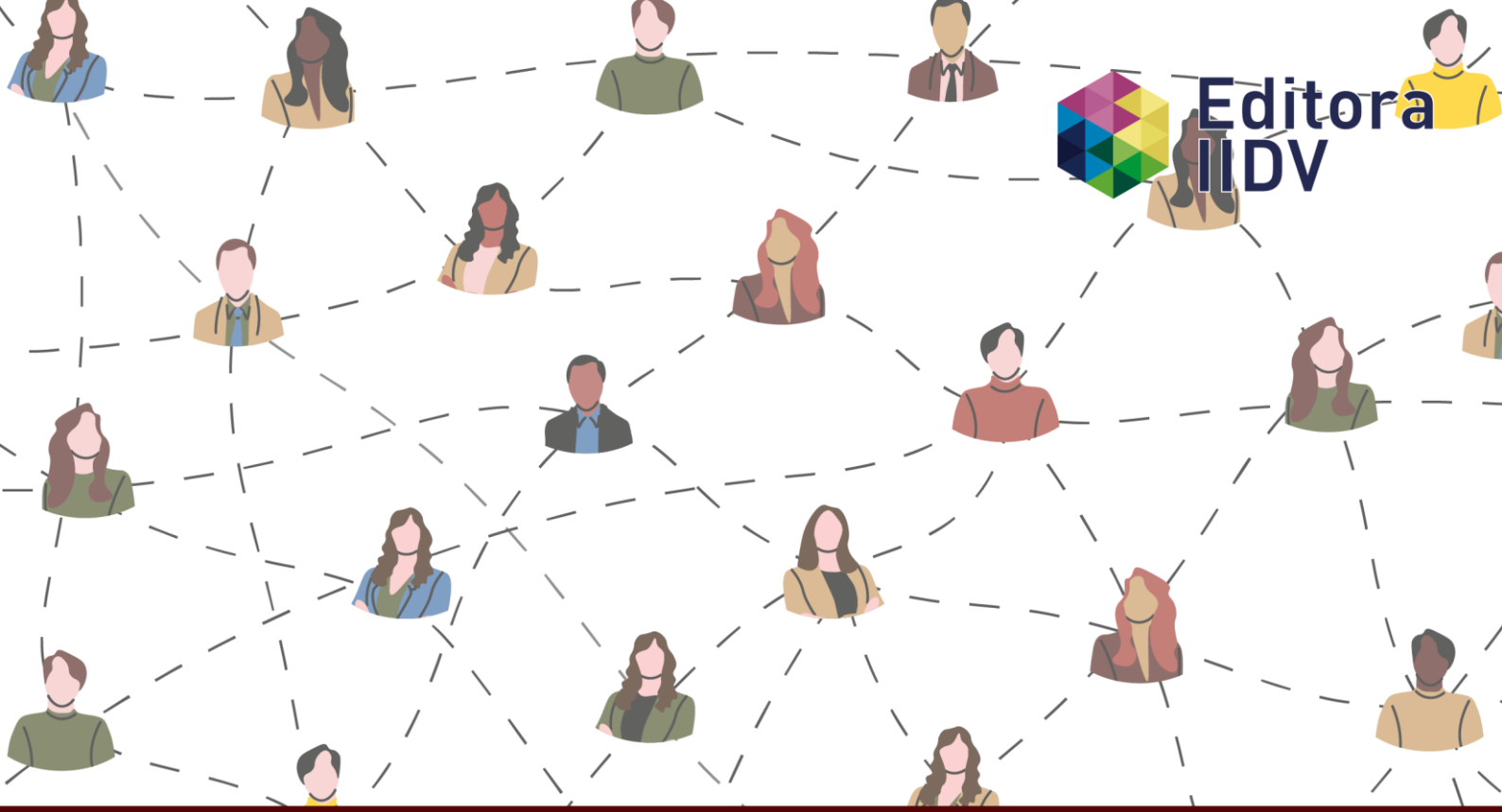


Editora IIDV

CAPITAL SOCIAL EM REDES SOCIAIS

A Rede Associada de Mulheres Empreendedoras - RAME



Maria Eliene Soares de Souza
Joana Ancila Pessoa Forte
Danielle Miranda de Oliveira Arruda Gomes

Maria Eliene Soares de Souza
Danielle Miranda de Oliveira Arruda Gomes
Joana Ancila Pessoa Forte

CAPITAL SOCIAL EM REDES SOCIAIS:

A Rede Associada de Mulheres Empreendedoras – RAME

Recife – PE – Brasil

Instituto Internacional Despertando Vocações

2021

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Souza, Maria Eliene Soares de
Capital social em redes sociais Empreendedoras [livro eletrônico] : a rede associada de mulheres empreendedoras - RAME / Maria Eliene Soares de Souza, Danielle Miranda de Oliveira Arruda Gomes, Joana Ancila Pessoa Forte. -- Recife, PE : Editora IIDV, 2021.
PDF

Bibliografia.
ISBN 978-65-88970-20-1

1. Administração de empresa 2. Capital social 3. Gestão de negócios 4. Empreendedorismo 5. Mulheres empresárias 6. Redes sociais I. Gomes, Danielle Miranda de Oliveira Arruda. II. Forte, Joana Ancila Pessoa. III. Título.

21-80438 CDD-338.04

Índices para catálogo sistemático:

1. Mulheres empresárias : Economia 338.04

Aline Graziele Benitez - Bibliotecária - CRB-1/3129

INFORMAÇÕES BIBLIOGRÁFICAS

TÍTULO: CAPITAL SOCIAL EM REDES SOCIAIS: A Rede Associada de Mulheres Empreendedoras – RAME

ORGANIZADORES: Maria Eliene Soares de Souza
Danielle Miranda de Oliveira Arruda Gomes
Joana Ancila Pessoa Forte

VOLUME: 01

EDITOR: Ayrton Matheus da Silva Nascimento

DIAGRAMAÇÃO: Mariana Almeida Ferreira de Lima

ISBN: 978-65-88970-20-1

DOI: https://doi.org/10.31692/978-65-88970-20-1

EDITORA: Instituto Internacional Despertando Vocações (IIDV)

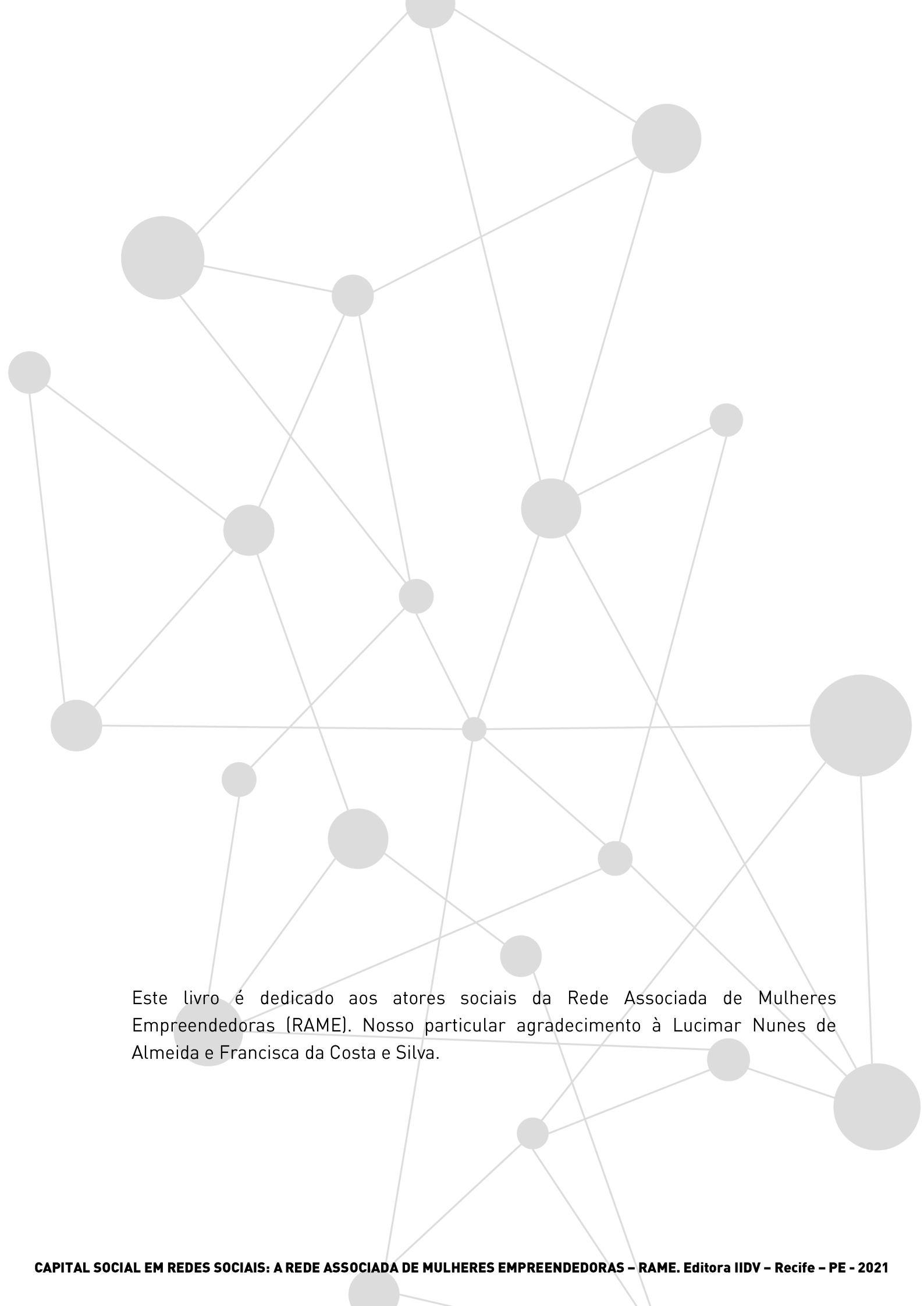
Edição Digital 2021. Direitos exclusivos reservados para todos os países. Proibida sua reprodução total ou parcial, para uso privado ou coletivo, em qualquer meio impresso ou eletrônico de acordo com as leis de Propriedade Intelectual.

Digitalizado no Brasil / Digitalizado en Brasil/ Digitized in Brazil.

PREFÁCIO

Este livro trata da dissertação de mestrado sobreo estudo de como se estruturaram as redes sociais dos atores participantes da Rede Associada de Mulheres Empreendedoras (RAME), nas suas relações internas, através de seus associados e com seus parceiros externos (fornecedores, clientes e prestadores de serviços). A RAME está situada no bairro José Walter em Fortaleza/Ce. A abordagem metodológica utilizada foi um multimétodo, visando estudar o capital social nas dimensões estrutural, relacional e cognitiva. Para dar suporte à investigação das dimensões do capital social, caracterizado por conteúdos específicos nelas transacionados, adotou-se os questionários que se seguem: apoio ou influência, amizade, informação e confiança. Na dimensão estrutural e relacional, foram utilizados os questionários acima; na dimensão cognitiva, a coleta de dados se deu através de grupo focal. O estudo foca os padrões de rede, caracterizados por conteúdos específicos nela transacionados, a saber: as redes de apoio ou influência, de amizade, de informação e de confiança. São analisadas as interligações das dimensões do capital social da RAME para mostrar a construção destas relações no contexto desta Rede específica. A análise dos dados mostrou que as redes pesquisadas são esparsas e que há atores que concentram a centralidade, quando consideradas as redes dos quatro conteúdos transacionados. Além disso, a rede de confiança é a menor de todas as redes pesquisadas, confirmando o preconizado pela teoria. Os achados também mostraram que a construção das redes dos associados é baseada na diversidade de papéis, sendo as relações estabelecidas, em sua maioria, próximas ou muito próximas. Encontrou-se, ainda, que as redes possuem uma baixa reciprocidade nas relações. Por fim, notou-se que os associados possuem significados compartilhados, mostrando-se como mais salientes aqueles relativos à experiência na participação em rede e benefícios obtidos. A partir dos resultados, foi construído um roteiro para avaliar a geração de capital social em Redes de Cooperação, sendo este a principal contribuição deste estudo.

Joana Forte



Este livro é dedicado aos atores sociais da Rede Associada de Mulheres Empreendedoras (RAME). Nosso particular agradecimento à Lucimar Nunes de Almeida e Francisca da Costa e Silva.

CONSELHO EDITORIAL

PRESIDÊNCIA

Dr.ª Kilma da Silva Lima Viana – Instituto Federal de Pernambuco (IFPE) | Instituto Internacional Despertando Vocações (IIDV)

CONSELHEIROS

Dr. Airton José Vinholi Júnior – Instituto Federal de Mato Grosso do Sul (IFMS)
Dr. Alexander Patrick Chaves de Sena – Instituto Federal de Pernambuco (IFPE)
Dr.ª Ana Patrícia Siqueira Tavares Falcão – Instituto Federal de Pernambuco (IFPE)
Dr. Arquimedes José de Araújo Paschoal – Instituto Federal de Pernambuco (IFPE)
Dr. Dewson Rocha Pereira – Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)
Dr. Edísio Raimundo Silva – Instituto Federal de Pernambuco (IFPE)
Dr.ª Francisca da Rocha Barros Batista – Instituto Federal do Piauí (IFPI)
Dr.ª Iraneide Pereira da Silva – Instituto Federal de Pernambuco (IFPE)
Dr. Jaime Patrício Leiva Nuñez – Universidad de Playa Ancha (UPLA)
Dr. Jeymesson Raphael Cardoso Vieira – Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)
Dr. José Ângelo Peixoto da Costa – Instituto Federal de Pernambuco (IFPE)
Dr. José Ayron Lira dos Anjos – Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)
Dr. Jose Cuauhtemoc Ibarra Gamez – Instituto Tecnológico de Sonora, Ciudad Obregón (ITSON)
Dr.ª Lastenia Ugalde Meza – Universidad de Playa Ancha (UPLA)
Dr.ª Renata Cristine de Sá Pedrosa Dantas – Instituto Federal de Pernambuco (IFPE)
Dr. Roberto Gómez Fernández – Ministério da Educação de Luxemburgo
Dr.ª Suzana Pedroza da Silva – Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE)
Dr.ª Maria Trinidad Pacherrez Velasco – Instituto Federal do Rio Grande do Norte (IFRN)
Dr. Thales Ramon de Queiroz Bezerra – Instituto Federal de Pernambuco (IFPE)
Dr.ª Viviane da Silva Medeiros – Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)

COORDENAÇÃO EXECUTIVA

MSc. Erick Viana da Silva – Instituto Federal de Pernambuco (IFPE) | Instituto Internacional Despertando Vocações (IIDV)

COORDENAÇÃO ADMINISTRATIVA

Esp. Ayrton Matheus da Silva Nascimento – Instituto Internacional Despertando Vocações (IIDV)
Esp. Douglas Salgado da Silva – Instituto Internacional Despertando Vocações (IIDV)

SETOR COMERCIAL/MARKETING

Cynthia Alice Canuto de Oliveira – Instituto Federal de Pernambuco (IFPE)
Heloisa de Barros Dantas – Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)
Kaline Soares da Silva – Instituto Federal de Pernambuco (IFPE)
Larissa Amanda Pereira da Silva – Instituto Internacional Despertando Vocações (IIDV)
Mariana Almeida Ferreira Lima – Instituto Federal de Pernambuco (IFPE)
Misael Tomaz de Araújo – Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE)

COORDENAÇÃO TÉCNICA EDITORIAL

Vinícius de Barros Monteiro – Instituto Federal de Pernambuco (IFPE)

ASSISTENTES EDITORIAIS

Anderson Soares da Silva – Instituto Federal de Pernambuco (IFPE)
Carlos Augusto Brandão – Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)
Cecília Lima Siqueira – Instituto Federal de Pernambuco (IFPE)
Danielly Francielly dos Santos Silva – Instituto Federal de Pernambuco (IFPE)
Jussara Ricardo da Silva Rodrigues – Instituto Federal de Pernambuco (IFPE)
Karoliny Paula da Silva – Centro Universitário Guararapes (UNIFG)
Palloma Joyce de Aguiar Silva – Instituto Federal de Pernambuco (IFPE)

SOBRE AS AUTORAS



Maria Eliene Soares de Souza

Mestre em Administração de Empresas pela Universidade de Fortaleza - UNIFOR (2010), Graduada em Direito pela Universidade de Fortaleza - UNIFOR. Pedagogia e Especialização em Língua Portuguesa pela Universidade Estadual do Ceará (UECE) e Pós-Graduação em Educação a Distância: Gestão e Tutoria (UNIASSELVI). Professora na área de Empreendedorismo e Negócios Sociedade Uninordeste de Educação Universitária de Fortaleza. Parceira técnica do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Sebrae/CE.



Joana Ancila Pessoa Forte

Mestre em Administração de Empresas pela Universidade de Fortaleza – UNIFOR (2008), Especialista em Saúde da Família pela Universidade Federal do Ceará (UFC) e graduada em Administração de Empresas pelo Instituto de Ensino Superior do Ceará (2005). Professora EBTT do Instituto Federal de Mato Grosso - IFMT (2014). Atualmente em exercício no Instituto Federal de Pernambuco - IFPE. Pesquisadora na área de Marketing e Comportamento; Métodos Quantitativos e Qualitativos Avançados de Análise.



Danielle Miranda de Oliveira Arruda Gomes

Danielle Arruda é Doutora em Administração de Empresas pelo Institut d´Administration d´Entreprises de l´Université de Nice - França (1992), com Mestrado Acadêmico (DEA) em Administração pelo Institut d´Administration d´Entreprises de l´Université de Nice - França (1987), Mestrado Profissionalizante (DESS) em Marketing pelo Institut d´Administration d´Entreprises de l´Université de Nice - França (1986) e Graduação em Ciências Contábeis pelo Centro de Ensino Unificado de Brasília - CEUB (1985). É Professora Associada da Universidade Estadual do Ceará - UECE, onde atua na área de Administração com ênfase em Marketing.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO 1

1.1 Contextualizando o objeto de estudo: o bairro José Walter 8

1.2 Problema de pesquisa 17

1.3 Objetivos 18

1.3.1 Objetivo Geral 18

1.3.2 Objetivos Específicos 19

1.4 Relevância do trabalho e justificativa 19

1.5 Abordagem metodológica 21

1.6 Estrutura do trabalho 22

2 CAPITAL SOCIAL 24

2.1 Conceito de capital social 24

2.2 Formas conhecidas de capital social 29

2.3 Dimensões de análise do capital social 31

2.3.1 Dimensão estrutural 34

2.3.1.1 Componentes estruturais para análise das redes sociais informais 36

2.3.2 Dimensão relacional 38

2.3.2.1 Componentes relacionais para análise das redes sociais informais 39

2.3.3 Dimensão cognitiva 42

3 REDES SOCIAIS 46

3.1 Contextualização do cenário de redes 50

3.2 Tipologias de redes interorganizacionais 55

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS 60

4.1.1 Trajetória experiencial 63

4.2 Procedimentos de coleta 66

4.2.1 Instrumentos 66

4.2.2 Coleta 67

4.3 Procedimento de Análise dos dados coletados 69

4.3.1 dimensão estrutural 69

4.3.2 Dimensão relacional 72

4.3.3 Dimensão cognitiva 72

5 RESULTADOS 75

5.1 Perfil da unidade de análise: Rede Associada de Mulheres Empreendedoras (RAME) 75

5.2 Identificando as dimensões do capital social 79

5.3 Dimensão estrutural 90

5.3.1 Rede de Apoio ou Influência 93
5.3.1.1 Rede Geral 93
5.3.1.2 Rede RAME 97
5.3.2 Rede de amizade 99
5.3.2.1 Rede geral 99
5.3.2.2 Rede RAME 102
5.3.3 Rede de informação 105
5.3.3.1 Rede geral 105
5.3.3.2 Rede RAME 108
5.3.4 Rede de confiança 110

5.4 Dimensão relacional 114

5.4.1 Papéis 114
5.4.2 Conteúdos transacionados 117
5.4.3 Sentido do Fluxo 120
5.4.4. Frequência de Interação e duração do contato 126

5.5 Dimensão Cognitiva 133

CONCLUSÃO 149

REFERÊNCIAS 156

1. INTRODUÇÃO

As conquistas sociais e econômicas dos indivíduos vêm acontecendo paulatinamente ao longo da história, tendo, o homem, com sua visão crítica e politizada adquirido uma identidade social, inserindo-se em contextos de participação cívica, buscando diminuir o processo de exclusão e segregação social, reforçados pela ideologia dominante fazendo, desta forma, valer seus direitos e resgatando sua posição de cidadão na sociedade.

Condições de extrema miséria são transformadas para uma realidade socialmente mais justa, através da cooperação entre minorias, antes excluídas da estrutura capitalista. Entretanto, o processo de segregação e exclusão ainda é perpetuado, mas, avanços e experiências de cooperação têm se descortinado, estimulados por instituições, pelo terceiro setor e por atores sociais, como estratégia de superação e/ou de minimização dos problemas, visando à promoção do desenvolvimento local, fortalecimento e/ou desenvolvimento do capital social e o estímulo à formação de redes de cooperação.

O fato é que há uma nova tendência se fortalecendo em sentido contrário, que vem estimulando o protagonismo local, arregimentando lideranças locais, empresariais e comunidade, para juntas, transformarem essas relações de dominação e exclusão social.

Com o intuito de minimizar as diferenças relacionadas às questões sociais, foi lançado em julho de 1999 um programa do Governo Federal, denominado Comunidade Ativa, coordenado pela Secretaria Executiva da Comunidade Solidária, constituindo-se como estratégia de promoção do Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável (DLIS), de combate à exclusão social, nos municípios mais pobres do Brasil (Documento de Referência, 1999). No Ceará, o programa foi implantado inicialmente em cinco municípios piloto – Acaraú, Beberibe, Nova Olinda, Pereiro e Viçosa do Ceará, sendo posteriormente expandido para mais 30, totalizando 35 municípios beneficiados com sua metodologia. O Programa se deu em parceria com os Governos Federal, Estaduais e Municipais.

Neste trabalho, a comunidade local foi protagonista do processo de desenvolvimento. Coube ao sistema SEBRAE o acompanhamento e realização de algumas ações para dar sustentação ao programa, com a aplicação de uma metodologia que contemplava a mobilização, sensibilização da comunidade, criação e capacitação de um Fórum de Desenvolvimento Local, constituído de lideranças locais e empresariais, tendo à frente uma Equipe Gestora que estimulava os atores sociais a engajarem-se no processo e animar o Fórum de Desenvolvimento.

A partir das vocações econômicas locais, identificadas pelo Fórum de Desenvolvimento Local, foi constituída uma agenda de trabalho a ser implementada na localidade, pelos parceiros do programa: governos federal, estadual e municipal, empresários, comunidade local e SEBRAE/Ce.

O eixo econômico foi trabalhado como forma de dar sustentabilidade ao programa, por meio de investimentos no desenvolvimento de uma cultura de educação empreendedora, na formação de lideranças, desenvolvendo/fortalecendo seu capital social que foram os protagonistas deste trabalho (Documento de Referência, 1999).

Esta mesma metodologia passa a ser replicada na capital, recebendo por parte do SEBRAE/CE as adaptações necessárias, a qual gerou um programa intitulado SEBRAE nos Bairros, tendo como experiência piloto o Bairro José Walter.

No ano 2000, a população do bairro chegou a 34.930 habitantes, segundo o Censo 1999/2000 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), apresentando-se com uma concentração maior do que a de muitos municípios do Estado (OLIVEIRA, 2006).

Ainda no mesmo ano, foi constituída, em parceria com a comunidade local e SEBRAE/CE, a Associação dos Micro e Pequenos Empresários do José Walter (AMPEJW), atual Associação de Desenvolvimento Social e Comunitário do José Walter, sofrendo alteração de nome, em virtude de estar pleiteando o título de OSCIP – Organização da Sociedade Civil de Interesse Público, sem, contudo, alterar o nome fantasia AMPEJW.

Com a titulação de OSCIP, a Associação poderia pleitear novas fontes de recursos e parcerias, com os governos Federais e Estaduais, visando obter recursos para a promoção do desenvolvimento local e de outros setores produtivos do bairro.

A AMPEJW atende a aproximadamente 1.000 associados, através de parcerias institucionais, a exemplo do empresariado local, jovens empreendedores e demais interessados que desenvolvem suas atividades econômicas no bairro e adjacências. Constitui-se como missão da AMPEJW: apoiar os micros e pequenos empreendedores do bairro José Walter e adjacências, favorecendo a inclusão social, através do desenvolvimento local, com vistas à geração de ocupação e renda na comunidade.

Através do desenvolvimento da cultura da cooperação, algumas empresas que antes atuavam isoladamente no território se uniram, formando redes de negócios, passando a comprar e a se capacitar conjuntamente, alcançando, assim, melhores desempenhos de forma conjunta do que isolada.

No bairro José Walter, as Micro e Pequenas Empresas (MPEs) têm hoje uma nova lógica de sobrevivência, dada à cultura da cooperação que foi fomentada, passando a atuar em forma de redes. Carvalho (2003) preceitua que "a noção de rede [...] interconecta serviços, organizações governamentais e não governamentais, comunidades locais, regionais, nacionais e mundiais; mobiliza parcerias e ações multisetoriais; constrói participação; mobiliza vontades e implementam pactos de complementaridade entre atores sociais, organizações, projetos e serviços. Instaura um novo valor: o da cooperação."

Putnam (2005, p. 39) corrobora:

> A construção dessa cultura de participação cívica está relacionada ao incremento da possibilidade e da capacidade social dos atores/agentes de influir nas decisões públicas, tornando-se protagonistas do desenvolvimento local do território onde vivem. Alguns elementos se apresentam como formadores de uma identidade do capital social, como relações de confiança, cooperação, formação de redes de negócios, aprendizagens, empreendedorismo, dentre outros. Há um aprendizado interativo, uma troca de ganhos econômicos sociais. Quanto maior é o nível de ações coletivas, maior é o nível de desenvolvimento do capital social. As ações extrapolam o plano individual para o coletivo.

Neste novo cenário de cooperação e confiança, evidencia-se a importância econômica das Micro e Pequenas Empresas. O pensamento de Fontana e Oliveira (2007, p. 3) construído sobre dados produzidos por Deakins (*apud* VIEIRA, 2002) revela:

> [...] no processo de desenvolvimento é expressiva a contribuição que elas prestam ao gerarem oportunidades para o aproveitamento de uma grande parcela de força de trabalho e ao estimularem o desenvolvimento empresarial. No Brasil, no período entre 1995 e 2000, de cada 100 novos empregos, 96 foram criados nas micro e pequenas empresas e só quatro nas médias e grandes.

É visível a importância das Micro e Pequenas Empresas para a expansão dos pequenos negócios, assim como o surgimento de novos, inclusive daquelas que se encontram sob o guarda-chuva da AMPEJW, a despeito de todas as dificuldades, características normalmente comuns dos negócios de pequeno porte: obtenção de créditos em curto prazo; uso do trabalho próprio ou de familiares; baixo poder de barganha nas negociações de compra e venda; não pertencerem a grupos financeiros e econômicos e não possuírem produção em escala; direção pouco especializada; baixa relação de investimento/mão-de-obra empregada (...) (GONÇALVES e KOPROWISKI, 1995), dificuldades, dentre estas, vivenciadas pelas pequenas empresas do bairro, que comprometiam sobremaneira o seu desenvolvimento.

Para que o desenvolvimento das empresas ocorresse e seu capital social se fortalecesse, foram necessários grandes esforços para capacitar seus gestores em termos de organização, liderança e empreendedorismo, qualificação de sua mão-de-obra, aumento de sua competitividade, gerando, assim, ocupação e renda através do seu crescimento, dado o processo de desenvolvimento local que se implantou no bairro e pela formação de redes sociais, que juntas puderam cooperar para competir e se expandir.

Quando não há esta integração poderá ensejar sua entropia, afirmando Wiener (1993), que o processo da entropia tem origem na tendência característica do universo em apresentar um leque amplo de respostas possíveis a um grupo limitado de perguntas; conforme aumenta-se a entropia (multiplicidade de respostas

possíveis) amplia-se o estado de indiferenciação universal, caracterizado pela ausência de identidades.

A ordem origina-se, num processo de comunicação entre um ser e o universo, da capacidade desse ser em receber e fazer uso, de forma controlada, de um grupo de informações, como resposta a determinadas perguntas. Com o processo de comunicação e controle das informações obtidas, o ser cria uma zona de organização à sua volta, ou seja, uma ordem, um padrão de organização das mensagens, passando a se manifestar como vida.

Os sistemas vivos contrapõem-se à desintegração (entropia) para evitar a morte. Diante da tendência caótica do universo, a morte só ocorre quando a desintegração do padrão de organização interno é mais rápida que o processo de reconstituição. Por isso da necessidade de abertura da Rede aos processos de inovação tecnológica, aprendizagem e acumulação de capacidades tecnológicas por parte dos componentes da Rede, melhoria nos processos de comunicação interna e externa e melhor aproveitamento das parcerias locais, a exemplo dos parceiros institucionais como o SEBRAE-CE, SINE-IDT, Governo do Estado, instituições financeiras etc.

A Associação de Desenvolvimento Comunitário e Social do José Walter - (AMPEJW) tem sido uma das grandes estimuladoras da dinâmica de cooperação, consolidando-se juntamente com seu maior parceiro, o SEBRAE/CE – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado do Ceará, como um dos atores institucionais fundamentais para que este processo ocorresse no bairro, ajudando a fomentar e a capacitar redes sociais, através de seu programa SEBRAE nos Bairros.

Constituem-se como exemplos de redes sociais:

A Rede de mercadinhos Super Nossa, do segmento do varejo, com 22 associados que se uniram para tornarem-se mais competitivos no mercado, realizando algumas ações de forma coletiva, como compras conjuntas, que possibilitaram o aumento do poder de barganha das empresas, bem como promoções e marketing conjunto, através de um encarte mensal de produtos e hortifruti, que possibilita uma grande divulgação no bairro. Atualmente a Super

Nossa já tem sua Central de Distribuição, alocada nas dependências da Central de Abastecimento (CEASA).

A Rede AMFOR (Associação dos Moveleiros de Fortaleza), do segmento de móveis, conta com 15 associados, fabricantes de móveis, que implantaram novos processos tecnológicos, melhorando a qualidade e a produtividade de suas fábricas, participando de feiras nacionais do setor, a exemplo da Top Móvel, Casa Cor, participação no Congresso Nacional da Indústria Moveleira e Missões Empresarial do setor, em Itatiba, no interior de São Paulo e no Polo Moveleiro de Marco, no Ceará.

Outro exemplo é a Rede Talentos de Beleza, do segmento de estética e beleza, com 23 empresários associados, donos de salões de beleza de pequeno e médio porte, que através de capacitações melhoraram a organização e o gerenciamento de suas empresas, conheceram e se reciclaram com novas técnicas na área de beleza, através da parceria com instituições como o Serviço Nacional do Comércio – SENAC e com fornecedores de produtos, que viabilizam capacitações na área; realizam compras conjuntas, possibilitando ganhos em escala, com melhores preços e prazos dos produtos junto aos fornecedores.

Por fim, a RAME (Rede Associada de Mulheres Empreendedoras), localizada no Bairro José Walter, na cidade de Fortaleza/CE, do setor têxtil, de confecção e artesanato, com 78 associados que trabalham de forma direta na Associação, residindo nesta última, o foco deste estudo. Também realizam ações de forma conjunta, a exemplo de compras, vendas, exportação, participação em eventos nacionais e internacionais, que têm dado a RAME grande destaque e visibilidade.

A RAME vem se constituindo como uma rede de negócios promissora, se destacando nos mercados nacionais e internacionais. Internamente comercializam para os estados de Belém, São Paulo, Natal, Santa Catarina, Bahia, Recife, Minas Gerais e Maceió. No mercado internacional a atuação da RAME se dá em Portugal, Alemanha, Itália e Cabo Verde.

A Rede vem conseguindo parcerias relevantes de trabalho com o SEBRAE/CE, como a obtenção da reforma de um galpão na sede da AMPEJW, onde produzem de forma coletiva; conseguiram, através da Fundação Banco do Brasil – FBB, Governo

do Estado, através da Secretaria de Desenvolvimento Econômico – SDE e da iniciativa privada através da Singer, a doação de 18 máquinas de costura; participaram de feiras nacionais e internacionais, destacado-se a Feira Internacional da Indústria Têxtil – FENIT, em São Paulo.

Em 2006, algumas empresárias participaram, em caráter de missão técnica, da FENIT, para avaliar o mercado fornecedor (tecidos planos e linhas de *crochê)* e conhecer as tendências da moda, cujo objetivo era se prepararem para 2008, onde participaram levando produtos da RAME, com sua logomarca.

Ainda em 2008, participaram de uma missão internacional em Paris e Madri e puderam conhecer as exigências do mercado internacional, quanto ao uso da matéria prima, como por exemplo, botões, que não podiam ser os mesmos utilizados no Brasil (zinco e cobre), mas de outro material que fosse de fácil decomposição e não prejudicasse ao meio ambiente; participaram de Rodadas Internacionais de Negócios do Nordeste; Feira em Cabo Verde; Feira Internacional do Artesanato (2008 e 2009).

O grupo também participou da feira Mãos de Minas, ocorrida em 2009.

Outro elemento de destaque é o fato de gerarem inclusão de mão-de-obra local, através da participação de seus associados que trabalham de forma direta, sendo que 16 deles produzem no galpão da sede da AMPEJW e os outros 62 associados, produzem em suas próprias residências.

O grupo está formado por 17 bordadeiras; 22 crocheteiras; 28 costureiras; 02 cortadores; 04 vendedores; 01 entregador; 01 responsável pelo controle de qualidade; 01 pessoa responsável pela gestão financeira, que realiza o acompanhamento e monitoramento das contas da Rede; 01 coordenadora; 01 articuladora, totalizando 78 pessoas envolvidas com a atividade.

Diante do exposto, e consciente de que se faz necessária a prática da formação de capital social, do fomento e incentivo aos pequenos negócios, capaz de promover o desenvolvimento local e a formação de redes sociais, identificou-se um oportuno tema de pesquisa nesta área, pois, além de muito rica em acontecimentos e aprendizado, concorre significativamente para a construção de lições de

empreendedorismo, fortalecimento e expansão de negócios, gerando ocupação, renda e substanciais melhorias na qualidade de vida de seu povo, através do impacto de casos como o da Rede Associada de Mulheres Empreendedoras (RAME).

1.1 Contextualizando o objeto de estudo: o bairro José Walter

O primeiro núcleo habitacional construído no Ceará foi o bairro José Walter, tendo sua primeira etapa inaugurada em 1969, com o nome de Núcleo Integrado do Mondubim, passando a ser chamado de Conjunto Habitacional Prefeito José Walter, em homenagem ao então prefeito da capital Cearense (OLIVEIRA, 2006).

De acordo com Oliveira (2006), os moradores gostavam do lugar, e sempre existiu um estreito laço de afetividade entre os habitantes, o que os mantinha coesos na luta de evoluir da condição de conjunto habitacional a fim de promovê-lo a bairro.

No ano de 1999, as lideranças locais perceberam a necessidade de refletir juntos sobre os problemas da comunidade, organizando ações que despertassem as vocações e o desenvolvimento de suas potencialidades, minimizando assim, os problemas sociais lá existentes.

Em 1999, o bairro completou 30 anos de existência, o que significava um desenvolvimento desordenado, sem planejamento, com problemas de infraestrutura, expondo sobremaneira o crescimento das novas gerações. Com uma população de quase 35.000 pessoas, segundo dados do IBGE (censo 1999/2000), o bairro apresentava uma concentração populacional maior que a de muitos municípios do Estado (OLIVEIRA, 2006).

Segundo Oliveira (2006), a Associação dos Moradores do José Walter, em comemoração aos 30 anos do bairro, enviou uma correspondência a vários órgãos do Estado e do Município, além de entidades civis, buscando com isso, atrair a atenção para os problemas do bairro e trazer soluções que melhorassem as condições de vida no local. O SEBRAE/CE ao receber essa correspondência, contatou com as lideranças que buscavam parcerias, ao todo 13 associados.

Destaca-se aqui o papel de algumas lideranças que estiveram à frente do processo, como o senhor Antonio Rodrigues Félix e a senhora Lucimar Nunes de

Almeida, animadores do processo, que buscando a participação dos demais associados nas reuniões, reforçavam o hábito nas pessoas de discutir dificuldades comuns aos moradores. (OLIVEIRA, 2006).

Constata-se a existência da premente necessidade de exercitar a compreensão coletiva dos problemas e a busca de soluções cooperativas. A complexidade dos problemas e a existência de poucos equipamentos sociais faziam com que o bairro e sua gente, sofressem a necessidade imperiosa de transformação desta realidade que se apresentava a época. Para se ter uma ideia, Oliveira (2006) afirma que o retrato daquela época (1999), apontava que o poder aquisitivo da população, de acordo com a Pesquisa de Análise de Negócios do SEBRAE/CE (2000), apresentava-se desta forma: 64% das pessoas ganhavam até 03 salários mínimos, 22% de 03 a 06 salários mínimos, 10% entre 06 a 10 salários mínimos e 4% ganhavam acima de 10 salários mínimos, numa média de 3,5 salários mínimos por trabalhador.

Percebe-se a concentração de renda de melhores salários nas mãos de poucos, o que gerou uma grande disparidade social. Neste cenário, ainda havia os desempregados, que faziam suas atividades em casa, como pequenos consertos, costura, bordado, crochê alimentos, etc. o que lhes permitia auxiliar na renda familiar e/ou sobreviver.

A necessidade de se organizar foi imperiosa na busca de promover o crescimento social e econômico da região em que viviam, através da captação de parceiros governamentais e de outras instituições para ajudar no desenvolvimento do bairro.

O SEBRAE/CE, após receber o ofício encaminhado pela Associação dos Moradores, designou alguns de seus técnicos para ajudá-los na tarefa de organizar os setores econômicos do bairro.

No ano 2000 a Associação dos Moradores do José Walter, em parceria com o SEBRAE/CE, iniciou a elaboração de um diagnóstico para levantar os pontos fortes e fracos, as ameaças e as oportunidades em relação ao bairro, com base nesta análise, foram traçadas projetos e ações a serem planejados e desenvolvidos através

das parcerias com os poderes públicos, privados e lideranças locais. (OLIVEIRA, 2006).

Os trabalhos lá realizados oportunizaram "identificar formas de desenvolver iniciativas voltadas para o fortalecimento, a expansão e a criação de oportunidades de negócios e a geração de trabalho e renda, visando ao desenvolvimento local integrado e sustentável" (OLIVEIRA, 2006, p.44). Esta ação, desenvolvida pelo SEBRAE/CE desencadeou um projeto piloto denominado: SEBRAE nos Bairros. Para que ocorresse a realização e o monitoramento do programa, foi criado um comitê gestor, constituído por lideranças da comunidade, que definia, através de um processo de discussão, o que e como fazer, quem seriam os responsáveis e os prazos de execução das ações.

Assim, em parceria com o SEBRAE/CE, a AMPEJW mobilizou os empresários que passaram a receber cursos de empreendedorismo e gerenciamento, através do Programa Brasil Empreendedor.

Em novembro de 2000, nascia a Associação dos Micro e Pequenos Empresários do José Walter – AMPEJW, atendendo inicialmente a 150 associados. O crescente trabalho dos parceiros começava a gerar credibilidade à AMPEJW. Em 2002 a associação já contava com 500 participantes, representando 62,3% do universo das empresas do bairro, totalizando 802 empresas dentre formais e informais, conforme Cadastro da Indústria, Comércio e Serviços do Bairro (2002).

Algumas ações começavam a ser implantadas no bairro, como a Feira de Pequenos Negócios do Conjunto José Walter, tendo sua edição inaugural ocorrido em novembro de 2000. Participaram 90 expositores e cerca de 8.000 visitantes, sendo os segmentos de confecção, artesanato e gastronomia os de maior participação na feira (OLIVEIRA, 2006).

De lá para cá, o evento tem se robustecido e se consolidado, ocorre anualmente, constituindo-se como um evento de referência no bairro, onde setores produtivos do bairro e adjacências participam maciçamente, a exemplo do comércio, indústria, serviços, confecção, artesanato, bijuterias e alimentos. Essa ação contou

inicialmente com a parceria da Secretaria do Desenvolvimento Econômico do Estado – SDE.

Oliveira (2006) salienta que em 2000 foi firmada uma parceria com a então Secretaria do Trabalho e Ação Social do Estado – SETAS – por meio do Sistema Nacional de Emprego – SINE e o Instituto de Desenvolvimento do Trabalho – IDT, que disponibilizou o Balcão Móvel de Empregos na sede da AMPEJW, atendendo duas vezes na semana, provocando grande impacto na comunidade, com atendimento a 5.870 pessoas, expedição de 399 carteiras do Ministério do Trabalho e encaminhamento de 315 profissionais para empregos, até 2002. Hoje o atendimento é diário, funcionando na sede da Associação, de segunda à sexta-feira para a população local e adjacências.

Apesar das dificuldades existentes no bairro, seu capital social foi cada vez mais se fortalecendo, traçando estratégias de superação e/ou minimização das circunstâncias que impunham ao bairro um desenvolvimento ainda incipiente. O capital social disseminou uma cultura de civismo interna, que o tem permitido resistir fortemente aos vendavais do progresso desordenado e desumanizado, que exclui a pessoa dos processos de participação cidadã.

Para dar sustentabilidade ao trabalho já desenvolvido e ainda por se desenvolver, em 2001 foi elaborado o Plano Estratégico de Desenvolvimento do bairro José Walter (2001), cuja Visão de Futuro era: a comunidade do Bairro José Walter deseja ser uma comunidade organizada e bem sucedida, articulando suas ações através de um conselho comunitário representativo, promovendo o crescimento social e econômico do bairro, buscando a melhoria da qualidade de vida de toda a comunidade.

Nortearam seu objetivo geral: promover o desenvolvimento do bairro José Walter, através da implantação de um conjunto de ações socioeconômicas, visando à sustentabilidade da comunidade.

Constituíram-se como objetivos específicos: a) fortalecer as entidades comunitárias do bairro; b) promover maior integração da comunidade com as instituições de apoio públicas e privadas; c) dinamizar a oferta dos equipamentos

públicos sociais existentes no bairro, tornando-os efetivamente integrados aos anseios da comunidade; d) promover o crescimento e fortalecimento das pequenas empresas do bairro; e) unificar as ações desenvolvidas pelas entidades comunitárias do bairro José Walter; f) proporcionar uma maior vivência da comunidade com os princípios de cidadania; g) mobilizar o setor privado do bairro para as propostas e oportunidades de negócios, conscientizando-o para o seu papel social; h) instrumentalizar, por meio de um plano de ação, a realização de propostas que promovam o crescimento do bairro e i) estimular o surgimento e fortalecimento de fóruns de debates e representação social.

Para a consecução destes objetivos foram criados vários projetos, a saber: 1) Unidade Social, cujo objetivo foi a integração das lideranças comunitárias; 2) Convivendo Melhor no Bairro, com o objetivo de proporcionar meios de boa convivência e bem-estar de todos; 3) Educar 2001, cujo intuito é melhorar a oferta de ensino; 4) Saúde É Nossa Vez, cujo objetivo é facilitar o acesso aos serviços de saúde; 5) Incentivando Novos Negócios, com o fito de fortalecer as empresas existentes; 6) Comunidade Cidadã, com o objetivo de promover os valores de cidadania, cultura e espaço para todos, objetivando proporcionar um espaço para as práticas de lazer.

Várias ações foram implementadas no bairro, a partir do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Bairro José Walter (2001), a exemplo da campanha Bairro Limpo e ações dos Projetos Arte na Rua e Programa de Atendimento Rápido, que contou com as parcerias do SEBRAE/CE, SETAS, Secretaria de Ouvidoria Geral e do Meio Ambiente do Estado do Ceará – SOMA.

Os resultados do projeto Bairro Limpo beneficiaram diretamente 10 famílias que trabalhavam como agentes recicladores, que não possuíam perspectivas de renda e passaram a receber em torno de R$ 200,00 (duzentos reais) por mês.

Uma ação complementar, inserida na campanha Bairro Limpo, denominada Arte na Rua, que se deu por solicitação dos adolescentes do bairro, e tinha como objetivo tornar o local onde viviam, mais agradável.

A AMPEJW com o apoio do SEBRAE/CE e SETAS ofereceu capacitações em grafitagem e noções de pintura para 50 adolescentes, tendo seus resultados

despertado a atenção de todos. Os muros do José Walter foram pintados, substituindo as pichações e propagandas por artes plásticas, dando origem ao grupo Planeta Arte (OLIVEIRA, 2006).

Segundo a mesma autora, foi implantada a Biblioteca Comunitária da AMPEJW, através de parceria com o Centro de Documento e Informação – CDI do SEBRAE/CE, onde foram prestadas orientações às escolas do bairro para a formação e organização de suas bibliotecas.

Como continuidade ao processo de desenvolvimento local disseminado no bairro, a AMPEJW, em parceria com a Universidade Estadual do Ceará – UECE, apoiou um projeto que visava à alfabetização de adultos, beneficiando cerca de 30 pessoas, que funcionava na sede da Associação (OLIVEIRA, 2006).

Os esforços continuavam concentrados no vetor do desenvolvimento. Desta feita, foi realizada uma pesquisa com as empresas instaladas no bairro, gerando a edição do I Cadastro da Indústria, Comércio e Serviço do Bairro José Walter (2000).

O destaque do ano de 2001 foi a participação de duas empresas do bairro na Feira Internacional da Indústria Têxtil – FENIT, em São Paulo, com as empresas Texugo Moda Praia e Lumézia Artesanato, tendo seus produtos divulgados no Brasil e no exterior, o que lhes permitiu contratos de exportação para os Estados Unidos, Espanha e Porto Rico, além dos estados de São Paulo, Minas Gerais e Santa Catarina, possibilitando o aumento da geração de emprego e renda no bairro.

Oliveira (2006) ressalta que o sucesso das ações de 2001, incentivou a elaboração da segunda edição do Plano Estratégico de Desenvolvimento Local do bairro José Walter (2002), contando com a participação de 26 lideranças. Para a segunda edição do cadastro, foram pesquisados 802 estabelecimentos formais e informais existentes no bairro, com cobertura total dos estabelecimentos, apesar da alta rotatividade no mercado das pequenas empresas, no que tange a abertura e fechamento dos negócios em curto prazo, tendo como Visão de Futuro: "Uma comunidade organizada e bem-sucedida, articulando suas ações por meio de um conselho comunitário representativo, promovendo o crescimento econômico e social do bairro, buscando a melhoria da qualidade de vida de toda a comunidade". (Plano

Estratégico de Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável do Bairro José Walter, 2002, p. 11).

