	0,20%	0,30%	-	-	-	-	-	-	-	..	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	..
5	-	0,10%	-	-	-	-	-	-	-	..	5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	..
6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	..	6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	..
7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	..	7	-	0,10%	-	-	-	-	-	-	-	..
8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	..	8	-	0,20%	-	-	-	-	-	-	-	..
9	0,30%	-	-	-	-	-	-	-	-	..	9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	..
10	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	10	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..

Fonte: Dados da pesquisa.

Tabela 3 - Relações da rede 3 por segmento.

Apoio											Subsídios										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	-	-	-	..	..	-	-	-	..	..	1	-	-	-	..	..	-	-	-	..	..
2	0,20%	-	-	..	..	-	-	-	..	..	2	-	-	-	..	..	-	-	-	..	..
3	0,40%	0,27%	0,20%	..	..	-	-	-	..	..	3	-	-	-	..	..	-	-	-	..	..
4	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	4	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
5	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	5	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
6	0,13%	-	-	..	..	-	-	-	..	..	6	-	-	-	..	..	-	-	-	..	..
7	-	-	-	..	..	-	-	-	..	..	7	-	-	-	..	..	-	-	-	..	..
8	0,47%	0,13%	-	..	..	-	0,27%	-	..	..	8	-	-	-	..	..	-	-	-	..	..
9	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	9	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
10	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	10	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..

Relações Comerciais											Relações Pessoais										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	-	0,07%	0,07%	..	..	-	-	0,40%	..	..	1	0,13%	0,20%	0,07%	..	..	0,67%	-	0,81%	..	..
2	0,07%	-	-	..	..	-	-	0,13%	..	..	2	0,20%	-	-	..	..	0,27%	-	0,13%	..	..
3	-	-	0,13%	..	..	-	0,27%	0,34%	..	..	3	0,07%	-	0,54%	..	..	-	1,35%	0,40%	..	..
4	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	4	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
5	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	5	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
6	-	-	-	..	..	-	-	-	..	..	6	0,67%	0,27%	-	..	..	-	-	0,20%	..	..
7	-	-	0,27%	..	..	-	-	0,27%	..	..	7	-	-	1,35%	..	..	-	-	0,27%	..	..
8	0,40%	0,13%	0,40%	..	..	-	0,27%	0,27%	..	..	8	0,81%	0,13%	0,40%	..	..	0,20%	0,27%	1,35%	..	..
9	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	9	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
10	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	10	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..

Conflitos											Normas										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	0,13%	-	-	..	..	-	-	0,07%	..	..	1	-	-	-	..	..	-	-	-	..	..
2	-	-	-	..	..	-	-	-	..	..	2	-	-	-	..	..	-	-	-	..	..
3	-	-	-	..	..	-	-	-	..	..	3	-	-	-	..	..	-	-	-	..	..
4	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	4	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
5	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	5	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
6	-	-	-	..	..	-	-	-	..	..	6	0,07%	-	-	..	..	-	-	0,07%	..	..
7	-	-	-	..	..	-	-	-	..	..	7	-	-	-	..	..	-	-	-	..	..
8	0,07%	-	-	..	..	-	-	0,40%	..	..	8	0,74%	-	0,40%	..	..	-	-	0,54%	..	..
9	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	9	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
10	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	10	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..

Fonte: Dados da pesquisa.

Tabela 4 - Relações da rede 4 por segmento.

Apoio											Subsídios											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	0,20%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	0,20%	-	
2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
3	0,20%	0,20%	-	-	-	-	-	-	-	-	3	0,20%	0,20%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5	0,20%	0,20%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6	0,40%	0,40%	-	-	-	-	-	-	-	-	6	0,59%	0,40%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7	-	-	0,40%	-	-	-	-	-	-	-	-
8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
10	0,40%	0,20%	-	-	-	-	-	-	-	-	10	0,40%	0,40%	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Relações Comerciais											Relações Pessoais											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	-	-	0,59%	-	-	-	-	-	-	-	1	0,40%	-	0,79%	-	-	0,79%	-	-	-	0,40%	
2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	0,20%	-	-	-	-	-	-	-	-
3	0,59%	-	-	-	0,20%	0,20%	0,79%	-	-	-	3	0,79%	0,20%	0,79%	-	-	0,40%	-	-	-	0,59%	
4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
5	-	-	0,20%	-	-	-	-	-	-	-	5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
6	-	-	0,20%	-	-	-	-	-	-	-	6	0,79%	-	0,40%	-	-	0,79%	-	-	-	0,99%	
7	-	-	0,79%	-	-	-	-	-	-	-	7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,20%	
8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10	0,40%	-	0,59%	-	-	0,99%	0,20%	-	-	0,40%	