Destaca-se aqui a confirmação da existência de um capital social virtuoso e fortalecido, a exemplo da edição do I Cadastro, quando na atualização da segunda edição, o texto faz referência de que a comunidade já é organizada, ao afirmar "uma comunidade organizada (...)". O capital social tomou forma, e assume o protagonismo do processo.

O trabalho e as parcerias realizadas no bairro pela AMPEJW, através das lideranças locais, parceiros governamentais e não governamentais, desenvolveram projetos e ações que visavam ao fortalecimento dos pequenos negócios e melhoria da qualidade de vida dos moradores do bairro, tendo alcançado como resultado dessas parceiras: a criação da Associação dos Micro e Pequenos Empresários; a implantação do Centro de Triagem de Resíduos Sólidos; a capacitação, através da realização de 504 cursos/seminários com 13.544 participantes; o atendimento de 1.780 empresas em consultoria empresarial; e o financiamento de 828 negócios com o volume total de R$ 508.700,00.

O Plano de Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável do Bairro José Walter (2002), teve como objetivo geral: realizar novos projetos e dar continuidade aos que foram definidos no I Plano Estratégico de Desenvolvimento do Bairro José Walter (2001) e como objetivos específicos: a) reforçar os projetos/ações em execução; b) oportunizar a comercialização dos produtos dos pequenos empresários; c) estimular nas escolas o empreendedorismo; d) instrumentalizar, por meio de um plano de ação, a realização de propostas que promovam o desenvolvimento do bairro; e) promover ações de sustentabilidade da comunidade; f) capacitar os empresários do bairro; g) estimular as parcerias entre comunidade, instituições governamentais e não governamentais; h) dinamizar a oferta dos equipamentos públicos sociais; i) dinamizar a oferta dos equipamentos públicos sociais existentes no bairro, tornando-os efetivamente integrados aos anseios da comunidade e j) mobilizar o setor privado do bairro para as propostas e oportunidades de negócios,

conscientizando-o para o seu papel social. (Plano de Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável do Bairro Jose Walter, 2002).

Para a obtenção dos objetivos propostos, foram criados os seguintes projetos, a saber: 1) Incubadora de Mulheres, cujo objetivo foi o de despertar a vocação empreendedora para utilização das oportunidades do bairro; 2) Informativo da AMPEJW, com o fim de disponibilizar para a comunidade do bairro informações atualizadas; 3) OSCIP – Organização da Sociedade Civil de Interesse Público, cujo objetivo é o de fortalecer a AMPEJW através de projetos de desenvolvimento econômico e social que melhorem a qualidade de vida das pessoas; 4) Biblioteca Comunitária, com o intuito de estimular a comunidade para a leitura e uso da biblioteca para pesquisar e atualizar conhecimentos; 5) Bairro Limpo, cujo objetivo é o de construir uma identidade urbana renovada, aperfeiçoando e mantendo o bairro saudável; 6) Pesquisa das Empresas do Bairro José Walter, cujo objetivo foi o de proporcionar a população o conhecimento do potencial do bairro; 7) Apoio e Estímulo à Comercialização, com o fito de ampliar as oportunidades de comercialização dos produtos no bairro, no Município, no Estado, dentro e fora do País.

Paulatinamente e de forma planejada, o bairro dava seus passos rumo ao desenvolvimento.

Do exposto acima, constata-se uma evolução do capital econômico, humano e social, envolvendo as diversas organizações existentes no bairro, no que tange à vivência harmônica, cooperativa e cidadã dos processos de desenvolvimento local, que os projetos implantados vêm proporcionando ao longo desta trajetória de luta e de resistência ao que está posto, mas que sua gente teima em não aceitar como imutável.

O capital social foi robustecido, efetivando a participação cívica e o empoderamento dos atores no bairro, o que tem acarretado uma visível evolução nos processos de discussão e encaminhamento das questões pertinentes ao bairro José Walter.

Ipiranga (2007) fortalece este pensamento, ao afirmar que a construção de uma cultura de cooperação está relacionada ao desenvolvimento da possibilidade e

da capacidade social dos atores/agentes de influenciar nas decisões públicas, tornando-se protagonistas do desenvolvimento local do território onde vivem a despeito do ocorrido no bairro José Walter, através de seu capital social.

Constata-se que o desenvolvimento local do bairro se deu através de um processo de mobilização e participação social, o qual gerou o fortalecimento de seu capital social, que conforme Putnam (2005): "Quanto mais elevado o nível de confiança numa comunidade, maior a probabilidade de haver cooperação. E a própria cooperação gera confiança. A progressiva acumulação de capital social é uma das principais responsáveis pelos ciclos virtuosos [...]."

Do exposto acima, observa-se que o capital social fortalecido, gera o empoderamento, capaz de alavancar o desenvolvimento local. Com o estabelecimento do empoderamento, as ações praticadas na Associação de Desenvolvimento Comunitário e Social do José Walter - AMPEJW privilegiam a coletividade, em detrimento de ações individualizadas, fortalecendo as diversas redes ou grupos coletivos/sociais, entre outros a Rede Associada de Mulheres Empreendedoras (RAME), que certamente encontrou maior ressonância nas relações grupais. A RAME se apresenta para os atores sociais envolvidos nesta experiência de cooperação conjunta como uma importante geradora de ocupação e renda, promovendo a inclusão social dos atores envolvidos neste processo, formando redes sociais baseadas na cooperação, confiança e solidariedade social.

A rede social RAME internalizou a importância do fazer conjunto, de se lançar como agentes e protagonistas de seu papel histórico, político e social, implementando uma nova cultura pautada na cooperação e ética, promovendo assim, uma verdadeira revolução silenciosa, com a força necessária para a promoção da melhoria da qualidade de vida da comunidade, realizando um desenvolvimento local mais inclusivo e socialmente justo.

Neste sentido, a comunidade tem um importante papel social de um fazer coletivo, através de suas articulações internas de seu capital social, o que tem conduzido um virtuoso fortalecimento de relações sociais mais fortes e

comprometidas, com grande relevância neste processo, como será apresentado a seguir.

1.2 Problema de pesquisa

As modificações no cenário econômico têm trazido grandes transformações nas organizações, alterando seu padrão tradicional. Elas são manifestações de um novo paradigma socioeconômico, depara-se com a diversidade de tipologias de redes de empresas (DILLY, 2009).

Foi possível observar que as Redes de Cooperação encontram-se nesse contexto, caracterizadas como organizações compostas por um grupo de empresas de pequeno porte, que se juntam em torno de objetivos comuns, formalmente relacionadas, com prazo ilimitado de existência, com intenção múltipla de atuação, na qual cada membro mantém sua individualidade, participando diretamente das decisões, dividindo com os demais os benefícios e ganhos alcançados pelos esforços coletivos (SEDAI, 2004).

Neste trabalho de pesquisa é focada a lente teórica sobre a realidade que se apresenta em um grupo de empresários, de pequeno porte, que cooperando entre si, nos processos de produção coletiva, captação de mercado, compras conjuntas, busca seu crescimento e a sustentabilidade do empreendimento, através da cooperação. As redes sociais enquadram-se nesse contexto, onde seus integrantes mantêm uma relação de parceria e de ganhos econômicos e sociais. Trata-se da Rede Associada de Mulheres Empreendedoras, constituída informalmente, com atuação no bairro José Walter.

Para Dilly (2009, p. 18 e 19), "os estudos empíricos sobre Redes de Cooperação têm focado os aspectos que influenciam o seu sucesso ou o seu fracasso. O primeiro problema é que não fica claro como as redes de relações sociais destas organizações se estruturam". Régis (2005) salienta que uma razão para que isto ocorra é a falta de conexão entre os elementos cognitivos, estruturais e relacionais, ao se tentar, explicar algumas teorias sociais sob o enfoque das redes.

Régis (2005) e Dilly (2009, p.19) afirmam que o segundo problema "é que a análise tradicional de redes leva em consideração características relativamente simples e superficiais, ignorando as características estruturais mais sofisticadas e inerentes a muitas delas" e ainda a questão de que "a maioria dos pesquisadores aborda a rede a partir de uma perspectiva individual, tendendo a focar em características como a densidade, ignorando outros componentes múltiplos pelos quais muitas configurações de redes são compostas. Componentes estruturais a partir de múltiplos níveis de análise tais como a reciprocidade, a intermediação e a centralidade da rede são utilizadas de forma isolada, sem relação ao contexto que gerou a rede, limitando-se ao nível individual."

Visando preencher esta lacuna teórica identificada por Régis (2005), optou-se neste trabalho por utilizar o modelo de Nahapiet e Ghoshal (1998), que permite uma abordagem de caráter inter-relacional das dimensões estrutural, relacional e cognitiva do capital social, possibilitando um caráter de complementaridade e interdependência entre as três dimensões.

A questão central que norteou a pesquisa consiste em: como se estabelecem as relações na RAME em nível horizontal e no que tange às *networks* de cada ator?

A análise dos conteúdos transacionados (dimensão relacional) recebe um recorte epistemológico, aprofundando o estudo aos modelos de redes, caracterizados por conteúdos específicos nelas transacionados: rede de apoio ou influência, redes de amizade, de informação e de confiança, conforme abordagem realizada por Dilly (2009), que inspiraram à elaboração dos objetivos geral (1.3.1) e específicos (1.3.2, a) descritos no tópico seguinte.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo Geral

Compreender as relações que se estabelecem na RAME em nível horizontal e no que tange às *networks* de cada ator, à luz do modelo do capital social de Nahapiet e Ghoshal (1998).

1.3.2 Objetivos Específicos

1. Identificar os aspectos históricos e culturais da articulação dos atores da RAME;
2. Verificar as dinâmicas relacionais da RAME nas dimensões estrutural, relacional e cognitiva;
3. Sintetizar os principais benefícios econômicos e sociais obtidos pela RAME, a partir das relações de cooperação identificadas.

1.4 Relevância do trabalho e justificativa

A pesquisa pretende contribuir com o estudo sobre capital social, desenvolvimento local e redes sociais. Na era do conhecimento, atuar competitivamente necessita de estratégias de fomento e valorização de elementos como confiança, cooperação, atitudes e habilidades, competências essenciais ao enfrentamento de obstáculos e aproveitamento de oportunidades.

Na perspectiva social, justifica-se a eleição da RAME como objeto deste estudo, pelo destaque que as políticas públicas têm dado ao desenvolvimento local como estratégia de combate à exclusão social, fortalecendo grupos de empreendedores, com foco na territorialidade. Faz-se assim, importante para os estudos organizacionais.

Quanto à perspectiva acadêmica, a relevância consiste na aproximação de temáticas desta natureza no curso de Administração de Empresas, por abordar a realidade dos pequenos empreendimentos, trazendo à discussão temas considerados menos privilegiados, não menos importantes que temáticas relacionadas às grandes empresas ou experiências bem sucedidas nacional e internacionalmente.

O surgimento de um grande número de redes empresariais nos últimos anos, sejam de micro, pequenas ou grandes empresas, tendo como base relações de cooperação, tem levado a comunidade acadêmica a questionar fatores que podem ser facilitadores do sucesso destes empreendimentos. Um dos fatores que ajuda a compreender o desenvolvimento de redes de empresas é o capital social, onde

esforços têm sido empreendidos para avaliar sua importância na criação de um ambiente favorável ao estabelecimento de relações cooperativas e ao desenvolvimento econômico, contemplados nos estudos de Grootaert e Bastelaer (2001).

Quanto à perspectiva empresarial, a relevância reside em reforçar o importante papel que as MPE's têm desenvolvido atualmente no Brasil, ao gerarem ocupação e renda nas comunidades onde estão inseridas, propiciando inclusive, maior absorção de mão-de-obra do que as grandes empresas.

Segundo Rodrigues (2000), no universo das empresas brasileiras, as MPE's representam 98% e correspondem a 59% da mão-de-obra ocupada, o que demonstra a importância econômica e social da pequena empresa no Brasil, evidenciando que muito tem que ser feito, tanto na esfera governamental quanto acadêmica, para propiciar as condições de sobrevivência das empresas.

Neste cenário, a AMPEJW e suas redes sociais, estimuladas e apoiadas por parceiros institucionais, atualmente vêm conquistando autonomia através de ações continuadas, fruto de conquistas de seu capital social fortalecido, o que induz desenvolvimento local e crescimento econômico. No bairro, novas empresas foram criadas, empregos foram gerados, outros tantos se expandiram.

Saliente-se que o interesse por este estudo decorre da vivência da pesquisadora como colaboradora técnica do SEBRAE/CE, no período de 1999 a 2005, na Unidade de Desenvolvimento Territorial (UDT), onde teve a oportunidade de acompanhar o processo de implantação do programa SEBRAE nos Bairros, possibilitando-lhe dar uma abordagem diferenciada ao objeto de estudo ao realizar este trabalho de pesquisa científica, acompanhando alguns processos de implantação do mencionado projeto, tais como, sensibilização de empreendedores e empresários, reuniões de trabalho, articulação de consultores para realizar atividades ligadas à capacitação dos associados e dos empresários (as) participantes das redes de negócios; comercialização de *stands* para a feira de negócios, realizadas no próprio bairro, a exemplo da Feira de Pequenos Negócios do Conjunto José Walter que já se encontra em sua 10ª edição, promovendo canais de divulgação

e comercialização para os empreendedores do bairro e de adjacências e ainda, pela supervisão da estratégia do Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável (DLIS), em 35 municípios do Estado do Ceará.

Estas experiências a aproximaram desta temática, mobilizando-a a investigar e a responder ao problema de pesquisa acima explicitado. Por entender ainda que esta dinâmica de desenvolvimento gerada no bairro se deu a partir das pessoas, moradoras daquela comunidade, através da articulação e uso de seu capital social, e que juntas, em parceria com instituições, puderam reverter consideravelmente, o estado no qual se encontravam, mudando assim o curso de sua história.

1.5 Abordagem metodológica

A opção por uma abordagem multimétodos tem seu amparo na necessidade de realizar um diálogo de ideias, objetivando superar uma lacuna identificada por Régis (2005), reforçada por Dilly (2009). Os autores sinalizaram para sua existência nas pesquisas, considerando que é necessário desenvolver novas metodologias que possibilitem a análise envolvendo as três dimensões do capital social: estrutural, relacional e cognitiva no que se refere aos relacionamentos em rede.

Esta lacuna, na concepção dos estudiosos, constitui-se na causa da raridade de estudos que abordem esta dinâmica, realizando uma análise a partir de diferentes fontes de referência. A estratégia de pesquisa utilizada, fundamenta-se no emprego de vários métodos para analisar um mesmo fenômeno (VERGARA, 2005), assim, objetivando analisar de forma a dar complementaridade aos dados coletados em campo, por meio das diferentes fontes, como entrevistas semiestruturadas, entrevista em profundidade, bem como a diversidade de seus informantes.

A pesquisa teve sustentação em conceitos originários dos métodos de estudo de caso, triangulação de dados, grupo focal e análise de conteúdo.

O universo de análise desta pesquisa envolve os 16 atores que trabalham diariamente na RAME, sediada na sede da AMPEJW, sendo estes atores sociais chave do processo. Como citado anteriormente, atualmente a Rede está formada por 78 associados.

Buscou-se assim, mapear ferramentas de análise de redes sociais (ARS) utilizadas pelos pesquisadores, o que apontou também para a existência de *softwares*, dentre outras práticas de pesquisa no campo de redes sociais, que se destacam na elaboração do conhecimento científico. Segundo os autores, isto acontece especialmente com o *software* UCINET que tem sido a base de sustentação para o desenvolvimento do estudo de redes sociais no país, com maior destaque nos estudos organizacionais. Quanto às ferramentas estatísticas adotadas nos *softwares*, confirmou-se que a elaboração gráfica das redes sociais é a ferramenta mais adotada pelos pesquisadores.

1.6 Estrutura do trabalho

Para alcançar os objetivos da pesquisa, estruturou-se o trabalho em cinco capítulos. Além deste de introdução, o capítulo segundo aborda a temática sobre capital social, onde são estudados conceitos sobre capital social abordados por alguns teóricos e instituições, com o objetivo de apresentar a diversidade sobre o tema; as formas existentes de capital social e a apresentação da teoria que dará suporte a esta pesquisa científica, à luz do modelo de Nahapiet e Ghoshal (1998).

O capítulo terceiro apresenta e discute redes sociais, num enfoque de cooperação entre atores, que se configura através de redes horizontais, contextualizando o cenário de redes sociais e ao final, apresenta uma análise sobre as tipologias de redes existentes, dando ênfase às redes interorganizacionais.

No quarto capítulo são apresentados os procedimentos metodológicos, explorando e analisando os dados obtidos, além da discussão dos resultados da pesquisa, analisando as redes de apoio ou influência, amizade, informação e confiança.

Nas considerações finais busca-se responder aos objetivos propostos na fase inicial da pesquisa. Também são apresentadas algumas sugestões de prosseguimento da pesquisa, tendo em vista que as análises não se encerram neste estudo, apenas permitem um novo olhar acerca do tema, sempre aberto a novas

contribuições, que se espera, capazes de gerar novos conhecimentos e percepções diversas, enriquecedoras da ciência e da dinâmica social.

Objetiva-se a seguir, através da revisão de literatura, justificar a necessidade que a pesquisa manifesta de cercar-se de embasamento teórico consistente a partir do entendimento de que a visão do homem funciona de forma reflexiva e metódica, e que por meio desses dois movimentos, a reflexão e a organização sistematizada dos resultados nela produzidos, construiu-se o saber que a humanidade acumula e transmite às gerações que se sucedem durante toda a sua história.

Desta forma, inicia-se a composição da revisão preliminar de literatura a partir da visão de alguns autores sobre Capital Social e Redes Sociais.

2 CAPITAL SOCIAL

Esta seção trata sobre Capital Social por entender-se que este é a base formadora para que se estabeleça um processo de desenvolvimento local, que deve contemplar valores como confiança e cooperação entre pessoas, objetivando o bem comum.

Inicialmente, serão apresentados alguns conceitos sobre Capital Social de alguns teóricos da instituição Banco Mundial que pesquisam sobre o tema: formas de capital social existentes. Apresenta-se aqui, a teoria das autoras Nahapiet e Ghoshal (1998), como modelo teórico sobre o tema estudado, cujo estudo, contempla as dimensões de análise do Capital Social: dimensão estrutural; dimensão relacional e dimensão cognitiva.

2.1 Conceito de capital social

Não é objetivo desta seção tecer um conceito único acerca do Capital Social ou confrontar as suas muitas definições existentes, já que não se pode ainda falar em consenso nessa direção, mas, tão somente esclarecer do que se trata Capital Social.

O termo Capital Social remonta ao início do século XX, nascido por força do desenvolvimento de trabalhos contínuos de profissionais das mais diversas áreas da ciência, como economistas, sociólogos, cientistas políticos, psicólogos, acerca do fator ou fatores presentes em determinados ajuntamentos de pessoas que lhes permitiam prosperar material e imaterialmente, a despeito de quaisquer adversidades econômicas, sociais ou mesmo culturais a eles sobrevindas, quando muitos outros grupos, em situações semelhantes, resvalavam para o fracasso, à miséria e a acomodação.

Milani (2004) aponta registros atribuídos a Lyda Hanifan, que conceituam o capital social, já em 1916, como sendo o conjunto dos elementos tangíveis que mais contam na vida cotidiana dos indivíduos, a exemplo da boa vontade, a camaradagem, a simpatia, as relações sociais entre as pessoas e a família.

Weber (2000) defende a integração dos valores individuais à política, concebendo o cidadão na qualidade de sujeito. O autor sustenta que a partir deste momento, a democracia pode ser reconsiderada como processo que vai além da legitimidade pela legitimidade, ou seja, a permanência e o fortalecimento da democracia se referem não somente as estruturas das instituições, mas também pela existência de cidadãos informados e atentos aos rumos da política.

Destaca-se ainda, o conceito de capital social em trabalhos no campo da sociologia, por escritos de Pierre Bourdieu, que usou o termo pela primeira vez, no início dos anos 80, referindo-se às vantagens de se pertencer a certas comunidades. Capital social é definido pelo autor como

> [...] o agregado de recursos reais ou potenciais que estão ligados à participação em uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de mútua familiaridade e reconhecimento que provê para cada um de seus membros o suporte do capital de prosperidade coletiva. (BOURDIEU, 1983, p.73).

No campo das ciências econômicas, o conceito de capital social encontrou grande ressonância, com a contribuição da corrente evolucionária do pensamento econômico, que destaca o papel da inovação e do aprendizado para a dinâmica econômica. O aprendizado é percebido como processo contínuo e interativo de aquisição de diferentes tipos de conhecimentos e habilidades por parte de agentes individuais, proporcionando a inovação. Entende-se que a parte mais estratégica da base de conhecimento é tácita, residindo e desenvolvendo-se em crenças, valores, *know-how* e habilidades de cada indivíduo e organização, provendo do aprender fazendo, usando e interagindo. O conhecimento tácito, por não ser codificado nem formalizado, só pode ser transmitido em contatos interpessoais constantes, no âmbito das interações e relações sociais locais. (BOURDIEU, 1980).

A capacidade de inovar não se resume em uma soma de técnicas e produtos disponíveis no mercado, mas sim pela capacidade da sociedade, nas relações entre seus atores, organizações, movimentos e instituições, de empenhar-se nas escolhas que lhe são mais adequadas dentre as disponíveis e acessíveis. (BOURDIEU, 1983).

Relações exclusivamente de ordem mercadológica apresentam-se como incapazes de promover estímulo e interação entre a diversidade de atores, assim

como o compartilhamento de conhecimentos e informações necessários no processo, pois são justamente os comportamentos associados ao capital social – confiança, compromisso com o outro, redes e valores compartilhados – que contribuem para os processos de inovação e aprendizado interativo, que envolvem criação e troca de conhecimentos e habilidades (BOURDIEU, 1983).

Para James Coleman (1994. p.34), os trabalhos sobre capital social receberam influência nos países de língua inglesa e tiveram sua origem dado ao interesse do autor em unir as abordagens da sociologia e da economia, inicialmente analisando o capital social como um modo de melhor compreender a relação entre alcance educacional e desigualdade social, definindo capital social, sob a ótica educacional, como: "O conjunto de recursos que são inerentes às relações familiares e à organização social da comunidade e que são úteis para o desenvolvimento cognitivo ou social de uma criança ou de um jovem".

Na visão de Coleman (1988, p.25) o capital social é definido pela sua função e pelo seu efeito. A definição de capital social pela sua função trata de "uma variedade de entidades distintas com dois elementos em comum: todas elas contêm alguma dimensão das estruturas sociais, e todas elas facilitam certas ações dos atores – sejam pessoas ou atores corporativos – dentro da estrutura". O autor supracitado, define ainda capital social como um recurso que pode ser armazenado e utilizado em outras ações ou atividades coletivas em busca de interesses comuns.

Entretanto, a popularidade do termo Capital Social foi alcançada por Robert Putnam (2005), recebendo considerável atenção do mundo acadêmico e dos formuladores de políticas públicas para o termo capital social. Desta feita, a terminologia alcançou grande projeção nos anos 90, figurando em vários contextos, vinculados ao desenvolvimento econômico ou ao combate à pobreza, ganhando repercussão quando da incorporação no discurso das organizações internacionais ligadas à promoção do desenvolvimento, como o Banco Mundial, a Organização para a Cooperação Econômica e o Desenvolvimento (OECD) e o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD).

Na visão de Putnam (2005, p. 56), capital social é "a característica da organização social, como confiança, normas e sistemas, que contribuem para aumentar a eficiência da sociedade facilitando as ações coordenadas"

Em suas pesquisas sobre capital social nas regiões da Itália, Putnam (2005) acreditava que havia incidências maiores de cooperação voluntária em comunidades ou regiões que herdaram um bom estoque de capital social sob a forma de regras de reciprocidade e sistemas de participação cívica. O autor apresenta uma visão de capital social diferente de Bourdieu (1980) e Coleman (1988), definindo-o como confiança, normas e redes que facilitam a cooperação para o benefício mútuo. Outra diferença entre os autores é que para Putnam o capital social não é a ação coletiva em si mesma, mas sim as normas, a confiança e outros aspectos de coesão, que estão dentro das redes sociais e que permitem a resolução dos problemas de ação coletiva.

Putnam (2005) apresenta uma importante contribuição ao tentar mensurar o capital social de uma região, no caso em destaque, da Itália, através de indicadores como: quantidade de leitores de jornais, quantidade de afiliados a associações voluntárias e confiança nas autoridades públicas.

Quando há aumento do capital social há consequentemente um aumento da participação da população na capacidade de influência nas decisões públicas. Assim como Putnam, outros autores como Franco (2000), identificaram alguns pontos comuns do capital social, como ele se refere aos níveis de organização de uma sociedade e a existência de uma relação direta entre os graus de associativismo, confiança, cooperação social, nível de pleitos, civismo e participação.

Juntamente com Coleman (1988), Woolcock (1998) e Abramovay (2000), dentre outros não menos importantes, Putnam (2005, p. 177) destaca que, "a cooperação é mais fácil numa comunidade que tenha herdado um bom estoque de capital social sob a forma de regras de reciprocidade e sistemas de participação cívica", porquanto, aparentemente, quanto mais cívica a população, entendendo-se o uso do termo aqui como indicativo do nível de organização social e compromisso ético e

moral por ela assumido, tanto maior as possibilidades de ocorrência de mudanças sociais que favoreçam o seu crescimento e desenvolvimento.

Em outros termos, a cooperação parece ser o motor propulsor do desenvolvimento social sustentável e seu florescimento torna-se mais evidente nas organizações ou redes que cultivam o que Fukuyama (1996) denomina de virtudes sociais.

Fukuyama (1996, p. 61):

> Antes de poderem criar riqueza, os seres humanos têm de aprender a trabalhar juntos, e, para que haja progresso subseqüente, novas formas de organização têm de ser idealizadas. Embora associemos tipicamente crescimento econômico a desenvolvimento tecnológico, a inovação organizacional tem desempenhado um papel tão ou mais importante desde o princípio da revolução industrial.

Com esse pensamento, o autor propõe investir na solidariedade e na união de forças, físicas e intelectivas, ressaltando a necessidade da construção e solidificação das virtudes sociais enraizadas na cultura de um povo, consideradas o fator gerador de confiança e prosperidade das comunidades.

O Banco Mundial (2003) apresenta um interesse crescente sobre o tema capital social na medida em que busca avaliar o impacto de iniciativas que possam fortalecê-lo, desenvolvendo indicadores que monitorem o capital social e metodologias para avaliar seu impacto no desenvolvimento econômico e social de uma região (GROOTAERT; NARAYAN; NYHAN; WOOLCOCK; 2003). Defende a instituição que a presença do capital social melhora os projetos de desenvolvimento, o que justifica sua intervenção como agente financiador, por sua vez, pode motivar a acumulação de capital social, criando um ciclo virtuoso.

O Banco Mundial (2007) define Capital Social como aquele que se refere à instituição, relacionamentos e normas que dão forma à qualidade e à quantidade de interações sociais de uma sociedade. A evidência crescente mostra que a coesão social é crítica (essencial) para que as sociedades prosperem economicamente e para que o desenvolvimento seja sustentável.

Segundo Peres (2000), o Capital Social é definido como o tecido social ou a cola invisível "que mantém a coesão das sociedades, e está baseado na confiança

entre as pessoas e na rede de relacionamentos entre elas e os grupos sociais que formam as comunidades" (NEVES e HELAL, 2006, p.4).

Isso porque há uma espécie de concordância generalizada de que os aspectos puramente econômicos do crescimento não dão conta da produção de um desenvolvimento socialmente justo e ambientalmente sustentável, havendo que se incorporar àqueles as instituições e os grupos sociais, como únicos partícipes capazes de alargar o estreito canal de acesso aos benefícios econômicos produzidos, permitindo que mais indivíduos, deles venham desfrutar.

Justifica-se, dessa forma, a visão adotada por Sachs (2000), de crescimento econômico não mais como um fim em si mesmo, mas como um meio de fazer com que toda a população venha a exercer efetivamente os direitos plenos de cidadania que lhe são devidos.

Retomando a questão da definição de capital social, tudo leva a crer que é o compartilhamento dessas normas de conduta, dos valores construídos na convivência diária entre os indivíduos, bem como a formação das instituições, tudo isso realizado dentro de um sistema de cooperação que pode envolver tanto apenas a interação entre dois indivíduos quanto entre os membros de uma nação inteira, que favorece o desenvolvimento e a inclusão social.

2.2 Formas conhecidas de capital social

Existem segundo Dirven (2003), quatro formas básicas de capital social: 1) individual, 2) grupal, 3) comunitário e 4) externo. O capital social individual refere-se ao conjunto de interações que liga um ator a outros indivíduos, baseadas, de preferência, em relações de reciprocidade e geralmente fundamentadas em parentesco, familiaridade ou identidade e que os agentes podem lançar mão para seu benefício individual. Estas redes também podem se dar de forma verticalizada e de caráter "clientelístico".

Na área econômica, estas redes podem conseguir reduzir custos de transação em relação à participação individual e anônima em um mercado.

O capital social grupal é o que se apresenta entre grupos relativamente estáveis e de alta confiança e cooperação, nos quais se somam laços horizontais de reciprocidade com laços verticais, geralmente entre um líder local e um grupo que o apóia. Recebe destaque nesta forma de capital alguns chefes de família, especialmente os de maior idade e maior patrimônio, cabendo a estes a liderança de grupos (ou quase grupos) apresentando relativa estabilidade, contemplando parentes e vizinhos com os quais convive.

Estes grupos servem para acumular tanto bem-estar material como prestígio para o líder e indiretamente, para seus demais componentes. O alto grau de confiança, o caráter competitivo (em relação a outros grupos e indivíduos) e o número reduzido de integrantes fazem desses grupos significativas bases para o trabalho em equipe e os empreendimentos produtivos.

O capital social comunitário contempla as instituições sociais e culturais que representam o coletivo. Por fim, o capital social externo refere-se às relações de conexão envolvendo uma pessoa ou membros da comunidade com pessoas ou grupos fora do próprio grupo e que tem outra, ou melhor dotação de ativos. Esta forma de capital é considerada como um poderoso elemento para contribuir com o sucesso dos programas que visam à superação da pobreza que, além disso, ajudam à coesão social, um elemento crítico para a estabilidade social e o bem-estar econômico em longo prazo.

Pode-se afirmar que os modelos bem sucedidos de desenvolvimento impulsionados pelo capital social foram antecedidos por longos e únicos processos que necessitaram de uma evolução de anos ou de décadas. Não se materializa capital social de forma imediata, da noite pro dia. O tempo é um fator de teste e de concretude para a existência do capital social, como corroborado por Nahapiet e Ghoshal (1998), ao afirmar que o tempo é um fator importante para o desenvolvimento do capital social, tendo em vista que toda forma de capital social é dependente da estabilidade e continuidade da estrutura social.

Segundo Nayaran e Cassidy (2001), quase todas as sociedades estão configuradas mais por grupos sociais do que por indivíduos isolados e que estes

grupos determinam as atitudes, crenças, identidades e valores, assim como o acesso a recursos e oportunidades e, em última instância, ao poder.

Tendo em vista que a maioria das sociedades não é homogênea, os grupos (étnicos, religiosos, classes sociais) diferem no seu acesso a recursos e poder. O capital social dentro de um grupo (também chamado de capital social de "ligação" ou de "coesão") ainda quando é consolidado, não necessariamente permite fazer parcerias importantes com outros grupos (capital social de "ponte", tratando-se de relações mais horizontais, isto é, conecta as pessoas de posição social mais ou menos igual, ou de "conexão" tratando-se das relações mais verticalizadas, conectando as pessoas a recursos políticos (e outros) chave e instituições econômicas – diferenciais de poder (Questionário Integrado para Medir Capital Social (QI-MCS) – Banco Mundial, 2003).

Para Nahapiet e Ghoshal (1998. p.243) o capital social é a "soma dos recursos reais e potenciais inseridos, disponíveis através e derivados das redes de relacionamentos tidas por um indivíduo ou unidade social".

Desta feita, e no intuito de embasar a presente pesquisa, utilizou-se o modelo de Nahapiet e Ghoshal (1998), que contempla as dimensões de análise do Capital Social, no tópico seguinte, sendo esta a teoria na qual nos apoiaremos para dar fundamentação a esta pesquisa, por ser considerada a mais completa e analiticamente viável, em virtude de analisar o capital social sob três aspectos interdependentes e complementares entre si.

2.3 Dimensões de análise do capital social

Entre os indivíduos, em suas relações sociais, existem três dimensões que influenciam no desenvolvimento do Capital Social: a) a estrutura dos relacionamentos, b) o contexto e a linguagem comum entre os indivíduos e c) a dinâmica interpessoal das relações. Com base nesta afirmativa, tornam-se claros os fundamentos da abordagem das três dimensões de análise do capital social utilizadas nesta pesquisa, empregadas por Nahapiet e Ghoshal (1998): a) a dimensão estrutural, b) a dimensão cognitiva e c) a dimensão relacional.

É proposto pelos autores um modelo teórico que demonstra as maneiras na qual cada uma dessas dimensões facilita a combinação e troca de conhecimento, provendo uma justificativa ampla do porquê e como as empresas podem criar valor de maneira que o mercado não pode.

Segundo Nahapiet e Ghoshal (1998), a proposta central na teoria do capital social é que redes de relacionamentos constituem um recurso valioso para a condução de questões sociais, a exemplo dos capitais físico, financeiro e humano, o capital social é produtivo, tornando possível o alcance de novos conhecimentos, geradores de capital intelectual. Na ausência desses recursos valiosos, as questões sociais, ou não seriam possíveis de serem resolvidas ou só seriam realizadas a um custo muito alto.

Dilly (2009), ao realizar a diferenciação entre as dimensões estrutural e relacional do capital social, utiliza os fundamentos abordados por Granovetter (1992). A dimensão estrutural do capital social tem referência ao padrão geral de conexões entre atores, constatando-se a presença ou ausência de laços de rede entre os atores (WASSERMAN e FAUST, 1994); como se apresenta a configuração de rede (KRACKHARDT, 1989) ou sua morfologia (TCHY, TUSHMAN e FOMBRUN, 1979), levando-se em conta o padrão dos vínculos em termos de sua densidade, conectividade e hierarquia e organização apropriável, qual seja, a existência de redes criadas para um dado propósito e que podem ser usadas para outro (COLEMAN, 1990).

Em conformidade com Dilly (2009), o aspecto relacional baseia-se nos tipos de relacionamentos pessoais que as pessoas desenvolveram através de seus processos de interações. O mencionado conceito contempla as relações particulares que as pessoas têm e que causam influência em seu comportamento. É por intermédio destes relacionamentos pessoais que os atores satisfazem motivações sociais, como sociabilidade, aprovação e prestígio. A dimensão relacional do capital social refere-se àqueles benefícios criados e alavancados através dos processos de relacionamentos, o que envolve confiança e confiabilidade (FUKUYAMA, 1996; PUTNAM, 2005), normas e sanções (COLEMAN, 1990; PUTNAM, 2005), obrigações e

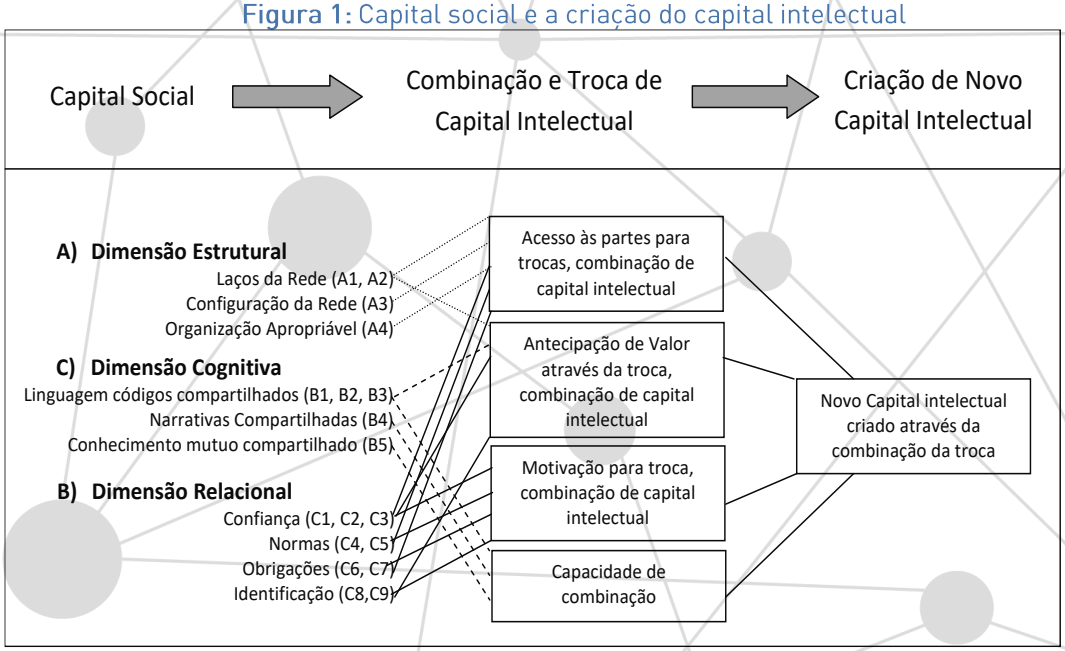
expectativas (COLEMAN, 1990; GRANOVETTER, 1973) e identidade e identificação (MERTON, 1968).

A última dimensão do capital social, denominada de cognitiva, refere-se aos recursos que se originam das visões compartilhadas, interpretações e sistemas de significado, especialmente no que se refere aos códigos e narrativas compartilhados. Segundo Régis (2005) esta dimensão vem sendo ainda pouco explorada na literatura sobre a temática capital social.

O capital social apresenta diversas formas, possuindo cada uma delas duas características comuns: (i) elas constituem alguns aspectos da estrutura social e (ii) elas facilitam as ações dos indivíduos dentro da estrutura (COLEMAN, 1990). Dentre estes elementos alguns apresentam alta correlação: (i) Conexões da rede, quando simétricas (dimensão estrutural) e o elemento Confiança (dimensão relacional); e (ii) Identificação Social (dimensão relacional) e Códigos e Linguagem Compartilhados (dimensão Cognitiva), (NAHAPIET e GHOSHAL, 1998).

As três dimensões estão inter-relacionadas de complexas e diversas formas, como se apresenta na figura 1.

Figura 1: Capital social e a criação do capital intelectual



Fonte: Nahapiet e Ghoshal (1998), traduzido pela autora.

Observa-se que nem todas as dimensões são reciprocamente reforçadas. Por exemplo, uma rede eficiente em termos de estrutura pode não ser a melhor forma

de desenvolver um forte capital social relacional ou cognitivo, que pode ser necessário para assegurar a operação de tais redes (NAHAPIET e GHOSHAL, 1998).

Com base, nos estudos de Nahapiet e Ghoshal (1998), serão explanadas a seguir, as três dimensões que compõem o capital social e seus respectivos elementos que se articulam num processo de combinação e troca, nas dimensões estrutural, cognitiva e relacional.

2.3.1 Dimensão estrutural

A dimensão estrutural do capital social se refere ao padrão das conexões entre os atores, ou o grau de conectividade dentro da rede de relações, incluindo as ligações da rede, configuração da rede, descrevendo o padrão de ligações em termos de medidas, como densidade, conectividade, hierarquia e organização apropriável. Em outros termos, quais agentes se relacionam e como se relacionam. Vale salientar que a "multiplexidade" é um importante aspecto presente nas pesquisas sobre redes sociais. Por multiplexidade entende-se os conteúdos transacionados nas interações, dizendo respeito à variedade de laços e aos conteúdos que são trocados entre os agentes. Uma maior multiplexidade apresenta tendência ao desenvolvimento do comprometimento com a ação coletiva. Aqui, a organização é considerada um sistema de trocas. (LAZEGA e PATTISON, 1998).

O capital social estrutural refere-se às relações de natureza social por meio das quais, informações são disseminadas e ações de natureza coletiva realizadas, o que facilita sobremaneira a difusão de informações, ações coletivas e a tomada de decisões pelos atores (GROOTAERT e VAN BASTELAR, 2001).

A dimensão estrutural do capital social influencia o desenvolvimento do capital intelectual primeiramente, embora não exclusivamente, onde suas diversas apresentações afetam o acesso às partes para a combinação e troca de conhecimento. Três relacionamentos derivam da dimensão estrutural do capital social, quais sejam: os laços da rede, configuração da rede e organização apropriável.

Os laços da rede constituem uma valiosa fonte de benefícios de informação, 'quem você conhece' afeta 'o que você sabe'. Burt (1992) sugere que esses benefícios da informação ocorrem de três formas: acesso - refere-se ao recebimento de uma informação valiosa e em saber quem pode usá-la e identificar o papel das redes em prover um processo de seleção e distribuição eficiente de informação para os membros dessa rede. Dessa maneira, os laços da rede influenciam tanto o acesso às partes para a combinação e troca de conhecimento quanto à antecipação do valor (a ser criado) através dessa troca; Tempo – dos fluxos de informação, diz respeito à habilidade dos contatos pessoais em obter informação antes que a mesma se torne disponível a pessoas sem esses contatos, o que pode muito bem aumentar o valor antecipado de tal informação, como demonstrado na pesquisa sobre o comportamento na busca de emprego (GRANOVETTER, 1973). Quando se trata de desenvolvimento comercial, a velocidade para o mercado pode ser um fator essencial na determinação do sucesso (NAHAPIET e GHOSHAL, 1998); Referências – são os processos que oferecem informação sobre a existência de oportunidades valiosas para pessoas ou atores em uma rede, incluindo um endosso reputacional para os mesmos, influenciando desse modo tanto o valor antecipado da combinação e troca, como a motivação para tal troca, ou seja, a credibilidade dos agentes (NAHAPIET e GHOSHAL, 1998).

Deriva-se também da dimensão estrutural, a configuração da rede, que trata do padrão geral de conexão entre os atores, ou seja, quem você acessa e como você acessa, constituindo uma importante faceta do capital social que pode impactar o desenvolvimento do capital intelectual. Burt (1992) observa que um agente com uma rede rica em benefícios de informação tem contatos estabelecidos em locais onde informações úteis podem surgir fornecendo um fluxo de informação confiável para a estrutura da rede. Os benefícios derivam tanto da diversidade de informações como de custos de acesso mais baixos (NAHAPIET e GHOSHAL, 1998).

Por fim, o último elemento da dimensão estrutural organização apropriável, denota que o capital social desenvolvido em um contexto, tal como laços, normas e confiança, podem frequentemente (mas não sempre) serem transferidos de um

ambiente social para outro, influenciando assim os padrões de troca social, como por exemplo, a transferência de confiança da família e associações religiosas para o trabalho (FUKUYAMA, 1996; NAHAPIET e GHOSHAL, 1998). Isso sugere que uma organização criada para um fim pode fornecer recursos preciosos para outra, com propósitos diferentes (PUTNAM, 2005). Laços de rede e a configuração da rede serão os elementos estudados neste trabalho.

2.3.1.1 Componentes estruturais para análise das redes sociais informais

Para Régis, Dias e Bastos (2006) é possível realizar uma avaliação de uma rede social mediante análise da densidade e da centralidade desta rede.

A densidade indica o número de ligações existentes com relação ao número de ligações possíveis (SCOTT, 2000). A centralidade representa a medida de quão acessível um determinado ator está para os demais atores da rede, o que depende do padrão de distribuição, ou da maneira como os diversos atores estão interligados. A centralidade mede o número de caminhos de comunicação que passam por um determinado ator, medindo também a acessibilidade deste. Quanto maior for o número de ligações entre os indivíduos de uma determinada rede, menor será a probabilidade de indivíduos centrais deterem o controle sobre o fluxo de informações. O que significa que o poder de um ator depende do grau com que ele monopoliza o fluxo de informações, favores e serviços para e entre os membros de uma rede (HANNEMAN, 2001 e MARINHO DA SILVA, 2003).

São três as medidas de centralidade normalmente utilizadas para análise das redes sociais: centralidade de grau (degree), centralidade de intermediação (betweenness) e centralidade de proximidade (closeness) (QUIROGA, 2003). A centralidade de grau de entrada é medida pelo número de ligações que um ator tem e pode se distinguir pelos graus de conectividade de entrada (indegree) e de saída (outdegree). A centralidade de grau de entrada representa o número de ligações que um ator recebe de outros atores. A centralidade de grau de saída representa o

número de ligações que certo ator estabelece com outros atores de um grupo. Assim, a centralidade de grau de entrada mede a receptividade ou popularidade de uma pessoa na rede, enquanto que a centralidade de grau de saída mede a sua expansividade (WASSERMAN; FAUST, 1994 e HANNEMAN, 2001).

A centralidade de grau é o recurso que identifica o número de contatos diretos que um ator mantém em uma rede, vale dizer, é o que mede o nível de comunicação de um ator (TOMAÉL, MARTELETO, 2006). Se, por exemplo, em seu interior circulam certos rumores, os atores com maior centralidade de grau têm maior probabilidade de escutá-los e disseminá-los. A centralidade de grau também pode ser interpretada como o grau em que uma pessoa da rede é capaz de influenciar ou ser influenciada pelos outros componentes (QUIROGA, 2003 e RÉGIS, 2005).

Algumas limitações se apresentam na centralidade de grau por não considerar as características demográficas da rede. As pessoas com maior quantidade de contatos diretos são elementos importantes na rede social. Todavia a rede é um ambiente de comunicação e troca, que se dá em vários níveis. A informação circula na rede, atingindo atores também de forma indireta. Tal fato significa que não só a quantidade de elos diretos que define a posição dos integrantes de uma rede (RÉGIS, 2005; DILLY, 2009). De acordo com Marinho da Silva (2003), um ator conectado a cinco outros atores num grupo de cem atores não esta na mesma situação que outro ator igualmente conectado a cinco atores num grupo de quinze atores. Da mesma forma, um ator conectado a dois atores periféricos está em situação diferente de outro ator ligado a dois atores centrais. Com o intuito de compensar esta limitação, adota-se a centralidade de intermediação (RÉGIS, 2005).

Segundo Hanneman (2001), a centralidade de intermediação considera um ator como meio para alcançar outros atores, visto que ele está posicionado nos caminhos geodésicos entre outros atores da rede. Marteleto (2001, p. 79), afirma que um indivíduo pode ter poucos contatos diretos na rede, estando conectado basicamente por ligações fracas, porém exercer um importante papel intermediando informações. "O papel do mediador traz em si a marca do poder de controlar as

informações que circulam na rede e o trajeto que elas podem percorrer". Estes indivíduos também podem ser chamados de "pessoas pontes" (RÉGIS, 2005).

A centralidade de proximidade de um ator se mede pelo número mínimo de passos que ele deve empreender para entrar em contato com os demais atores da rede. Quanto mais central for um ator, mais próximo estará dos outros, e mais rapidamente ele interage com os demais (HANNEMAN, 2001). Quiroga (2003) e Régis (2005) interpretam a centralidade de proximidade como a capacidade que uma determinada pessoa tem de acessar todas as outras pessoas da rede.

Adiante será exposta a dimensão relacional do capital social que compõe as redes informais. Tal dimensão contempla os recursos sociais transacionados nas redes.

2.3.2 Dimensão relacional

A dimensão relacional do capital social se refere ao papel dos laços diretos entre os atores com relação aos conteúdos transacionados nas interações e suas diversidades. São contemplados quatro relacionamentos da referida dimensão: confiança, normas, obrigações e expectativas, e identificação (NAHAPIET e GHOSHAL, 1998).

A confiança interpessoal contribui para a criação de conhecimento em situações contextuais onde há grande incerteza e ambiguidade. É a confiança que mantém os agentes ligados, através de expectativas e crenças comuns e não pela clareza dos propósitos e certeza de resultados de ações coletivas. Mishira (1996) alega que a confiança é um conceito multidimensional e aparece na crença em quatro aspectos: (i) crença nas boas intenções e no interesse de troca do parceiro; (ii) crença em sua competência e capacidade; (iii) crença em sua confiabilidade e (iv) crença em sua franqueza.

Putnam (2005), salienta que existem duas formas de interação entre confiança e cooperação: a confiança proporciona a cooperação e esta, por sua vez, alimenta a confiança, o que poderá conduzir no desenvolvimento de normas gerais de cooperação, que maximizam a possibilidade para a troca social.

As normas, por sua vez constituem uma poderosa, embora frágil, forma de capital social, representando um grau de consenso no sistema social. Como "expectativas que amarram", as normas podem representar uma influência nos processos de troca, liberando o acesso entre as partes para a efetivação das trocas e assegurando a motivação para o engajamento nas mesmas (NAHAPIET e GHOSHAL, 1998). Ressalte-se que as normas quando internalizadas pelas pessoas, passam a ser referencial para aquilo que é certo ou errado e quando essas normas não são cumpridas, geralmente implicam em sanções, corroborando para a existência da norma. (ARAÚJO, 2003).

As obrigações e expectativas representam um compromisso ou dever de realizar alguma atividade no futuro. Coleman (1990), sugere que elas operam como "cupom de crédito", ou seja, mantida por A para ser cumprida por B, no futuro.

Por fim, a identificação é o processo onde os indivíduos se vêem como uma unidade estando em concordância com outra pessoa ou grupo de pessoas. Isso pode resultar de sua associação com aquele grupo ou através da operação deste como grupo de referência, proporcionando um sentimento de pertença ao grupo, passando a assumir como modelo os valores e padrões estabelecidos pelo grupo. Ademais, a identificação aumenta o interesse coletivo nas trocas, o que torna crescente as oportunidades percebidas para trocas, o que amplia a real frequência de cooperação (NAHAPIET e GHOSHAL, 1998).

2.3.2.1 Componentes relacionais para análise das redes sociais informais

Segundo Dilly (2009), as ligações entre os atores de uma rede podem ser analisadas em termos dos favores e serviços trocados (conteúdo transacional), em termos do sentido do fluxo em que os intercâmbios ocorrem e em termos da frequência e duração das ligações. Os diferentes critérios permitem identificar diversos circuitos de intercâmbios, em toda a rede ou em parte dela, através de alguns critérios, como amizade, confiança, religião, local de trabalho etc.

Desta forma, a análise da dimensão relacional das redes pode ocorrer através da diversidade de papéis, do conteúdo transacionado (RÉGIS, 2005), do sentido do fluxo e da frequência e duração das interações (MARINHO DA SILVA, 2003).

Nas redes sociais, os atores se vinculam uns aos outros pelas mais diferentes razões. As relações que ligam as pessoas se originam dos diversos campos de atividades, dos quais cada indivíduo de um grupo é participante. Tais relações emergem de papéis que, correspondem às normas e expectativas que se aplicam ao ocupante de uma determinada posição (BOISSEVAIN, 1974). Cada ator assume um ou mais papéis específicos: sócio, professor, empregado, amigo, marido, pai, etc. Os papéis possibilitam que as pessoas interajam umas com as outras que compartilham da mesma atividade ou interesse. As ligações sociais entre dois atores, baseada em um papel único é dita como uniplex ou mono-estratificada (BOISSEVAIN, 1974). Uma ligação social entre duas pessoas é chamada de "multiplex" ou multiestratificada quando contempla múltiplos papéis.

Há uma inclinação para as ligações de natureza uniplex. O exemplo citado pelo autor sobre uma agente, denominada Maria que canta com Ana no grupo da igreja, tornando-se multiplex quando Maria canta com Ana na igreja e tornam-se amigas.

O conteúdo transacionado refere-se aos elementos materiais e não-materiais trocados entre dois atores em uma relação particular (BOISSEVAIM, 1974). Os elementos transacionados dependem em parte do papel e em parte, da maneira como o papel é desempenhado pelos atores. A natureza dos itens transacionados sinaliza não somente o investimento dos atores na relação, mas especialmente, os benefícios que os atores esperam obter da relação (MARINHO DA SILVA, 2003).

De acordo com Kuipers (1999), alguns pesquisadores fazem distinção entre tipos de laços qualitativamente diferentes, baseados no tipo de recurso que emergem na rede. Para a autora, a interação entre as pessoas de uma rede é específica dependendo do contexto em que ela é formada e os laços não podem ser usados para transferência indiscriminada para qualquer tipo de recurso. Kuipers

apresenta uma categorização na análise das redes de amizade, de informação e de confiança. As definições são apresentadas a seguir.

(i) rede de informação: é uma rede informal onde o conteúdo transacionado diz respeito ao que está acontecendo na organização como um todo e que afeta todos os seus membros. As ligações que circulam nesta rede são baseadas em assuntos relacionados ao trabalho do cotidiano dos mesmos.

(ii) rede de amizade: é uma rede informal fundamentada na troca de amizade que possibilita o fortalecimento da autoestima, encorajando comportamentos que desenvolvem a aceitação junto a grupos dentro das organizações, ou seja, a rede de amizade pode ser definida como aquela cujas ligações são baseadas em troca de amizade e sociabilidade entre os atores.

(iii) rede de confiança: é uma rede de laços informais onde um ator corre riscos ao abrir mão do controle dos resultados por aceitar a dependência em relação a outro ator, sem força ou coação da relação contratual, estrutural ou legal. Segundo Dilly (2009), a rede de confiança pode ser definida como aquela por cujas ligações são trocados temas políticos delicados e confidências e onde os atores apoiam-se mutuamente em momentos difíceis.

O sentido do fluxo diz respeito ao sentido no qual os elementos transacionais se movem. O sentido pode ser simétrico (recíproco) ou assimétrico (não recíproco). Estas transações que emergem do sentido do fluxo podem ser representadas graficamente, como iremos abordar no capítulo 5 desta pesquisa, fornecendo uma indicação do investimento de cada ator na relação. Quando o sentido o fluxo apresenta reciprocidade dos elementos transacionados acontece a igualdade em termos de poder e prestígio entre os atores. Esta medida fundamental da qualidade de uma ligação numa rede é denominada "conta transacional". Onde existe simetria, cada ator tem a expectativa de que as transações serão cumpridas por ambos os

atores, pois aconteceu um investimento recíproco na relação. Onde o fluxo é assimétrico, esta expectativa não está presente ou é menor (MARINHO DA SILVA, 2003).

A frequência de interação entre dois atores promove a qualidade da relação ao mesmo tempo em que é a resposta da qualidade existente. A frequência de interação pode quase sempre (mas não sempre) representar um índice do investimento dos atores na relação. A duração do contato é, por isto, um índice significativo, pois é uma medida da quantidade de tempo que os pares investem reciprocamente.

2.3.3 Dimensão cognitiva

A dimensão cognitiva do capital social diz respeito àqueles recursos que representam o entendimento, interpretações e sistemas de significados compartilhados entre as partes, que são alcançados através das trocas entre os atores e se dá de duas formas: (i) pela existência de vocabulário e linguagem compartilhados e (ii) através do compartilhamento de narrativas coletivas (NAHAPIET e GHOSHAL, 1998).

Segundo Dilly (2009) esta dimensão se apresenta como a mais difícil de analisar. Tenta verificar a linguagem partilhada, através da formação de um discurso comum mediado por processos de significação, formulados na interação dos interlocutores. Como o conhecimento aumenta por meio de conceitos linguisticamente formulados, um vocabulário e códigos de comunicação partilhados corroboram para a formulação de mais conceitos. A narrativa compartilhada é outro componente da dimensão cognitiva (histórias, mitos e metáforas que possibilitam meios poderosos de partilhar significados). O surgimento de narrativas partilhadas dentro de uma comunidade possibilita a criação e transferência de novas interpretações dos eventos, facilitando o conhecimento tácito (BALESTRO, 2006).

Três relacionamentos derivam da dimensão cognitiva do capital social, que são: linguagem e códigos compartilhados; narrativas compartilhadas e conhecimento tácito compartilhado.

A linguagem e códigos compartilhados têm uma função direta e importante nas relações sociais, pois ela é o modo como as pessoas discutem, trocam informações, fazem perguntas e conduzem negócios na sociedade. Na medida em que as pessoas possuem uma linguagem comum, facilita a habilidade de acesso às outras pessoas e suas informações, dada a identificação que se estabelece entre os agentes.

A linguagem influencia nossa percepção. Ela deixa fora do consciente aqueles eventos cujos termos não existem no universo do agente e inclui aqueles cujos termos existem. A linguagem comum pode, dessa forma, fornecer um aparato conceitual comum para a avaliação dos prováveis benefícios de uma troca e combinação. Finalmente, para se desenvolver tais conceitos e combinar a informação conseguida através de uma troca social, é necessário haver uma sobreposição no conhecimento das diferentes partes. A existência de um vocabulário comum aumenta a capacidade de combinação (NAHAPIET e GHOSHAL, 1998).

As narrativas compartilhadas pressupõem, além da existência de linguagem e códigos comuns, como mitos, histórias e metáforas que também fornecem modos eficazes nas comunidades para a troca e preservação de ricos conjuntos de significados, uma visão há tempos reconhecida na antropologia social. Metáforas, por exemplo, percorrem diferentes contextos, permitindo a combinação de observações e percepções tanto imaginativas como literais. A narrativa em forma de histórias, cheia de detalhes aparentemente insignificantes, permite a troca de experiência tácita entre técnicos, possibilitando por esse meio a descoberta e desenvolvimento de uma prática melhorada. A emergência de narrativas compartilhadas dentro de uma comunidade possibilita a criação e transferência de novas interpretações dos eventos e o faz de tal maneira que facilita a combinação de diferentes formas de entendimento, incluindo aqueles que são amplamente tácitos (NAHAPIET e GHOSHAL, 1998).

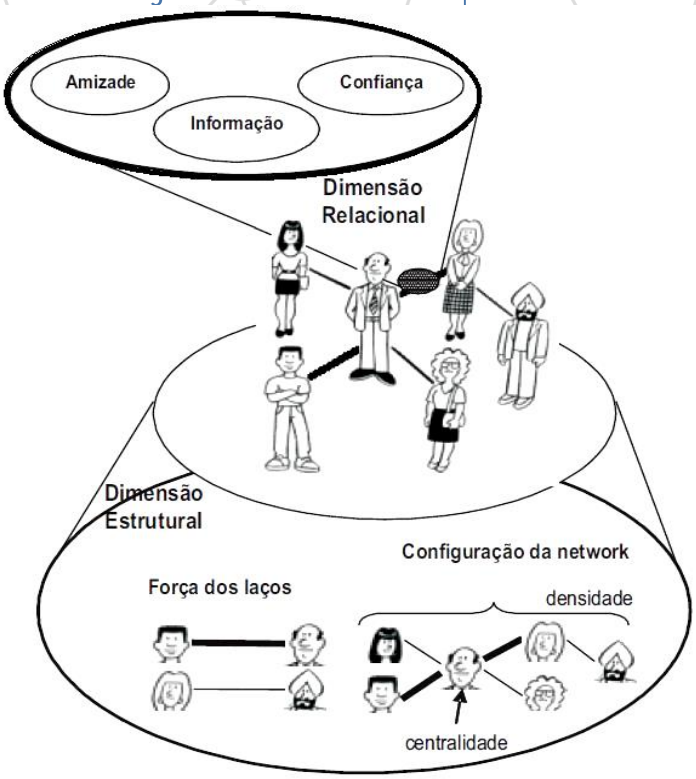
Nem todo comportamento social é adquirido e mediado linguisticamente, a exemplo do conhecimento tácito compartilhado. Esse conhecimento envolve uma acomodação apreendida no fazer cotidiano. Trabalhando a partir da observação 'nós

podemos saber mais do que podemos dizer'. Polanyi (1967, p. 6), demonstra que todo conhecimento envolve conhecimento prático e teórico e que o elemento tácito é um essencial em toda integração. Assim sendo, a descoberta de conhecimento sempre envolve um elemento de conhecimento tácito e um processo no qual o conhecimento explícito é combinado através desse conhecimento tácito (NAHAPIET e GHOSHAL, 1998).

Teoria e prática devem caminhar juntas proporcionando a *práxis* para consolidar o conhecimento.

Com o intuito de tornar a teoria de Nahapiet e Ghoshal (1998) mais didática, Régis, Dias e Bastos (2006) desenvolveram um esquema gráfico, a partir do modelo apresentado pelos autores, para ilustrar como se processam as relações em redes, a partir das três dimensões do capital social – relacional, cognitiva e estrutural, acima explicitadas e apresentadas na figura 02.

Figura 02: Dimensões do Capital Social



Fonte: Adaptado de Nahapiet e Goshal (1998).

Do acima exposto, constata-se que Nahapiet e Ghoshal (1998) entendem que o capital social consiste no conjunto dos atuais e potenciais recursos pertencentes a

uma pessoa ou a uma unidade social, presentes, resultantes e disponibilizados numa rede de relações sociais, formada pela dimensão estrutural, que se refere à configuração da rede de relações entre os atores sociais e os padrões de ligação de densidade, conectividade e hierarquia; pela dimensão cognitiva que envolve o sistema de significados, interpretações e representações que são compartilhados entre os agentes, e pela dimensão relacional, que tem seu objetivo na qualidade das relações desenvolvidas ao longo do tempo, onde a confiança desenvolve um papel de extrema relevância nesta construção.

Trabalhar e se manter isolado no território, nos tempos atuais, é sinônimo da falta de visão empresarial que esta nova abordagem organizacional requer, pois a complexidade dos processos e do conhecimento é necessária, sendo suprido quando as empresas se organizam em redes, onde a cooperação para o aprendizado é o diferencial indutor de novos conhecimentos e crescimento.

O capital social mantém uma forte ligação de reciprocidade com o desenvolvimento local, sendo aquele, um indutor deste, pode-se identificar também como um importante impulsionador de empreendimentos, dentro do contexto do desenvolvimento, as redes sociais, o que será descrito na sessão seguinte.

3 REDES SOCIAIS

No capítulo terceiro discorre-se sobre o cenário econômico que ensejou as mudanças econômicas e impulsionou o surgimento das redes sociais e contextualização do cenário de redes, alguns conceitos e ao final, as tipologias de redes interorganizacionais.

O termo rede é utilizado, dentro do escopo deste trabalho, para designar uma forma particular de associação, de natureza horizontal, que reúne, voluntariamente, atores diversos, que interagem entre si, de maneira sistemática, compartilhando, em menor ou maior grau, certos valores comuns, e implementando, conjuntamente, estratégias de interesse coletivo, visando algum ganho socioeconômico (para empresas, setores e comunidades). A busca da cooperação vem sendo utilizada para solucionar vários tipos de impasse, seja no contexto social (GRAY, 1989) seja no empresarial (ASTLEY, 1984; BRESSER e HARL, 1986; CARNEY, 1987).

Assim, as mudanças no ambiente econômico, surgidas a partir do pós-guerra, com destaque nos anos 1970, impôs uma nova configuração para a economia mundial, com maior intensidade nos anos de 1990, para os sistemas de produção industrial. Essa nova configuração, que trouxe o Japão, como nova potência industrial, implicou em profundas mudanças nas formas tradicionais de organização industrial em geral, e na produção, em particular (OLIVER e EBERS, 1998). Tais transformações têm provocado grandes mudanças no comportamento das organizações, com ênfase no universo das pequenas empresas, contempladas nesta pesquisa, dada a relevância que elas apresentam no cenário brasileiro.

Para Rodrigues (2000), "no universo das empresas brasileiras, as micro e pequenas empresas representam 98% e correspondem a 50% da mão-de-obra ocupada". Muitos desses pequenos negócios hoje vivem uma nova realidade, cooperando entre si, para se manterem no mercado de forma competitiva e longeva.

A temática sobre redes não se constitui em uma ideia recente, posto que o conceito de redes é utilizado na teoria organizacional desde o começo do século XX (Nohria, 1992). A união de empresas com o objetivo de obter soluções coletivas vem

recebendo maior atenção de estudos e práticas organizacionais nas últimas décadas (OLIVER e EBERS, 1998).

Têm-se como objetivo central das redes a reunião de atributos que permitem uma adequação ao ambiente competitivo em uma única estrutura, mantida por ações uniformizadas, porém descentralizadas, que possibilitem ganhos de escala sem perder a flexibilidade por parte das empresas associadas. Miles e Snow, (1986, p. 64) citam: "Como observado, nós resolvemos chamar esta forma de redes dinâmicas, para indicar que seus principais componentes podem ser agrupados e reagrupados no intuito de responder às complexas e mutantes condições competitivas".

Vê-se aqui a necessidade imperativa da flexibilidade, mutabilidade e dinâmica das redes sociais, como solução para a longevidade dos negócios, posto que a dinâmica mercadológica e organizacional requer tal comportamento.

Parece antagônico, mas cooperar para competir vem apresentando-se como estratégia de manutenção dos grandes e pequenos negócios, que após entenderem a importância da cooperação, da parceria, somam forças e esforços para seu crescimento econômico. A organização em rede vem tornando-se um conceito experimentado na prática. A adoção deste novo modelo tem sido documentada em indústrias e organizações de serviços, divulgado por editoras de negócios e consultores de administração (BAKER, 1992). Neste sentido, diversos estudos têm contemplado as organizações em rede, com o objetivo de conceituá-las, caracterizando-as, ressaltando sua importância para o sucesso das organizações e o desenvolvimento de regiões e da sociedade como um todo (BRITO, 2001; MARK e JARILLO, 1996; POWELL, 1998; TURNBULL, FORD e CUNNINGHAM, 1996; HOLM, ERIKSSON e JOHANSON, 1996; NOHRIA, 1992; PERROW, 1992; MILES e SNOW, 1978).

Para Naisbitt (1994), competição e cooperação são o *Yin* e o *Yang* do mercado global. Conforme o autor tem-se estabelecido uma nova máxima de complementaridade na atualidade que associa o pensar local e o agir global.

Nesse contexto, onde inovação e flexibilidade eram primordiais para a sobrevivência das organizações, as empresas de pequeno porte, tiveram maior

adaptabilidade às exigências dos novos tempos e em redes reúnem a flexibilidade e a agilidade das empresas de menor porte com a escala e o poder das grandes corporações. Uma reflexão importante reforça que as redes, por suas características peculiares de ambivalência, unindo competição com cooperação, escala com escopo e, sobretudo, hierarquia com mercado, respondem melhor às demandas competitivas da atualidade (THOMPSON, 2003).

A realidade das micro e pequenas empresas é desafiadora, pois são negócios em que predomina o empirismo, sem grandes qualificações na administração da empresa, poucos têm acesso a informações, que permitam a superação das adversidades exigidas pelo mercado atual (OLIVEIRA, 2006).

Das empresas informais existentes, 99% são de micro e pequeno porte, conforme Relação Anual de Informações Sociais (RAIS 2001), num total de, aproximadamente, 5,5 milhões de empresas, excluídas da economia formal do país.

Nesse universo, onde predominam as dificuldades acima citadas, Gonçalves e Koprowski (1995) afirmam que em pesquisa realizada pelo serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE, com 1.000 MPE's brasileiras, 35% não possuem planejamento de produção; 37% não realizam apuração de custos; 39% não utilizam controle de estoques; 41% não fazem fluxo de caixa; 43% não realizam planejamento de vendas; 50% não buscam informações sobre processos produtivos e tecnologia; 53% não praticam qualquer tipo de controle de qualidade; 72% não têm *lay out* planejado; 75% não programam investimentos; 77% não avaliam sua produtividade e não fazem planejamento financeiro; 80% não fazem treinamento de pessoal; 83% não utilizam as ferramentas de *marketing*. Soma-se a isso a alta carga tributária e o excesso de burocracia que tornam o cenário menos propício ao desenvolvimento dessas empresas.

Buscar a competitividade, num mundo globalizado, transformou-se na grande força impulsionadora do crescimento de empresas e das economias. Tais mudanças podem ser compreendidas, principalmente, através de três elementos básicos, quais sejam: (i) as novas formas de organização do trabalho; (ii) a revolução na base técnica com o advento das novas tecnologias de base microeletrônica; e, finalmente

(iii) o novo padrão de inter-relacionamento entre firmas (HOFFMAN e KAPLINSKY, 1989).

No novo cenário, altera-se o sentido de competitividade, antes focado, especialmente, na dimensão empresarial e estática, para abordar toda uma dinâmica de construção de espaços produtivos e redes organizacionais, em que a competição não ocorre apenas entre as empresas, mas também entre territórios. Regiões vencedoras no mundo vêm demonstrando a importância de fatores como aprendizados baseado na troca entre diferentes instituições e empresas, especialização produtiva, capacidade de cooperação, esforço coletivo para a inovação, qualidade da mão-de-obra, ambientes econômico, social e cultural favoráveis, entre outros. A integração das empresas em redes parece repercutir, diretamente, no desempenho empresarial. (VALE, AMÂNCIO, LIMA, 2006).

Do acima exposto depreende-se que a cooperação entre empresas é a nova tônica do cenário mundial: grandes empresas realizam fusões, tornando seu conhecimento e recursos maiores. Pequenas começam a despertar e a experimentar esta nova forma de trabalho, tendo a cooperação e confiança como eixos norteadores neste processo, para formar redes de negócios.

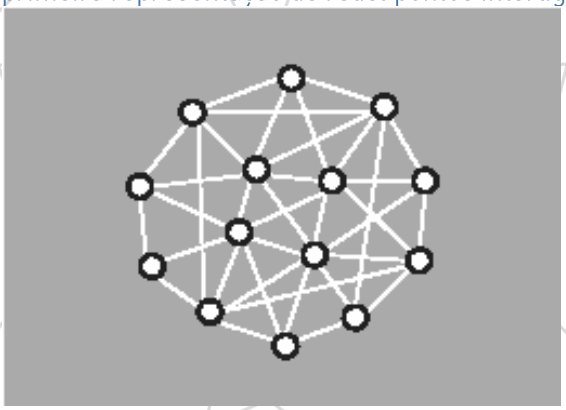
Muitas dessas relações entre empresas se dão inicialmente, de maneira informal que com o passar do tempo e o aprimoramento do processo da cooperação e confiança entre os atores, tendem a se robustecer, tornando-se sólidas e melhor estruturadas. Juntam-se para alcançar resultados comuns, como compras e ganhos coletivos, agilidade nos processos, busca de soluções para problemas, como pouco ou nenhum acesso a créditos, altas taxas de impostos, qualificação de mão-de-obra, dentre outros e que as faz evoluir para a formalidade (OLIVEIRA, 2006), construindo redes de cooperação melhor estruturadas. Dentro desta nova concepção mercadológica, faz-se necessário melhor entendimento sobre redes sociais, como se descreverá a seguir.

3.1 Contextualização do cenário de redes

Nos anos 30 e 40, originado da sociologia e antropologia social, emergiu o conceito de rede social. A disseminação deste novo conceito na comunidade científica é geralmente atribuída a Bott, que em 1957, aplica o conceito à análise de relações familiares, fazendo uma distinção entre redes familiares e distingue entre redes de malha estreita e redes de malha larga usando uma medida de conexão por ela desenvolvida.

Composta por diversos agentes individuais (os nós ou atores da rede), a rede social é ligada por relações sociais (os elos) e pelos mecanismos de regulação dessas interações (Castilla *et al.*, 2000). Cada nó do tecido é estratégico, mas só formam o tecido quando interligados entre si pelas linhas. A rede, formada por linhas e nós, não inclui diferenças hierárquicas, contempla apenas as diferenças de função entre as linhas – que fazem a ligação – e os nós – que dão a sustentação (LOIOLA e MOURA, 1996; MARTINHO, 2003).

Figura 03: Uma primeira representação de rede: pontos interligados por linhas.



Fonte: Martinho (2003).

Redes sociais podem ser compreendidas como fluxos de relacionamentos interpessoais que permitem a vinculação entre as pessoas por meio de relações de confiança e cooperação na busca pelo sucesso mútuo dos participantes de tais redes.

Segundo Franco (2008), trata-se, portanto, basicamente, de conectar pessoas com pessoas. De aumentar a conectividade da rede social, trabalhando para tornar cada vez mais distribuída essa rede de relações.

As redes sociais podem também ser consideradas "redes de funções no interior das associações humanas" (ELIAS, 1997a, p. 22) e "teias de interdependência ou configurações de muitos tipos, tais como famílias, escolas, cidades, estratos sociais ou estados" (ELIAS, 1999, p. 15). Tal "rede só é compreensível em termos da maneira como eles [os indivíduos que dela participam] se ligam, de sua relação recíproca [...]" (ELIAS, 1997a, p. 35). A rede está "em constante movimento, como um tecer e destecer ininterrupto das ligações. É assim que efetivamente cresce o indivíduo, partindo de uma rede de pessoas que existiam antes dele para uma rede que ele ajuda a formar" (ELIAS, 1997a, p. 35). Esta tem "alto grau de maleabilidade e adaptabilidade das funções relacionais humanas, [...] [e] é responsável pelo fato de ser o homem, numa medida especial, um ser social, dependente da companhia de outras pessoas" (ELIAS, 1997a, p. 37), podendo ser compreendida quando observamos "pessoas entre pessoas, envolvidas em jogos com os outros" (ELIAS, 1999, p. 132).

Para Pizarro (2003), redes sociais é um conjunto de indivíduos (nós) e relações interindividuais (fenômenos contingentes aos nós/indivíduos quando fornecem elementos para uma análise da estrutura social). Assim, as redes sociais e a sociedade como um todo podem ser compreendidas como grupos com formas de organização específicas, com particularidades estruturais que constituem as "estruturas e figurações que os indivíduos formam em conjunto" (ELIAS, 1997b, p. 60).

No relacionamento interpessoal/social o sucesso da ação de um indivíduo depende antes da posição, na estrutura social, dos indivíduos aos quais ele está ligado do que da sua própria posição. O indivíduo pode fazer a diferença, dado os vários processos que são facilitados, como a circulação das informações; as redes de relações podem influenciar positivamente os tomadores de decisão; as relações robustecem a confiança, a credibilidade; as relações reforçam a identidade e o reconhecimento. (DEGENNE, 2004, p. 304).

Ao mesmo tempo, a natureza, a intensidade e a qualidade das redes existentes e suas interconexões em um determinado território parecem constituir fatores diferenciados no processo de desenvolvimento local.

O ambiente atual vem sendo acentuado por uma grande disseminação de novos modelos e sistemas produtivos, com forte ênfase na integração e na cooperação entre atores econômicos e sociais distintos e na localização espacial, como é caso, por exemplo, dos sistemas produtivos locais (SPLs), ambientes inovadores (*milieux innovateurs)*, parques tecnológicos, distritos industriais e cluster (AYDALOT, 1996; CASSIOLATO e LASTRES, 2000; VALE, 2006). A experiência bem sucedida dos distritos industriais da região italiana tem recebido destaque e reconhecimento de autores. (PUTNAM, 2005; COCCO, URANI e GALVÃO, 2002; PYKE, BECATTINI e SENGENBERGAR, 1990) ou na Alemanha (HERRIGEL, 1993).

Nos modelos citados, há uma lógica de ajuntamento de empresas e instituições, fazendo gerar conexões e redes. Nos últimos 20 anos, esses novos tipos de relações interorganizacionais têm sido muito estudadas na literatura das organizações (BORGATTI e FOSTER, 2003; NOHRIA e ECCLES, 1992).

Na literatura tradicional as organizações são vistas como entidades autônomas, inseridas em um determinado ambiente. Essa abordagem tornou-se, inclusive, base de referência para importantes trabalhos na área de estratégia empresarial (ANDREWS, 1971; PORTER, 1980), em que a interdependência competitiva é considerada apenas um dado da realidade e deve ser conhecida e incorporada ao posicionamento estratégico da empresa. Existe, nesse contexto, uma ênfase na capacidade interna das organizações ante as demandas de natureza ambiental. Essa abordagem difere de algumas propostas mais recentes, condizentes com um novo ambiente em que as organizações buscam, de maneira ativa, uma crescente inserção em redes, e seus desempenhos são mais bem entendidos e avaliados no contexto de uma rede de relações. Como salientado por Leenders, Gabbay e Fiegebauem (2002, p.18), "adotando uma abordagem relacional ao invés de atomística, é possível compreender melhor as diferenças de desempenho entre empresas".

Ressalta-se por oportuno, que esta tendência de trabalhar em redes tem se fortalecido e tem despertado grande interesse na comunidade científica. As micro e pequenas empresas precisam começar a se aglutinar em segmentos, para se fortalecerem e se tornarem competitivas num dado território.

Para melhor compreensão de seus conceitos, será apresentado um quadro resumo de alguns pesquisadores que abordam esta temática.

O conceito de redes permeia várias áreas humanas, como políticas públicas, trabalho, sociedade, economia e o campo interpessoal, não havendo ainda um consenso quanto ao termo, o que gera uma grande amplitude de conceito, conforme representado no quadro 1, abaixo.

Quadro 01: Principais definições de redes encontradas na literatura.

Referências	Definições
Carvalho (2003, p.3)	"A noção de rede se caracteriza como convergente e movente: interconecta serviços, organizações governamentais e não-governamentais, comunidades locais, regionais, nacionais e mundiais: mobiliza parcerias e ações multi-setoriais; constrói participação; mobiliza vontades e implementa pactos de complementariedade entre atores, organizações, projetos e serviços. Instaura um novo valor: o da cooperação."
Castells (1999, p. 566)	"Rede é um conjunto de nós interconectados. Nó é o ponto na qual a curva se entrecorta. A topologia de redes define que a distância (intensidade e frequencia da interação) entre dois pontos (ou posições sociais) é menor (mais intenso ou mais freqüente), se ambos os pontos forem nós de uma mesma rede."
Inojosa (1999, p. 117)	"Rede é parceria e essa parceria pode articular famílias, Estados, organizações públicas e/ou organizações privadas, pessoas físicas, pessoas jurídicas ou ambas. Pode, portanto, envolver e promover relações interpessoais, interorganizacionais, intergovernamentais e intersetoriais."
Jones, Hesterly e Borgatti (1997)	É a coordenação inter-firmas que é caracterizada por sistemas sociais informais ou orgânicos, em contraste as estruturas burocráticas entre empresas e relações formais entre elas.
Junqueira (2005, p. 5)	"A rede surge da percepção conjuntas dos problemas comuns e da possibilidade de resolve-los não apenas no âmbito da cidade, mas da articulação entre outros atores sociais envolvidos com o problema e sua solução."
Mance (1999, p.24)	"Trata-se de uma articulação entre diversas unidades que, através de certas ligações, trocam elementos entre si, fortalecendo-se reciprocamente, e que podem se multiplicar em novas unidades, as quais, por sua vez, fortalecem todo o conjunto na medida em que sção fortalecidas por ele, permitindo-lhes expandir-se em novas unidades ou manter-se em equilíbrio. Cada nódulo da rede

	representa uma unidade e cada fio um canal por onde estas unidades se articulam através de diversos fluxos."
Marcon e Moinet (2001, p. 21)	"A Estratégia-rede consiste em criar ou, na maioria das vezes, em ativar e orientar as ligações tecidas entre os atores no âmbito de um projeto mais ou menos definido."
Martinho (2002, p.6)	"A rede é um tipo de organização específico, que se distingue das demais por conta de seus aspectos formais (a arquitetura reticular) e seus aspectos processuais ou operacionais. A organização-rede é fundada na multiplicidade de elementos que estão interligados e, especialmente, na horizontalidade das organizações."
Muller e Surel (1998[1] apud Minhoto e Martins, 2001, p.90)	"[...] a noção de rede propõe um esquema de interpretação das relações entre o Estado e a sociedade que acentua o caráter horizontal e não hierárquico dessas relações, o caráter relativamente informal das trocas que se dão entre os atores da rede, a ausência de fechamento que autoriza a multiplicação das trocas periféricas e a combinação de recursos técnicos (articulados aos saberes dos atores) e de recursos políticos (articulados) à posição dos atores no sistema político)."
Olivieri (2003, p.1)	"Redes são sistemas organizacionais capazes de reunir indivíduos e instituições, de forma democrática e participativa, em torno de causas afins. Estruturas flexíveis e estabelecidas horizontalmente, as dinâmicas de trabalho das redes supõem atuações colaborativas e se sustentam pela vontade e afinidade de seus integrantes."
Pedro (2003, p.33)	"Em termos topológicos, uma rede se caracteriza por suas conexões, seus pontos de convergência e bifurcação; por sua heterogeneidade, [...] em seu interior, de subconjuntos, articulados entre si. É a força desses agenciamentos internos que permite melhor defini-la, entendendo-se que não se trata de vínculos estáveis [...], mas de relações meta-estáveis que implicam numa permanente redefinição."
Tomaél, Alcará e Di Chícara (2005, p.94)	"Redes sempre pressupõem agrupamentos, são fenômenos coletivos, sua dinâmica implica relacionamento de grupos, pessoas, organizações ou comunidades, denominados atores."
Whitaker (1993, p.1)	"Uma estrutura em rede [...] corresponde também ao que seu próprio nome indica: seus integrantes se ligam horizontalmente a todos os demais, diretamente ou através dos que o cercam. O conjunto resultante é como uma malha de múltiplos fios, que pode se espalhar indefinidamente para todos os lados, sem que nenhum dos seus nós possa ser considerado principal ou central, nem representante dos demais. Não há um "chefe", o que há é uma vontade coletiva de realizar determinado objetivo."
World Health Organizations (1998,p.16)	"Uma rede é um agrupamento de indivíduos, organizações e agências organizadas em bases não hierárquicas em torno de questões ou interesses comuns, que são proativamente e sistematicamente perseguidos, baseadas no compromisso e confiança."

Fonte: Dilly, 2009.

Os conceitos acima elencados apresentam a riqueza do significado do termo redes, o qual na literatura ainda não apresenta consenso. Entretanto aqui, não se objetiva apresentar conceituação única, mas, mostrar a amplitude que o termo apresenta na literatura.

Da mesma forma como a conceituação de redes é diversa na sua concepção também sua tipologia apresenta uma diversidade ampla, como se verá a seguir.

3.2 Tipologias de redes interorganizacionais

O nível de complexidade das relações cada vez mais vem se ampliando e o trabalho nas organizações passa por um processo dinâmico. Segundo Castells (1999), o capitalismo passa por uma crise e profundas reestruturações emergem, caracterizando-se por processos mais flexíveis de gerenciamento, descentralização das empresas e sua organização em redes tanto internamente quanto em suas relações com outras empresas. Nesse novo cenário de intensas e grandes mudanças, algumas incontroladas, de acordo com o autor, as pessoas tendem a se reagrupar.

A disseminação das tecnologias de informação promoveu uma aceleração da transformação do processo de trabalho. Castells (1999) aponta que, em resposta às novas necessidades, as organizações adotaram, de forma heterogênea, modelos fundamentados em flexibilidade e atuação em redes.

O autor analisa a variedade de tipologias de redes interorganizacionais, descrevendo que a grande utilização do termo causava ambiguidade em sua utilização, tendo como fundamento a argumentação de que as redes interorganizacionais surgem de diferentes maneiras, sob diversos contextos, os quais, a partir da cultura local, determinam seu termo. O autor cita exemplos das redes familiares nas sociedades chinesas; as redes de empresários oriundos de ricas fontes tecnológicas dos meios de inovação, como no Vale do Silício; as redes hierárquicas comunais do tipo *keiretsu* japonês; as redes organizacionais de unidades empresariais descentralizadas de antigas empresas verticalmente

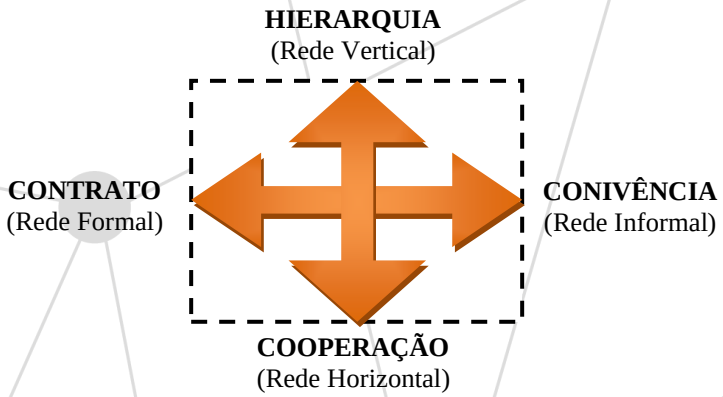
integradas e forçadas a se adaptarem à realidade atual; as redes horizontais de cooperação, como as existentes no norte da Itália, e as redes internacionais resultantes de alianças estratégicas entre grandes empresas que operam em diversos países.

Na busca de um melhor entendimento da diversidade de tipologias de redes interorganizacionais, Marcon e Moinet (2000) criaram um gráfico denominado mapa de orientação conceitual, apontando, a partir de quatro quadrantes, as dimensões principais sobre as quais as redes são estruturadas (Figura 4).

Santos (2004) sustenta que de acordo com o mapa conceitual, demonstra-se que o eixo vertical se relaciona com a natureza dos elos gerenciais estabelecidos entre os atores sociais da rede. Tais elos podem representar uma atividade de cooperação, como por exemplo, no caso de uma rede horizontal, como as redes de cooperação entre MPEs; ou grau de ligação hierárquico, no caso de uma rede vertical, a exemplo de uma rede do tipo matriz/filial. Já o eixo horizontal representa o grau de formalização estabelecido nas relações entre os atores. Esse grau pode mover-se de uma conveniência informal entre os atores, no caso de relações de amizade, parentesco e afinidade, tais como ocorrem nas associações, nas redes de amigos, nos clubes, até relações estabelecidas formalmente através de contratos entre as partes, no caso de contratos jurídicos, como ocorre na formação de *joint-ventures*.

Em cada um dos diversos pontos do quadrante, poderá ser encontrado um tipo específico de configuração de rede, esclarecendo, assim, a diversidade de tipologias de redes interorganizacionais (SANTOS, 2004). Portanto, de acordo com as orientações do mapa conceitual e com as evidências de outros estudos, as redes podem ser classificadas, como se explicita a seguir.

Figura 04: Mapa de orientação conceitual



Fonte: Adaptado pelos autores do modelo de Marcon e Moinet (2000)

Redes verticais: a dimensão da hierarquia. Certas redes apresentam estrutura hierárquica. Segundo Marcon e Moinet (2000), essa configuração é utilizada, por exemplo, pelas grandes redes de distribuição que adotam a estratégia de redes verticais, com o intuito de estarem mais próximas do cliente, como as grandes redes de distribuição alimentar, distribuição integrada e bancos. Em geral, essas relações assemelham-se às estabelecidas entre matriz/filial, em que as filiais possuem pouca autonomia administrativa e jurídica. A essa dimensão hierárquica subjaz a noção de empresa em rede, com a qual são designadas as empresas cuja organização adota a configuração de rede em razão da dispersão espacial.

Redes horizontais: a dimensão da cooperação. As redes de cooperação interfirmas são formadas por empresas que conservam cada uma sua independência, mas que optam por realizar determinadas atividades específicas de forma conjunta, buscando alcançar os objetivos seguintes: gestão da informação e de tecnologias, definição de marcas de qualidade, criação de novos mercados, suporte de custos e riscos em pesquisas e desenvolvimento de novos produtos, defesa de interesses, ações de *marketing*, dentre outros. Tais redes constituem-se sob a dimensão da cooperação de seus participantes, que escolhem a formalização flexível para melhor ajustar a natureza de suas relações. Nesse modelo de cooperação interorganizacional, ocorre grande heterogeneidade de formas, a exemplo dos consórcios de compra, as associações profissionais, as redes de *lobbying* e as

alianças tecnológicas (Marcon e Moinet, 2000). No que tange a estratégia em rede, as relações interfirmas constituem um ambiente de aprendizagem coletiva por meio da cooperação. Essas relações são complexas, onde os atores concorrentes escolhem cooperar dentro de certo conhecimento, interagindo com outros. Desta forma, as redes favorecem a soma de esforços, sem privar a liberdade de ação estratégica de seus integrantes.

Redes formais: a dimensão contratual. Knorringa e Meyer-Stamer (1999) sustentam que algumas redes são formalizadas através de termos contratuais, onde são estabelecidas regras de conduta entre os atores. São exemplos de redes formalizadas as alianças estratégicas, as *joint-ventures*, os consórcios de exportação e as franquias.

Redes informais: a dimensão da conivência. As redes de conivência possibilitam os encontros informais entre os atores econômicos (empresas, associações, organizações profissionais, instituições, universidades etc.), tendo em comum as necessidades. Os encontros permitem a troca de experiência e de informação com base na livre participação. As redes de conivência também permitem criar uma cultura de cooperação e de auxílio ao estabelecimento de relações interempresariais mais frequentes e estruturadas (Marcon e Moinet, 2000). Nessa dimensão, as redes são constituídas sem qualquer tipo de contrato formal que estabeleça regras; elas agem em conformidade com os interesses mútuos de cooperação, baseados, sobretudo, na confiança entre os atores sociais.

Mediante as proposições apresentadas, observa-se que raramente existirão duas redes estruturadas de maneira idêntica. Desta forma, o esforço de tentar abranger todas as possibilidades de redes interorganizacionais em algumas dezenas de tipologias pré-definidas, não deixa de ser uma simplificação forçada da ampla diversidade de tipologias de redes (SANTOS, 2004).

Mesmo havendo múltipla diversidade de rede, conforme observado no modelo apresentado por Marcon e Moinet (2000), o que fica transparente nesse campo de estudo específico, é o fato de que a grande maioria das pesquisas, principalmente aquelas realizadas por autores anglo-saxões, privilegiou arranjos como *joint-*

ventures e alianças estratégicas entre grandes empresas. Outras configurações não menos importantes, como as redes horizontais de pequenos empreendimentos, tiveram pouco espaço para reflexão nos estudos sobre redes interorganizacionais.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Queres penetrar no infinito? Avança por
todos os lados no finito.
(Goethe)

Este capítulo constitui-se como elemento de sustentação de todo o estudo. Assim, buscou-se definir especificidades e procedimentos que sustentam as ações da pesquisa, explicitando suas atribuições. As escolhas orientaram-se pela reflexão crítica das recomendações dos autores consultados na revisão bibliográfica, considerando-se as três dimensões de análise do capital social segundo Nahapiet e Ghoshal (1998). Foram detalhadas em dois tópicos: procedimentos de coleta e procedimento de análise dos dados coletados.

Optou-se em essência por abordagens e técnicas que respeitassem as orientações epistemológicas adotadas e que favorecessem o mais completo esclarecimento sobre os fenômenos estudados. Neste aspecto, incluem-se a capacidade de: descrever os fenômenos; representar a estrutura dos elementos que foram identificados como chave para sua avaliação (esboço pretendido) e as dinâmicas de suas relações; e facilitar as análises complexas que envolveram sua construção, notadamente o desafio de integrar as dimensões estrutural, relacional e cognitiva do capital social (Nahapiet e Ghoshal, 1998). Tal esforço é dificultado pela escassez de conhecimento analítico que possa favorecer esta integração (RÉGIS, 2003; DILLY, 2009).

Desta feita, a escolha de uma abordagem multimétodos fundamenta-se na necessidade de realizar um confronto de idéias, visando superar a lacuna identificada por Régis (2005) e Dilly (2009). Os autores apontaram uma carência de estudos que desenvolvam novas metodologias que permitam a análise envolvendo as dimensões estrutural, relacional e cognitiva dos relacionamentos em rede. Esta lacuna, na concepção dos autores, constitui-se na causa da escassez de estudos que contemplem esta dinâmica. Assim, este estudo busca realizar uma análise a partir de diferentes fontes de evidência. A estratégia de pesquisa adotada baseia-se "na

utilização de diversos métodos para investigar um mesmo fenômeno" (VERGARA, 2005).

A abordagem multimétodo é compreendida como expressão de uma dinâmica de investigação e de trabalho que integra a análise das estruturas, dos processos e dos resultados, a compreensão das relações contempladas na implementação das ações e a percepção que os diferentes atores constroem sobre todo o projeto: seu desenvolvimento, as relações hierárquicas e técnicas, fazendo dele um construto específico (Minayo, 2005).

Para efeito didático, são indicadas as abordagens das escolhas nas várias fases da pesquisa, com o intuito de facilitar o entendimento de onde estas contribuíram e a localização dos resultados no corpo da pesquisa. A partir desta apresentação, indicam-se também, de forma indireta, os diferentes tipos de aprendizados que a pesquisadora incorporou ao longo do percurso e os resultados que apontaram nas etapas integrantes do estudo. Tais considerações se fazem oportunas para retratar a abordagem multimétodo (BREWER E HUNTER, 1989; BRANNEN, 1992; TASHAKKORI e TEDDLIE, 1998) e seu desenrolar no processo da pesquisa, dando conta das diferentes perspectivas dos protagonistas da RAME.

A partir da abordagem multimétodos adotada (BREWER E HUNTER, 1989; BRANNEN, 1992; TASHAKKORI e TEDDLIE, 1998), entende-se que a lente da ciência adotada nesta pesquisa é a lente sistêmica, que contempla o fenômeno sob diferentes aspectos, enxergando a complexidade do fenômeno como um todo interligado por conexões múltiplas (Morin, 1996).