Conflitos											Normas											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	0,20%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4	0,20%	0,20%	-	-	-	-	-	-	-	-	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5	0,20%	-	-	-	-	0,20%	-	-	-	-	-
6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7	-	-	0,40%	-	-	-	-	-	-	-	-
8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8	-	-	0,20%	-	-	-	-	-	-	-	-
9	0,20%	0,20%	-	-	-	-	-	-	-	-	9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Fonte: Dados da pesquisa.

Tabela 5 - Relações da rede 5 por segmento.

Apoio											Subsídios											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	-	0,34%	-	..	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-	-
2	0,53%	0,22%	-	..	-	0,03%	-	-	-	0,06%	2	0,53%	0,16%	-	..	-	-	-	-	-	-	-
3	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-	3	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-	-
4	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	4	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
5	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-	5	-	-	-	..	-	0,03%	-	-	-	-	-
6	0,16%	0,31%	-	..	-	0,09%	0,09%	-	-	-	6	-	0,09%	-	..	-	-	0,03%	-	-	-	-
7	0,06%	0,03%	-	..	-	-	-	-	-	-	7	0,06%	0,03%	-	..	-	-	-	-	-	-	-
8	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-	8	0,03%	0,06%	-	..	-	-	-	-	-	-	-
9	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-	9	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-	-
10	0,09%	0,19%	-	..	-	-	-	-	-	-	10	-	0,09%	-	..	-	-	-	-	-	-	-

Relações Comerciais											Relações Pessoais										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	-	0,47%	0,06%	..	-	-	0,31%	0,09%	-	-	1	3,57%	1,07%	0,16%	..	-	0,72%	0,31%	-	-	0,44%
2	0,47%	0,31%	-	..	-	-	0,22%	0,06%	-	-	2	1,07%	0,38%	-	..	-	0,56%	0,09%	0,09%	-	0,34%
3	0,06%	-	-	..	-	-	-	-	-	-	3	0,16%	-	-	..	-	-	0,03%	-	-	-
4	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	4	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
5	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-	5	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-
6	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-	6	0,72%	0,56%	-	..	-	0,81%	0,09%	0,09%	-	0,25%
7	0,34%	0,25%	-	..	-	-	0,06%	-	-	-	7	0,31%	0,09%	0,03%	..	-	0,09%	-	-	-	-
8	0,09%	0,06%	-	..	-	-	-	-	-	-	8	-	0,09%	-	..	-	0,09%	-	-	-	-
9	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-	9	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-
10	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-	10	0,44%	0,34%	-	..	-	0,25%	-	-	-	-

Conflitos											Normas											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	0,31%	0,03%	-	..	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-	-
2	0,03%	-	0,06%	..	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-	-
3	-	0,06%	-	..	-	-	-	-	-	-	3	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-	-
4	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	4	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	
5	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-	5	-	0,03%	-	..	-	0,03%	-	-	-	-	-
6	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-	6	0,06%	-	-	..	-	-	0,06%	-	-	-	-
7	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-	7	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-	-
8	-	-	-	..	-	-	-	0,38%	-	-	8	0,13%	-	-	..	-	-	-	-	-	-	-
9	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-	9	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-	-
10	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-	10	-	-	-	..	-	-	-	-	-	-	-

Fonte: Dados da pesquisa.

Tabela 6 - Relações da rede 6 por segmento.