Com relação à abordagem metodológica, este trabalho realizou o que Morse (1991) considera como triangulação simultânea. "A triangulação refere-se ao uso dos métodos quantitativo e qualitativo, ao mesmo tempo. Nesse caso, a interação entre os métodos, durante a coleta de dados, é reduzida, mas eles se complementam no momento da conclusão do estudo". Em oposição, a triangulação sequencial "diz respeito à utilização dos resultados de um método para o planejamento do emprego do método seguinte".

Dutra (2008) sintetiza ao afirmar que por consequência da junção entre abordagens quantitativas e qualitativas, não como opostos, mas como complemento para a pesquisa, salientando a relação dialética entre elas e entre pesquisa empírica e teórica (REMENYI *et al.*, 1998; SILVERMAN, 2005; EZZY, 2002), destacam-se a importância da utilização de múltiplos métodos e de trabalhar com diversas fontes, usar *designs* flexíveis e administrar as próprias experiências, intuições e vieses (O'LEARY, 2005; CRESWELL, 1998).

Nesta perspectiva, entende-se que a pesquisadora tem o compromisso social de apresentar visões constituídas das múltiplas dimensões de um problema, em toda sua complexidade (CRESWELL, 1998), o que determina a sua responsabilidade em trabalhar com esta complexidade multifacetada (O'LEARY, 2005).

A pesquisa se amparou em alguns fundamentos do estudo de caso que é usualmente utilizado quando se busca compreender fenômenos sociais de natureza complexas. O estudo de caso possibilita uma investigação para se preservar as características holísticas e importantes dos acontecimentos da vida real, a exemplo dos ciclos de vida individuais, processos organizacionais e administrativos, as modificações ocorridas em regiões urbanas, as relações internacionais e a maturação de setores econômicos (YIN, 2005).

Justifica-se assim a escolha pelo estudo de caso dado ao fato de mostrar-se como o mais adequado, ao se examinar acontecimentos contemporâneos, além de seu elemento diferenciador ao tratar com uma variedade ampla de evidências (YIN, 2005). Reforça ainda o autor, que o estudo de caso é composto por três estratégias de pesquisa: explanatória, exploratória e descritiva.

Nesta pesquisa utilizou-se a estratégia descritiva, que é caracterizada por buscar a resolução de problemas melhorando as práticas por meio da observação, análise e descrições objetivas do fato, fenômeno e processo escolhido, através de entrevistas para a padronização de técnicas e validação de conteúdo (THOMAS; NELSON; SILVERMAN, 2007).

Os autores valorizam as vantagens da experiência profissional anterior do pesquisador no campo do estudo, tanto pela oportunidade de recorrer a dados

anteriores à pesquisa, acionar sua rede de contatos para acesso às fontes, quanto pela clareza na condução da pesquisa (SILVERMAN, 2005; O'LEARY, 2005). Frente à ampla complexidade, confirma-se o uso da intuição (O'LEARY, 2005).

Outro aspecto de relevância, destacado por Stake (in Denzin e Lincoln, 2001) trata-se da profundidade ou natureza no que diz respeito à experiência da mesma, salientando que o aspecto mais interessante de sua natureza está epistemologicamente em harmonia com a experiência daqueles que com ele estão envolvidos e, por conseguinte, para essas pessoas constitui-se num suporte para generalização, especialmente importante na área de ciências sociais, cujos estudos estão baseados na relação entre a profundidade e o tipo da experiência vivida, a expressão desta experiência e sua compreensão.

Corroborando ainda com o elemento experiencial é o fato do pesquisador qualitativo refletir sistematicamente sobre quem é ele na investigação e é sensível a sua biografia pessoal e a forma como ela molda o estudo. Tais introspecções e o reconhecimento de vieses, valores e interesses (ou *refletividade*) caracterizam a pesquisa qualitativa atualmente. O eu pessoal torna-se inseparável do eu pesquisador, o que também representa honestidade e abertura para a pesquisa, reconhecendo que toda investigação é carregada de valores (MERTENS, 2003).

Estes autores justificam o subitem que se segue, descrevendo a trajetória experiencial da autora dentro do contexto do capital social, especialmente no que tange a dinâmica relacional dos atores sociais, sendo este elemento um ponto que recebe destaque em virtude da experiência adquirida e do uso da mesma nesta pesquisa científica.

4.1.1 Trajetória experiencial

Freire (1997, p.24) defende que teoria e prática devem caminhar juntas e ainda que a reflexão crítica sobre a prática se torna uma necessidade da relação Teoria/Prática sem a qual, a teoria pode tornar-se discurso e a prática, ativismo.

Para os fins de registro das experiências prévias da pesquisadora no tema, dada a importância significativa para os resultados da presente pesquisa, destaca-se

aqui a vivência da pesquisadora dentro do contexto do capital social com trabalhos social, acompanhando grupos setoriais de artesanato, confecção, estética e beleza, mercadinhos, movelaria e na implantação de metodologias de trabalho que corroboram para o fortalecimento e/ou desenvolvimento do capital social, visando à promoção do desenvolvimento local e a criação de redes de negócios, o que se credita influenciar em variados graus na condução da pesquisa e nas construções realizadas. Os aspectos assinalados contribuem significativamente para o entendimento da pesquisa.

A formação anterior da pesquisadora, licenciada em Pedagogia e Direito, a permitiu conhecimento e uma convivência em profundidade com a temática sobre Desenvolvimento Local, ao trabalhar como educadora e advogada, interagindo diariamente com pessoas, o que a levou a uma formação prática nestas áreas.

Os primeiros contatos da pesquisadora com a utilização de metodologias de Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável (DLIS), que visam um novo modo de promover o desenvolvimento, possibilitando o surgimento de comunidades mais sustentáveis, com capacidade de suprir suas necessidades imediatas; descobrir ou fazer despertar suas vocações locais e desenvolver suas potencialidades específicas, fomentando o intercâmbio externo, tirando proveito de suas vantagens locais, deu-se no ano de 1999, a convite do SEBRAE/CE para acompanhar a supervisão da implantação do programa DLIS em cinco municípios piloto do Estado (Acaraú, Beberibe, Nova Olinda, Pereiro e Viçosa do Ceará), posteriormente expandido para mais 30 (trinta), num total de 35 (trinta e cinco) municípios, contemplados com a metodologia.

No final do mesmo ano, iniciou-se no bairro José Walter, a implantação da metodologia, recebendo as devidas adaptações, alocadas agora na capital, sendo neste bairro onde se encontra a unidade de análise ora estudada.

Para enfrentar tarefa tão desafiadora, a pesquisadora foi capacitada pela Agência de Educação para o Desenvolvimento, instituição pertencente à PUC Minas, no período de 23 de abril a 30 de junho de 2001, num total de 120 horas/aula, o que possibilitou aprofundamento sobre os processos de desenvolvimento que

começavam a ser implementados com o trabalho e o entendimento da metodologia, que consistia na promoção do Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável (DLIS).

Como forma de consolidar, conhecer e dar visibilidade às experiências de destaque da metodologia de DLIS em vários municípios brasileiros, a pesquisadora participou nos anos de 2002, 2003, 2004 e 2005 das edições da Expo Brasil de Desenvolvimento Local, sediadas respectivamente em Brasília, Belo Horizonte, Pernambuco e Fortaleza, tendo por objetivo a divulgação e discussão das experiências de desenvolvimento, que apontavam para alternativas de transformação social em localidades que conseguiram se destacar com a implantação da metodologia DLIS, através de seu capital social fortalecido.

Ademais, na busca de aprofundar e melhorar a performance da pesquisadora, com programas dessa natureza, também participou de capacitações pontuais na área, a exemplos do Curso de Extensão Universitária - Desenvolvimento Territorial - no período de 15 de março a 15 de junho de 2007, com 100 horas/aula, promovido pelo Ministério da Integração Nacional, desenvolvido pela Universidade Federal de Santa Catarina e ainda, Caminhos do Desenvolvimento Local, realizado no período de janeiro a maio de 2007, com 120 horas/aula, promovido pela Fundação Demócrito Rocha/Universidade Aberta do Nordeste; Pró-Reitoria de Extensão da Universidade Federal do Ceará (UFC) e Instituto Banco Mundial.

Desta feita, o conhecimento prévio do assunto, dada à vivência prática do mesmo e o aprofundamento da dinâmica de funcionamento dos processos de desenvolvimento, inspiraram a pesquisadora a investigar sobre o tema.

O farto material coletado e a riqueza de elementos da mesma natureza de registros, conhecimentos e interpretações, fortalecem a progressão do entendimento do fenômeno pesquisado, em vista da riqueza de contextos a que tais elementos da mesma natureza se associam. Dutra (2008) reforça a importância de saber interpretar o fenômeno diante de uma riqueza de contextos e competências que dão consistência ao vínculo da aprendizagem do "conhecente", ao vivenciar na prática que periodicamente se renova e se prolongada, com o fenômeno que estuda.

4.2 Procedimentos de coleta

Nesta seção descrevem-se os procedimentos de coleta adotados. Para ordenamento dos procedimentos, os mesmos foram divididos em três categorias, conforme Nahapiet e Ghoshal (1998).

4.2.1 Instrumentos

Para a operacionalização deste estudo, os dados primários foram coletados combinando quatro fontes de evidências: 1) duas entrevistas em profundidade, 2) aplicação do Cartão sua Rede de Relacionamentos (Cartão Gerador de Nomes), 3) três questionários aplicados para identificar as redes de Amizade, Informação e Confiança e 4) grupo focal.

Os questionários referentes à Amizade, Informação e Confiança (apêndices II, III e IV), com relação a cada pessoa indicada à *network* do respondente, tratam da medição da força da interação entre o entrevistado e as pessoas por ele indicadas. Estes itens foram guiados pelo modelo de Kuipers (1999), que trata de perguntas indicativas da força dos laços entre os atores, contemplando a duração das relações, a frequência dos contatos e o nível de proximidade, os quais inspiraram também Marinho da Silva (2003), Régis (2005) e Dilly (2009).

As perguntas versaram sobre **amizade** (pessoas que o entrevistado levaria para um passeio de barco, devendo levar somente quem o entrevistado considerasse pessoas verdadeiramente amigas do seu universo de trabalho, sob pena, do barco afundar, com a presença de algum falso amigo); **informação** (quem o entrevistado procuraria para obter informações importantes, sobre legislação ambiental, que regula a disposição dos resíduos para o setor de confecção – óleos, retalhos e sucatas de máquinas – quando nada está sendo divulgado pelos órgãos competentes, e ainda, as novas tecnologias de maquinários) e por último, **confiança** (pessoas de confiança a quem o entrevistado recorreria para compartilhar assuntos sigilosos da RAME, como empréstimos e possíveis cortes de pessoal).

Os questionários com 07 (sete) perguntas sobre Amizade, Informação e Confiança eram qualificadores da relação dos atores. As perguntas eram contextualizadas em pequenas histórias que narravam o cotidiano do grupo, acessando o seu universo simbólico (DILLY, 2009).

Na etapa relacionada ao grupo focal, com o intuito de analisar os mapas mentais dos atores da RAME buscou-se construir o roteiro, contemplando (07) sete perguntas dirigidas aos mesmos.

Instrumentos construídos e aplicados, deu-se a seguir a utilização dos mesmos para análise das dimensões do capital social, propostos por Nahapiet e Ghoshal (1998), detalhadas no tópico que se segue.

4.2.2 Coleta

Leite (2008), afirma que após a redação do questionário, é necessário que o mesmo seja testado. Este teste deve se dar anteriormente à sua fase definitiva, aplicando-se alguns exemplares em amostras previamente definidas, o que apontou para as falhas existentes, como inconsistência ou complexidade de certas questões, ambiguidade ou linguagem inacessível (sendo este o elemento detectado, e após sugestões, recebeu nova denominação), também perguntas supérfluas ou que gerem constrangimento entre pesquisador e informante [...].

Na busca de identificar as dimensões do capital social, utilizou-se as duas entrevistas em profundidade, o que apontou para a existência das três dimensões do capital social na fala dos respondentes.

Em um primeiro momento foi realizado o pré-teste dos instrumentos de pesquisa, sendo aplicados 02 (dois) questionários Sua Rede de Relacionamentos (Cartão Gerador de Nomes), seguido de 02 (dois) questionários de Amizade, Informação e Confiança, no dia 24 de outubro de 2009, com o caráter de pré-teste, para sentir se havia rejeição ou melhorias nos questionários, sugeridas a partir do pré-teste, obteve-se através do Cartão Gerador de Nomes, inspirado no modelo adotado por Marinho da Silva (2003), Régis (2005) e Dilly (2009) adaptado pela pesquisadora, recebendo a denominação, daqui em diante de Sua Rede de

Relacionamentos, por ocasião das respondentes do pré-teste, que sugeriram ser o nome mais apropriado para entendimento do grupo.

O questionário Rede de Informação, também recebeu modificações a partir do pré-teste, com a inclusão da expressão *sucata de máquinas*, pois antes constavam somente óleos e retalhos, o que segundo as entrevistadas é um grande problema para o meio ambiente, pois quando o maquinário se torna ultrapassado, superado por novas tecnologias, as antigas máquinas são guardadas em um depósito, sem uma destinação específica, pois não se consegue vendê-las, em virtude de já estarem ultrapassadas e bastante usadas.

Após essa etapa, deu-se início a coleta propriamente dita com as duas entrevistas em profundidade, a primeira feita com a articuladora da RAME e vice-presidente da AMPEJW, realizou-se no dia 18 de setembro de 2008, com 3 horas, 16 minutos e 10 segundos de gravação, o que rendeu 18 páginas, transcritas pela pesquisadora. A segunda entrevista em profundidade ocorreu no dia 27 de outubro de 2009, sendo novamente realizada com a articuladora da RAME e sua coordenadora. Ambas as entrevistas abordaram aspectos históricos da constituição da AMPEJW, a entrada dos homens na Rede, a composição de sua diretoria, o funcionamento da RAME, o histórico do surgimento da Rede, seus principais benefícios sociais e econômicos, parcerias, e dos grupos setoriais que foram estimulados e trabalhados pela Associação e pelo parceiro SEBRAE/CE, dando-se um especial destaque à RAME, com relato das missões técnicas, feiras e eventos em que participaram, tendo como pretensões da RAME, conquistar mercado internacional.

Dando prosseguimento à etapa de coleta de dados, aplicou-se no dia 27 de outubro de 2009, logo após a entrevista, o Cartão sua Rede de Relacionamentos (Apêndice I), junto a 16 (dezesseis) associados da RAME, de forma individualizada com os respondentes. Na medida em que se concluía com um respondente, era convidado outro a adentrar a sala.

Na mesma ocasião, aplicou-se 03 (três) questionários de Amizade, Informação e Confiança (Apêndices II, III e IV). Dada a dificuldade de encontrar os atores da Rede,

interrompeu-se a entrevista para dar continuidade nos dias previamente agendados com o grupo, através de sua coordenadora, o que foi possível retornar a campo nos dias 30 de outubro e 05 de novembro para concluir a etapa de aplicação dos questionários de Amizade, Informação e Confiança.

Por fim foi realizado um grupo focal com 08 atores sociais da RAME, do universo dos 16 entrevistados, e o que definiu a escolha destes, foi o papel social dos mesmos, ademais, por se configurarem como os mais apontados pelos entrevistados, quando do momento da aplicação do questionário Sua Rede de Relacionamentos. O grupo focal foi realizado no dia 20 de novembro de 2009, na sede da AMPEJW, com aproximadamente duas horas de duração (Apêndice V).

4.3 Procedimento de Análise dos dados coletados

4.3.1 dimensão estrutural

Nesta dimensão foi analisado o Cartão sua Rede de Relacionamentos, seguido dos questionários de Amizade, Informação e Confiança, enfocando a construção dos sociogramas bem como seus índices quantitativos.

Melo e Régis (2006) realizaram uma meta análise, do período de 2001 a 2007, estudo de caráter exploratório, procedendo com um levantamento dos pesquisadores que têm publicado sobre redes sociais no Brasil. Buscou-se identificar as ferramentas de análise adotadas pelos pesquisadores, o que revelou também que existem *softwares* e práticas institucionalizadas de pesquisa na área de redes que se destacam na construção do conhecimento científico. Segundo os autores, isto acontece especialmente com o *software* UCINET que tem sido o esteio para o desenvolvimento do estudo de redes sociais no país, mais especificamente nos estudos organizacionais. Quanto às ferramentas estatísticas utilizadas nos *softwares*, constatou-se que a elaboração gráfica das redes sociais é a ferramenta mais utilizada pelos pesquisadores.

Os autores observam que com o auxílio de *softwares* que analisam redes sociais é possível calcular índices com facilidade, que consumiam muito tempo anteriormente, em face da complexidade, tanto do mapeamento como da análise

matemática que é inerente aos estudos das redes, a iniciação em seus métodos não é tarefa fácil (MELO e RÉGIS, 2006). Sustentam que um dos *softwares* mais utilizados internacionalmente é o UCINET (UCINET 6.0 – BORGATTI, EVERETT e FREMAN, 2002). Para Scott (1996), este *software* é um dos mais indicados para aqueles que estão iniciando na empreitada dos estudos e análises de redes sociais.

No Brasil, o *software* UCINET se destaca como um dos mais utilizados na análise de redes sociais, o qual teve seu início de utilização a partir do ano 2000 pela *Analytic Technologies*, tratando-se de uma pequena empresa de *softwares* que publica programas para análise de redes sociais e análise de domínio cultural. A *Analytic Technologies* é liderada por Steve Borgatti, professor da Faculdade Gatton de Negócios e Economia na Universidade de Kentucky (USA) e do Departamento de Estudos Organizacionais da Faculdade de Boston (USA). O *software* completo possui uma versão de teste, podendo ser acessado sem custo no site www.*analytictech*.com e utilizado livremente por 30 dias.

A utilização do UCINET possibilita extrair diversas medidas e propriedades sobre a rede a ser analisada. Estas medidas e propriedades de análise das redes sociais são utilizadas de acordo com a necessidade do estudo em apreciação (MELO e RÉGIS, 2006).

Esta etapa foi realizada com o auxílio dos *softwares* de análise e desenho de redes: UCINET 6.0 e Netdraw 2.28 (BORGATTI e FREEMAN, 2002). Os dados dos questionários alimentaram o *software* UCINET 6.0 através da opção *Datasheet*, constituindo a matriz de adjacências da RAME. Em seguida, a matriz fornecida alimentou o *software NetDraw* 2.28 (vinculado ao UCINET), resultando como saída os sociogramas representativos da RAME.

Tal construção deu-se através da utilização dos *softwares* UCINET 6.0 e *NetDraw* 2.28, que permitiu o fornecimento de um retrato da estrutura das redes (de apoio ou influência, Amizade, Informação e Confiança) e informações estatísticas quanto às medidas de centralidade, permitindo analisar a configuração de cada rede e a existência ou não de laços.

A seguir, são descritos alguns conceitos referentes às medidas e propriedades analisadas pelo UCINET e utilizadas na pesquisa (HANNEMAN e RIDDLE, 2005, p.76):

- **Sociograma:** grafos de redes sociais que apresentam os atores representados por pontos (ou nós) e as relações entre os atores por linhas;
- **Cliques:** sub-redes de atores com relações mais estreitas;
- **Cut-points:** mede as posições dos atores quanto à capacidade de subtrair blocos de uma rede caso sejam removidos;
- **Restrição:** mede as posições dos atores quanto ao grau em que as ligações de um ator estão para outros que estão ligados entre si;
- **Densidade:** relação entre as ligações existentes entre os atores de uma rede e o total de ligações possíveis;
- **Regiões (*components*):** são partes separadas onde cada parte tem atores conectados entre si, mas desconectados de outras partes.
- **Força dos laços:** mede a intensidade das ligações entre os atores de uma rede social representada pela espessura das linhas no sociograma;
- **Centralidade de Grau de entrada:** mede o número de laços que um ator recebe em uma rede;
- **Centralidade de Grau de saída:** mede o número de laços que se originam em um determinado ator de uma rede;
- **Centralidade de Intermediação:** mede as posições dos atores quanto à capacidade de fazer o maior número de intermediações, ou "pontes", entre outros atores que não têm contato direto.
- **Centralidade de Fluxo de intermediação:** mede as posições dos atores quanto à capacidade de fazer intermediações em um fluxo de ligações;
- **Centralidade de Proximidade:** mede as posições dos atores quanto à capacidade de alcançar os outros atores da rede se utilizando do menor número de atores possível;
- **Centralidade de Informação:** mede as posições dos atores quanto à capacidade de receber informação da maior parte do ambiente da rede;
- **Centralidade de Bonacich:** mede as posições dos atores quanto à capacidade de se relacionar com atores centrais de uma rede.
- **Cluster:** agregação de nós em função da semelhança dos seus perfis de laços; pode ser usada para encontrar classes de equivalência aproximada.
- **Centro-Periferia:** O centro-periferia é uma representação em forma de matriz que divide duas classes. Um dos blocos sobre a diagonal principal (o centro) é um bloco de alta densidade; o outro bloco sobre a diagonal principal (a periferia) é um bloco de baixa densidade.
- **Coeficiente de Agrupamento:** mede o grau de conectividade dos atores com o qual um ator é ligado.

Destaca-se no Brasil o uso do UCINET como ferramenta de análise de redes sociais facilitando os estudos na área organizacional. Uma das publicações precursoras com a utilização do UCINET no Brasil é de Marteleto (2001). Os estudos de Marinho da Silva (2003), assim como os de Régis (2005) e Tomaél (2005) também estão entre os precursores na análise de redes sociais na área de estudos organizacionais (MELO e RÉGIS, 2006).

4.3.2 Dimensão relacional

Nesta dimensão foram trabalhados os questionários das redes específicas (apoio ou influência, Amizade, Informação e Confiança) enfocando as propriedades com relação ao capital social gerado nas relações. O estudo desta dimensão envolve a diversidade de papéis, o conteúdo transacionado nas redes dos empresários, o sentido do fluxo e a frequência e duração dos contatos.

No que se refere à diversidade de papéis, foram analisados os papéis sociais mais relevantes desempenhados pelas pessoas que compõem as redes em estudo. O conteúdo transacionado refere-se às relações de informação, amizade e confiança. Quanto ao sentido do fluxo dizem sobre a simetria ou assimetria (reciprocidade) dos elementos transacionais. Caso se dê a simetria, os atores têm a expectativa de que haja cumprimento das transações explícitas ou implícitas. Havendo assimetria tal expectativa se torna inexistente ou nula (MARINHO DA SILVA, 2003).

4.3.3 Dimensão cognitiva

As relações comportamentais dos atores, além das perspectivas estrutural e relacional também são influenciadas pelos seus mapas cognitivos. A integração e cooperação dos atores se dá inicialmente quando são compartilhados os mesmos significados dos conteúdos transacionados. Sendo assim, esta dimensão se torna imprescindível para a análise das dimensões formadoras do capital social.

Para contemplar a perspectiva cognitiva, foi realizada uma análise de natureza qualitativa junto aos integrantes da RAME. Para tanto, a técnica adotada foi o grupo focal, que é uma técnica de pesquisa que utiliza as sessões grupais como um dos foros facilitadores da expressão de características psicosociológicas e culturais. A técnica prevê a obtenção de dados a partir de discussões atentamente acompanhadas onde os participantes expressam suas percepções, crenças, valores, atitudes e representações sociais sobre uma questão específica num ambiente propício e não constrangedor. (WESTPLTAL, BÓGUS, FARIA, 1996).

A utilização de sessões de grupo como técnica de pesquisa é recomendada pela maior possibilidade que oferece para se pensar coletivamente uma temática que faz parte da vida das pessoas reunidas naquele contexto. Pressupondo que percepções, atitudes, opiniões e representações são socialmente construídas, a expressão das mesmas seria mais facilmente captada durante um processo de interação em que os comentários de uns podem fazer emergir a opinião de outros, e que o ambiente permissivo pode facilitar a expressão de emoções.

Assim, os pesquisadores podem observar como a controvérsia vem à tona e como os problemas são resolvidos. Pela observação dos grupos focais ainda é possível conhecer os processos dinâmicos da interação entre os participantes (WESTPLTAL, BÓGUS, FARIA 1996).

Ainda para as mesmas autoras, esses processos são reproduções do que ocorre fora dos grupos e geram resultados e da aproximação do problema que incorporam uma dimensão do processo cognitivo que só pode ser obtida em tal situação. Esse procedimento é particularmente apropriado quando o objetivo do investigador é verificar de que modo as pessoas avaliam uma experiência, ideia ou evento, como definem um problema, e como suas opiniões, sentimentos e significados encontram-se associados a determinados fenômenos. Depreende-se que a troca interativa enriquece o momento e amplia as percepções dos entrevistados o que enriquece sobremaneira o material coletado.

A análise dos dados oriundos do grupo focal foi realizada através dos mapas cognitivos (VERGARA, 2005). Esta é considerada apropriada quando o fenômeno a ser observado é a comunicação, e não o comportamento ou objeto físico" (MALHORTRA, 2006).

A análise dos dados foi feita através do método mapas cognitivos, que segundo Fiol e Huff (1992, p. 267) são "representações gráficas que localizam pessoas em relação a seu ambiente de informação". Para Cossette e Auder (1992, p.327), mapas cognitivos são representações gráficas de um conjunto de representações discursivas elaboradas por um indivíduo, relacionadas a um objeto em um contexto particular de interação".

Ao fim da análise da dimensão cognitiva foram identificados quais os significados compartilhados pelos atores da RAME, com relação à experiência em participação em redes de cooperação; aspectos que facilitam e dificultam o processo de cooperação; razões que levaram o empresário a participar da Rede; características que os empresários acreditam possuir em comum com os demais membros da Rede; identificar se a cooperação do ator social ascendeu após sua entrada na Rede.

As percepções detectadas nesta fase foram confrontadas tanto com a base teórica que envolve a temática, quanto com as análises das dimensões estrutural e relacional, conforme apresentado no capítulo que se segue.

5 RESULTADOS

Este capítulo apresenta os resultados do estudo e suas análises. Na primeira seção é feita uma análise descritiva acerca do perfil dos componentes da Rede Associada de Mulheres Empreendedoras (RAME), apresentada através de gráficos, que facilitam a visualização dos resultados encontrados, no que tange ao universo dos 16 atores sociais investigados. A segunda seção constitui-se de uma pré-análise de identificação, visualização e integração das três dimensões do capital social. Por fim, na última seção, apresentam-se os resultados grafos (sociogramas) estatísticos e analíticos das três dimensões do capital social: estrutural, relacional e cognitiva, os quais foram também divididos em duas seções principais, dado ao destaque que a RAME tem perante a comunidade local e externa, assim distribuído: i) a Rede Geral constituída pelas relações de todos os atores pertencentes e não pertencentes à RAME e ii) Rede dos Associados, gerada pelas relações somente dos atores pertencentes à RAME.

5.1 Perfil da unidade de análise: Rede Associada de Mulheres Empreendedoras (RAME)

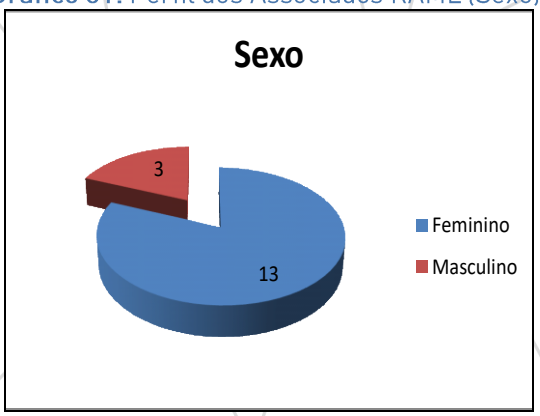
A RAME foi fundada em março de 2004, contando atualmente com o número de 78 associados, todos empresários informais do segmento de confecção e artesanato. Do universo dos 78 associados, 16 deles trabalham diretamente na sede da Associação de Desenvolvimento Comunitário e Social do José Walter (AMPEJW) e são estes atores, dentro do universo geral, que mais se destacam frente aos trabalhos, em função de produzirem de forma coletiva, sob o mesmo espaço físico, fazer articulação com fornecedores, gerenciar processos de compras, realizarem capacitações para os associados e fechar parcerias institucionais (Governo Federal, SEBRAE, Fundação Banco do Brasil, empresariado local, fornecedores etc.), assim foram escolhidos como pessoas-chave para a construção do presente capítulo de resultados da pesquisa.

Os demais atores, em um número de 62, produzem em suas próprias residências, onde o processo de entrega das roupas produzidas por estes associados externos dá-se pela entrega direta dos mesmos na sede da AMPEJW.

Os 16 respondentes da pesquisa possuem o perfil conforme apresentado nos gráficos a seguir:

Há a predominância do sexo feminino nas atividades da RAME, ou seja, dos 16 associados, 13 são do sexo feminino, o que se apresenta como uma situação atípica, dado ao fato da cultura do mercado de trabalho absorver, em sua maioria, o sexo masculino (Gráfico 01).

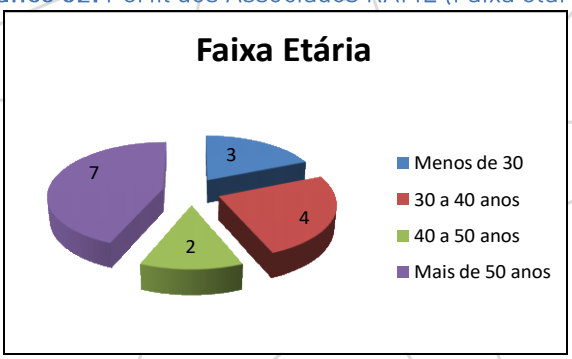
Gráfico 01: Perfil dos Associados RAME (Sexo).



Fonte: Elaborado pela autora a partir dos dados da pesquisa, 2009

Quanto à faixa etária dos associados, 07 deles encontram-se acima de 50 anos, sendo este o maior número, o que se configura uma exceção no mercado de trabalho, tendo em vista existir uma prática excludente de mão-de-obra de trabalhadores a partir dos 35 anos de idade, seguido de 04 entrevistados na faixa etária entre 30 e 40 anos, 03 com menos de 30 anos, 02 na faixa etária de 40 a 50 anos e 01 com 87 anos (Gráfico 02).

Gráfico 02: Perfil dos Associados RAME (Faixa etária).

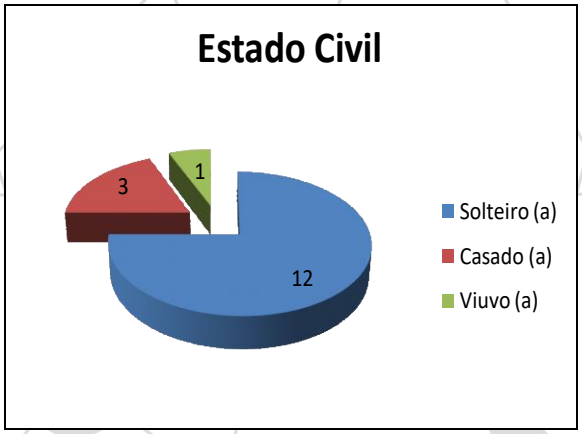


Fonte: Elaborado pela autora a partir dos dados da pesquisa, 2009

Outro aspecto que merece destaque é o fato da RAME possibilitar a inclusão de mão-de-obra de atores da melhor idade (87 anos). Tal realidade se revela para a pesquisadora como um elemento capaz de gerar confiança, ao possibilitar a inclusão de um ator com idade elevada, o que mostra a diversidade da cultura organizacional dos atores da RAME, ao privilegiarem e valorizarem a experiência de um ator de idade elevada, contrariando a prática do mercado de trabalho (gráfico 2).

No que tange ao estado civil, verificou-se que 12 dos associados são casados e com filhos; 03 são solteiros e 01 é viúva. Conforme citado anteriormente, as atividades são realizadas em sua maioria por mulheres que anteriormente só exerciam tarefas domésticas. A prática do mercado de trabalho, quando oportuniza a contratação de mão-de-obra feminina, geralmente privilegia mulheres solteiras e sem filhos, como estratégia de manutenção, a critério e conveniência da empresa, a mão-de-obra feminina mais tempo dentro da empresa (gráfico 03).

Gráfico 03: Perfil dos Associados RAME (Estado civil).



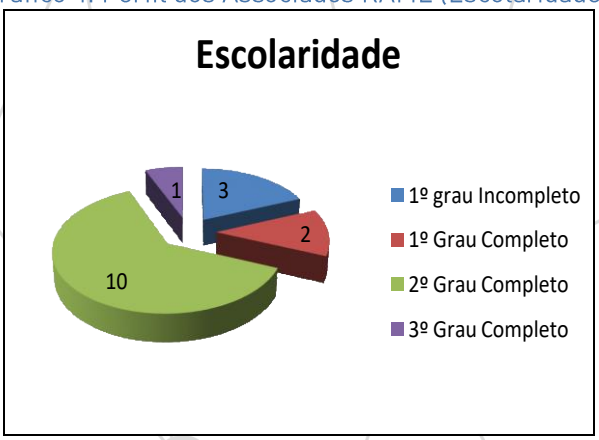
Fonte: Elaborado pela autora a partir dos dados da pesquisa, 2009

Constatou-se ainda, que o nível de escolaridade dos entrevistados concentra-se, em sua maioria, em 10 atores que têm o ensino médio concluído, o que demonstra um diferencial na mão-de-obra artesã ocupada na RAME, dado ao fato de ter-se uma prevalência de trabalhadores com baixa escolaridade nesta atividade; seguido de 03 com o ensino fundamental incompleto; 02 com o ensino fundamental concluído e 01 com nível superior (gráfico 04).

Um aspecto importante é a flexibilidade presente nas relações de trabalho entre os associados e a RAME, o que oportuniza ao ator, a partir das capacitações

oferecidas pela RAME, concluídas pelo participante, escolher entre permanecer na Rede ou exercer suas atividades fora dela. Tal fato possibilita processos de renovação do quadro de associados, posto que a RAME capacita seus protagonistas e ao final deste processo, o ator pode ou não permanecer inserido nas atividades desenvolvidas pela Rede.

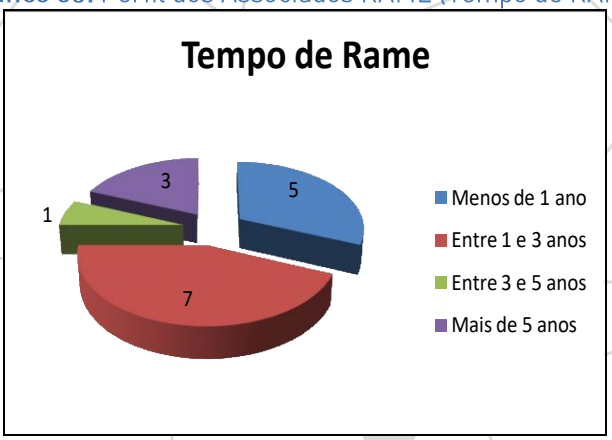
Gráfico 4: Perfil dos Associados RAME (Escolaridade).



Fonte: Elaborado pela autora a partir dos dados da pesquisa, 2009

Por fim, ao se analisar o tempo de associação dos atores da RAME, dentre seus seis anos de existência (fundada em março de 2004), constatou-se que 03 dos respondentes trabalham na RAME nestes 06 anos, incluindo aqui a coordenadora e a articuladora da Rede; 07 dos entrevistados desenvolvem suas atividades entre 01 a 03 anos; 05 com menos de 01 ano e 01 entre 03 e 05 anos. Tal realidade aponta a RAME como indutora de processos de desenvolvimento, gerando renda e ocupação de mão-de-obra local (Gráfico 05).

Gráfico 05: Perfil dos Associados RAME (Tempo de RAME)



Fonte: Elaborado pela autora a partir dos dados da pesquisa, 2009

A direção da RAME não utiliza a titularidade de cargos, comum aos modelos formais de associação. Os papéis são exercidos por uma coordenadora e uma articuladora, que participam da Rede desde seu processo de fundação. A escolha se dá de forma livre e democrática, ou seja, os que desejam participar da RAME e apresentem um perfil adequado à necessidade da Rede, são convidados a integrarem-se e devem apresentar disposição e comprometimento com o trabalho e demais atores.

5.2 Identificando as dimensões do capital social

Foram realizadas duas entrevistas em profundidade, na busca de verificar a existência e a visualização das dimensões, elucidadas através das falas dos atores-chave da rede social eleita como objeto de estudo.

As duas entrevistas, em profundidade, foram realizadas com a articuladora e a coordenadora, que apontaram aspectos importantes quanto ao histórico da Rede, seu processo de formação, composição da direção, sua dinâmica de funcionamento, conquistas econômicas e sociais, através de suas parcerias de trabalho e articulação da RAME, na realização de ações de natureza social no bairro.

A RAME nasceu de uma necessidade individual da atual articuladora, por encontrar-se com sua empresa falida, com dificuldades de acesso a informações e ao crédito. Junto com a coordenadora, que trabalha no ramo de confecção, passaram a dividir tais dificuldades.

As protagonistas, com as habilidades manuais que tinham e noções de empreendedorismo, começaram a discutir sobre a formação de um grupo que trabalhasse com artesanato. Se utilizando das redes sociais já estabelecidas, buscaram a ajuda do SEBRAE/CE que já apoiava a Associação de Desenvolvimento Social e Comunitário do José Walter (AMPEJW) e ofereceram o primeiro curso.

Iniciou assim um processo de mobilização no bairro, onde as duas, convidavam outras mulheres a participarem do curso de artesanato. Inicialmente mobilizaram um grupo de 12 mulheres, onde lhes foi ofertado o curso de arranjos florais, seguido de outro de fuxico.

A constância dos encontros para a participação dos cursos acima, permitia ao grupo conversas de toda natureza: dificuldades vividas em suas casas, de relacionamento com filhos e maridos, doenças, necessidade de se sentirem produtivas com uma atividade diferente, que não fosse só a de cuidar de suas casas. O pequeno grupo ganha uma nova motivação para estar junto e a partir daí, começou a trabalhar e produzir de forma conjunta, nascendo oficialmente, a RAME, em março de 2004. Entretanto, seu processo de formação deu-se em 2003.

> No curso a gente conversava e via os problemas das outras mulheres, os maridos desempregados. Não podiam trabalhar fora porque tinham filhos. Vendo isso resolvemos fazer outro curso, onde elas falavam de seus filhos e maridos tudo que não era dito em casa. Dentro dessas mulheres, algumas tinham depressão, tomavam remédios e nessas conversas elas desabafavam e viram que era bom estar aqui, daí fomos partindo para o segundo curso que era de fuxico, eram 12 mulheres cheias de ideia [...].

Reportando-se à teoria, a *dimensão cognitiva* do capital social se mostra presente nas relações entre os atores da RAME e diz respeito àqueles ativos compartilhados entre as partes e que são alcançados através da linguagem, código e narrativas compartilhadas (NAHAPIET e GHOSHAL, 1998). Assim, a narrativa das dificuldades comuns trouxe ao grupo uma proximidade social, o que fornece meios poderosos na comunidade para a criação, troca e preservação de ricos conjuntos de significados (NAHAPIET e GHOSHAL, 1998).

A Rede iniciou com 03 (três) máquinas de costura. Uma pertencente à articuladora, outra que foi doada pela sogra da mesma, de pedal e tinha um motor com defeito. A coordenadora tinha outra máquina. Juntaram as três e começaram a produzir. Estas três máquinas são consideradas relíquias da Rede e todos os novos integrantes que ingressam, aprendem a operar estas máquinas, representando para o grupo, uma espécie de boas-vindas no ingresso a Rede.

Posteriormente, com o crescimento da Rede e por sugestão de uma parceira, elaboraram um projeto para a Fundação Banco do Brasil e conseguiram a doação de 10 máquinas industriais. Paralelamente, buscavam novas associadas para ingressar na Rede.

> Nós fizemos um projeto e reunimos mais gente, que de acordo com a AMPEJW agregava pessoas, essas também contribuíam para a RAME. E tinha uma parceira nossa, a [...] do Banco do Brasil, que hoje é gerente

> comercial, que se interessou pelo grupo e disse que ia ajudar para que a RAME crescesse, ela trouxe os formulários da Fundação Banco do Brasil, para elaborarmos um projeto e ela até disse que fossemos atrevidas porque o que agente pedisse eles só iam dar a metade! Então pedimos logo 10 máquinas industriais, computador, então ela entregou o projeto e deu o aval para ir pra a análise. Nós tínhamos um amigo do SEBRAE Nacional que pediu o número do processo do nosso projeto para ele vê em que poderia ajudar. Depois soubemos que tínhamos sido aprovadas, mas teríamos que esperar 02 anos para receber as máquinas e esse nosso amigo fez com que as máquinas fossem entregues o mais rápido possível, que foi o Sr. [...], Diretor Técnico do SEBRAE Nacional.

Na *dimensão estrutural* do capital social, um elemento de elevado destaque são os laços de rede, provendo acesso aos recursos. O capital social constitui uma rica fonte de benefícios de informação "quem você conhece" afeta "o que você sabe". (NAHAPIET e GHOSHAL, 1998). Coleman (1988) corrobora dizendo que a informação é importante ao fornecer um alicerce para a ação, mas é muito caro obtê-la. No entanto, relações sociais, constantemente estabelecidas para outros propósitos, formam canais de informação, que diminuem a quantidade de tempo e investimento necessários para reunir informação.

O funcionamento da coordenação da RAME ocorre de forma flexível e dela participam seus associados, que estão trabalhando de forma direta na Associação, ou seja, os 16 atores sociais aos quais se aplicaram os questionários. Cada um desempenha seu papel social de acordo com o perfil e disponibilidade em ajudar, o que significa exercer mais de uma tarefa, que consiste em tarefas de menor complexidade, como fazer um café, preparar a refeição do grupo, lavar a louça do almoço, até as de maior complexidade, como manter contato com fornecedores, realizar compras, fechar o livro caixa, articular parcerias, dentre outras.

A própria RAME capacita os novos associados que ingressam na rede, por um período de aproximadamente 02 (dois) meses. A coordenadora, a articuladora e a responsável pelo controle de qualidade capacitam os novos associados, ensinando-lhes a parte técnica: cortar, costurar e manusear as máquinas industriais. Em seguida, as aulas são voltadas para a parte de cidadania, associativismo e empreendedorismo.

Os novos associados têm como contrapartida o comprometimento de participar das aulas e a permanência em todo o processo de formação, ficando

incubados por um período que envolve 09 (nove) meses, tendo para a Rede uma simbologia: os novos associados irão nascer para a RAME, e este período é denominado de período de gestação. Terminados os nove meses, a pessoa que foi capacitada pode optar por permanecer na RAME ou, se desejar, enfrentar o mercado de trabalho, tendo em vista encontrar-se preparada, com uma nova profissão.

> É aqui que é a sala de capacitação, inclusive agora nós estamos com um grupo de 25 mulheres sendo capacitadas que após o curso, continuaram com a gente na RAME, pois nos precisamos de mão-de-obra especializada. Eu, [...] e a [...] estamos capacitando essas mulheres. A [...] e a [...] na parte de corte e costura manuseio das máquinas industriais e eu na parte de cidadania e a parte técnica. O grupo tem como contra partida o comprometimento nas aulas, trabalhamos com essas mulheres durante 01 mês e meio. E também ficam por dentro do que é associativismo e o que é empreendedorismo. Daí elas passam 09 meses com a gente, elas vão nascer para a RAME, a gente chama isso de gestação. Terminou os nove meses, ela pode optar por ficar na RAME, mas ela está pronta para o mercado de trabalho.

Outro fato interessante que foi apontado é o processo de transição da norma escrita para a internalização da mesma. Inicialmente a norma existia, era escrita e fixada uma tabela com as tarefas de cada um para aquele dia, até chegar ao estágio de evolução em que se encontram hoje, de não precisarem mais da distribuição de tarefas, pois cada uma sabe o que fazer. Entretanto, não foi fácil e demorou até que o grupo compreendesse a importância da ajuda mútua.

Através das conversas constantes, o grupo aprendeu que se um determinado ator deixasse de realizar suas atribuições, as implicações recairiam sobre todo o grupo. Essa percepção foi fundamental para que o grupo alcançasse o estágio de maturidade e evolução atual. O diálogo e a conversa franca funcionaram didaticamente para que o grupo crescesse.

> A [...] tá lá riscando as coisas da RAME, ela tem que cortar e se ela não cortar vai atrasar. Se a [...] deixar de cortar as coisas da [...] vai atrasar, então atrasa todo mundo! Então tem essa confiança que não pode atrasar para não atrasar os outros, no decorrer do processo a gente foi criando essa responsabilidade.

A Rede não possui um Estatuto Social, apenas um Regimento Interno que norteia sua trajetória e direciona o caminhar cooperativo do grupo. Os associados da RAME dividem os problemas para além do cotidiano na empresa. Identificam-se nas lutas diárias e na vida comunitária, nas dificuldades e nas soluções comuns que

encontraram e compartilham em seus momentos de troca social. O lema da RAME diz sobre o estágio atual do grupo: *"eu preciso de você, você precisa dele e ele precisa do outro"*, apontando para as relações em rede, numa interconexão social e humana dos atores que a compõem.

Putnam (2005, p. 128) fortalece esta percepção das relações em rede ao afirmar que as redes sociais e políticas se organizam horizontalmente e não hierarquicamente. A comunidade valoriza a solidariedade, o engajamento cívico, a cooperação e a honestidade.

Os demais membros auxiliam no processo de riscar, cortar e costurar as peças; na verificação da qualidade dos produtos, que é realizada por outro ator que acompanha tudo rigorosamente; a parte financeira é acompanhada diariamente, com o monitoramento do caixa e entrega das peças produzidas para os clientes.

A diretoria não é formada nos moldes tradicionais, representada por um presidente, um vice-presidente e demais diretorias. É estruturada através de uma coordenação, que tem um contato mais direto com a parte de acompanhamento e monitoramento da produção; a articulação, por sua vez, cuida das relações intergrupo, resolvendo, se necessário, problemas do dia-a-dia, fazendo reuniões e sessões de *feedback* para dirimir problemas internos, ou como a própria articuladora denomina *"lavagem de roupa suja"*.

> Foi difícil, tinha muitas brigas. Foi muito difícil à gente não desistir e foi seguindo o modelo, a gente fazia uma reunião por semana e a gente colocava: essa semana não funcionou porque você não assumiu a sua parte, você não assumiu quando "fulano" adoeceu e agente teve que trabalhar dobrado, mas você não assumiu porque não quis... ai a agente perdeu produção, deixamos de produzir tantas peças do dia! Ai elas foram entendendo que cada uma tinha que fazer a sua parte, com pouco tempo depois disso, agente costuma fazer as reuniões que se chamava "lavagem de roupa suja", e ai as vezes saía briga, choravam. Ai depois faziam as pazes, se abraçavam ai pedia desculpas. A gente costuma dizer que não estava sendo julgada ou criticada... a gente esta aqui aprendendo! Vocês estão aprendendo, se a gente conversar agente aprende juntas.

É ainda competência da articuladora, por intermédio da AMPEJW, celebrar parcerias institucionais, a exemplo das conseguidas com a Fundação Banco do Brasil (FBB), através do Programa de Desenvolvimento Regional Sustentável (DRS); Banco do Nordeste do Brasil (BNB); Secretaria do Desenvolvimento Econômico (SDE);

Ministério de Desenvolvimento e Comércio Exterior (MDIC); com a Secretaria do Trabalho e Desenvolvimento Sustentável (STDS), que a exemplo do SEBRAE/CE, também corrobora no processo de capacitações; parcerias com instituições financeiras, IPRED e com o Fundo Nacional de Habitação, do Governo Federal, na construção de casas que beneficiarão aos associados da RAME, além da relevante parceria com o empresariado e a comunidade local.

Remetendo à teoria, a *dimensão relacional* do capital social se mostra presente nas conexões entre os atores, incluindo as ligações da rede, configuração da rede, descrevendo o padrão de ligações em termos de medidas como densidade, conectividade e hierarquia e organização apropriável, ou seja, é a existência de redes criadas com um propósito, mas que podem ser usadas para outro (Coleman, 1988).

Putnam (2005, p. 191), destaca a importância do contexto social e histórico favorável, onde a ambiência permite a construção de um solo fértil, onde o humanismo cívico e as virtudes sociais são o alicerce das relações.

As parcerias institucionais celebradas se deram em virtude desta riqueza cívica encontrada no bairro, o que gerou um processo de confiança e cooperação recíproca entre instituições e a comunidade.

A democracia fortalecida tem como base uma comunidade autônoma, de cidadãos que são capazes de buscar seus objetivos e de agir com reciprocidade, graças ao seu espírito cívico e às suas instituições participativas (PUTNAM, 2005).

A *dimensão relacional* do capital social se traduz na ambiência das relações firmadas entre instituições e os atores envolvidos nas redes sociais do bairro. Tais benefícios, advindos destas relações contribuem para a prosperidade econômica e social da comunidade, gerando capital humano e social (PUTNAM, 2005), o que se faz perpassar para além dos grupos atendidos pela AMPEJW. É o exercício do empoderamento da cidadania dos atores sociais.

Destacam-se ainda como parceiros fundamentais neste processo, o SEBRAE/CE, onde as entrevistadas costumam dizer que foi um "casamento", dado ao apoio que esta instituição tem prestado aos empresários da RAME e outras instituições que tem apoiado ao longo do processo, o trabalho da RAME.

> Nós temos o SEBRAE que o é nosso "marido". Foi um casamento! A STDS (Secretaria do Trabalho e Desenvolvimento Sustentável) que nos ajuda nas capacitações; o Banco do Brasil, através do DRS (Desenvolvimento Regional Sustentável), que nos ajuda nos financiamentos. Temos também o IDT (Instituto do Desenvolvimento do Trabalho); o Banco do Nordeste, que nos ajuda nos empréstimos e em capacitações, o IPRED que no doou tecidos, para testes, doaram malha para o curso de corte e costura das novatas.

A Rede exporta para a Alemanha, Itália, Espanha, Cabo Verde e Portugal, através do Exporta-fácil, programa da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT); por avião e por navios. No mercado interno a Rede comercializa para os Estados de Belém, São Paulo, Natal, Santa Catarina e Recife.

A qualidade das peças produzidas pela RAME foi um dos fatores que possibilitou a abertura para os mercados nacional e internacional, fazendo repercutir e expandir as relações de negócios da Rede em mercados antes não explorados.

Produzem vestidos, batas, *shorts*, bermudas, calças, capris, blusas. A principal matéria prima do grupo é a linhagem. Após a finalização da produção as peças recebem aplicações em *crochê* e bordado, feitos à mão, que enriquecem e sofisticam as criações.

A Rede participa de feiras Nacional e Internacionais, Rodadas de Negócios, a exemplo da Rodada de Negócios do Mercosul; de feiras estaduais, municipais; a Feira de Pequenos Negócios do José Walter, que este ano, completou seus 10 anos, realizando sua 10ª edição; FAMA (Feira da Alimentação, Moda e Artesanato), promovida pela Associação dos Micros e Pequenos Empresários de Fortaleza-AMPEFOR e pelo SEBRAE, realizada nos meses de janeiro e julho; a feira em Taiba, denominada Feira do *Escargôt*. A participação nestas feiras dá-se através da parceria com o SEBRAE/CE, AMPEFOR. Nas segundas e quintas-feiras participam da Feira da Sé (feira local, que ocorre no centro de Fortaleza). As internacionais foram a Feira Internacional da Indústria Têxtil - FENIT, em São Paulo; de Cabo Verde, participando por 02 (duas) vezes e ainda da Rodada Internacional de Negócios; Feira do Ministério do Desenvolvimento de Comércio Exterior (MDIC); 02 (duas) feiras em Paris. Em Madri, a articuladora e coordenadora da RAME visitaram a Feira do Artesanato Mundial, aproveitando para visitar grandes lojas de departamento, onde receberam orientações para melhorar seu processo produtivo. As idas a estas feiras

também foram apoiadas pelo SEBRAE/CE, com mobilização desta entidade e dos atores da RAME.

O grupo está preparando-se para cumprir algumas metas para 2010, na busca de trabalhar de forma mais organizada e planejada, estruturando uma equipe para gerenciar com maior profissionalismo a parte de gestão financeira da RAME; preparar um catálogo pra apresentar aos seus clientes; criar um *site* na *internet*, onde serão mostrados através de uma loja virtual e os produtos da Rede. A RAME já tem sua identidade visual, sua logomarca, desenvolvida por profissionais cearenses. As ações acima elencadas receberam o apoio do SEBRAE/CE.

Benefícios de elevada importância econômica e social foram conseguidos pela RAME, como o desenvolvimento de uma linha de crédito pelo parceiro Banco do Brasil. A Rede serviu como modelo de associativismo empresarial, sendo estudada a partir de sua realidade com seus associados, fazendo com que o banco repensasse a proposta de sua linha de crédito. Posteriormente expandiu para os demais artesãos cearenses, que trabalham informalmente e que estão ligados a uma associação. A linha de crédito tem um valor máximo de R$ 3.000,00 (três mil reais) para empréstimo.

Remetendo a Putnam (2005, p.179) quando fala que da não disposição de bens físicos para dar em garantia, os participantes de um processo de empréstimo, empenham na verdade suas relações sociais. Assim o capital social é usado para ampliar os serviços de crédito disponíveis nessas comunidades, aumentando a eficiência com que operam os mercados.

Sabe-se da dificuldade existente de um pequeno empresário ter acesso ao crédito, geralmente por não ter bens para dar em garantia às instituições financeiras.

Aspecto relevante que merece destaque é o fato de não existir inadimplência no grupo. A confiança gerada entre os integrantes da Rede é tamanha, que faz com que todos cumpram suas obrigações coletivas. Se ocorrer de alguém não poder cumprir com a obrigação de pagar, todo o grupo se junta e cobre a parte de quem

está em débito, até este associado se organizar. Este processo realimenta ciclicamente ao grupo, possibilitando o avanço de novas e significativas conquistas.

Denota-se a presença da *dimensão relacional* do capital social, pois tal dimensão, segundo Nahapiet e Ghoshal (1998) refere-se àqueles ativos que são criados e alavancados através dos relacionamentos, caracterizando-os como confiança, normas e sanções, obrigações e expectativas, e identificação.

O grupo, ao se solidarizar com o ator que está em dificuldades de honrar seu compromisso, se coloca no lugar dele, identifica-se com ele, num processo de confiança, obrigações, expectativas e identificação, o que reforça a teoria adotada.

Reportando-se a Putnam (2005) que a incerteza quanto à reputação e o risco de descumprimento são minimizados por normas rígidas e por uma densa teia de compromissos recíprocos. Tão severas podem ser as penas para os faltosos que há notícia de membros que chegaram a prostituir suas filhas ou suicidar-se por estarem prestes a faltar ao dever.

Depreende-se do acima exposto que há um compromisso recíproco em não cair em falta com os demais membros da associação, o que gera na Rede um sentimento de solidariedade social, fazendo com que não haja o descumprimento da norma de pagamento, caso exista a inadimplência a RAME honra o compromisso do ator faltoso.

O contrato social, que sustenta essa colaboração na comunidade cívica não é de cunho legal, e sim moral, como diz Putnam (2005). A sanção para quem transgride o cumprimento da norma não é penal, mas da exclusão da rede de solidariedade e cooperação.

Outros ganhos coletivos têm trazido à Rede a certeza de que trabalhar juntos tem seus benefícios. Recentemente a RAME fechou um plano de saúde e um plano funerário, de forma a beneficiar aos associados que dele desejassem participar.

> Nós estamos agora fechando um plano funerário e também um plano de saúde, com preço mais barato, que paga uma taxa mensal e da direito ao cortejo fúnebre, com toda a sua família, que também tem direito.

As relações de cooperação e os ganhos advindos dela geram bem-estar social. Para Putnam (1993), há uma interação recíproca entre confiança e

cooperação: a confiança lubrifica a cooperação e a cooperação gera confiança. Isso pode levar ao desenvolvimento, ao longo do tempo, de normas generalizadas de cooperação, as quais aumentam ainda mais a disposição para o engajamento na troca social.

Os associados da RAME realizam ações de responsabilidade social, prestando apoio a uma creche do bairro, denominada Creche Vó Estefânia, através da doação de cestas básicas para a alimentação das 50 (cinquenta) crianças que lá estudam e a confecção de todo o fardamento das crianças (*short* e blusa), fazendo-se doação das peças às mães das crianças.

Criaram a estratégia de arrecadação de alimentos, através do recebimento de 1 kg de alimento, para se ter acesso a Feira de Pequenos Negócios do José Walter. Este ano, arrecadaram 500 kg de alimentos durante os três dias de feira.

Afora esta ação, fecham parcerias de trabalho e de responsabilidade social com as demais redes de negócios que são também associados à Associação de Desenvolvimento Comunitário e Social do José Walter (AMPEJW), realizando cortes de cabelos das crianças da creche e dos moradores do bairro, da terceira idade (Rede Talentos de Beleza); doação de alimentos (Rede Super Nossa), o que aponta para a integração entre as redes sociais lá existentes.

Os associados da RAME e os demais integrantes das outras redes sociais têm a consciência cívica e coletiva de que as coisas na comunidade podem melhorar, a partir da cooperação entre todos os atores sociais. Um forte exemplo disso foi a realização de uma passeata no bairro, para chamar a atenção do poder público. Para a questão da segurança no bairro conseguiram a cobertura da mídia televisiva e realizaram um seminário sobre a segurança pública, contando com a presença do delegado, representando o Secretário de Segurança Pública. Com este feito, conseguiram a reabertura da delegacia do bairro, que se encontrava fechada.

Atualmente pleiteiam o título de Organização da Sociedade Civil de Interesse Público – OSCIP. Trata-se de um título concedido a pessoas jurídicas, na forma de associação ou fundação, sem fins lucrativos, que tenham a pretensão de celebrar parceria com o Estado, para execução de serviços públicos não exclusivos de Estado,

visando à implementação de políticas públicas e na prestação de serviços públicos à população (SANTOS, 1998). Este processo já se encontra em um estágio bastante avançado, o que possibilitará desenvolver projetos e captanear novos recursos para dar continuidade ao processo de desenvolvimento local instalado no bairro.

> Recebemos vários convites para participar de feiras pelo SEBRAE. E para nós tem sido uma vitória atrás da outra e sem deixar de mencionar que agora em novembro estamos recebendo a titularidade de OSCIP. A OSCIP para nós vai ser uma oportunidade de trabalhar mais o social para a comunidade como um todo, agora nós podemos realizar mais trabalhos sociais com a comunidade, sem deixar de fora a geração, a inclusão social do empreendedor.

Os moradores do bairro desejam crescer, melhorar de vida, o que se traduz pelo lema dos associados da RAME quando falam de seu processo de desenvolvimento local.

> Bem a nossa missão na verdade é o nosso lema que é "do José Walter para o Mundo!

A consciência de que cada um tem de seu papel e deveres como cidadão, aliada ao compromisso com a igualdade política, constitui o cimento cultural da comunidade cívica (PUTNAM, 2005).

Imbuída neste espírito de cooperação cívica, a RAME se mantém no mercado local, ampliando sua atuação para outros estados brasileiros e outros países, promovendo uma silenciosa e significativa transformação social na vida de seus associados e na dinâmica do bairro, que hoje se destaca como um caso de sucesso do SEBRAE/CE.

Esta pré-análise serviu como amparo para mostrar que a Associação estava amadurecida o suficiente em capital social cívico e perpassar as três dimensões do capital social, que são: a estrutural, a relacional e a cognitiva, todas elas presentes e interligadas nas entrevistas em profundidade.

As dimensões serão a seguir detalhadas dentro do modelo proposto por Nahapiet e Ghoshal (1998).

5.3 Dimensão estrutural

A dimensão estrutural do capital social se refere ao padrão das conexões entre os atores, incluindo as ligações da rede, configuração da rede descrevendo o padrão de ligações em termos de medidas como densidade, conectividade e hierarquia e organização apropriável.

Os resultados desta dimensão são analisados sobre duas abordagens, apresentadas na fundamentação teórica: configuração da rede (demonstrado através da representação gráfica) e laços da rede, (apontando para a existência ou não de laços), para cada conteúdo transacionado investigado.

A configuração possibilita representar graficamente as redes de relações desenvolvidas pelos empresários da RAME para cada um dos conteúdos transacionados. A representação gráfica é adotada como base no decorrer da apreciação dos resultados, alterando-se conforme a variável em apreciação, qual seja: (i) *sua rede de relacionamentos,* sendo apontadas pelos empresários as pessoas com quem eles possuem uma relação que influencia ou influenciou no desenvolvimento de seu negócio atual, a partir de sua entrada na Rede; (ii) rede de amizade, indicando as pessoas com quem ele interagiu no trabalho, nos últimos seis meses. O foco desta primeira parte do questionário está naquelas pessoas que são contatos relacionados ao seu negócio e que o entrevistado considera amigos; (iii) rede de informação, onde o respondente é convidado a indicar pessoas a quem recorreu como fonte de informações diversas sobre o que está ocorrendo no ramo de serviços de confecção e artesanato nos últimos seis meses. Quais foram as pessoas que deram alguma informação sobre novos concorrentes, valores praticados, tendências de mercado, curso de desenvolvimento pessoal e empresarial, dicas para gestão do negócio, entre outros e (iv) rede de confiança, onde o respondente deve apontar algumas pessoas de seu ambiente de negócio em quem ele realmente confia, que têm sido fonte honesta de ajuda em seus projetos profissionais, e com as quais se sente apto a assumir riscos sem temer consequências negativas.

O foco deste questionário está nas pessoas do ambiente de negócio, em quem o respondente pode confiar e com quem se sente confortável para correr riscos profissionais.

Para uma melhor visualização, as cores dos nós identificados nos grafos (sociogramas) são diferenciadas pelo papel social dos atores, bem como, ao pertencimento ou não da RAME, destacado por cores e formas. Nesta pesquisa optou-se pela utilização de grafos (sociogramas), como recurso visual que permitem obter uma percepção intuitiva da relevância empreendida pelas variáveis que vão definindo a rede social estudada.

De acordo com Scott (2000), Cartwright e Harary, em 1956, foram os pioneiros na aplicação da teoria gráfica (dos grafos), após sistematização das ideias de teóricos que os antecederam. Um grafo é um conjunto de pontos (nodos) que estão ligados por linhas (arcos). Os pesquisadores apropriaram-se da ideia de pontos conectados por linhas – sociogramas (digrama que representa as forças de atração, repulsão e indiferença que acontece nos grupos) e adicionaram a estes, sinais e direção, o que permitiu a análise do ponto de vista de cada ator social do grupo. A teoria dos grafos se fundamenta em um corpo de axiomas matemáticos e fórmulas que expõem as propriedades dos padrões formados pelas linhas.

Destacam-se nos sociogramas os atores sociais integrantes ou não do grupo de estudo, que receberam uma codificação, segundo o quadro 04, abaixo:

Quadro 04: Codificação dos Respondentes

CODIFICAÇÃO	SIGNIFICADO	CODIFICAÇÃO	SIGNIFICADO
R	REDE	EXC	EX- CONSULTOR (A)
CJ	CONJUGE	COL	COLABORADOR (A)
M	MÃE	INST	INSTRUTOR (A)
I	IRMÃO (Ã)	ASS	ASSOSCIADO (A)
CN	CUNHADO (A)	SEB	SEBRAE
P	PAI	MOT	MOTORISTA
F	FILHO (A)	CL	CLIENTE
NT	NETO (A)	FOR	FORNECEDOR
NR	NORA	VOL	VOLUNTÁRIO
A	AMIGO (A)	PAR	PARCEIRO
CONS	CONSULTOR (A)		

Fonte: Elaborado pela autora

Realizou-se uma avaliação básica da estrutura da rede social pesquisada, através da análise das medidas de densidade e centralidade. A medida de densidade é baseada na teoria dos grafos, analisando a rede. Quanto à perspectiva centrada em egos, onde são dispostas as medidas de centralidade, são analisados os atores, suas ligações e, por conseguinte, o papel desempenhado por eles nas mencionadas redes.

Para facilitar a identificação dos dados na análise adiante apresentada, no quadro 05 abaixo, são identificados os principais conceitos que serão trabalhados.

Quadro 05: Definições dos termos utilizados na apresentação e discussão dos resultados.

TERMO	DEFINIÇÃO
Densidade	Indica em valores percentuais o nível de conectividade da rede, sendo obtida através da divisão das relações existentes com as relações possíveis.
Centralidade	Refere-se ao número de atores que um ator está diretamente relacionado. Calcular a centralidade de um ator representa identificar a posição em que ele se encontra em relação às trocas e à comunicação na rede.
Centralidade de entrada	É a medida do número de conexões que um ator recebe de outros atores, denotando popularidade ou prestígio.
Centralidade de saída	É a medida do número de conexões que um ator estabelece com outros atores desta rede, denotando expansividade.
Centralidade de proximidade	Indica a capacidade de um ator alcançar todos os demais atores da rede, medindo a sua independência em relação ao controle de outros atores. Um ator é mais central quanto menor for o caminho que ele necessita percorrer para alcançar os demais atores da rede.
Centralidade de intermediação	É a capacidade que um ator tem em intermediar as comunicações entre os demais atores. Também são chamados atores pontes.
Centralidade de Bonacich	É uma medida qualitativa de centralidade, pois leva em consideração não apenas o número de referências que um ator recebe de outros atores, mas o prestígio desses primeiros, denotando, também, o aspecto de prestígio em relação ao ator analisado. É também conhecida como centralidade de poder.

Fonte: Elaborado pela autora, com base em Alejandro & Norman (2005); Marteleto (2001); Hanneman e Riddle (2005); Marinho da Silva (2003); Régis (2005) e Dilly (209).

Tais componentes estruturais de análise serão apresentados dentro dos tipos de rede em estudo (apoio ou influência, amizade, informação e confiança) e dentro de cada tipo de rede serão analisados os componentes a partir da estrutura geral da rede: os dados da rede geral (incluindo as pessoas citadas que não fazem parte da rede), seguida da análise da rede dos associados (tratando-se somente dos associados da RAME).

5.3.1 Rede de Apoio ou Influência

5.3.1.1 Rede Geral

Foram entrevistados 16 empresários participantes diretos da RAME, sendo esta a amostra pesquisada por se tratar dos atores chave e animadores do processo, realizando articulação interna e externa, acompanhamento e produção, e ainda, por exercerem suas atividades diretamente na sede da Associação.

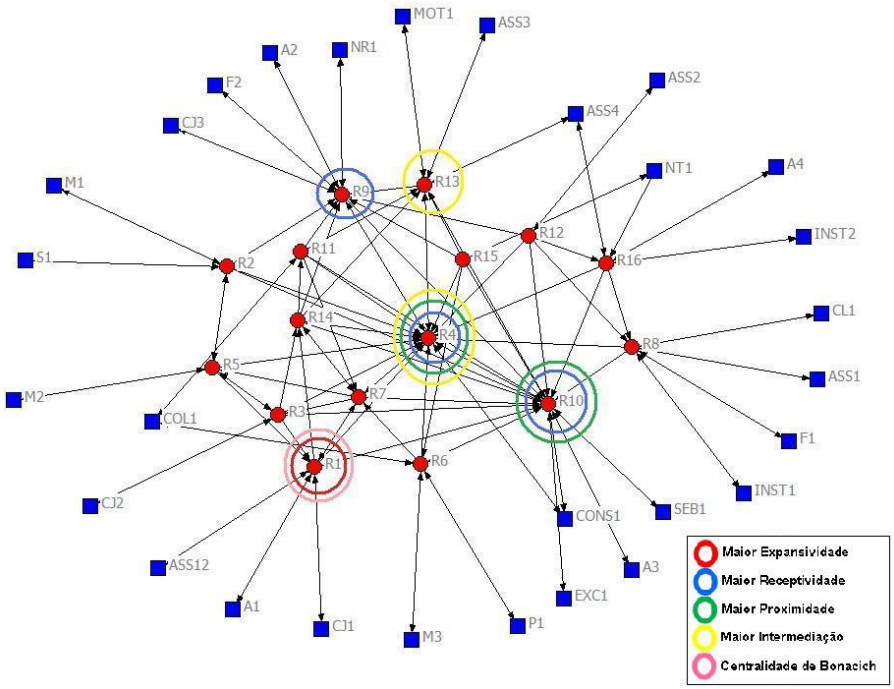
Os 16 participantes foram convidados a indicar nomes de 06 (seis) pessoas de sua rede de relacionamentos que foram as mais importantes para o desenvolvimento de seu negócio, a partir de sua entrada na RAME. Saliente-se por oportuno, que por ocasião do preenchimento do cartão "*rede de relacionamentos*", somente (01) um ator, informou 05 (cinco) nomes e os outros 15 (quinze) informaram 06 (seis) nomes. Foi dito aos entrevistados que caso precisassem de mais cartões, poderia ser solicitado a pesquisadora, entretanto, nenhum dos atores solicitou um segundo cartão.

Os cálculos de centralidade da Rede foram medidos através da ferramenta estatística do UCINET 6.0, medidas de centralidade de grau (de entrada e de saída), centralidade de intermediação e centralidade de proximidade. Marinho da Silva (2003) e Quiroga (2003) apresentam um detalhamento das funções do *software* para que se proceda com o cálculo dessas medidas. A centralidade de grau de entrada é medida a partir do número de laços que um ator recebe de outros atores, enquanto que a centralidade de grau de saída é calculada a partir do número de laços que um ator estabelece com outros atores da Rede. Assim, calculam respectivamente a receptividade e expansividade dos atores (WASSEMAN e FAUST, 1994).

Na medida de densidade, o cálculo realizado pelo *software* UCINET 6.0 apontou uma densidade de 12,93%, considerada muito baixa, indicando que poucas das relações potenciais da RAME estão sendo efetivadas. Isso representa que, de um universo de 1980 relações possíveis de acontecer, apenas 256 relações se concretizaram.

Apresenta-se abaixo, no gráfico 6, o sociograma relativo à estrutura geral da rede de apoio ou influência dos atores entrevistados. Os círculos vermelhos, no centro do desenho, representam os empresários associados a RAME. Os quadrados de cor azul representam as pessoas por eles indicadas, externas a rede. A configuração da rede de apoio não apresenta sub-redes, ou seja, grupos de pessoas formando redes isoladas. Todos os atores estão conectados, seja por mais ou menos laços. Tal fato revela um amplo e concreto potencial de relações a serem exploradas pelos integrantes da Rede.

Gráfico 06: Representação Gráfica da Rede Geral de Apoio ou Influência com Identificação dos Atores Centrais



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa

Observa-se ainda, que os empresários integrantes da RAME permanecem sendo apoiados ou influenciados por atores externos, como se vislumbra pela posição periférica dos quadrados de cor azul (atores externos à RAME), demonstrando que a Rede possui um representativo nível de articulação externa, entretanto, a quantidade de fluxos que se registra, evidencia uma rede de baixa densidade de interações entre os atores da RAME e seus parceiros, notadamente uma dinâmica de cooperação frágil e deficitária, em termos de relacionamentos, apresentando apenas 256 relações existentes, das 1980 relações possíveis.

De acordo com Molina (2002), analisar a densidade de uma rede social é buscar conhecer o quanto os atores estão se relacionando, possibilitando, ao tempo que interagem, trocas de apoio. Redes nas quais todas as interações possíveis ocorram - a denominada rede saturada - é o ideal de se obter, porque nestas estaria se dando todas as relações possíveis, entretanto, elas são extremamente raras de acontecer.

Foram citados 29 atores externos, o que representa um significativo poder de articulação possível entre os parceiros. A Rede já realizou significativas e importantes ações de natureza sociais e econômicas, entretanto, sua influência pode ser ampliada ao se utilizar de forma estratégica de todas as relações possíveis com seus atores institucionais.

Pode-se observar ainda o resultado da posição dos indivíduos centrais na rede de apoio ou influência. Os atores que obtiveram centralidade de grau de entrada (receptividade) acima de 10 (escala de 0 a 18) se sobressaem (marcados por uma elipse azul), sendo os atores R10 (18.000), R4 (16.0000) e R9 (11.000) os que atingiram a pontuação máxima. Os dois primeiros atores (R10 e R4) são as fundadoras da RAME e ocupam cargos em sua diretoria (articuladora e coordenadora). Acredita-se que o destaque obtido por eles, deve-se ao fato da chamada "penetração relacional" que eles cultivam nas relações sociais da Rede. Granovetter (1996) descreve o tipo de relacionamentos pessoais que as pessoas têm desenvolvido com as outras através de uma história de interações. Esse conceito foca nas relações particulares que os indivíduos têm tais como respeito e amizade, que influenciam seu comportamento. É através desses relacionamentos pessoais contínuos que os atores encontram suas motivações sociais como sociabilidade, aprovação e prestígio. O terceiro ator R9 é o responsável pelo controle de qualidade da Rede. Salienta-se que, dos membros da Rede destacados na figura acima, somente um até o momento (R9), não ocupou cargo na diretoria.

Com referência à centralidade de grau de saída (expansividade), a medida apontou com maior destaque para um único membro R1 (7.000), (marcado por uma elipse vermelha), o que denota alta expansividade quanto ao número de atores que

citou, apresentando os valores mais elevados dentre os demais analisados (7.000). Por outro lado, o ator citado está numa posição mediana (6.000) no que se refere à centralidade de grau de entrada, o que se supõe, apesar de ter apontado várias pessoas dentro da Rede, ele foi pouco citado.

A figura também remete para os atores com maior centralidade de proximidade (capacidade de um ator alcançar todos os demais atores da rede), representados pelos membros R10 (61.972) e R4 (61.111), ou seja, aqueles atores que estão mais acessíveis aos demais, (marcados por uma elipse verde). Tal resultado é explicado através da medida de proximidade, que utiliza uma equação em função das distâncias geodésicas (considerado um caminho entre um par de atores, o menor caminho entre estes dois atores é denominado de geodésico).

Quanto à centralidade de intermediação, marcados por uma elipse amarela, representados pelos atores R4 (41.389) e R13 (24.366), ou seja, aqueles que mais servem como ponte para os demais membros não adjacentes da rede. Estes atores encontram-se em posição favorecida, na medida em que estão no caminho entre outros atores, apontando que as pessoas ou empresas necessitam deles para fazer conexões com outros, o que indica possuírem maior influência na rede de apoio ou influência, sendo também denominados de atores ponte.

Destaca-se ainda, que a centralização de intermediação é descentralizada, sendo dividida pelos dois atores. Apenas 3 dos 16 atores da Rede atuam como atores-ponte. No universo, mais uma vez se destaca o ator R4, como o ator mais atuante em tal papel, com índice de 41.389. Atribui-se a isso que o ator R4, além de estabelecer maiores contatos diretos, ainda mantém contatos estratégicos para mediação, facilitando as interações dos atores situados em condições menos centrais. Provavelmente, isso lhe é possível dado ao seu papel de coordenadora na Rede.

Por fim, de acordo com a figura, o ator R1 (marcado por uma elipse rosa), apresenta a maior medida de centralidade de Bonacich, (12.692), o que denota o prestígio deste ator em relação aos demais.

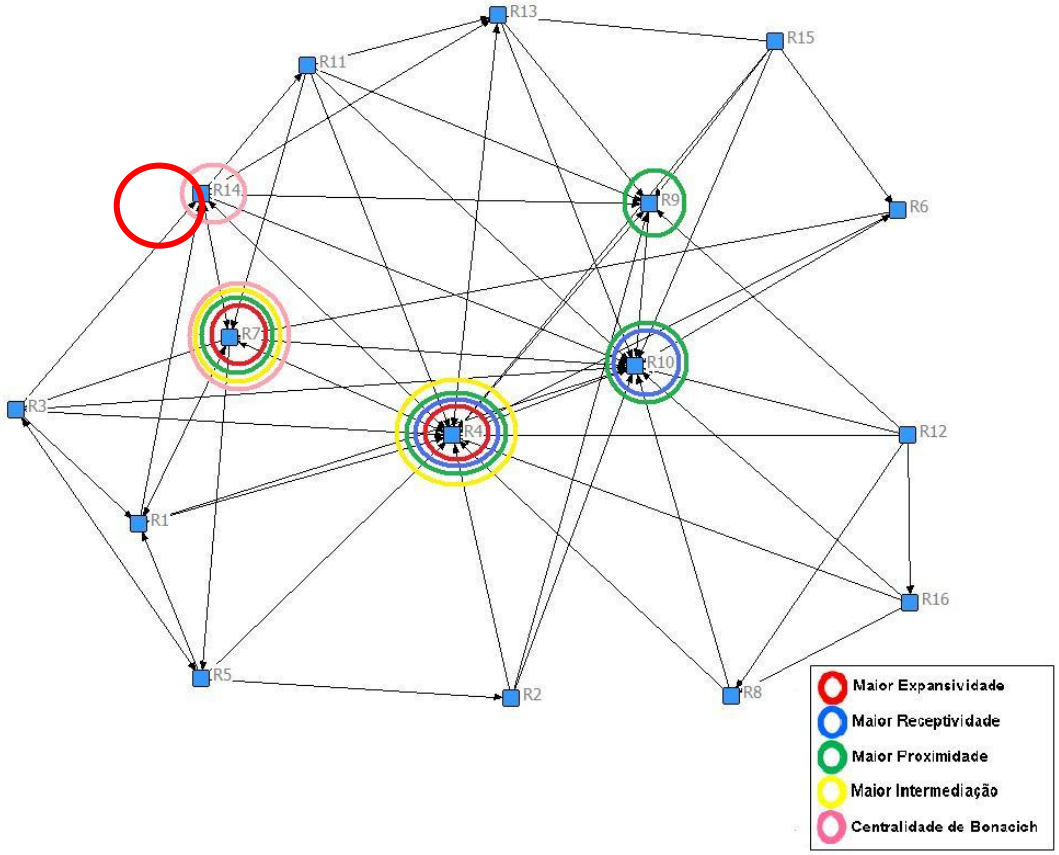
5.3.1.2 Rede RAME

O gráfico 07, abaixo apresenta a estrutura da rede de apoio ou influência dos associados investigados. Na apresentação da rede de apoio é possível verificar que todos os atores estão, por um ou mais atores, conectados.

Na medida de densidade, o cálculo realizado pelo *software* UCINET 6.0 apontou uma densidade de 53,3%, considerada representativa, em comparação com a rede de apoio ou influência geral, que apontou baixa densidade (12,93%).

O nível de conectividade da rede de apoio ou influência da rede RAME apresentou valores expressivos com 240 relações possíveis e 128 relações existentes, o que aponta para um expressivo fluxo de conexão entre os atores.

Gráfico 07: Representação Gráfica da Rede RAME de Apoio ou Influência com Identificação dos Atores Centrais



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa

O sociograma apresenta o resultado do posicionamento dos atores centrais na RAME. Os atores que obtiveram centralidade de grau de entrada (receptividade) são

destacados por uma elipse de cor azul, representados pela R4 (15.000), que citou 04 atores e foi citado por 10 e R10 (14.000), que citou 03 atores e foi citado por 08 associados, sendo os que atingem a pontuação máxima, confirmando que os atores destacados buscam apoio em suas relações com os associados da RAME e são acessados por outros associados, demonstrando ao receber o maior número de laços, o que aponta seu prestígio dentro da Rede, dado aos seus papéis sociais que desempenham junto à RAME, no que se refere à coordenação e articulação da Rede, tornando-os importantes receptores de fluxos de entrada.

No que se refere à centralidade de grau de saída (expansividade), a medida apontou com destaque para os membros R7 (6,0), que citou 04 associados e foi citado por 10 membros e R14, que citou 05 atores e foi citado por 04 (marcados por uma elipse vermelha), o que denota alta expansividade. Ao proceder-se com uma análise dos índices de centralidade de grau de entrada e de saída da rede, 33,33% e 26,66% respectivamente, denota-se que, apesar da existência de alguns atores centrais, não existe uma centralização e sim uma distribuição do apoio para o crescimento da Rede. Acredita-se que isto foi possível em virtude dos atores R4 e R7 serem casados, o que gera no grupo uma relação de laços fortes.

No que se refere à centralidade de grau de saída (expansividade), a medida apontou com destaque para os atores R4 (6.000), e R7 (6.000), (marcados por uma elipse vermelha), denotando alta expansividade. Os atores citados são cônjuges o que pode ter favorecido uma maior interação. De acordo com Bastos e Santos (2007), as trocas e ajuda mútua surgem a partir de interesses compartilhados e situações vividas, a exemplo de grau de parentesco, vizinhança e local de trabalho. O que parece ter repercutindo para os demais atores como relações de laços fortes. Os laços fortes e simétricos frequentemente associados com o desenvolvimento de relacionamentos afetivos (tanto positivos como negativos) podem, por sua vez, influenciar a razão dos indivíduos para engajarem-se em uma interação social e, desse modo, a troca de conhecimento (KRACKHARDT, 1992; LAWLER & YOON, 1996). Corroborando ainda com a fala anterior, os estudos de Granovetter (1973) definem

laços fortes como função de três fatores: frequencia do contato, reciprocidade (de favores e obrigações) e amizade.

O sociograma também aponta para os atores com maior centralidade de proximidade, representados pelos membros R4 (100.000), R10 (93.750), R9 (65.217) e R7 (60.000). A R4 foi a que atingiu maior número de centralidade de proximidade, o que indica a sua capacidade de alcançar todos os demais atores da rede, medindo a sua independência em relação ao controle de outros atores (destacados por uma elipse verde).

No que se refere à centralidade do grau de saída (marcados por uma elipse amarela), destacando-se os atores R4 (31.429) e R07 (23.095), indicando a capacidade de um ator acessar todos os demais associados da rede, servindo de conexão para os que se encontram na periferia da rede.

Por fim, analisando a centralidade de Bonacich, constatou-se que a R7 (5.697) e R14 (5.697), marcados por uma elipse rosa, possuem uma pontuação equivalente. Ambos apresentam o mais alto índice, denotando alto prestígio quando comparados aos demais atores.

5.3.2 Rede de amizade

5.3.2.1 Rede geral

O sociograma a seguir, apresentado no gráfico 8, mostra a estrutura da rede geral de amizade dos associados analisados. Os círculos em vermelho são representados pelos associados pertencentes à RAME e os quadrados em azul os integrantes externos à Rede.

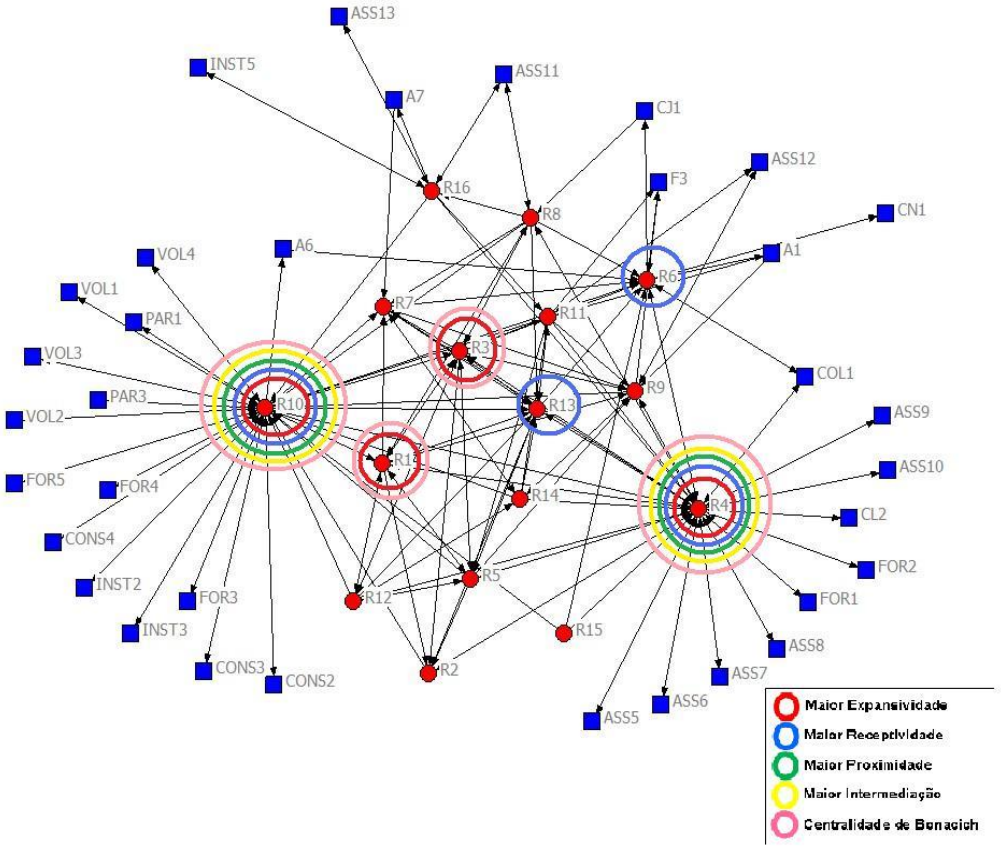
No questionário sobre amizade, os 16 associados foram convidados a citar os nomes daquelas pessoas que são contatos relacionados ao seu negócio e que são considerados amigos. O espaço disponível para respostas no questionário permitia a listagem de 21 nomes.

O sociograma a seguir detalhado, apresenta a estrutura da rede de amizade – Rede Geral. Na visualização desta rede é possível constatar que todos os atores estão, por um ou mais, conectados.

O *software* UCINET 6.0 realizou o cálculo da medida de densidade, apontando para um resultado de 14,36%, ainda tido como uma baixa densidade, apenas um pouco superior à rede de apoio ou influência – Rede Geral (12,93%) de densidade.

O nível de conectividade da rede de amizade – rede geral apresentou 2450 relações possíveis e 352 relações existentes. Constatou-se que a rede de amizade – rede geral, possui um maior número de relações possíveis, já que a rede de apoio ou influência – rede geral, apresentou 1980 relações possíveis, sinalizando que a rede agora analisada, possui maior fluxo de relações, dando maior ênfase ao elemento amizade.

Gráfico 08: Representação Gráfica da Rede Geral de Amizade com Identificação dos Atores Centrais



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa

Analisou-se no sociograma acima, que a configuração da rede de amizade não é composta de sub-redes, ou seja, grupos de pessoas formando redes isoladamente. É necessário ressaltar, entretanto, que, assim como na rede de apoio ou influência – rede geral, apresenta maioria de atores em sua periferia, denotando que a rede de amizade destes atores está concentrada fora da RAME. Tal informação pode ser

confirmada com o cálculo da quantidade das pessoas integrantes da Rede que são citadas sobre a quantidade total das pessoas citadas (centralidade de grau de entrada) na rede geral.

Demonstra-se ainda o resultado da posição dos indivíduos centrais na rede de amizade - rede geral. Os atores que obtiveram centralidade de grau de entrada (receptividade) foram R10 (29.000), R4 (25.000), R6 (11.000) e R13 (10.000), (assinalados por uma elipse azul). Os dois primeiros (R10 e R4) são os atores fundadores da RAME e ocupam cargos em sua diretoria (articuladora e coordenadora), ademais pelo fato desses atores serem protagonistas de muitos processos de desenvolvimento e de estímulo ao fortalecimento do capital social do bairro.

Para Nahapiet e Ghoshal (1998), a dimensão relacional do capital social se refere àqueles ativos que são criados e alavancados através dos relacionamentos, incluindo atributos como confiança, normas e sanções, obrigações e expectativas, e identificação. Neste sentido, os laços de amizade que unem R10 e R4 já são consolidados.

Com referência à centralidade de grau de saída (expansividade), a medida apontou com destaque para os membros R4 (21.000), R10 (21.000), R3 (12.000) e R1 (10.000), destacados por uma elipse vermelha. Sobressaíram-se os atores R4 e R10 o que denota alta expansividade e apresentam ainda, a mesma equivalência de centralidade de grau de saída. Destaca-se ainda não haver entre os dois atores de maior destaque uma centralização, mas sim uma distribuição da amizade nesta rede. Para que a amizade seja consolidada é necessário o convívio, a troca mútua, o tempo como fatores de concretude de uma base sólida de tal elemento.

O sociograma acima também aponta para os atores com maior centralidade de proximidade, representados pelos membros R10 (71.014) e R4 (67.123), ou seja, aqueles associados que estão mais acessíveis aos demais atores, (marcados por uma elipse verde). A vivência diária na resolução de dificuldades/enfrentamentos que se apresentam no cotidiano da RAME, tem provocado grande aproximação destes

atores R10 e R4 com os demais membros, o que se justifica pelo fato de ocuparem papéis de destaque na Rede.

A confiança entre estes dois atores é alimentada cotidianamente. Segundo Nahapiet e Ghoshal (1998) reforçam que muitos dos trabalhos que examinam o relacionamento entre confiança e relações de troca consideram a confiança em termos de alinhamento de propósitos e demonstram que onde há relacionamentos de alta confiança, as pessoas são mais dispostas no engajamento em troca social em geral e em interação cooperativa em particular.

Quanto à centralidade de intermediação, representados pelos atores R10 (71.014) e R4 (67.123), marcados por uma elipse amarela, ou seja, aqueles que mais servem como ponte para os demais membros da Rede. Estes atores possibilitam canais de intermediação para conexão através deles, viabilizando o fluxo das interações entre os associados. Estes atores têm significativa influência dentre o universo geral. Apresentam acentuada liderança como formadores de opinião, além de serem bons ouvintes para os demais atores (WASSERMAN e FAUST, 1994).

A centralidade de Bonacich destaca os atores R10 (25.771), R4 (25.771), R3 (14.726) e R1 (12.272), marcados por uma elipse rosa, como os que apresentam as maiores medidas, o que denota os aspectos de prestígio e poder destes atores em relação aos demais.

5.3.2.2 Rede RAME

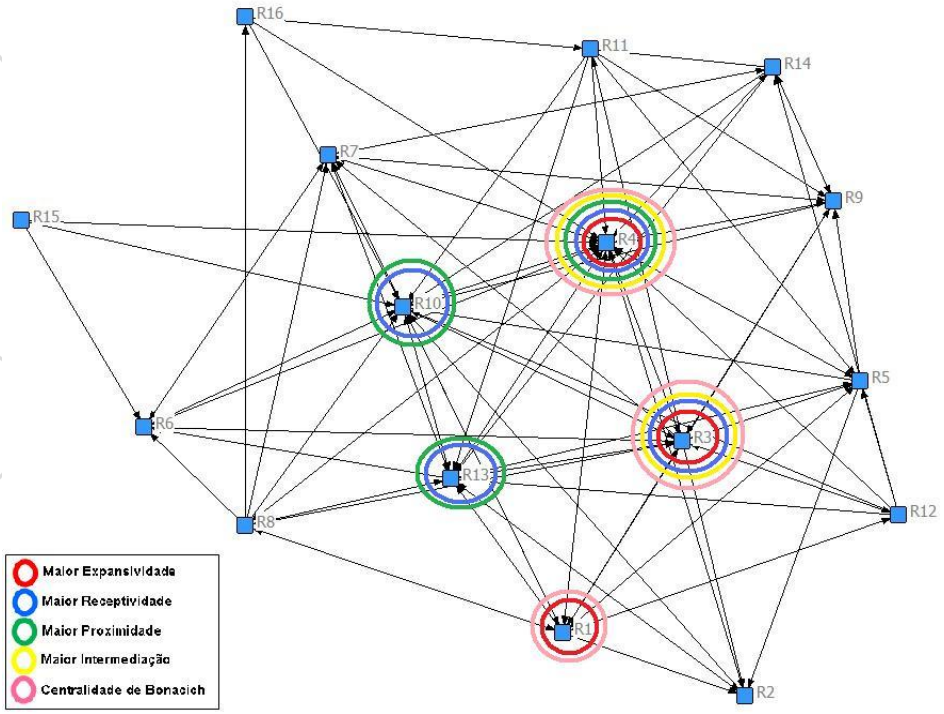
O sociograma abaixo apresenta a estrutura da rede amizade – rede RAME dos atores investigados. No estudo desta rede é possível constatar que todos os atores estão, por um ou mais atores, conectados (Gráfico 09).

A medida de densidade trabalhada pelo *software* UCINET 6.0, inferiu uma densidade de 83,4% na rede estudada, resultado considerado muito significativo, em comparação com a rede de apoio ou influência – rede RAME, que apontou mediana densidade (53.3%).

O nível de conectividade da rede de amizade - rede RAME apresenta valores relevantes com 240 relações possíveis e 200 relações existentes, o que aponta para

um expressivo nível de amizade entre os atores internos da Rede, estando os mesmos por um ou mais associados, conectados. Um importante elemento observado é que os associados da RAME se consideram mais amigos do que exercendo apoio ou influência – rede RAME (53,3%).

Gráfico 09: Representação Gráfica da Rede RAME de Amizade com Identificação dos Atores Centrais



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa

Na centralidade de grau de entrada (receptividade), o sociograma destaca os atores R4 (15.000), R10 (15.000), R13 (10.000) e R3 (8.000), estando assinalados por uma elipse azul. Novamente os atores R10 e R4 encontram-se no mesmo patamar de equivalência, o que vem corroborar sobre a importância da amizade ser cultivada internamente na Rede, indicando seu prestígio e reconhecimento dos demais associados como sendo amigos. Os dois primeiros atores (R4 e R10) receberam, respectivamente, 100% das citações. Isto representa que estes atores são tidos pelos demais integrantes da RAME como apoiadores importantes para o desenvolvimento da Rede, tanto quanto amigos.