Apoio											Subsídios									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	0,34%	0,13%	-	..	..	-	-	0,04%	-	-	1	-	-	-	..	..	-	-	-	-
2	0,81%	0,55%	-	..	..	-	0,09%	-	-	0,04%	2	0,68%	0,47%	-	..	..	-	0,17%	-	-
3	-	-	-	..	..	-	-	-	-	-	3	-	0,04%	-	..	..	-	-	-	-
4	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	4	..	..	..	..	..	..	..	..	..
5	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	5	..	..	..	..	..	..	..	..	..
6	0,77%	0,68%	-	..	..	0,04%	-	0,04%	-	0,04%	6	-	0,09%	-	..	..	-	-	-	-
7	-	0,09%	-	..	..	-	-	-	-	-	7	-	0,09%	-	..	..	-	-	-	-
8	-	-	-	..	..	0,04%	-	-	-	-	8	-	-	-	..	..	-	-	-	-
9	-	-	-	..	..	-	-	-	-	-	9	-	-	-	..	..	-	-	-	-
10	0,04%	0,04%	-	..	..	-	0,04%	-	-	-	10	-	-	-	..	..	-	-	-	-

Relações Comerciais											Relações Pessoais									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	-	0,68%	-	..	..	-	0,04%	-	-	-	1	0,34%	0,51%	-	..	..	0,47%	0,04%	-	-
2	0,68%	0,94%	-	..	..	0,04%	0,17%	-	-	-	2	0,51%	0,68%	-	..	..	0,43%	0,13%	-	-
3	-	-	-	..	..	-	-	-	-	-	3	-	-	-	..	..	-	-	-	-
4	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	4	..	..	..	..	..	..	..	..	..
5	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	5	..	..	..	..	..	..	..	..	..
6	-	0,04%	-	..	..	-	-	-	-	-	6	0,47%	0,43%	-	..	..	-	-	-	-
7	0,04%	0,17%	-	..	..	-	-	-	-	-	7	0,04%	0,13%	-	..	..	-	-	-	-
8	-	-	-	..	..	-	-	-	-	-	8	-	-	-	..	..	-	-	-	-
9	-	-	-	..	..	-	-	-	-	-	9	-	-	-	..	..	-	-	-	-
10	-	-	-	..	..	-	-	-	-	-	10	-	0,13%	-	..	..	-	-	-	-

Conflitos											Normas									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	-	-	-	..	..	-	-	-	-	-	1	-	-	-	..	..	-	-	-	-
2	-	-	-	..	..	-	0,04%	-	-	-	2	0,47%	0,30%	-	..	..	-	-	-	-
3	-	-	-	..	..	-	-	-	-	-	3	-	-	-	..	..	-	-	-	-
4	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	4	..	..	..	..	..	..	..	..	..
5	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	5	..	..	..	..	..	..	..	..	..
6	-	-	-	..	..	-	-	-	-	-	6	-	-	-	..	..	-	-	-	-
7	-	0,04%	-	..	..	-	0,09%	-	-	-	7	-	0,04%	-	..	..	-	-	-	-
8	-	-	-	..	..	-	-	-	-	-	8	0,51%	0,30%	-	..	..	-	-	-	-
9	-	-	-	..	..	-	-	-	-	-	9	-	-	-	..	..	-	-	-	-
10	-	-	-	..	..	-	-	-	-	-	10	-	-	-	..	..	-	-	-	-

Fonte: Dados da pesquisa.

Tabela 7 - Relações da rede 7 por segmento.

Apoio											Subsídios										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	-	-	0,79%	..	-	-	..	..	..	-	1	-	-	-	..	-	-	..	..	..	-
2	2,63%	0,26%	0,79%	..	-	-	..	..	..	-	2	-	-	-	..	-	-	..	..	..	-
3	1,05%	-	-	..	-	-	..	..	..	-	3	0,26%	-	-	..	0,26%	-	..	..	..	-
4	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	4	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
5	-	-	-	..	-	-	..	..	..	-	5	0,26%	-	-	..	-	0,53%	..	..	..	-
6	3,42%	1,32%	1,58%	..	-	-	..	..	..	-	6	-	1,32%	-	..	-	-	..	..	..	-
7	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	7	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
8	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	8	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
9	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	9	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
10	-	0,26%	-	..	-	-	..	..	..	-	10	-	-	-	..	-	-	..	..	..	-

Relações Comerciais											Relações Pessoais										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	-	-	1,58%	..	-	-	..	..	..	-	1	1,58%	0,79%	1,58%	..	-	0,79%	..	..	..	-
2	-	-	-	..	-	-	..	..	..	-	2	0,79%	1,58%	-	..	-	0,26%	..	..	..	-
3	1,58%	-	0,53%	..	-	-	..	..	..	-	3	1,58%	-	0,53%	..	-	1,58%	..	..	..	-
4	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	4	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
5	-	-	-	..	-	-	..	..	..	-	5	-	-	-	..	-	-	..	..	..	-
6	-	-	-	..	-	-	..	..	..	-	6	0,79%	0,26%	1,58%	..	-	3,68%	..	..	..	0,26%
7	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	7	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
8	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	8	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
9	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	9	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
10	-	-	-	..	-	-	..	..	..	-	10	-	-	-	..	-	0,26%	..	..	..	-

Conflitos											Normas										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	-	1,84%	0,79%	..	-	-	..	..	..	-	1	-	-	-	..	-	-	..	..	..	-
2	1,84%	-	-	..	-	-	..	..	..	-	2	-	-	-	..	-	-	..	..	..	-
3	0,79%	-	0,53%	..	-	-	..	..	..	-	3	0,79%	-	-	..	-	-	..	..	..	-
4	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	4	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
5	-	-	-	..	-	-	..	..	..	-	5	-	-	-	..	-	-	..	..	..	-
6	-	-	-	..	-	-	..	..	..	-	6	0,79%	-	-	..	-	-	..	..	..	-
7	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	7	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
8	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	8	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
9	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	9	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
10	-	-	-	..	-	-	..	..	..	-	10	-	-	-	..	-	-	..	..	..	-

Fonte: Dados da pesquisa.

Tabela 8 - Relações da rede 8 por segmento.

Apoio											Subsídios										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	1	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
2	..	-	-	-	..	-	-	-	..	..	2	..	-	-	-	..	-	-	-	..	..
3	..	-	-	-	..	0,14%	-	-	..	..	3	..	-	-	-	..	-	-	-	..	..
4	..	-	-	-	..	-	-	-	..	..	4	..	1,14%	-	-	..	0,85%	-	-	..	..
5	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	5	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
6	..	1,28%	-	0,14%	..	0,71%	-	-	..	..	6	..	0,14%	0,14%	-	..	0,14%	-	-	..	..
7	..	-	-	-	..	-	-	-	..	..	7	..	-	-	-	..	-	-	-	..	..
8	..	-	-	-	..	-	-	-	..	..	8	..	-	-	-	..	-	-	-	..	..
9	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	9	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
10	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	10	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..

Relações Comerciais											Relações Pessoais										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	1	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
2	..	0,57%	0,28%	1,14%	..	0,14%	1,00%	0,43%	..	..	2	..	5,98%	1,00%	1,99%	..	9,12%	1,14%	-	..	..
3	..	0,28%	-	-	..	-	0,28%	-	..	..	3	..	1,00%	-	-	..	1,57%	-	-	..	..
4	..	1,14%	-	-	..	-	-	-	..	..	4	..	1,99%	-	0,28%	..	3,42%	-	-	..	..
5	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	5	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
6	..	0,14%	-	-	..	-	0,14%	-	..	..	6	..	11,11%	1,71%	3,70%	..	14,10%	0,28%	0,14%	..	..
7	..	1,00%	-	-	..	0,14%	-	0,28%	..	..	7	..	1,14%	-	-	..	0,28%	-	-	..	..
8	..	0,43%	-	-	..	-	-	-	..	..	8	..	-	-	-	..	0,14%	-	-	..	..
9	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	9	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
10	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	10	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..

Conflitos											Normas										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	1	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
2	..	0,28%	-	-	..	-	-	0,43%	..	..	2	..	-	-	-	..	-	-	-	..	..
3	..	-	-	-	..	-	-	-	..	..	3	..	-	-	-	..	-	-	-	..	..
4	..	-	-	-	..	0,14%	-	-	..	..	4	..	-	-	-	..	2,85%	-	-	..	..
5	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	5	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
6	..	-	-	0,14%	..	0,85%	-	-	..	..	6	..	-	0,14%	-	..	-	-	-	..	..
7	..	-	-	-	..	-	-	-	..	..	7	..	-	-	-	..	-	-	-	..	..
8	..	0,43%	-	-	..	-	-	-	..	..	8	..	0,43%	-	-	..	-	-	-	..	..
9	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	9	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
10	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	10	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..

Fonte: Dados da pesquisa.