Já em relação à centralidade do grau de saída da rede dos associados, o sociograma apontou os atores R3 (12.000), R4 (11.000) e R1 (10.000), marcados com uma elipse vermelha, salientando a importância dos atores com maior

expansividade. Afirmar que os atores acima possuem alto índice de centralidade de grau de saída, implica dizer que eles indicaram muitas pessoas quando perguntados sobre quais pessoas funcionavam como amigos, na sua rede individual de relacionamentos. Estes atores são menos dependentes dos demais integrantes da RAME e possuem acesso aos recursos de comunicação e suporte nas relações mútuas. Os atores referidos fazem o papel de negociadores nas trocas entre os indivíduos e, de certa forma, possuem maior poder, sendo capazes de influenciar aos integrantes da RAME, conscientizando-os de seu papel na Rede, tendo em vista, a expansividade, caracterizada pela acessibilidade dos mesmos.

Quanto à centralidade de proximidade, representados pelos membros R13 (20.000), R10 (15.000) e R4 (15.000), ou seja, aqueles atores que estão mais acessíveis aos demais atores, marcados por uma elipse verde. Mede-se a centralidade de proximidade de um ator pelo número mínimo de passos que o mesmo deve realizar para entrar em contato ou para ser contatado por outros associados da Rede. Quanto mais central for um ator, mais próximo ele está dos outros, e mais rapidamente interage com os demais (MARINHO DA SILVA, 2003).

De acordo com a centralidade de intermediação, representados pelos atores R4 (26.206) e R3 (12.337), marcados por uma elipse amarela, ou seja, aqueles que mais servem como ponte para os demais membros não adjacentes da Rede, possibilitando se conectar através daqueles. Estes atores detêm influência, pois outros atores da Rede dependem deles para fazer conexões. Destaca-se que o ator R4, neste caso, tem elevada capacidade de interrupção na ligação entre pares de atores.

Coleman (1990, p.302) observa que uma determinada forma de capital social que é útil para facilitar certas ações pode ser inútil ou prejudicial para outras. Por exemplo, as normas fortes e identificação mútua que podem extrair uma poderosa influência positiva no desempenho do grupo podem, ao mesmo tempo, limitar sua abertura para a informação e para maneiras alternativas de se fazer as coisas, produzindo formas de cegueira coletiva que às vezes levam a consequencias

desastrosas (JANIS, 1982; PERROW, 1984; TURNER, 1976). Neste caso, houve a interrupção de fluxo entre pares de atores.

O sociograma apontou a centralidade de Bonacich, destacando os atores R3 (7.020), R4 (6.435) e R1 (5.850), marcado por uma elipse rosa, apresentam as maiores medidas, o que denota os aspectos de prestígio e poder destes atores em relação aos demais associados.

5.3.3 Rede de informação

5.3.3.1 Rede geral

No questionário sobre informação, os 16 empresários foram solicitados a citar nomes daquelas pessoas que foram suas melhores fontes de informação sobre o que está ocorrendo no ramo de confecção e artesanato nos últimos seis meses. O espaço disponível permitia a listagem de 21 pessoas.

Observando-se no sociograma, exposto no gráfico 10, a estrutura da rede de informação – rede Geral dos atores participantes da pesquisa, são demonstrados por círculos vermelhos, que representam os atores da RAME e os quadrados, de cor azul, representam os membros externos à Rede. Observa-se que na rede geral de informação, não existem sub-redes e todos os atores estão, por um ou mais, interligados.

O *software* UCINET 6.0 realizou o cálculo da medida de densidade, apontando para um resultado de 17,84%, considerado como uma baixa densidade, apenas um pouco superior à rede de apoio ou influência – Rede Geral (12,93%) e da rede de amizade – Rede Geral (14,36%).

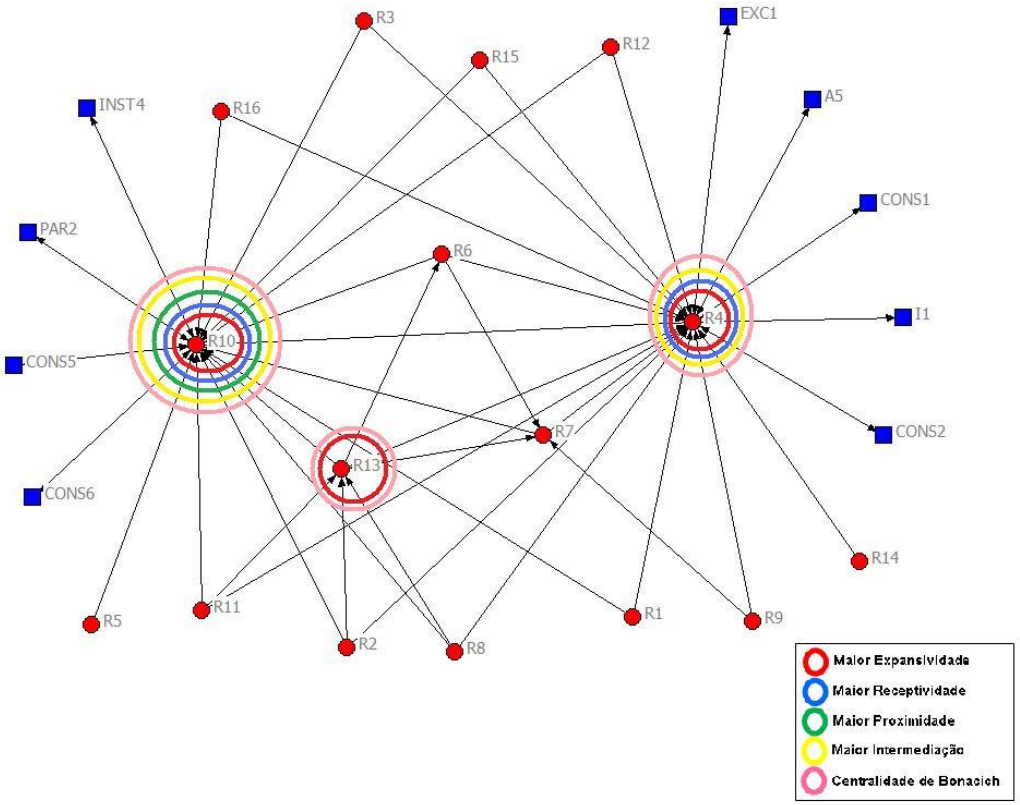
O número de relações possíveis, gerados pela rede de informação – rede geral foi de 600 relações possíveis, entretanto, 104 são relações existentes, do que se pode inferir uma tênue rede de informação. Estabelecendo uma comparação entre os valores das redes de apoio ou influência - rede geral, o número de relações possíveis foi de 1980, para 256 de relações existentes; na rede de amizade – rede geral foi apontado um resultado de 2450 relações possíveis e 352 relações existentes. Acredita-se que os valores apresentados pela rede de informação – rede geral foi

menor em virtude de ser o elemento informação uma valiosa fonte de poder. Em pesquisa sobre inovação, Cohen e Levinthal (1990) sustentam que a habilidade de reconhecer o valor de um novo conhecimento e informação, mas também de assimilar e usá-los, são fatores vitais no aprendizado e inovação organizacionais.

Na rede ora analisada, percebe-se uma significativa redução de atores externos, apontando para a necessidade de ampliação da rede, o que possibilitará o aumento do fluxo de informações circulando dentro da mesma.

Informações aliadas ao conhecimento são poderosas fontes para abertura de novos mercados, redução de custos, agilidade nos processos, acesso a tecnologias, crédito, parcerias, negociações, dentre outros que facilitam e fortalecem as relações internas e externas das redes sociais (RODRIGUES, 2000).

Gráfico 10: Representação Gráfica da Rede Geral de Informação com Identificação dos Atores Centrais



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa

Outro aspecto observado, em relação às variáveis anteriores, ao se comparar as redes de apoio ou influência e amizade, observa-se que houve uma significativa diminuição do número de atores periféricos. Na rede de informação, os papéis sociais dos atores apontam para pessoas que detém conhecimento e confiança para

a Rede (consultor, ex-consultor, instrutor, parceiro, amigo e irmão). Acredita-se que o fato de haver redução do número de atores periféricos nesta rede, se deu em função da variável informação ser um elemento de extrema importância e subjetividade, ou seja, ou se confia ou não se confia, não existindo um meio termo para isto. Recorrer a um desses parceiros externos pressupõe, por parte de quem o demanda, que este indivíduo goza da confiança dos demais atores e é capaz de guardar algum segredo compartilhado ou dar uma informação valiosa, o que possibilita valor antecipado dentro da Rede. Isto indica que a rede de informação da RAME apresenta maior concentração internamente, muito embora, busque externamente as informações através destes especialistas.

O sociograma aponta para o resultado do posicionamento dos indivíduos centrais na rede de informação – rede geral. Os atores que obtiveram centralidade de grau de entrada (receptividade) maiores foram R4 (18.000) e R10 (17.000), destacados por uma elipse azul. Os dois atores, além de fundadores da RAME, ocupam cargos em sua diretoria, são lideranças respeitadas e prestigiadas na comunidade local, o que denota popularidade e prestígio, podendo influir para o aumento do número de ligações que outros atores estabelecem com eles.

Quanto à centralidade de grau de saída (expansividade), a medida apontou com destaque para os membros R4 (6.000), R10 (4.000) e R13 (4.000), circulado por uma elipse vermelho. O ator com maior expansividade é a coordenadora da RAME (R4). Outro aspecto apontado é que estes três associados da Rede são os que mais buscam informação nas suas relações, confirmando assim, a expansividade que eles têm com outros atores desta rede. A informação é distribuída entre os atores apontados, sendo disseminadas a partir destes.

No que se refere à centralidade de proximidade, representada pelo ator R10 (77.419), ou seja, aquele ator que está mais acessível aos demais atores (marcado por uma elipse verde). É importante destacar que este ator que apresenta maior grau de proximidade é a articuladora da RAME.

É importante destacar que ao longo da análise das outras variáveis, notou-se existir uma semelhança de valores entre os atores R4 e R10. Entretanto, na rede em

apreciação, essa semelhança de valores não ocorreu, o que assinala autonomia do ator R10 de acessar fontes de informação com várias pessoas da rede. O ator destacado apresenta um perfil de iniciativa e se lança à frente dos fatos, buscando obter informações que agreguem valor para a rede. Este mesmo ator costuma manter intercâmbio com instituições, celebração de parcerias e missões técnicas, divulgação da RAME no mercado interno e externo, proporcionando valiosas fontes de informação e negócios para a RAME.

Quanto à centralidade de intermediação, representados pelos atores R4 (21.286) e R10 (16.667), marcados por uma elipse amarelo, tratando-se dos atores que mais servem como ponte para os demais membros menos centrais. Novamente aqui, reaparecem as figuras da coordenadora e articuladora da Rede, que são no dia a dia, aquelas pessoas que realizam processos de intermediação entre os atores, fornecedores e clientes, representando para a Rede pessoas-chave.

Ainda de acordo com o sociograma analisado, os atores R4 (12.330), R10 (8.220) e R13 (8.220), destacados por uma elipse rosa, apresentam as maiores medidas de centralidade de Bonacich, o que denota os aspectos de prestígio e poder destes atores em relação aos demais, respectivamente tratando-se das pessoas que ocupam cargos na direção da RAME e no caso do ator R13, que responde pela gestão financeira da RAME.

5.3.3.2 Rede RAME

A medida de densidade trabalhada pelo *software* UCINET 6.0 apontou uma densidade de 28,83% na rede estudada, resultado considerado baixo, em comparação com a rede de apoio ou influência – rede RAME, que apontou mediana densidade de 53.3%, rede de amizade – rede RAME de 83,4% .

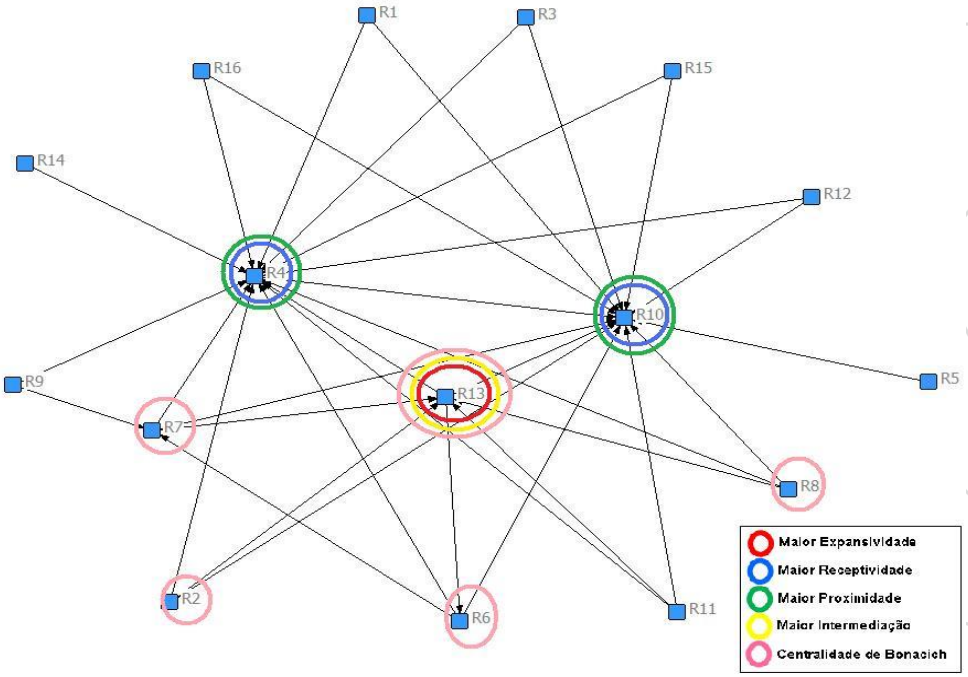
O nível de conectividade da rede de amizade – rede RAME apresenta valores tímidos, com 240 relações possíveis e 68 relações existentes, o que denota um baixo fluxo de informações circulando dentro da Rede (Gráfico 11).

Burt (1992) sugere que os benefícios da informação ocorrem de três formas: acesso, tempo e referências. Acesso se refere ao recebimento de uma informação

valiosa e em saber quem pode usá-la e identificar o papel das redes em prover um processo de seleção e distribuição eficiente de informação para os membros dessa rede. Dessa maneira, os laços da rede influenciam tanto o acesso às partes para a combinação e troca de conhecimento, quanto à antecipação do valor (a ser criado) através dessa troca. Tempo dos fluxos de informação diz respeito à habilidade dos contatos particulares em prover informação antes que essa informação se torne disponível a pessoas sem esses contatos. Isso pode muito bem aumentar o valor antecipado de tal informação. Referências são aqueles processos que provêm informação sobre oportunidades valiosas para pessoas ou atores em uma rede, consequentemente influenciando a oportunidade para combinar e trocar conhecimento.

Elas constituem um fluxo de informação não somente sobre as possibilidades, mas frequentemente incluem um aval sobre a reputação dos atores envolvidos – influenciando, desse modo, tanto o valor antecipado da combinação e troca, como a motivação para tal troca.

Gráfico 11: Representação Gráfica da Rede RAME de Informação com Identificação dos Atores Centrais



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa

O sociograma demonstra os atores que obtiveram centralidade de grau de entrada (receptividade) relevante. Os atores R4 (13.000) e R10 (13.000), destacados

por uma elipse azul, apresentam as maiores medidas do número de ligações que um ator recebe de outros, o que representa prestígio destes atores destacados perante os demais.

Já em relação à centralidade do grau de saída (expansividade), o ator R13 (4.000), destacado por uma elipse vermelha, atingindo o grau de centralidade de saída elevada, por indicar vários atores quando solicitado a indicar nomes daquelas pessoas que foram suas melhores fontes de informação sobre o que está ocorrendo no ramo de confecção e artesanato nos últimos seis meses.

O sociograma também aponta para os atores com maior centralidade de proximidade, representados pelos membros R10 (88.235) e o R4 (33.333), ou seja, aqueles atores que estão mais acessíveis aos demais, (marcados por uma elipse verde). É a capacidade que um indivíduo tem de acionar todas as outras pessoas da Rede. Segundo Marinho da Silva (2003) quanto mais central estiver o ator, mais próximo ele está dos outros e mais rapidamente interage com os demais atores.

Quanto à centralidade de intermediação, o ator que atingiu o maior valor, representado pelo ator R13 (3.810), destacado por uma elipse amarela, ou seja, aquele que se apresenta como ponte, intermediando ligações entre outros atores não adjacentes da Rede, para que possam se conectar através dele. Este ator detém autonomia e prestígio mediante os demais.

Quanto a centralidade de Bonacich, os atores R13 (6.822), R8 (5.117), R7 (5.117), R6 (5.117) e R2 (5.117), marcado por uma elipse rosa, apresentam as maiores medidas, levando em consideração não apenas o número de referências que um ator recebe de outros e também, o prestígio e poder destes atores em relação aos demais associados.

5.3.4 Rede de confiança

Observou-se um fato impar quando efetuada a pesquisa na Rede de Confiança – Rede Geral. Tal rede não apresentou a rede periférica, ou seja, os atores da RAME não citam nenhum ator externo. Acredita-se que uma das razões para que isto ocorresse é o fato do atributo confiança envolver profunda subjetividade, e

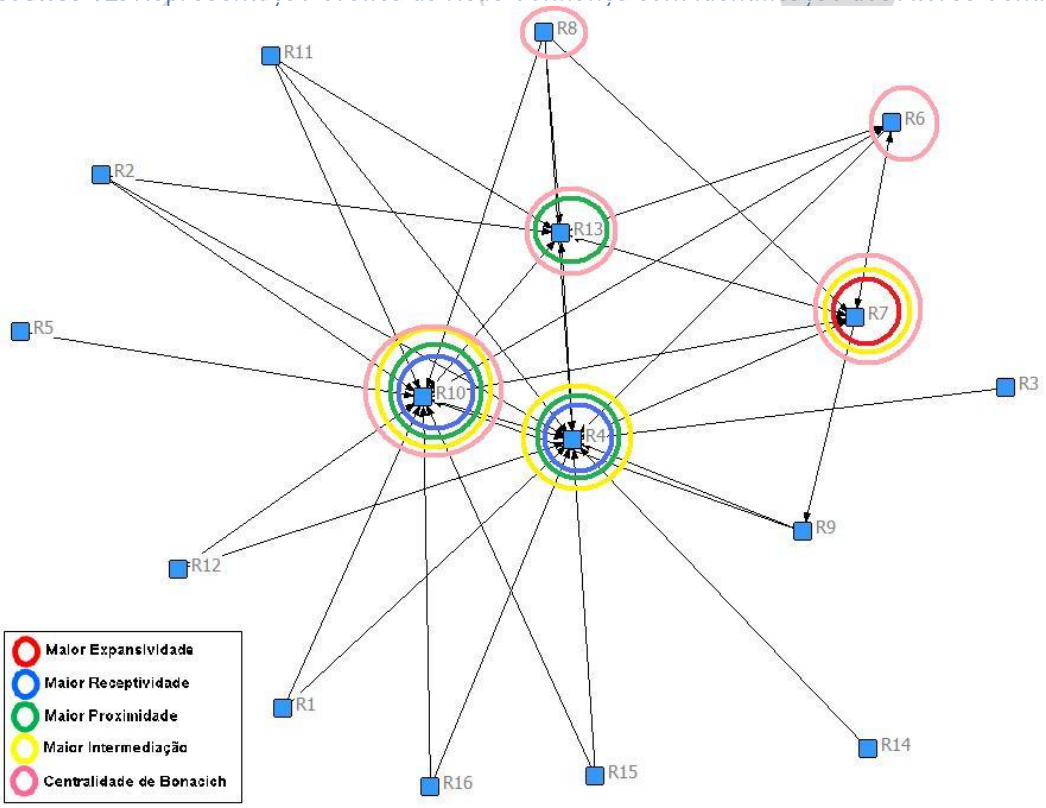
naturalmente, a alimentação deste processo, dá-se com pessoas com as quais o associado tenha laços de confiança estabelecidos e que sejam recíprocos, assim como uma conduta reputacional que fortaleça esses laços.

No questionário que abordou a variável confiança, os 16 associados da RAME, foram solicitados a citar os nomes das pessoas que têm sido fonte honesta de ajuda em seus projetos profissionais e com as quais ele se sente apto a assumir riscos sem temer consequências negativas. A abordagem deste questionário está nos associados da RAME, nos quais ele pode confiar, tendo como base os últimos seis meses. O espaço para listagem dos nomes era de 21 linhas.

Observando-se o sociograma da estrutura da rede de confiança – rede RAME, onde são demonstrados pelos quadrados, de cor azul, os membros internos da Rede. Nesta rede em apreciação, não existem sub-redes e todos os atores estão, por um ou mais, interligados (Gráfico 11).

O *software* UCINET 6.0 realizou o cálculo da medida de densidade, apontando para um resultado de 35,83% na rede de confiança – rede RAME, considerado como uma densidade razoável; a rede de apoio ou influência – Rede RAME apresentou 53,3%; rede de amizade – Rede RAME 83,4% e rede de informação – rede RAME, que apresentou a menor densidade de todas as redes pesquisadas, ou seja, 28,83%. Denomina-se a isto o fato de ser o atributo confiança algo restrito às pessoas que detém laços fortes, reciprocidade, respeito mútuo.

Gráfico 12: Representação Gráfica da Rede Confiança com Identificação dos Atores Centrais



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa

O sociograma acima aponta os atores que obtiveram centralidade de grau de entrada (receptividade) relevante e estão destacados por uma elipse azul, sendo os atores R4 (14.000) e R10 (13.000), que atingiram a pontuação máxima, ou seja, maior receptividade, indicando seu prestígio e reconhecimento dos demais associados como fonte de confiança. É interessante notar que, assim como na rede de apoio ou influência, na rede de amizade e informação, os associados que apresentaram maior centralidade de grau de entrada têm se repetido na variável confiança. Isto representa que estes atores são tidos, pelos demais integrantes da RAME, como apoiadores importantes para o desenvolvimento da Rede, quanto amigos, fontes de informação e confiáveis.

Já em relação à centralidade do grau de saída (expansividade), o ator R7 (5.000), apresentando maior expansividade, destacado por uma elipse de cor vermelha. O ator em destaque foi considerado pelos demais associados como uma importante fonte de confiança para a Rede. Esta evidência pode revelar que este ator goza da credibilidade dos demais associados e possui uma conduta reputacional que

o destaca dentre os demais atores. O ator R7 possui menos dependência dos demais atores e é capaz de obter maior recurso e poder da Rede. Para Hanneman (2001), atores que possuem maior número de laços com outros podem ter vantagens nas suas posições, dado ao fato de terem muitos laços, o que os possibilita satisfazer suas necessidades, tornando-os menos dependentes de outros atores. Ademais, são muitas vezes os terceiros e negociadores nas trocas entre outros e são capazes de se beneficiarem desta corretagem. Atores que possuem elevada centralidade de grau de saída são chamados de "influentes".

Quanto à centralidade de proximidade, representados pelos associados R4 (93.750), R10 (88.235) e R13 (65.217), ou seja, aqueles atores que estão mais acessíveis aos demais, marcados por uma elipse verde. Mede-se a centralidade de proximidade de um ator pelo número mínimo de passos que o mesmo deve realizar para entrar em contato ou para ser contatado por outros associados da Rede. Quanto mais central for um ator, mais próximo ele está dos outros e mais rapidamente interage com os demais. (MARINHO DA SILVA, 2003).

Conforme a centralidade de intermediação, os atores que atingiram maior valor, representados pelo R10 (9.841), R4 (8.730) e R7 (7.302), destacados por uma elipse amarela. Estes atores são aqueles que mais servem como ponte para os demais membros não adjacentes da Rede, para que possam se conectar através deles. Mencionados atores detêm poder.

De acordo ainda com o sociograma, na centralidade de Bonacich, os atores R7 (6.786), R6 (5.428), R8 (5.428), R10 (5.428) e R13 (5.428), assinalados por uma elipse rosa, apresentam as maiores medidas de centralidade de Bonacich, o que denota os aspectos de prestígio e poder destes atores em relação aos demais associados. O ator que apresentou a maior pontuação foi o R7. Acredita-se que este ator recebeu maior destaque em virtude de ser a pessoa responsável pela gestão de vendas da Rede.

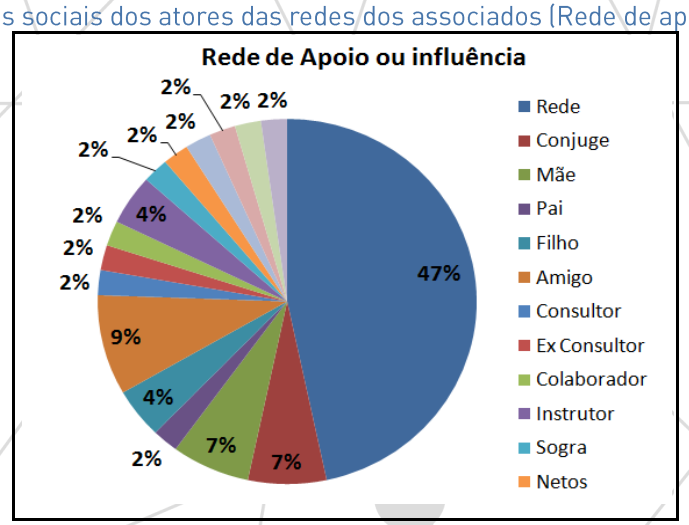
5.4 Dimensão relacional

Os resultados apresentados nesta dimensão foram estudados sob quatro perspectivas, contempladas na fundamentação teórica: papéis, conteúdo transacionado, sentido do fluxo, frequência e duração do contato. Inicialmente, serão apresentados os dados da Rede Geral, seguidos dos da Rede RAME.

5.4.1 Papéis

Tomando como base os papéis dos 45 atores citados pelos empresários na Rede de Apoio ou Influência (Gráfico 13), verificou-se que 47% das citações são relacionadas a associados da Rede RAME e 51% são relacionadas a pessoas externas à mesma. Os papéis sociais de maior destaque executados pelos atores que compõem a Rede de Apoio ou Influência são: Rede RAME (47%), amigo (9%), cônjuge (7%), mãe (7%), filho (4%), instrutor (4%), ex-consultor (2%), consultor (2%), colaborador (2%), sogra (2%), netos (2%) e pai (2%).

Gráfico 13: Papéis sociais dos atores das redes dos associados (Rede de apoio ou influência).

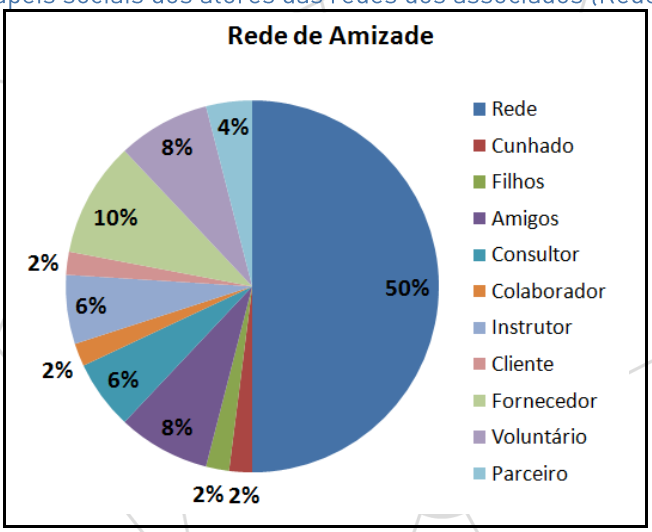


Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa

Analisando-se os papéis dos 50 atores citados pelos empresários na Rede de Amizade, constatou-se que 50% das citações se referem aos associados da Rede RAME e 50% a pessoas externas à mesma. Os papéis sociais de maior destaque executados pelos atores que compõem a Rede de Amizade são: Rede RAME (50%),

fornecedor (10%), amigos (8%), voluntário (8%), consultor (6%), instrutor (6%), parceiro (4%), cunhado (2%), filhos (2%), colaborador (2%) e cliente (2%) (Gráfico 14).

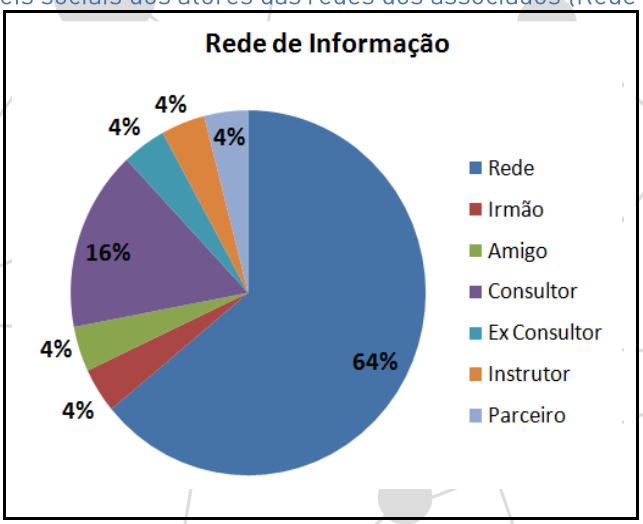
Gráfico 14: Papéis sociais dos atores das redes dos associados (Rede de amizade).



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa

No que tange à Rede de Informação, dos 26 atores citado pelos empresários, 16 citações foram relacionadas a associados da Rede RAME e as demais, em número de 10 citações, a pessoas externas à mesma. Os papéis sociais de maior destaque executados pelos atores que compõem a rede de Informação dos empresários são: Rede RAME (64%), consultor (16%), irmão (4%), amigo (4%), ex-consultor (4%), instrutor (4%) e parceiro (4%) (Gráfico 15).

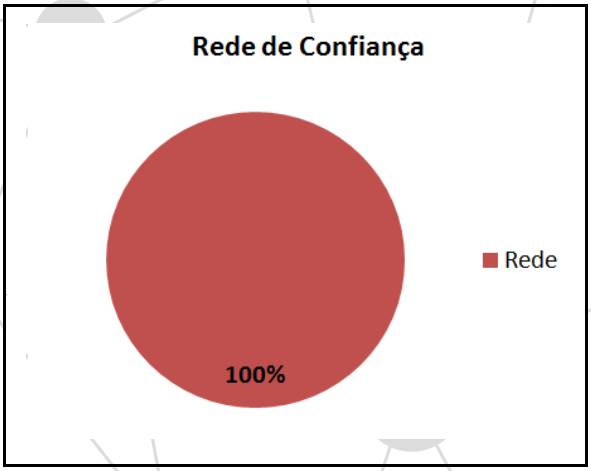
Gráfico 15: Papéis sociais dos atores das redes dos associados (Rede de informação).



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa

Por fim, ao se analisar a Rede de Confiança, os papéis dos 16 atores citados pelos empresários, apontaram em 100% para membros da Rede RAME, o que denota a coesão do elemento confiança exclusivamente entre os atores da Rede (Gráfico 16).

Gráfico 16: Papéis sociais dos atores das redes dos associados (Rede de informação).



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa

Após a análise geral dos dados verificou-se que os integrantes da Rede RAME ocupam papel significativo nas quatro redes, ou seja, são importantes como apoiadores ou influenciadores do empreendimento, como amigos, como fontes de informação e como pessoas confiáveis ao empreendimento. Os consultores (24% das citações) ocupam o primeiro lugar nas redes sociais dos empresários (Apoio ou Influência, Informação e Amizade), seguidos dos amigos (21% das citações) ocupando o segundo lugar e dos instrutores (14% das citações) em terceiro.

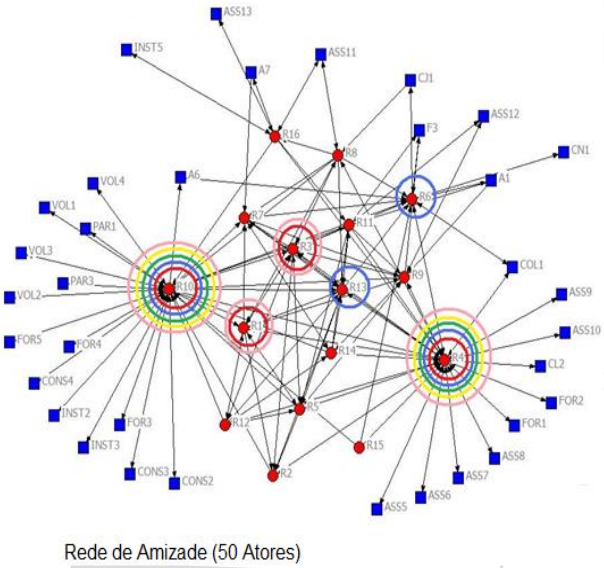
Destaca-se a importância dos consultores do SEBRAE/CE, instituição que deu suporte à criação da RAME, impulsionando o empreendimento dos associados, principalmente na Rede Informação (16%). Na Rede de Amizade, os amigos (8% das citações) recebem maior destaque, sendo possível perceber o vínculo de amizade que se estabelece entre os atores da mencionada rede. Ao se analisar a Rede de Confiança observou-se que todas as citações se deram em relação aos integrantes da RAME (100%), destacando-se aqui os papéis de amigos, cônjuges, sócios e parentes.

A próxima sessão contemplará os conteúdos transacionados, que são os elementos materiais e não materiais, trocados entre dois atores em uma relação particular.

5.4.2 Conteúdos transacionados

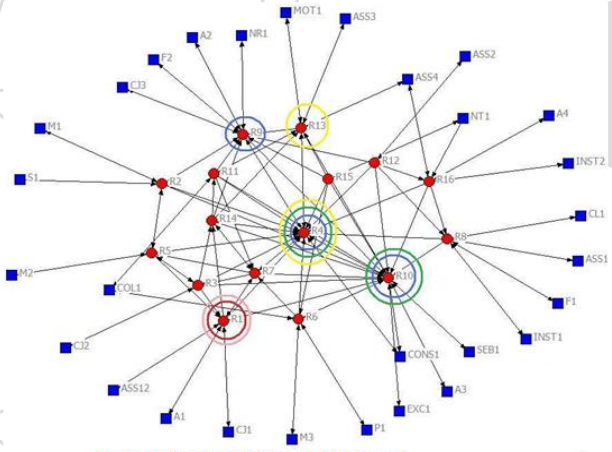
Para a construção das redes específicas de Apoio ou Influência, Amizade, Informação e Confiança, fez-se necessário que os respondentes preenchessem quatro diferentes questionários, gerando as quatro redes citadas acima. Inicialmente, são analisadas estas variáveis na Rede Geral. Observou-se pelo gráfico 17, que a Rede de Amizade se apresenta como a maior delas, com 50 atores, seguida pela rede de Apoio ou Influência, com 45 atores (gráfico 18), pela Rede de Informação, com 26 atores (gráfico 19) e, por fim, a Rede de Confiança, com 16 atores (gráfico 20).

Gráfico 17: Representação gráfica comparativa entre as redes de Apoio ou Influência da REDE GERAL.



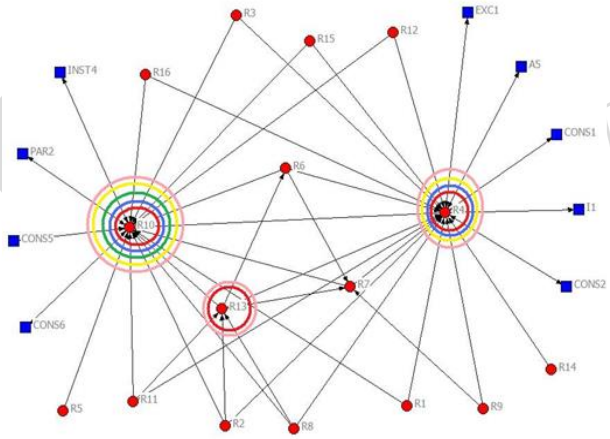
Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa.

Gráfico 18: Representação gráfica comparativa entre as redes de Amizade da REDE GERAL.



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa.

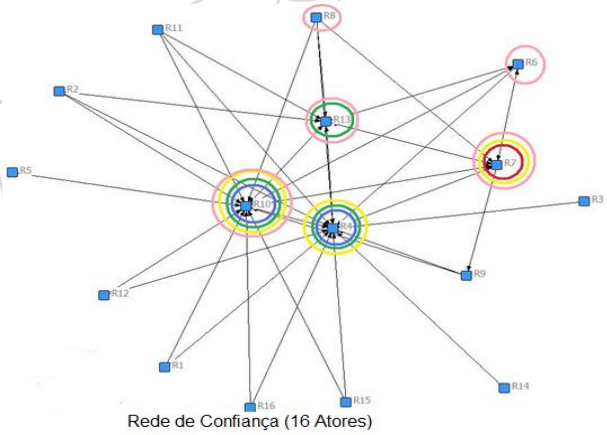
Gráfico 19: Representação gráfica comparativa entre as redes Informação da REDE GERAL.



Rede de Informação (25 atores)

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa.

Gráfico 20: Representação gráfica comparativa entre as redes de Confiança da REDE GERAL.

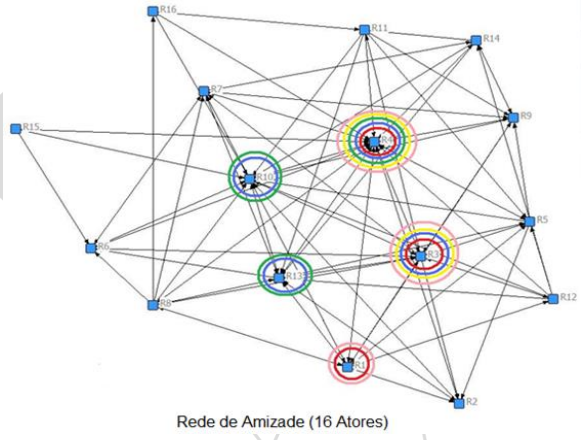


Rede de Confiança (16 Atores)

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa.

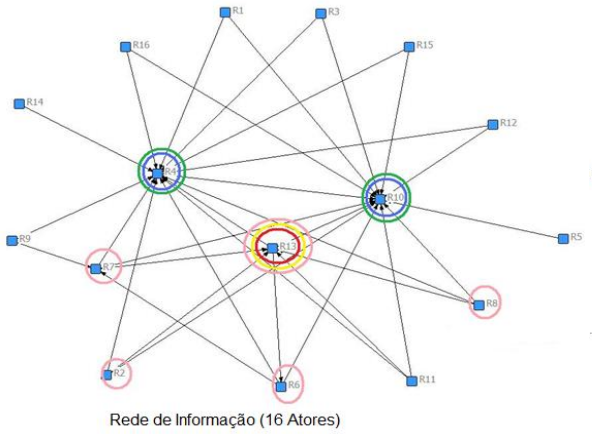
Este resultado confere com os achados por Dilly (2009), que pesquisou as relações no contexto da empresa AutoRede. A autora foi a pioneira ao introduzir nos estudos sobre Análise de Redes Sociais (ARS), a rede de Apoio ou Influência, também utilizada na presente pesquisa científica. Entretanto, ao comparar os estudos, observou-se uma diferenciação na disposição das redes sociais analisadas. Dilly (2009) identificou a Rede de Amizade em primeiro lugar (Gráfico 21), seguida da Rede de Informação, em segundo lugar (Gráfico 22), da Rede de Apoio ou Influência em terceiro (Gráfico 23), e da Rede de Confiança em quarta colocação (Gráfico 24). No estudo em questão, a rede de Amizade está em primeiro lugar, seguida de Apoio ou Influência, da Rede de Informação em terceiro lugar e da rede de Amizade em quarta colocação, confirmando o contexto e as circunstâncias como fatores que influenciam a disposição dos resultados encontrados.

Gráfico 21: Representação gráfica comparativa entre as redes de amizade da Rede RAME.



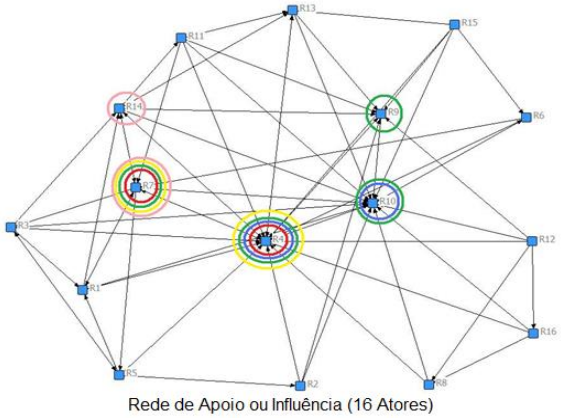
Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa.

Gráfico 22: Representação gráfica comparativa entre as redes de informação da Rede RAME.



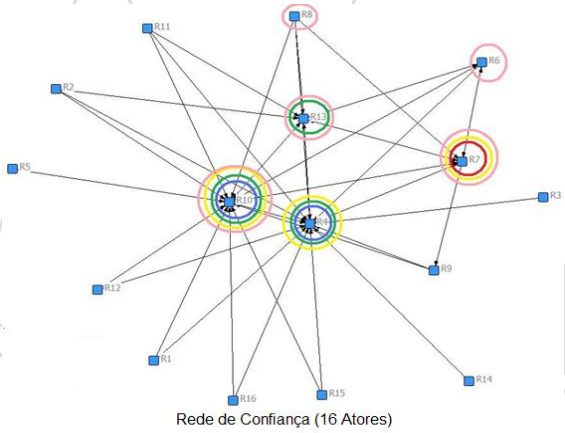
Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa.

Gráfico 23: Representação gráfica comparativa entre as redes de Apoio ou influência, da Rede RAME.



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa.

Gráfico 24: Representação gráfica comparativa entre as redes de Confiança da Rede RAME.



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa.

Ao se considerar apenas as relações da Rede RAME é possível observar nos gráficos acima que o tamanho da rede não é relevante, merecendo destaque o número de relações estabelecidas entre os atores da Rede em relação a cada um dos conteúdos específicos transacionados.

Constatou-se que o conteúdo mais transacionado pelos atores da Rede RAME foi a Amizade, com 50 relações estabelecidas, seguida da Rede de Apoio ou Influência, com 45 relações, seguida da Informação, com 26 relações e por último, a de Confiança, com 16 relações estabelecidas.

Observando-se as quatro variáveis apresentadas, constatou-se que a confiança é o conteúdo menos transacionado nas relações da Rede RAME, apontando para a coesão deste elemento, ou seja, dados de natureza financeira, informação quanto a entrada e/ou saída de atores da Rede são mantidas em sigilo. A informação é resguardada ao seleto grupo que atingiu tal nível de confiança.

Kuipers (1999) faz referência ao fato da confiança ser o conteúdo menos transacionado nas pesquisas existentes, pois encontrar pares com os quais um ator esteja disposto a assumir riscos leva mais tempo e atenção.

Prosseguindo com a análise dos conteúdos transacionados, esta pesquisa aponta que a rede de Confiança é menor que a de Informação, seguida de Apoio ou Influência e Amizade. De acordo com Dilly (2009), a baixa densidade de Confiança encontrada nas redes pode apontar para dificuldades de estabelecimento de relações mais proveitosas de cooperação. Resgatando a dimensão Estrutural do capital social, observou-se no que se refere à densidade de confiança, a Rede RAME apresentou densidade de 35,83%, sendo um valor relativamente baixo, podendo se enquadrar dentro do contexto formulado por Dilly (2009).

Os resultados apontam que os atores têm se utilizado pouco das relações da Rede RAME. A rede com maior densidade é a de Amizade, com 83,4% das relações possíveis realizadas, mostrando um significativo potencial para incremento de todas as variáveis analisadas. Apesar dos atores se reunirem mensalmente, ainda assim, apresenta densidade baixa das redes, principalmente a de Informação e Confiança.

5.4.3 Sentido do Fluxo

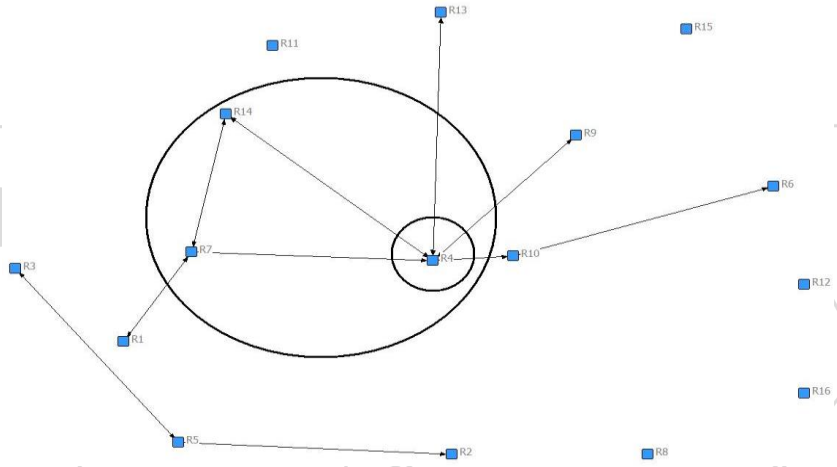
Conforme citado anteriormente, o sentido do fluxo corresponde ao sentido no qual os elementos transacionados se movimentam, apresentando simetria (reciprocidade) ou assimetria (não reciprocidade). Quando existe simetria, cada par tem a expectativa de que as transações serão respeitadas por ambos os atores. Quando não existe simetria, esta expectativa não esta presente ou é menor (MARINHO DA SILVA, 2003).

Com o intuito de analisar o sentido do fluxo, identificando as relações simétricas foram somente considerados os atores da Rede RAME, já que os 16 atores-chave foram os respondentes dos questionários. Por conseguinte, os atores periféricos foram excluídos da rede simetrizada, não tendo sido aplicados os questionários aos mesmos.

Para alcançar os dados, a matriz de adjacência foi simetrizada pelos mínimos, ou seja, se um dos atores não sinaliza a existência da relação, sendo ela unidirecional, a relação é excluída da matriz. As relações simetrizadas sinalizam para a existência de reciprocidade nas relações, caracterizando-se como bidirecional.

De acordo com Régis (2005), a simetrização pelos mínimos é considerada uma medida qualitativa da relação, devido ao fato de que se dois atores citam-se mutuamente é um sinalizador de que esta relação é forte. A primeira matriz simetrizada, apontada no gráfico 25, é a da Rede de Apoio ou Influência.

Gráfico 25: Rede de Apoio ou Influência dos associados simetrizada pelos mínimos



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa, 2010.

Observa-se que dos 16 atores pesquisados apenas 05 deles (R08, R11, R12, R15 e R16) representam um descolamento de 31,25% dos associados, denotando uma alta coesão da rede RAME. Considera-se ainda a existência de 02 subgrupos que se apresentam dependentes e conectados, representando relações recíprocas entre os atores envolvidos. O primeiro formado por R3, R2, R5; o segundo formado pelos atores R14, R7, R4, R13, R9, R10 e R6; dentro deste subgrupo pode-se observar na figura que 3 de seus membros (R07, R04 e R14) estão fortemente vinculados,

tratando-se respectivamente do cônjuge, esposa (sendo esta também coordenadora da RAME) e sua irmã.

Acredita-se que tal vínculo pode ser explicado pelo uso, ainda cedo, do capital social que indica a importância do mesmo para o indivíduo, tratando-se do conjunto de recursos inerentes em relações familiares e em organizações sociais comunitárias úteis para o desenvolvimento (LOURY, 1977).

É possível visualizar ainda na figura a relação de dependência existente, formada por R01, R06, R09, R10 e R13 que mantêm dependência com R04, em virtude de ser esta a pessoa à qual as demais redes costumam se reportar, para tratar de consultas ligadas à RAME, tornando-se uma pessoa de referência para o grupo.

O outro subgrupo, constituído por R02, R03 e R05 encontra-se totalmente independente e desconectado, o que se atribui tratar-se de integrantes mais novos nos quadros da RAME e as relações de vínculos ainda estarem sendo construídas.

Traçando um comparativo entre as dimensões Estruturais e Relacionais do capital social, na rede de Apoio ou Influência, no que tange aos atores centrais daquela, observa-se a permanência de atores comuns, representados pelas redes R04, R07 e R14, confirmando a teoria ao tratar sobre laços fortes e simétricos frequentemente associados com o desenvolvimento de relacionamentos afetivos (tanto positivos como negativos) podem, por sua vez, influenciar a motivação dos indivíduos para engajarem-se em uma interação social e, desse modo, troca de conhecimento (KRACKHARDT, 1992; LAWLER & YOON, 1996).

Dando continuidade ao estudo, analisou-se a simetrização da matriz da rede de Amizade, como pode ser observado no gráfico 24. Denota-se aqui o descolamento de 03 dos 16 integrantes da Rede RAME, correspondendo às redes R11, R15, e R16, representando 18,75% dos associados, apontando para uma baixa coesão da Rede RAME.

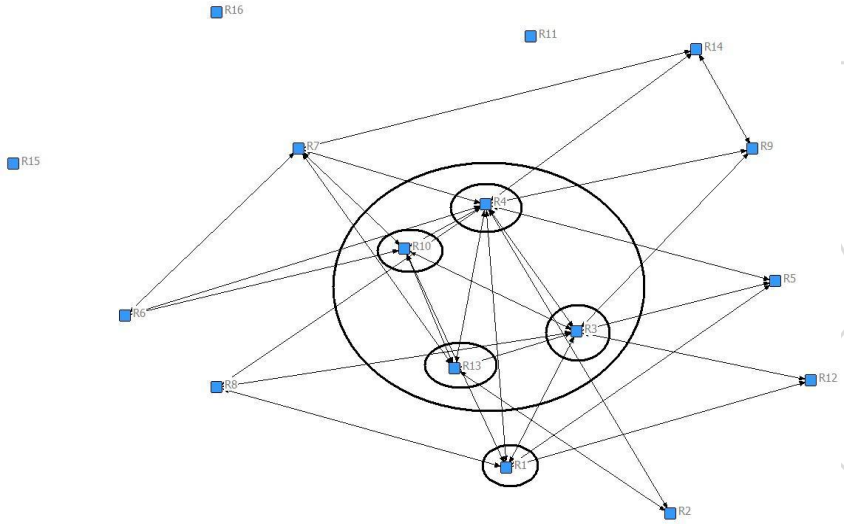
Existe um único grupo, constituído pelas redes R01, R02, R03, R04, R05, R06, R07, R08, R09, R10, R12, R13 e R14, que se apresenta de forma dependente e conectado, sinalizando a existência de relações recíprocas entre os atores

envolvidos. Tal vínculo é representado pelos atores R01, R03, R04, R10 e R13 (circulados por uma elipse preta pequena), cujos demais atores, mantêm relação de dependência.

Estabelecendo um comparativo entre as dimensões Estruturais e Relacionais do capital social, na rede de Amizade, no que tange aos atores centrais de ambas, observa-se a presença das mesmas redes, representados por R01, R03, R04, R10 e R13.

Segundo Bourdieu (1986), a proposta central da teoria do capital social é que as redes de relacionamento constituem um recurso precioso para a condução de assuntos sociais, provendo seus membros com "o capital de posse comunitária, uma credencial que os intitula crédito, nos vários sentidos da palavra". Muito desse capital está embutido dentro das redes de mútuo conhecimento e reconhecimento, por exemplo, identifica as obrigações duráveis que surgem dos sentimentos de gratidão, respeito e amizade ou dos direitos institucionalmente garantidos derivados da qualidade de se pertencer a uma família, uma classe ou uma escola.

Gráfico 26: Rede de Amizade dos associados simetrizada pelos mínimos



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa, 2010.

Concluída a simetrização das redes de Amizade, foi simetrizada a rede de Informação, como pode ser analisada no gráfico 26. Aqui, observa-se o descolamento de 09 dos 16 integrantes da rede, correspondendo a 56,25% dos associados, representados pelas redes R02, R05, R08, R09, R11, R12, R14, R15 e R16. Infere-se que a rede analisada está menos coesa do que nas variáveis anteriores.

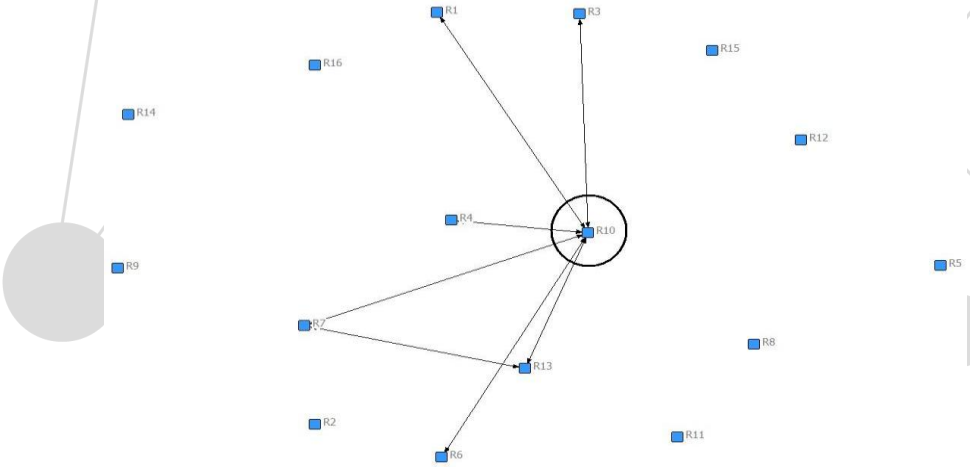
É possível notar a presença de um grupo totalmente dependente e conectado. A forte presença da R10 é destacada por uma elipse de cor preta. Trata-se de um membro da diretoria da RAME, sua articuladora, que mantém muitos contatos e capta parcerias, buscando informações junto a consultores e demais parceiros. A R10 goza de prestígio e confiança, o que a permite ter fácil acesso aos parceiros e à Rede RAME.

Como citado anteriormente, Burt (1992) salienta que o capital social constitui uma valiosa fonte de benefícios de informação, 'quem você conhece' afeta 'o que você sabe'. A R10, por ter uma forte articulação externa, possibilitou, através de sua rede de contatos, obter informações e articular parcerias estratégicas, capazes de possibilitar o desenvolvimento e o crescimento da RAME.

A R10 é um ator de destaque na Associação e recebe por parte dos demais membros um aval reputacional para representá-los externamente no mercado, o que traz forte influência e possibilita oportunidades para combinar e trocar conhecimentos com os parceiros da RAME.

Estabelecendo um comparativo entre a dimensão Estrutural e Relacional do capital social, na rede de Informação, no que tange aos atores centrais da mesma, observa-se a presença das redes R04, R06, R07, R10 e R13, denotando que estas redes fortalecem o processo de busca e de circulação interna de informação na RAME.

Gráfico 27: Rede de Informação dos associados simetrizada pelos mínimos



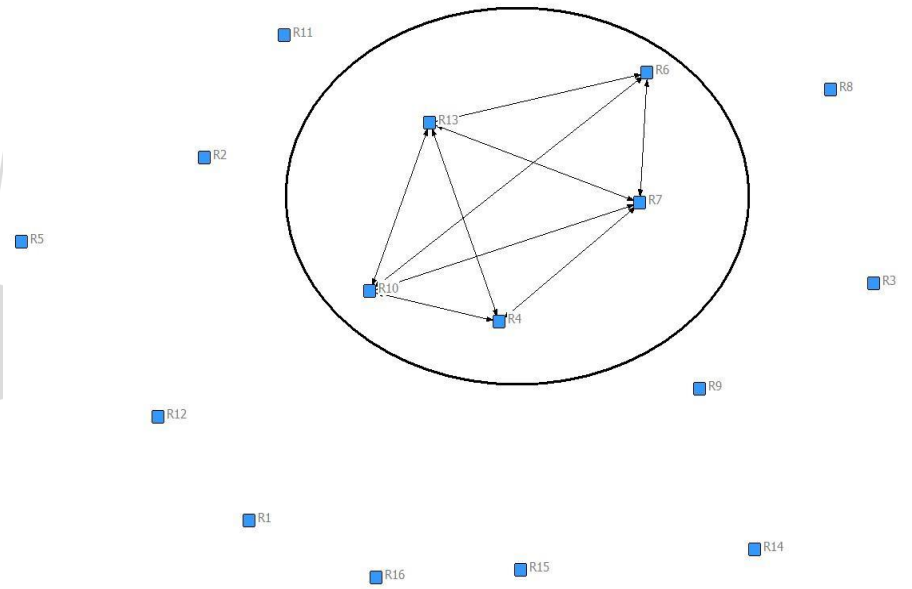
Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa, 2010.

Por último, foi simetrizada a rede de Confiança, apresentada no gráfico 27. Denota-se aqui o deslocamento de 11 dos 16 integrantes da Rede RAME, correspondendo um descolamento de 68,75% dos associados. É possível perceber a coesão do elemento confiança entre as redes R04, R06, R07, R10 e R13. Os atores em destaque tratam-se de 02 membros pertencentes à diretoria (R04 e R10), 01 membro da área financeira (R13) e R06 e R07, respectivamente, cônjuges de R10 e R4, corroborando para a teoria de Nahapiet e Ghoshal (1998), ao afirmarem sobre a chamada organização apropriável.

Segundo as autoras, o capital social desenvolvido em um contexto, tal como laços, normas e confiança, pode frequentemente (mas não sempre) ser transferido de um cenário a outro, influenciando assim os padrões de troca social. Exemplos incluem a transferência de confiança da família e afiliações religiosas e a situações de trabalho, o desenvolvimento de relacionamentos pessoais em trocas de negócios e a agregação de capital social dos indivíduos pelo capital social das organizações, o que se acredita, ter-se replicado na rede em apreciação.

Traçando um comparativo entre as dimensões: Estrutural e Relacional do capital social na rede de Confiança, no que tange aos atores centrais das mesmas. Observa-se em ambas as dimensões a presença das redes R04, R06, R07, R10 e R13, conforme gráfico 28, abaixo.

Gráfico 28: Rede de Confiança dos associados simetrizada pelos mínimos



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa, 2010.

5.4.4. Frequência de Interação e duração do contato

A coleta de dados, através dos questionários possibilitou um apanhado de informações que permitiu a análise qualitativa das relações: a frequência e a proximidade.

Na 5ª coluna do quadro de respostas de cada questionário, os atores responderam considerando o número na escala dada, aquela que melhor especifica com que frequência este ator interage ou interagiu com os demais associados. Na 6ª coluna, os atores responderam considerando o número na escala oferecida, aquela que melhor especifica com que frequência o empreendimento requer ou requereu a interação com os demais associados. Por fim, na 7ª coluna, os associados responderam o número na escala que melhor especifica o seu grau de aproximação com os demais associados.

Ao se proceder à análise das relações de amizade da rede geral, considerando a frequência da interação, resulta que a maioria dos associados interage várias vezes ao dia com os atores especificados, representando esta frequência 72,1% das interações.

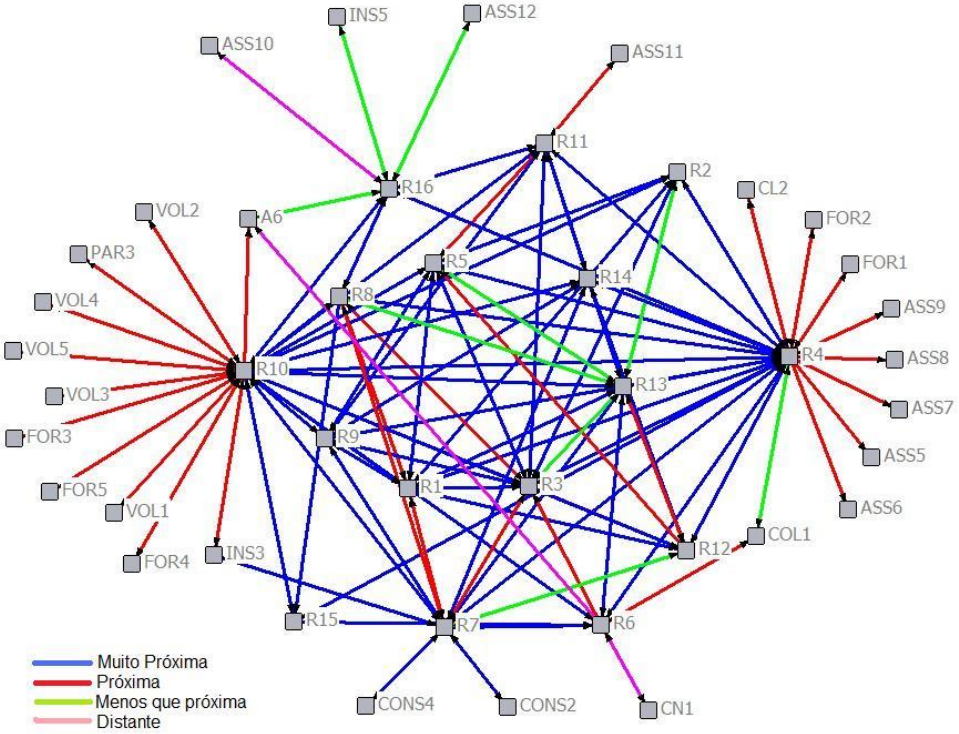
Em se tratando da frequência com que o empreendimento requer que a interação aconteça, a maior parte dos associados interage também inúmeras vezes no decorrer do dia com os atores especificados, correspondendo a 65,1% das interações.

Diante ao exposto pode-se observar que a RAME possui uma frequência de relações relativamente alta, denotando uma interação satisfatória entre os atores, os mesmos podem recorrer sempre que possível aos demais, o que se observa e se explica no gráfico 29 (página seguinte), que avalia a proximidade entre os atores.

Quanto à intensidade dos laços, denota-se que os atores estão ligados principalmente por relações fortes, qual seja muito próxima e próxima, como se denota no gráfico 29 (página seguinte). Tal relação ocorre principalmente entre os atores da Rede RAME e os parceiros citados pelos mesmos, situados externamente à

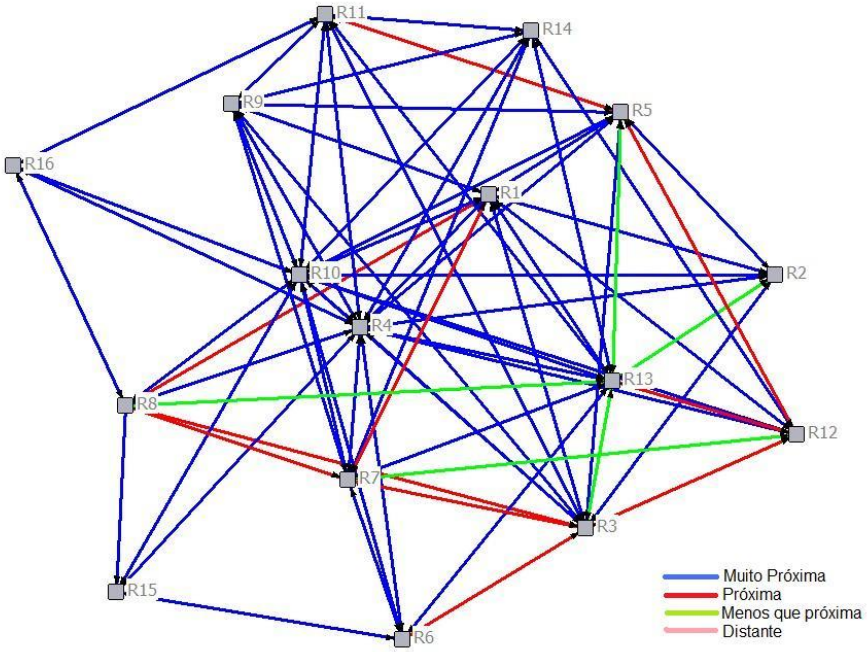
Rede RAME. Considerando os números absolutos, 74,9% aparecem como muito próximo e 14,8% como próximo.

Gráfico 29: Configuração da Rede de amizade- GERAL com intensidade dos laços.



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa, 2010.

Gráfico 30: Configuração da rede de amizade – RAME, com intensidade dos laços.



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa, 2010.

A intensidade dos laços, relacionada à configuração da rede de amizade entre os associados RAME, demonstra que os atores estão ligados principalmente por relações fortes, qual seja muito próxima e próxima, como se depreende do gráfico 30, considerando os números absolutos, 74,9% aparecem como muito próximo e 14,8% como próximo.

Considerando a frequência com que o empreendimento requer que a interação aconteça, a maioria dos atores, interage várias vezes no decorrer da semana, com os demais atores da rede, ou seja, 83% das interações se dão por ocasião da produção conjunta e das reuniões da RAME. Outros 14% dos associados interagem entre si algumas vezes no decorrer da semana, indicando que os mesmos mantêm contato além das reuniões mensais.

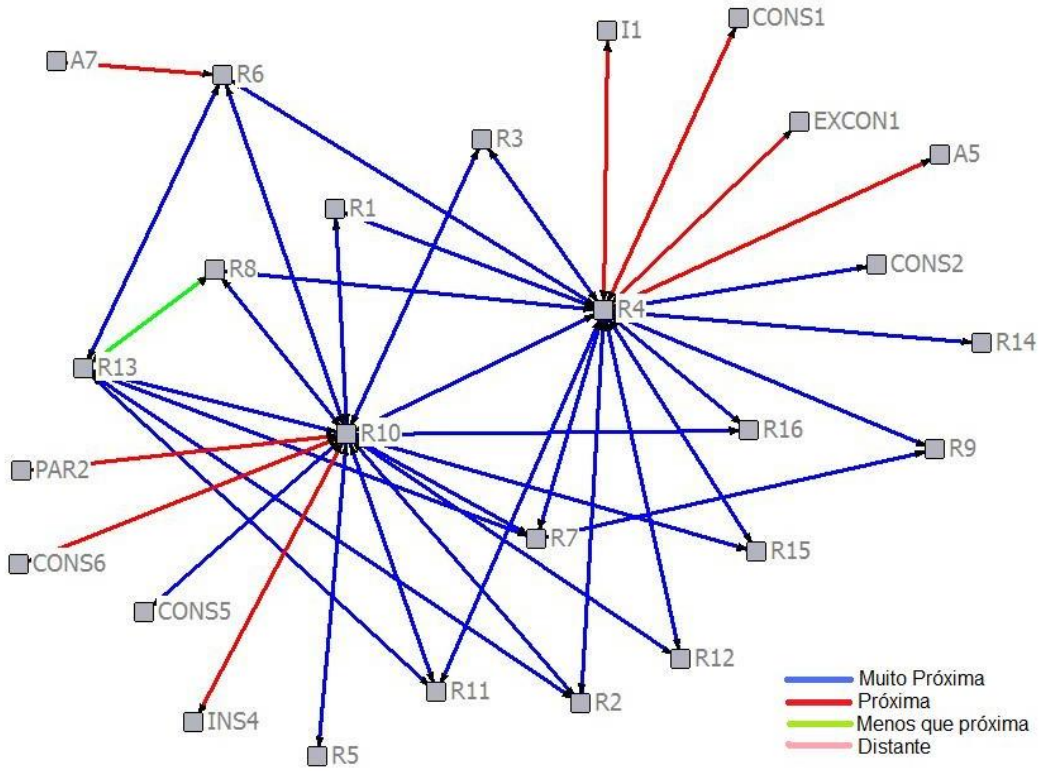
Ao se analisar a intensidade dos laços, percebeu-se que os associados estão ligados principalmente por relações fortes, sendo 99,9% muito próximas e 0,1% menos que próximas, correspondendo a 100% dos laços existentes.

Quanto à análise da relação de informação da rede Geral, considerando a frequência da interação, denota-se que a maior parte dos associados interage várias vezes por dia com os atores citados, representando esta frequência 72,1% das interações, seguidas por algumas vezes durante a semana, com 11,1% das frequências das interações e algumas vezes por mês, com 6,2%. Denota-se que a frequência com que o empreendimento requer que a interação aconteça, a maioria dos associados interage várias vezes por dia em sua grande maioria, representando 70,3% das interações, seguida de algumas vezes no decorrer da semana, com 12% das interações e 2,3% menos que uma vez por mês.

Quando se analisa a intensidade dos laços, percebe-se que os associados estão ligados com os atores que são suas fontes de informação, principalmente através de relações fortes, ou seja, próximas ou muito próximas, o que pode ser observado no gráfico 31, onde 77,5% dos laços foram respondidos como muito próximos e 22% como próximos. Em conformidade com estes dados é possível perceber que, apesar das ligações ocorrerem através de relações fortes, estes laços são menos próximos do que os laços da rede de amizade. Isto pode ser explicado se

considerados os papéis sociais dos atores citados nestas duas variáveis. Na rede de Amizade, são importantes, além dos integrantes da Rede RAME, os amigos e consultores. No que tange à rede de Informação, são relevantes os amigos, consultores e instrutores, o que possivelmente denota uma relação mais profissional do que pessoal.

Gráfico 31: Configuração da rede de informação - GERAL com intensidade dos laços.



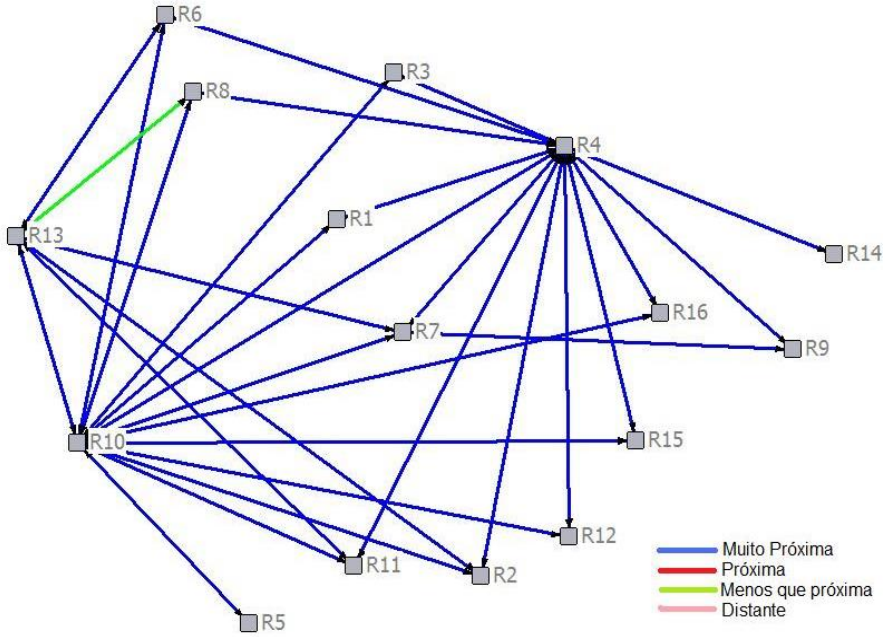
Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa, 2010.

Quanto se observa as relações de Informação da rede dos associados, considerando a frequência de interação, tem-se que a maior parte dos associados interage entre si várias vezes por dia, representando esta frequência 68,8% das interações. São dados semelhantes àqueles obtidos na rede de Amizade e, quando comparados aos dados da Rede Geral, é possível constatar que os associados interagem mais frequentemente entre si do que com os atores externos à Rede RAME.

Quanto à frequência com que o empreendimento necessita que a interação ocorra, a maioria dos empresários também interage várias vezes por dia com os demais associados, onde 44,5% apontam que este percentual, um valor relativamente menor do que nas outras redes, o que possivelmente representa duas

situações: uma de que os associados não trocam ideias em todas as reuniões da RAME, deixando de compartilhar aquelas informações que os atores deveriam discutir ou ainda, que os associados não frequentam todas as reuniões.

Gráfico 32: Configuração da rede de informação – RAME, com intensidade dos laços.



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa, 2010.

Analisando a intensidade dos laços (gráfico 32) observa-se que os empresários estão ligados principalmente através de relações fortes, onde 97,8% são muito próximas e 2,2% menos que próxima, o que representa uma proximidade superior ao detectado na rede de Amizade. Neste sentido, tal achado é interessante analisar, em virtude dos laços de amizade serem mais próximos que os relacionados ao negócio, dada a aproximação da vizinhança entre os atores, pois a maioria dos integrantes da RAME residem no mesmo bairro e já se conhecem há muito tempo e os outros, em sua minoria, residem em bairros adjacentes.

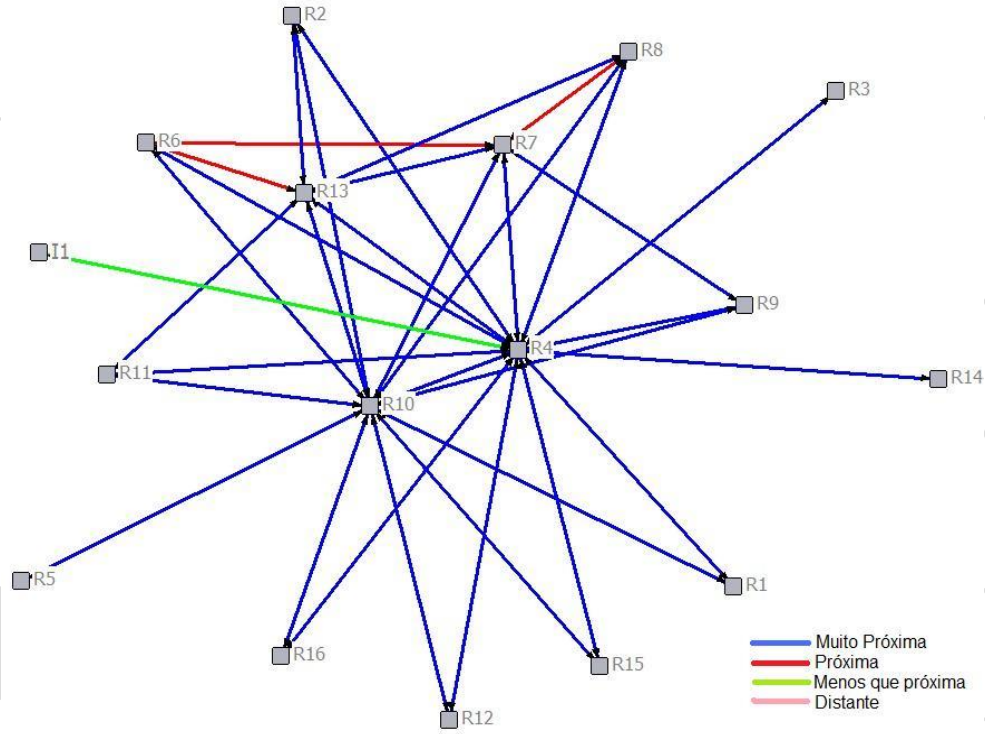
Finalmente, foram apreciadas as relações de confiança da rede Geral, que considerando a frequência da interação é possível observar que a maioria dos integrantes interage várias vezes ao dia com as pessoas de sua confiança, o que corresponde a uma frequência de 90% das interações, seguida de uma vez por semana, com 6% de frequência das interações. Ao estabelecermos um comparativo com os papéis sociais mais destacados na rede de confiança, denota-se que além

dos familiares, os amigos são outra categoria de maior vínculo surgida nesta rede, sendo os atores R4, R7 e R13, respectivamente, cônjuges e filha e amigos de R6 e R10, tratando-se também de cônjuges, correspondendo assim, a predominância dos vínculos citados acima.

Em apreciação quanto à frequência com que o negócio requer que a interação se dê, a maioria dos empresários interage várias vezes por dia com as pessoas que lhe são confiáveis, representando 82,2% das interações, seguida de uma vez ao dia, com 8,9% das interações.

No que concerne à intensidade dos laços, denota-se que os atores estão ligados aos demais que lhe são de confiança, principalmente através de relações fortes, sendo 96,1% próximas ou 3% muito próximas (gráfico 33). Apreciando estes dados nota-se que a exemplo das relações de amizade, as relações de confiança são estabelecidas com aqueles atores muito próximos, novamente predominados os vínculos familiares e de amizade.

Gráfico 33: Configuração da rede de confiança - GERAL com intensidade dos laços.

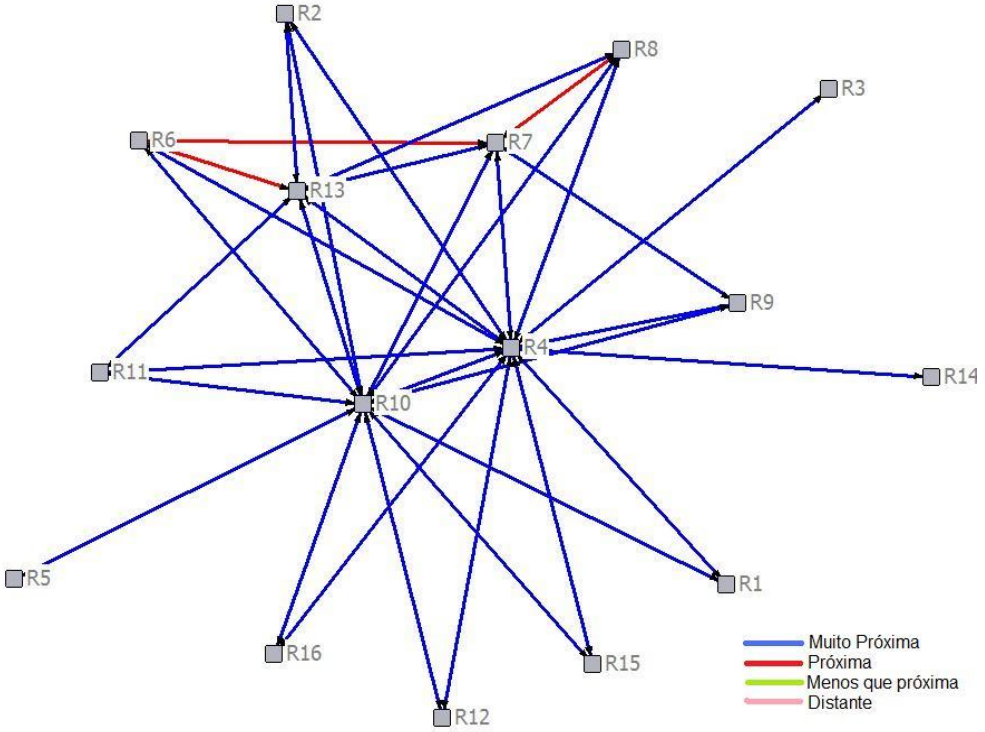


Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa, 2010.

Quando se analisa as relações de confiança da rede RAME, considerando a frequência da interação, obtém-se que a maioria dos atores, 98%, interage entre si

várias vezes por dia, isso devido ao fato de existirem laços de parentesco entre o grupo predominante nas relações de confiança.

Gráfico 34: Configuração da rede de confiança - RAME com intensidade dos laços.



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa, 2010.

No que concerne à intensidade dos laços, considerando a análise realizada, depreende-se que os atores sociais estão ligados principalmente através de ligações fortes (gráfico 34), de onde 90% delas são próximas e 7,3% muito próximas, correspondendo estes uma proximidade maior aos resultados obtidos nas redes de amizade e de informação. Destaca-se aqui que os laços estabelecidos com as demais pessoas externas à RAME, configuraram-se como muito próximos, o que não ocorre entre os associados. Credita-se que este fato se deu em virtude da relevância dos papéis sociais destas pessoas para a RAME, configurando-se como relações importantes para o empreendimento, estabelecidas de longo prazo, sendo fortalecidas e aprimoradas ao longo do tempo, a exemplo dos familiares como pais, irmãos, parentes em geral.

5.5 Dimensão Cognitiva

A análise da dimensão estrutural estudada pela pesquisadora junto aos atores sociais da rede RAME e do conteúdo nela transacionado, também encontra no comportamento dos mesmos, uma influência causada por seus mapas cognitivos. A cooperação que os empresários objetivam alcançar através de suas *networks*, se dá quando esses atores compartilham o mesmo significado quanto aos conteúdos transacionados.

Corroboram Régis, Bastos e Dias (2008), afirmando que a dimensão cognitiva é manifestada pelo compartilhamento de significados nas redes, qual sejam aquelas formas de pensamento comungadas entre os participantes da rede.

No processo de investigação desta dimensão, tomou-se como base os significados compartilhados em cada um dos tópicos: i) a experiência de participação em rede de cooperação; ii) aspectos que auxiliam e dificultam o processo de cooperação; iii) razões que levaram o empresário a participar da RAME; iv) os benefícios que o empresário obteve/obtém participando da RAME; v) características que os empresários acreditam possuir em comum com os demais membros da RAME; vi) como ocorreu o nível de cooperação após entrada do associado na RAME, constitui-se como base dos resultados da dimensão cognitiva.

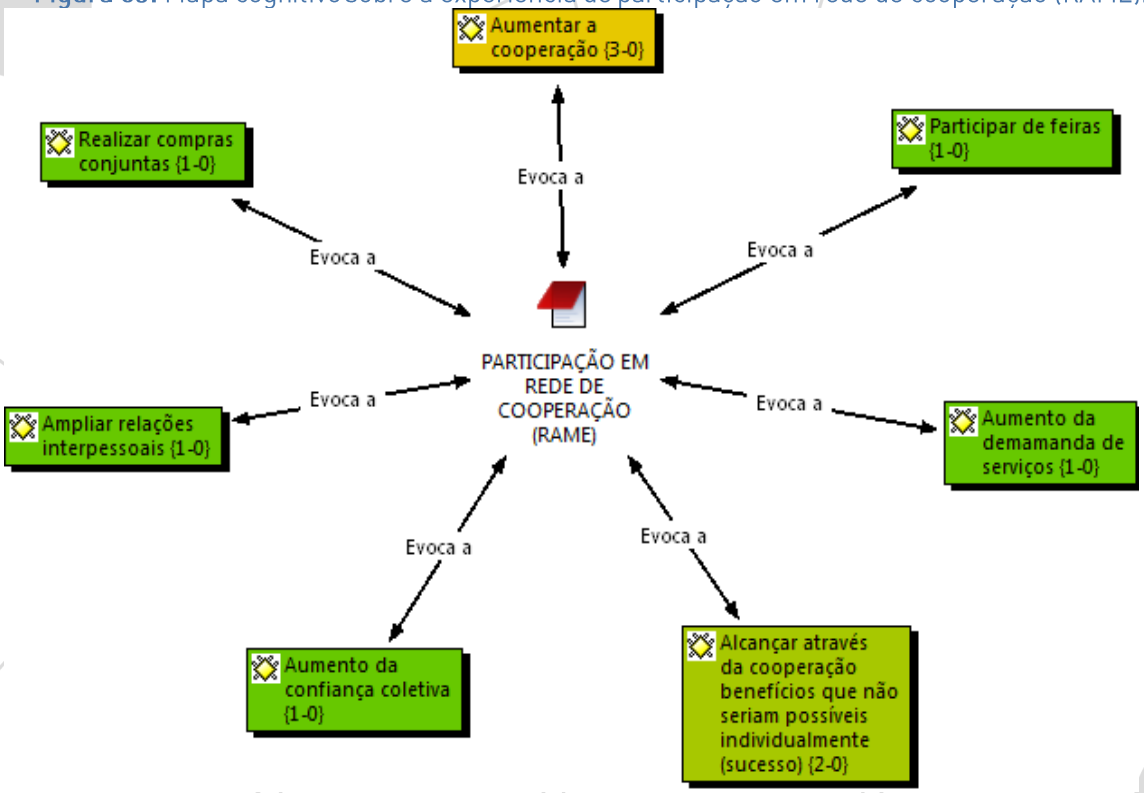
Os tópicos acima se constituem como categorias de apresentação de resultados, como se mostra através dos mapas cognitivos compartilhados pelos empresários da RAME para cada um desses tópicos.

O mapa cognitivo das figuras abaixo analisadas foi obtido através da utilização do software Atlas.ti 6.1. Trata-se de uma ferramenta que tem por objetivo facilitar a análise qualitativa de dados textuais, ajudando na interpretação humana, agilizando de forma considerável nas atividades implicadas nas análises qualitativas e na interpretação destas (JUSTICIA, 2005).

Na categoria Experiência em participação em redes de cooperação (RAME) ficou evidente que as vantagens são maiores no aumento da cooperação, trazendo as percepções de vantagens quanto esta participação, não fazendo vinculações quanto a obrigações e expectativas. O grupo focal apresentou relações diretas com

oportunidades, ganhos coletivos (compras conjuntas), aumento da rede de contatos dos associados, aumento da confiança, aumento da demanda de serviços e aumento da confiança coletiva (Figura 05).

Figura 05: Mapa cognitivo sobre a experiência de participação em rede de cooperação (RAME).



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa.

A evocação de maior destaque apontada pelos atores sociais da RAME foi o Aumento da cooperação (03 evocações), seguida de Alcançar através da cooperação benefícios que não seriam possíveis individualmente (02 evocações), participar de feiras, Aumento da demanda de serviços, aumento da confiança coletiva, ampliar relações interpessoais e realizar compras conjuntas (01 evocação).

Um ambiente organizacional favorável à cooperação é aquele que se apresenta de forma mais distribuída do que centralizada. Quanto mais distribuída for uma rede social, mais oportuno será para o desenvolvimento do fenômeno da cooperação. Credita-se ser a evocação de maior destaque aumentar a cooperação em virtude do modelo organizacional da RAME apresentar-se de maneira descentralizada. Afirmando de maneira inversa, quanto mais centralizada for uma estrutura organizacional, mais ela gerará e incentivará a competição e seus *bad feelings* acompanhantes, como a desconfiança (FRANCO, 2009).

Outra evocação de destaque neste tópico é Alcançar através da cooperação vantagens que não seriam possíveis individualmente que segundo Carvalho *et al* (2003), os benefícios alcançados mediante a cooperação podem aumentar o poder de negociação junto aos fornecedores, especialmente fabricantes, barganhando preços mais competitivos e prazos de pagamentos diferenciados, através de compras conjuntas, possibilitando alcançar o sucesso nas ações de cooperação.

Participar de feiras, Aumento da demanda de serviços, Aumento da confiança coletiva, ampliar relações interpessoais e realizar compras conjuntas também foram falas destacadas pelos empresários da RAME. Nesta categoria, o grupo focal manifestou evidentes benefícios, oportunizados através da participação em redes de cooperação.

O quadro 06, destaca exemplos de cada uma das evocações identificadas, apresentando frases dos atores participantes do grupo focal.

Quadro 06: Exemplos de cada uma das evocações identificadas.

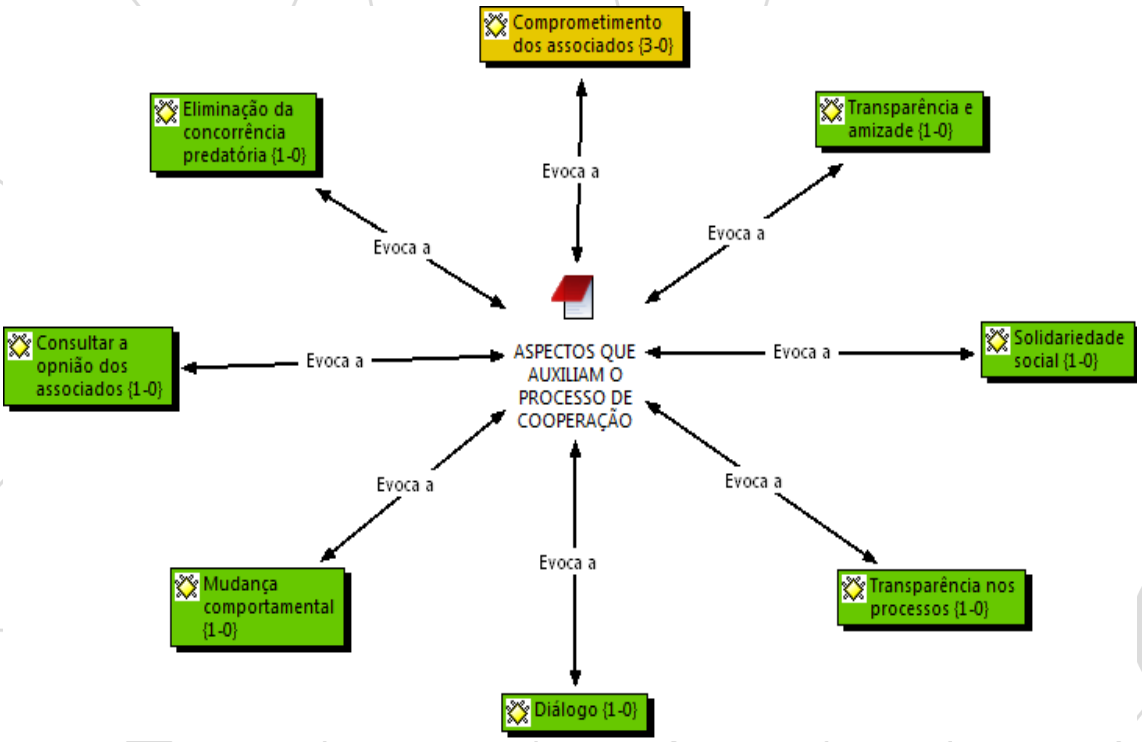
TERMO	DEFINIÇÃO
Alcançar através da cooperação benefícios que não seriam possíveis individualmente	"Se ele me procurasse eu ia dizer que atualmente, seguindo o nosso exemplo, formando uma rede de cooperação, provavelmente a gente não teria o mesmo sucesso se eu tivesse sozinha" (R10).
Ampliar relações interpessoais	"Eu acho que é muito importante, está no meio de um tipo de sociedade de pessoas. Uma pessoa só é como uma andorinha, que só não faz verão. Tem que se reunir, discutir e fazer a partilha com todo mundo junto. Nosso crescimento não só foi o econômico, mas também como pessoa humana" (R15).
Aumento da demanda de serviços	"[...] pegar maiores serviços pras pessoas que estão participando. Acho que ajuda muito nessa parte". (R6)
Realizar compras conjuntas	"Participando de uma rede, a gente vai ganhar também na parte de compras conjuntas [...]" (R6).
Aumento da confiança coletiva	"Devagarzinho, trabalhando, mostrando resultados, com transparência é como se ganha a confiança dos participantes, é como podemos convencer e mostrar os benefícios" (R4)
Participar de feiras	"Muitas são as vantagens já conseguidas por nossa rede como viagens a feiras, nacionais e até internacional" (R6).
Aumentar a cooperação	"Eu daria todas as informações que meu amigo precisasse e diria que o pequeno tem que se ajudar, pra crescer, competir, aparecer no mercado. Quem é rico e tem condições, se junta

	pra aumentar o patrimônio" (R4).

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa.

O mapa cognitivo dos atores da RAME, apresentado na figura 06, que trata do tópico Aspectos que auxiliam no processo de cooperação foi analisado, apresentando os seguintes resultados:

Figura 06: Mapa cognitivo sobre aspectos que auxiliam no processo de cooperação.



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa.

Nesta categoria o maior destaque apontado pelos atores sociais da RAME foi o Comprometimento dos associados (03 evocações), apontando para a questão do engajamento nos processos organizacionais.

Segundo Verschoore (2006), a gestão de redes de cooperação deve desenvolver ações que visem o compartilhamento de seus membros, como nas ações que envolvem os associados nos encontros e assembleias, a promoção de debates frequentes e produtivos e o estímulo à participação nas equipes de ação. Nas redes de cooperação em que os associados estão visivelmente comprometidos, os esforços individuais pelo crescimento conjunto são mais facilmente observáveis (MONCZKA *et al*,1998).

Mostra-se ainda evidente nas evocações dos empresários a necessidade de Transparência e amizade nas relações constituídas na rede; Solidariedade social; Transparência nos processos; Diálogo; Mudança comportamental; Consulta a opinião dos associados e Eliminação da concorrência predatória.

Putnam (2005) afirma que o capital social que se apresenta com altos níveis de confiança diminui a probabilidade de oportunismo e reduz a necessidade de processos custosos. O grupo focal apresentou evocações que corroboram com a existência de capital social desenvolvido na RAME, capaz de dar sustentação aos processos de desenvolvimento local que se dá no bairro José Walter.

Abaixo, o quadro 07 destaca exemplos de cada uma das evocações identificadas, apresentando falas dos atores participantes do grupo focal.

Quadro 07: Exemplos de cada uma das evocações identificadas.

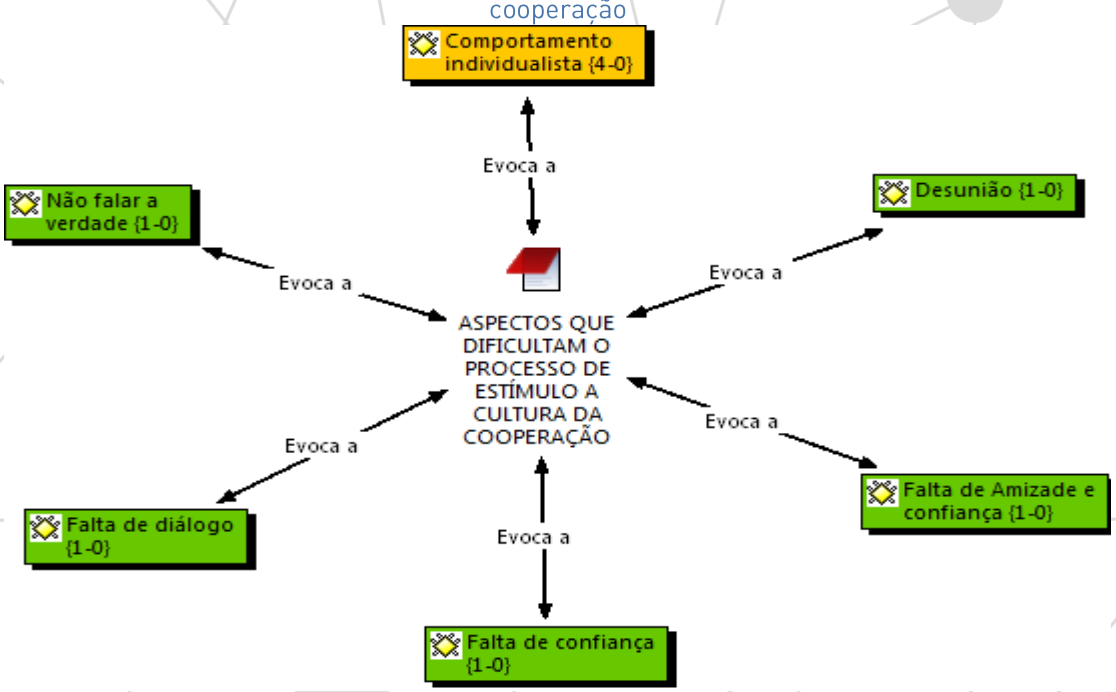
TERMO	DEFINIÇÃO
Mudança comportamental	"No começo geralmente é muito difícil e a coisa mais importante que a gente vê no início de um grupo é tenta estimular. É mesmo as pessoas se conscientizarem que precisam do outro pra crescer, pra se ajudar[...]" (R10).
Eliminação da concorrência predatória	"É mesmo as pessoas se conscientizarem que precisam do outro pra crescer, pra se ajudar, não vendo o outro como um concorrente que vai lhe derrubar, mais como um parceiro que vai lhe ajudar" (R10).
Diálogo	"Se a gente tivesse mais conversa entre a gente, então acho que tornava mais fácil nosso trabalho, talvez a gente conseguisse até mais venda porque esse trabalho quem está fazendo somos nós e se eu ganhar, os outros ganham também" (R6).
Comprometimento dos associados	"[...] porque no dia que eu não venho pra dar uma ajuda como eu estou dando agora pra RAME, vai facilitando nosso trabalho, que é conjunto. Aqui, um depende do outro pra dá certo". (R6)
Consultar a opinião dos associados	"Eu não posso meter a cara e decidir as coisas isoladamente. Preciso ouvir os demais colegas, pedir a opinião deles e juntos, decidirmos o que fazer".(R15)
Solidariedade social	"Eu vejo que a confiança, a cooperação, o respeito ao próximo, a solidariedade é que fazem os resultados aparecer e dar certo". (R4)
Transparência nos processos	"Acredito que a primeira delas é a sinceridade das pessoas, pra dá credibilidade e confiança. Já participei de outros grupos de trabalho e lá o negócio era muito fechado, escondido. Todo mundo desconfiava do outro... é horrível trabalhar assim. É necessário que

	as pessoas sejam sinceras, amigas e confiáveis". (R6)
Transparência e amizade	"Quando a gente começou este trabalho na RAME uma das coisas que nós sempre falamos em nossas reuniões de avaliação é que devemos ser sinceros e amigos uns com os outros".(R8).

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa.

O mapa cognitivo dos atores da RAME, apresentado na figura 07, que trata do tópico Aspectos que dificultam o processo de estímulo à cultura da cooperação foi analisado, apresentando os resultados a seguir:

Figura 07: Mapa cognitivo sobre aspectos que dificultam o processo de estímulo à cultura da cooperação



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa.

Nesta categoria o maior destaque apontado pelos atores sociais da RAME foi o Comportamento individualista (04 evocações), apontando para as dificuldades que podem limitar e/ou impedir o processo de estímulo à cultura da cooperação.

Conforme Edwards (1991), a cooperação e a competição formam aspectos de um mesmo fenômeno relacional, que depende do contexto e do valor adaptativo de cada ação executada. Tais comportamentos estão a serviço de objetivos individuais que vão sendo formados em contextos de grupos determinados, que em dados momentos favorecem a cooperação e em outros, a competição. Desta feita, o empresário estará sempre maximizando suas possibilidades de adaptação ao

ambiente, influenciado por uma cultura ou situação específica, favorecendo a expressão de comportamentos positivos relacionados às necessidades de bem-estar de outras pessoas, da mesma forma que contextos competitivos reforçam os indivíduos a hostilidade e a agressão. Contexto e circunstâncias são determinantes neste processo.

Outras evidências elencadas pelos associados da RAME foram a Desunião; Falta de amizade e confiança; Falta de confiança; Falta de diálogo e Não falar a verdade (01 evocação). Tais fatores, apontados pelo grupo focal salientaram a importância dos processos de transparência e confiança mútua, existente entre os associados da rede, o que evitaria e/ou diminuiria os comportamentos individualistas do grupo.

O quadro 08, a seguir, destaca exemplos de cada uma das evocações identificadas, apresentando falas dos atores participantes do grupo focal.

Quadro 08: Mapa cognitivo sobre aspectos que dificultam o processo de estímulo à cultura da cooperação

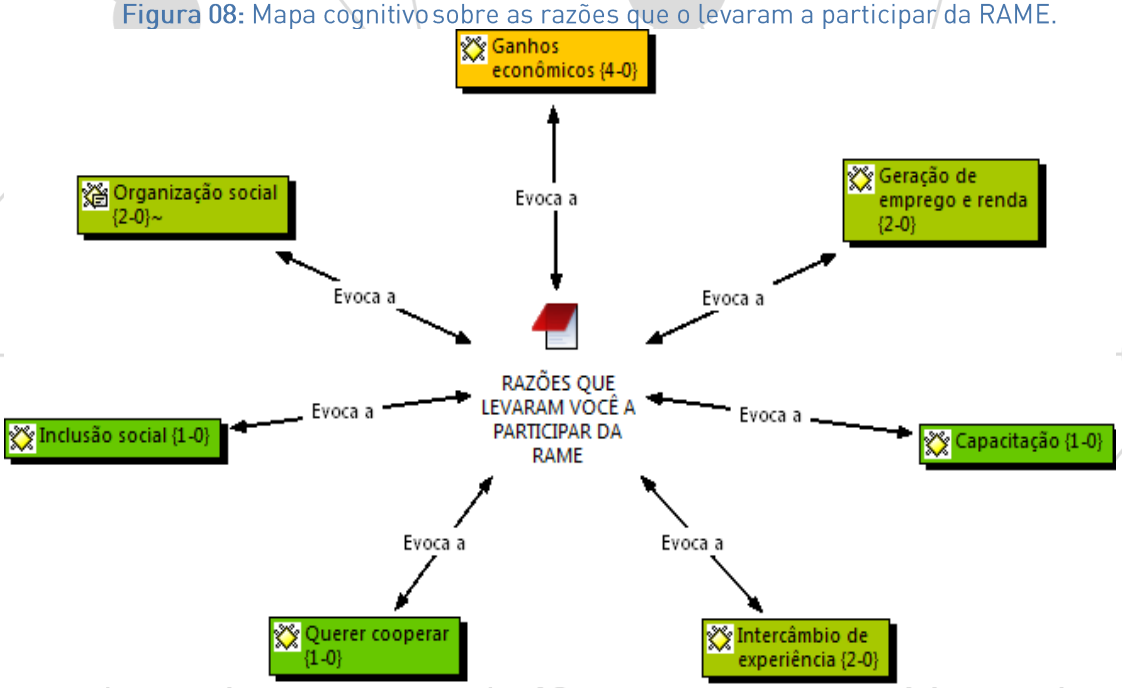
TERMO	DEFINIÇÃO
Comportamento individualista	"A primeira coisa é a pessoa ser individualista. Na hora a pessoa não tem consciência que pode somar ou não tirar do outro, mais enquanto isso não acontece... para um grupo chegar ficar forte, a primeira coisa que tem que acontecer é uma integração. A pessoa deixar de pensar somente no "eu" e pensar no "nós". Se eu botar em primeiro lugar só o "eu" no grupo, a opinião dos outros não tem que permanecer, prevalecer. A opinião de todos não é a minha individual... na hora que todo mundo tem essa consciência as coisas mudam." (R10).
Desunião	"Desunião é a primeira delas, pois isto é algo que atrapalha os trabalhos num grupo". (R6)
Falta de amizade e confiança	"Falta de amizade, de confiança, de solidariedade pra mim dificulta estimular a cultura da cooperação, pois enquanto uns entendem a importância de se ajudar, outros já dificultam, porque não entendem a importância da cooperação". (R15)
Falta de confiança	"Pra mim, a falta da confiança é o que mais atrapalha, pois sem ela não existe condições de ir muito longe, fazendo com que alguns comecem a desconfiar dos outros". (R4)
Falta de diálogo	"Pra mim é a falta das conversas sobre as dificuldades do grupo e seus trabalhos. Quando a gente se cala, não mais conversa, o grupo começa a perceber o surgimento dos conflitos e até chegar

	uma hora em que não mais se resolvem. Pra mim, a falta de conversa é a principal coisa que dificulta a cooperação." (R4)
Não falar a verdade	"Penso eu que falar a verdade é muito importante num trabalho de cooperação. Aqui na RAME, sempre falamos o que pensamos e temos sido até hoje respeitadas, mesmo que nossas opiniões sejam diferentes uma das outras. Acho também, que não chegar a um acordo quando se tem opiniões diferentes no grupo a atrapalha a cultura da cooperação." (R8)

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa.

O mapa cognitivo dos atores da RAME, apresentado na figura 08, que trata do tópico Razões que levaram o empresário a participar da RAME foi analisado, apresentando os resultados:

Figura 08: Mapa cognitivo sobre as razões que o levaram a participar da RAME.



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa.

Nesta categoria, o maior destaque apontado pelos atores sociais da RAME foram: Ganhos econômicos (04 evocações), Geração de ocupação e renda (02 evocações); Intercâmbio de experiência (02); Organização social (02), apontando os elementos motivadores que levaram o empresário a participar da RAME.

Os benefícios da ação conjunta não se relacionam apenas com o enfrentamento da concorrência, mas também ao acréscimo de representatividade. Os ganhos de escala e de poder de mercado permitem às redes ampliar o potencial

de barganha nas diferentes relações econômicas e possibilitam a realização de acordos comerciais em condições vantajosas (WAARDEN, 1992).

Os empresários estão unidos buscando obter ganhos de produtividade (modernização do maquinário, processos tecnológicos e capacitação), que viabilizem a baixa dos preços para enfrentar a concorrência. O pressuposto é que a cooperação entre os associados e os fornecedores, possibilite vantajosas negociações, ensejando inovações que elevem a lucratividade e os ganhos econômicos, preservando a ocupação dos associados e a remuneração dos atores envolvidos.

Os processos de cooperação desenvolvidos na RAME foram propiciadores da manutenção de sua posição de destaque nos empreendimentos do bairro José Walter, como também, ampliador de mercado, conquistando o cenário internacional.

Destaca-se ainda capacitação; querer cooperar e inclusão social (01 evocação). A RAME é vista pelos atores sociais como uma importante geradora de ganhos econômicos, o que possibilitou melhoria na qualidade de vida de seus associados.

O quadro 09, abaixo destaca exemplos de cada uma das evocações identificadas, apresentando falas dos atores participantes do grupo focal.

Quadro 09: Exemplos de cada uma das evocações identificadas.

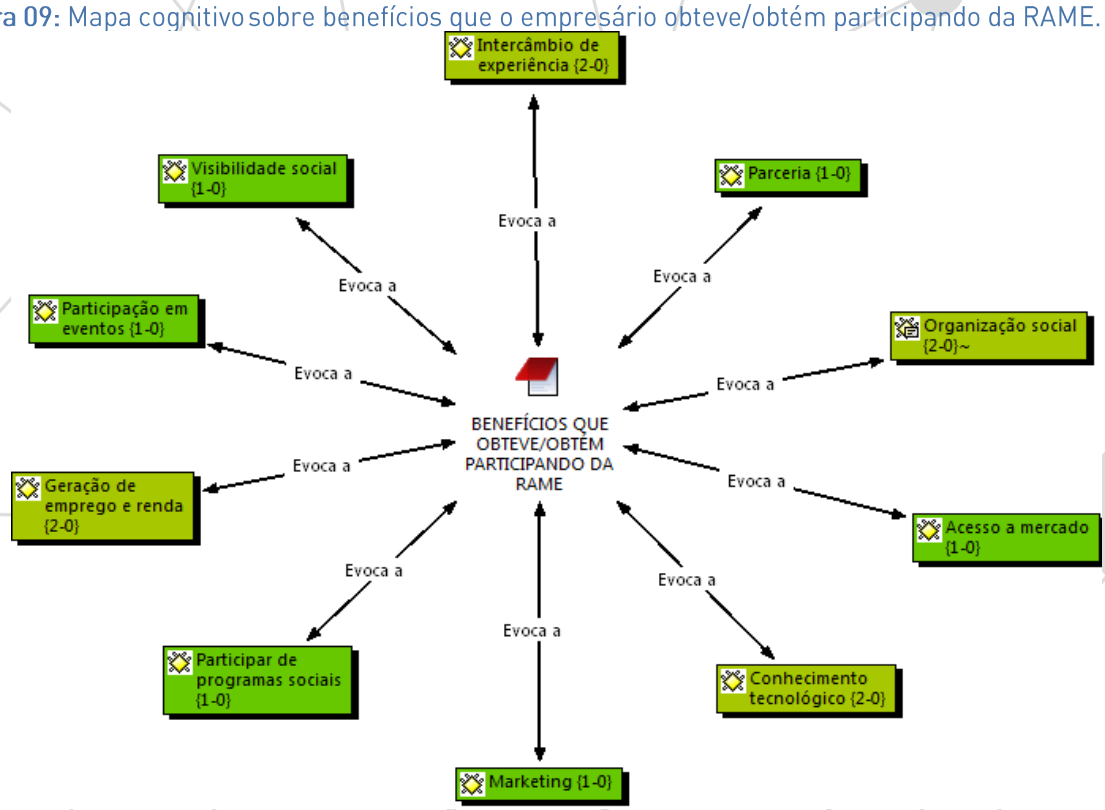
TERMO	DEFINIÇÃO
Ganhos econômicos	"O outro motivo é o fato de poder ganhar um dinheirinho, o que complementa a minha aposentadoria, ajudando nas despesas de casa [...]. (R15)".
Geração de emprego e renda	"Como o grupo começou comigo a razão do início da RAME era mesmo pra a gente ter uma renda, mas algumas pessoas não tinham muita ideia do que estava fazendo, começamos mesmo tentando sobreviver (R10).
Intercâmbio de experiência	"Trocar experiências e aprender novas técnicas de costura foi outra coisa que me puxou pra participar da RAME. Estava me sentindo ultrapassada, fora das novidades do meu setor. Estar na RAME foi maravilhoso pra mim, pois abriu muitas oportunidades pro nosso grupo" (R4).
Organização social	Outra coisa que eu acho muito importante é porque a gente aprendeu a lutar pelas coisas, se organizar, buscar melhoras pra nossa comunidade" (R8).
Capacitação	"Aqui já me aperfeiçoei muito, com os cursos oferecidos por

	nossos parceiros" (R9).
Querer cooperar	"[...] e também crescer como pessoa, como ser humano, que gosta de trabalhar em grupo" (R10).
Inclusão social	"Foi pela oportunidade de exercer um trabalho depois dos quarenta anos". (R8).

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa.

O mapa cognitivo dos atores da RAME, apresentado na figura 09, que trata do tópico Benefícios que o empresário obteve/obtém participando da RAME foi analisado, apresentando os resultados:

Figura 09: Mapa cognitivo sobre benefícios que o empresário obteve/obtém participando da RAME.



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa.

Nesta categoria os maiores destaques apontados pelos atores sociais da RAME foram: Intercâmbio de Experiência (02 evocações); Organização social (02 evocações); Conhecimento tecnológico (02); Geração de emprego e renda (02), apontando para os elementos que propiciaram os atores sociais a obter benefícios.

Verifica-se que as percepções dos empresários quanto aos benefícios, obtidos ou por obter, estão vinculados ao acesso ao mercado, questões de cunho social e conhecimento tecnológico, podendo estes ser traduzidos como a possibilidade de ampliar a força da ação da RAME através da cooperação. Os benefícios da ação

conjunta não se relacionam apenas ao enfrentamento da concorrência, ganhos de escala e de poder de mercado.

Percebe-se existir na RAME uma boa articulação com seus parceiros institucionais o que dá a associação uma referência de credibilidade, ao receber um maior crédito e reconhecimento por parte do público local, o que lhes garante maior legitimidade nas ações empresariais e redimensionamento da importância da empresa em seu ambiente (VERSCHOORE, 2006).

Destaca-se ainda a Parceria; Acesso a mercado; Marketing; Participar de programas sociais; Participação em eventos e Visibilidade social (01 evocação), tendo neste último elemento citado, uma forte representatividade para os associados, sendo a RAME importante geradora de ocupação e renda no bairro José Walter.

O quadro 10, abaixo destaca exemplos de cada uma das evocações identificadas, apresentando falas dos atores participantes do grupo focal.

Quadro 10: Exemplos de cada uma das evocações identificadas.

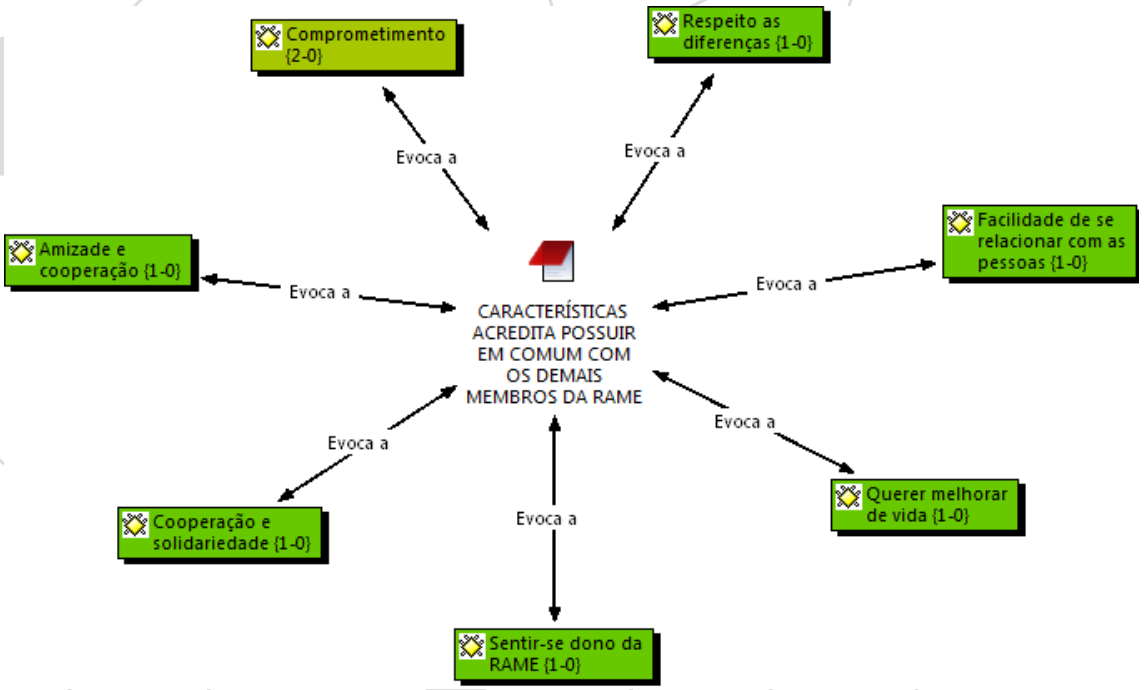
TERMO	DEFINIÇÃO
Intercâmbio de experiência	"Já participamos de missões fora do país com a RAME. Visitamos, conhecemos experiências fora do país como lojas de departamentos na área de moda feminina [...]" (R10).
Organização social	"Participar foi muito importante para mim. Nas nossas reuniões aprendi a dar a minha opinião, o que me fez me sentir mais segura, exercendo minha cidadania, contribuindo também nas mudanças que acontecem no bairro". (R8).
Conhecimento tecnológico	"Hoje nós temos uma consciência muito grande do que a gente faz na área de confecção, de conhecer tecido, de conhecer modelagem. Antes a gente pegava tecido branco com tecido preto cortava por cortar porque não tinha feita uma modelagem. Quando terminávamos a peça, ela encolhia e nos não sabíamos. Mais através de uma consultoria, ficamos sabendo dos detalhes, do porque das coisas pra nós entendermos. Eu acho muito difícil hoje em dia poucas confecções, poucas pessoas saberem desses detalhes e a gente sabe, porque o tecido não dá o resultado final esperado, se eu cortei 50 peças iguais do mesmo molde, da mesma marca, do mesmo jeito... porque a de baixo ficou menor e a de cima ficou maior? Então nós temos uma explicação científica pra isso, nós aprendemos e a RAME deu essa oportunidade" (R10).
Geração de emprego e	"Trazer emprego e renda para nosso bairro e participar do progresso de nossa comunidade foi pra mim os grandes benefícios

renda	pra gente". (R9).
Parceria	"Fomos apoiados pelo Sebrae que financiou as viagens e participação nas feiras. Nós já temos experiência de participar de uma palestra direcionada pro nosso produto com grandes estilistas. Se a gente não fosse da RAME e parceiros do Sebrae nem sonharia com isso, desses profissionais se dedicarem um tempinho deles por mais que eles sejam pagos pra isso, dedicar um tempo a um grupo de bairro, de mulheres que não tem nome, nem fama. Então pra nós é uma das grandes vantagens que a gente já teve e continua tendo. A gente tem hoje parceria com outros órgãos que vem aqui acrescentar, orientar todas nós, modelistas que fazem faculdade, que dão força pra gente, contribuindo, pra melhorar e aperfeiçoar nossas coisas" (R10).
Acesso a mercado	[...] como acesso a mercado, participando de feiras, de rodadas de negócios" (R4).
Marketing	"[...] divulgar nosso produto pelo mundo" [...]. (R15)
Participar de programas sociais	"Outro benefício é o fato de ser beneficiadas com casa populares, através de um projeto do governo Federal" (R9).
Participação em eventos	Alguns benefícios que a gente teve através da RAME foi a participação em eventos, que a gente não tinha. (R10).
Visibilidade social	"Um dos grandes benefícios é que a gente é respeitado em nossa comunidade e fora dela, como um grupo que tem dado certo e que é referência para o nascimento de outros empreendimentos no bairro". (R6).

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa.

O mapa cognitivo dos atores da RAME, apresentado na figura 10, que trata do tópico Características que você acredita possuir em comum com os demais membros da RAME foi analisado, apresentando os seguintes resultados:

Figura 10: Mapa cognitivo sobre as características que o empresário acredita possuir em comum com os demais membros da RAME.



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa.

Nesta categoria o maior destaque apontado pelos atores sociais da RAME foi Comprometimento (02 evocações), seguido de Respeito às diferenças; Facilidade de se relacionar com as pessoas; Querer melhorar de vida; Sentir-se dono da RAME; Cooperação e solidariedade e Amizade e cooperação (01 evocação) sinalizando para os elementos que propiciaram os atores sociais a obter benefícios.

Verifica-se nas percepções dos empresários que o comprometimento os remete a características comuns no grupo, sendo este fato um elemento aglutinador de interesses quanto ao crescimento e desempenho da RAME.

As organizações, especialmente as redes de cooperação, perceberam ser necessário somar forças, descobrindo novas formas de otimizar seus recursos, criando tecnologias e gerando potencialidades, unindo esforços com outras organizações através de ações de cooperação e comprometimento. Através destas ações, as empresas podem obter inúmeras vantagens, como: superar fraquezas, compartilhar riscos, ganhar economia de escala, gerar marketing agregado e exportar com maior facilidade. A simples união de empresas não assegura

vantagens se não houver cooperação, comprometimento, eficiência no gerenciamento e empenho de todos os atores envolvidos no processo (GOMES, 1999).

Destaca-se o quadro 11, abaixo com exemplos de cada uma das evocações identificadas, apresentando falas dos atores participantes do grupo focal.

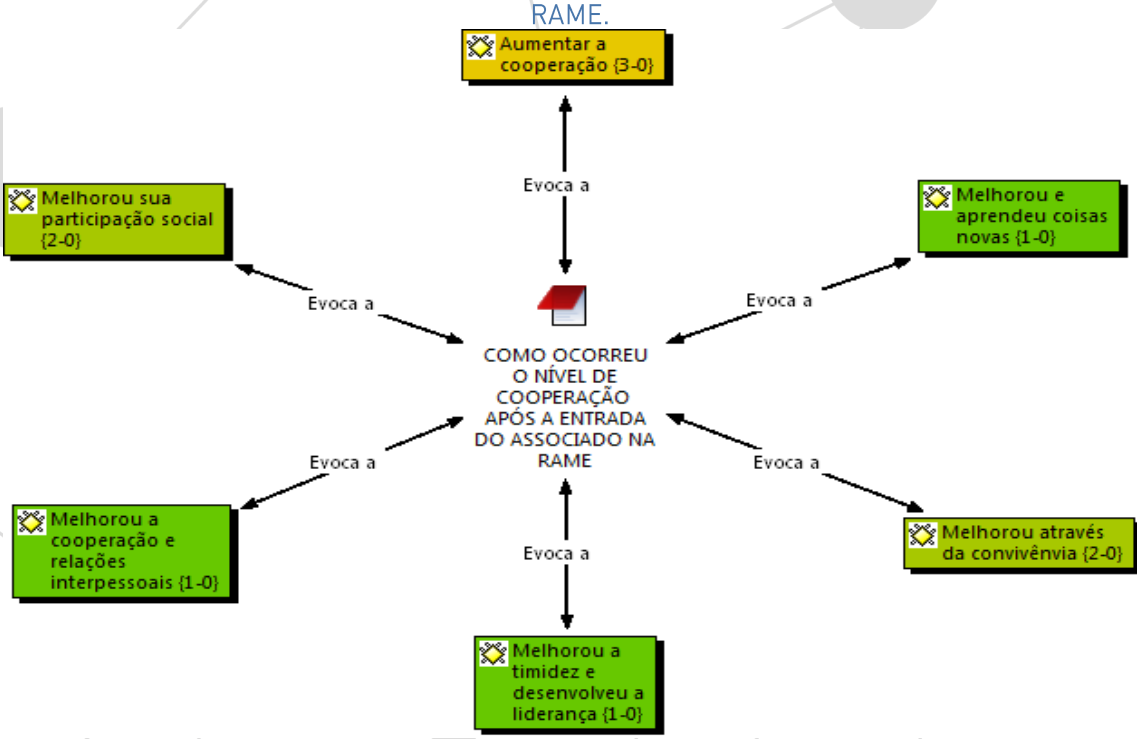
Quadro 11: Exemplos de cada uma das evocações identificadas.

TERMO	DEFINIÇÃO
Comprometimento	"Somos comprometidos e empenhados em ver tudo dá certo, vestimos mesmo a camisa da RAME" (R9).
Respeito as diferenças	"Respeitamos as diferenças do grupo e procuramos através do diálogo, chegar a um entendimento comum" (R6).
Facilidade de se relacionar	"Pra mim, a característica que eu tenho em comum é ter a facilidade de me relacionar com as pessoas. Eu ouço muito as pessoas, embora as vezes eu não concorde, mas aceito, entretanto, procuro articular e apaziguar o grupo quando há discórdia. Eu sou a pessoa que quando tem qualquer coisa corro atrás de resolver a situação" (R10).
Querer melhorar de vida	Acho que é querer crescer, melhorar de vida, continuar aqui na nossa comunidade, que é tão boa e tão amiga. Mesmo antes de trabalhar na RAME, nunca senti vontade de ir embora pra outro estado, como alguns vizinhos meus sentem. (R8).
Sentir-se dono da RAME	"Outra coisa que acho que é uma característica minha e do meu grupo é que a gente se sente dono da RAME". (R6).
Cooperação e solidariedade	"Cooperação e solidariedade e algo que está muito presente na RAME." (R15).
Amizade e cooperação	"A amizade e a cooperação são características que mantém o grupo unido, em busca de objetivos comuns". (R4).

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa.

O mapa cognitivo dos atores da RAME, apresentado na figura 11, que trata do tópico como ocorreu o nível de cooperação após a entrada do associado na RAME foi analisado, apresentando os seguintes resultados:

Figura 11: Mapa cognitivo sobre como ocorreu o nível de cooperação após entrada do associado na RAME.



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa.

Nesta categoria os maiores destaques apontados pelos atores sociais foram: Aumentou a cooperação (03 evocações); Melhorou através da convivência (02 evocações); Melhorou sua participação social (02 evocações), seguidas de Melhorou e aprendeu coisas novas; Melhorou a timidez e desenvolveu a liderança e Melhorou a cooperação e relações interpessoais (01 evocação) apontando para Como ocorreu o nível de cooperação após a entrada do associado na RAME.

Todos os participantes do grupo focal externaram aumento da cooperação e melhorias da convivência, da participação social, da aprendizagem, da timidez e desenvolvimento da liderança e das relações interpessoais, denotando que os associados internalizaram uma importante mudança comportamental em suas vidas, refletindo diretamente no trabalho e no convívio diário entre os mesmos.

Mais uma vez a cooperação ganha destaque entre os atores sociais, reforçando que através desta perspectiva de cooperação os agentes participantes das redes trabalham com a noção de objetivos comuns, definidos em conjunto e perseguidos através de ações colaborativas.

Franco (2009), afirma que ao contrário do que sugere o senso comum, a cooperação não é uma característica intrínseca do indivíduo, inata ou construída pela sua formação. Tal fenômeno se desenvolve em função dos graus de distribuição e de conectividade da rede social em que esse indivíduo está inserido. Assim, uma rede horizontalizada por certo que favorecerá um maior intercâmbio de cooperação entre seus participantes.

No quadro 12, abaixo foram destacados com exemplos de cada uma das evocações identificadas, apresentando falas dos atores participantes do grupo focal.

Quadro 12: Exemplos de cada uma das evocações identificadas.

TERMO	DEFINIÇÃO
Aumentou a cooperação	"Sem dúvida minha cooperação aumentou. Aqui pude aprender que juntos podemos transformar as coisas e melhorar de vida". (R15).
Melhorou através da convivência	"Melhorou, através da nossa convivência do dia-a-dia, a forma de nos respeitarmos, de nos tratarmos" (R4).
Melhorou sua participação social	"Aprendi que cooperando formamos uma rede e que pode se beneficiar de tantas vantagens para a associação e seus associados. Cooperando aprendi a lutar pelas minhas coisas pessoais e coletivas". (R8).
Melhorou e aprendeu coisas novas	"Melhorou não só na RAME, mas também em casa com meus familiares, pois o que aprendi nos cursos, pude ensinar lá. Aprendi a ter paciência e saber ouvir.". (R6).
Melhorou a timidez e desenvolveu a liderança	"Melhorou 100%, eu acho, porque primeiro eu era muito tímida então melhorei muito, porque hoje você me pergunta eu respondo sem timidez e sem obstáculos e se você deixar eu passo o dia falando. Outra coisa que acho essencial é a liderança que eu aprendi a ter, ser uma líder, pois antes eu achava que ser uma líder era aquele que mandava e as pessoas obedeciam. Eu sei que não é isso. Hoje eu sou líder porque acredito que eu estando aqui a RAME funciona porque eu passo quinze dias fora o andamento de nada deixa de acontecer porque quando eu saio a gente sempre se organiza". (R10).
Melhorou a cooperação e as relações interpessoais	"Eu acho que melhorou demais minha cooperação e isso me causou melhoras pessoais, pois eu era muito estressado e aqui eu me envolvo tanto nos trabalhos que pra mim é uma terapia, passo o dia trabalhando, de bom humor, fico brincando com minhas colegas de trabalho. Então pra mim melhorou bastante" (R6).

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa.

CONCLUSÃO

O objetivo geral deste estudo consistiu em compreender as relações que se estabelecem na RAME em nível horizontal e no que tange às *networks* de cada ator, à luz do modelo do capital social de Nahapiet e Ghoshal (1998). Os objetivos específicos foram assim delineados: i) Identificar os aspectos históricos e culturais da articulação dos atores da RAME; ii) Verificar as dinâmicas relacionais da RAME nas dimensões estrutural, relacional e cognitiva; e iii) Sintetizar os principais benefícios econômicos e sociais obtidos pela RAME, a partir das relações de cooperação identificadas.

Quanto aos aspectos históricos e culturais de articulação dos atores sociais da RAME, as entrevistas em profundidade realizadas apontaram para a origem da formação de seu capital social desde a construção do Conjunto José Walter realizada pela Companhia Habitação do Ceará – COHAB/CE, a partir da formação de uma ação de discordância pela forma como os gestores daquela instituição procediam com o processo de divisão das casas das famílias contempladas com as mesmas. Na divisão, algumas injustiças foram percebidas, como por exemplo, sorteio de casas pequenas para famílias com um maior número de pessoas e de casas grandes para famílias com menor número de pessoas. Naquela época já despontavam como lideranças alguns membros que hoje fazem parte da diretoria da AMPEJW e da RAME, sinalizando para a trajetória de vanguarda que estas lideranças possuem.

As dinâmicas relacionais da RAME nas dimensões estrutural, relacional e cognitiva se apresentam ao analisar as dimensões que contemplam o capital social, o estudo apontou na dimensão estrutural a densidade e as relações potenciais existentes de cada rede. Também contemplou a centralidade das redes, apresentando os graus de entrada, saída, proximidade, intermediação e Bonacich. Na dimensão relacional foram analisados os papéis, os conteúdos transacionados, os sentidos e a frequência e duração das relações existentes na rede. E por fim, na dimensão cognitiva foram abordados os mapas cognitivos dos atores que compõem a

rede, no que se refere à percepção dos mesmos quanto a sua formação e benefícios obtidos com a mesma.

As configurações das redes de acordo tanto com suas relações com atores externos à rede e com os internos foram analisadas através dos questionários de apoio e influência, amizade, informação e confiança; esta última rede apontou apenas a representação da Rede RAME, pois se acredita que o atributo confiança é muito subjetivo e requer um grau de convívio e conhecimento onde só o tempo e as relações construídas podem mostrar esse grau de confiabilidade dos atores, através do exercício contínuo da reciprocidade, do respeito mútuo e das ações exercidas conjuntamente.

A pesquisa mostra que nos seis anos de existência da Rede RAME, o capital social conseguiu incrementar este empreendimento, gerando um número razoável de contatos periódicos e estáveis, troca de informações relevantes, o que permitiu estabelecer uma visão compartilhada sobre cooperação, porém, precisando ainda reforçar internamente a confiança e incrementar a cooperação entre os atores internos.

Observa-se a necessidade de investimento nos relacionamentos dos atores, de forma a consolidar ainda mais o empreendimento. O desenvolvimento do capital social depende de um investimento significativo para que haja a construção e manutenção das redes de relacionamento com os parceiros externos e dos relacionamentos entre os atores sociais.

Outro aspecto relevante observado neste estudo é o fato da RAME manter-se muito concentrada em torno dos próprios atores sociais que a compõem, considerando-se fechados aos processos de inovação tecnológicos, informação e comunicação dentro da Rede, o que poderá ensejar sua entropia.

A ordem é a forma de manifestação e sustentação de vida dos seres. Para se compreender esse fenômeno, deve-se partir de seu inverso, ou seja, do fenômeno da desordem ou entropia universal. Segundo Wiener (1993), o processo da entropia tem origem na tendência característica do universo em apresentar um leque amplo de respostas possíveis a um grupo limitado de perguntas; conforme aumenta-se a

entropia (multiplicidade de respostas possíveis) amplia-se o estado de indiferenciação universal, caracterizado pela ausência de identidades.

A ordem origina-se, num processo de comunicação entre um ser e o universo, da capacidade desse ser em receber e fazer uso, de forma controlada, de um grupo de informações, como resposta a determinadas perguntas. Com o processo de comunicação e controle das informações obtidas, o ser cria uma zona de organização à sua volta, ou seja, uma ordem, um padrão de organização das mensagens, passando a se manifestar como vida.

Os sistemas vivos contrapõem-se à desintegração (entropia) para evitar a morte. Diante da tendência caótica do universo, a morte só ocorre quando a desintegração do padrão de organização interno é mais rápida que o processo de reconstituição. Por isso da necessidade de abertura da Rede aos processos de inovação tecnológica, aprendizagem e acumulação de capacidades tecnológicas por parte dos componentes da Rede, melhoria nos processos de comunicação interna e externa e melhor aproveitamento das parcerias locais, a exemplo dos parceiros institucionais como o SEBRAE-CE, SINE-IDT, Governo do Estado, instituições financeiras etc.

Conforme analisado, o SEBRAE-CE transmite aos integrantes da RAME confiança no processo de formação do capital social da Rede, dependendo também da confiança na instituição gestora, sendo a AMPEJW responsável por este processo. Outro aspecto relevante é o papel social desempenhado pela articuladora e coordenadora da RAME, representadas pelas Redes R10 e R4, com importante destaque no processo de criação, desenvolvimento e fortalecimento da RAME, tendo o ator R10 articulado e criado em parceria com o SEBRAE-CE outras redes de cooperação como a Super Nossa (varejo), AMFOR (movelaria), Talentos de Beleza (estética e beleza), o que possibilitou o fortalecimento destes segmentos e a geração de ocupação e renda no bairro.

No que tange ao terceiro objetivo específico, sintetizar os principais benefícios econômicos e sociais obtidos pela RAME, a partir das relações de cooperação

identificadas, muitos foram os avanços obtidos pela Rede, como por exemplo, a participação de Feiras Nacional e Internacionais, Rodadas de Negócios, como a Rodada de Negócios do Mercosul; de feiras estaduais, municipais; a Feira de Pequenos Negócios do José Walter, que este ano, completou seus 10 anos, realizando sua 10ª edição; FAMA (Feira da Alimentação, Moda e Artesanato), promovida pela AMPEFOR e pelo SEBRAE, realizada nos meses de janeiro e julho; a Feira em Taiba, denominada Feira do *Escargôt*. A participação nestas feiras dá-se através da parceria com o SEBRAE/CE, AMPEFOR. Nas segundas e quintas-feiras participam da Feira da Sé (feira local, que ocorre no centro de Fortaleza). As internacionais foram a FENIT, em São Paulo; de Cabo Verde, participando por 02 (duas) vezes e ainda da Rodada Internacional de Negócios; Feira do Ministério do Desenvolvimento de Comércio Exterior (MDIC); 02 (duas) feiras em Paris. Em Madri, visitaram a Feira do Artesanato Mundial, aproveitando para visitar grandes lojas de departamento, onde receberam orientações para melhorar seu processo produtivo. As idas a estas feiras também foram apoiadas pelo SEBRAE/CE, com mobilização desta entidade e dos atores da RAME.

O SEBRAE/CE transmite aos integrantes da RAME confiança no processo de criação e fortalecimento do capital social da rede, dependendo também da confiança na instituição gestora, sendo a AMPEJW responsável por este processo.

No aspecto social destaca-se a melhoria da qualidade de vida dos atores da RAME, onde os atores têm oportunidade de receber remuneração por suas atividades, o que lhes proporciona dignidade, melhoria na auto-estima, oportunizando o convívio diário na Associação, o que lhes permite exercitar o fortalecimento do capital social;

Realizam ações de responsabilidade social, prestando apoio a uma creche do bairro, denominada Creche Vó Estefânia, através da doação de cestas básicas para a alimentação das 50 (cinquenta) crianças que lá estudam e a confecção de todo o fardamento das crianças (*short* e blusa), fazendo-se doação das peças às mães das crianças.

Criaram a estratégia de arrecadação de alimentos, através do recebimento de 1 kg (um) de alimento, para se ter acesso a Feira de Pequenos Negócios do José Walter. Este ano, arrecadaram 500 kg (quinhentos) de alimentos durante os 03 dias de feira.

Fecham parcerias de trabalho e de responsabilidade social com as demais redes de negócios que são também associados à Associação de Desenvolvimento Comunitário e Social do José Walter (AMPEJW), realizando cortes de cabelos das crianças da creche e dos moradores do bairro, da terceira idade (Rede Talentos de Beleza); doação de alimentos (Rede Super Nossa), o que aponta para a integração entre as redes sociais lá existentes.

A aprendizagem em rede, através da troca de experiências, ideias e informações, permitiu de acordo com a avaliação positiva dessa experiência pelos atores da Rede, possibilitar-lhes o acúmulo de habilidades e conhecimentos valiosos para a melhoria da associação. Desta feita, os associados pesquisados enfatizaram que a troca de informação representa um dos maiores benefícios, como pode ser vislumbrado na primeira categoria da dimensão cognitiva analisada.

A rede de relacionamentos foi outro aspecto de destaque, o que possibilitou a consecução de fins comuns. À luz da teoria que amparou o estudo da Rede, quanto às dimensões do capital social, possibilitou compreender a dinâmica das trocas sociais que ocorrem nas redes de apoio ou influência, amizade, informação e confiança.

Contempla-se, também, um avanço quanto ao uso dos conceitos do capital social, abordagem que tem emergido como um caminhar teórico importante, dada a sua interdisciplinaridade, possibilitando a aplicação de diferentes teorias organizacionais para a compreensão do fenômeno das redes.

Pode-se citar como limitação da pesquisa o fato de que apenas uma rede social foi pesquisada, tendo atualmente um grande número delas, mesmo que essa amostra tenha apontado para informações relevantes sobre o capital social em redes sociais, trata-se de um número ainda não suficiente para que se possa

generalizar os resultados, sendo aconselhável no futuro a realização de novas pesquisas envolvendo um número maior de redes.

É próspero o futuro da teoria e da pesquisa sobre redes sociais. O desenvolvimento desta pesquisa possibilitou o vislumbre de novos campos de estudo. No objeto de estudo em apreciação, foi dada ênfase às relações de apoio, amizade, informação e confiança, contudo outras abordagens podem ser contempladas. Uma sugestão é uma pesquisa específica sobre liderança e poder.

Ademais, este estudo limitou-se aos padrões de relacionamento estabelecidos entre os associados da Rede RAME e os atores de suas relações, inviabilizando, desta forma, generalizar os resultados para além desta Rede RAME. Desta feita, sugere-se a realização de estudos que envolvam mais de uma rede ou pesquisas que envolvam redes em outros contextos e circunstâncias, como aquelas formadas em outras localidades do Ceará ou em outros Estados.

Em conformidade com a experiência profissional e vivência da pesquisadora o *software* UCINET 6.0 e o suporte do *NetDraw* 2.28, realmente retratam a realidade da Rede Associada de Mulheres Empreendedoras – RAME, conhecida e vivenciada em sua dinâmica organizacional pela pesquisadora.

Os processos desenvolvidos na RAME geraram capital social de qualidade, imbuídos num espírito de civismo, exercitando a participação política, histórica, social e econômica de seus atores em busca do bem comum, transformando a realidade outrora desacreditada de mudanças, em processos virtuosos de intensas e robustecidas relações de trocas que beneficiam não só aos atores envolvidos na Rede, perpassando para muito além dela, refletindo no desenvolvimento local do bairro José Walter.

Bem informados e preparados para tomadas de decisão, os atores assumem o protagonismo local e o domínio de situações, compreendendo a necessidade premente de se reforçarem social e politicamente, sob a forma de redes, possibilitando aos indivíduos responsabilizarem-se reciprocamente, beneficiando à rede geral e à rede RAME, num exercício contínuo de cidadania coletiva.

No que tange as implicações gerenciais relacionadas à RAME sugere-se a articulação e ampliação de parceiros externos a Rede, maximizando sua atuação; capacitação da articuladora, coordenadora e responsável pela área financeira, com o intuito de alcançar um melhor desempenho econômico e financeiro da RAME; investimento em novos maquinários, capazes de aumentar a produtividade da Rede; treinamento dos atores envolvidos na RAME, buscando o conhecimento e domínio das novas tecnologias implantadas; melhoria nos processos de comunicação interna, fluindo com maior rapidez as decisões estratégicas; maior compartilhamento de ações com os atores, ampliando a existência de atores pontes na Rede; troca de experiências e conhecimentos com outras redes de negócios do mesmo segmento e, também, com instituições que possam dar suporte ao processo de inovação da Rede (SENAI, SENAC, SEBRAE), com o intuito de revitalizar os processos tecnológicos e de aprendizagem.

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, Ricardo. O capital social dos territórios: repensando o desenvolvimento rural. **Economia Aplicada.** n. 2, vol. IV, p. 379-397, abr./jun., 2000.

ADAM, Carla Regina. Proposição de Indicadores para avaliação de desempenho de redes de cooperação. 2006. 141 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção) – Programa de Pós Graduação em Engenharia de Produção, Área de Concentração em Gerência de Produção, Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria, 2006.

ALEJANDRO, Velázques A. O; NORMAN, Aguilar G. **Manual Introdutório à Análise de Redes Sociais.** Centro de capacitación y Evaluación para el Desarrollo Rural S.C. e Universidade Autônoma Chapingo. Junho 2005. Tradução e adaptação de Maria Luísa Lebres Aires; Joanne Brás Laranjeiro e Silvia Claúdia de Almeida Silva. Outubro 2006.

ANDREWS, K. *The concept of corporate strategy homewood.* New York: Irwin, 1971.

ARAÚJO, Luís. As Relações Interorganizacionais. **In:** RODRIGUES, Suzana B.; CUNHA, Miguel P. Estudos organizacionais: novas perspectivas na administração de empresas – uma coletânea luso-brasileira. São Paulo: Iglu, 2000. 528 p.

ASTLEY, W.G. Toward an appreciation of collective strategy. *Academy of Management Review*, v.9, n.3, p.526-635, 1984.

AYDALOT, P. Milieux innovateurs em Europe. Paris: GREMI, 1996.

BALESTRIN, Alsones. A dinâmica da complementaridade de conhecimentos no contexto das redes interorganizacionais. 2005. 214 f. Tese (Doutorado em Administração) – Programa de Pós Graduação em Administração, Escola de Administração, Universidade federal do rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2005b.

BALESTRO, Moisés Villamil. Redes de inovação e capital social: apontamentos conceituais. In: Encontro Nacional de Pós-Graduação em Administração – ENANPAD, 2004. **Anais eletrônicos.** Curitiba. Anpad, 2004.

BALESTRO, Moisés Villamil. Capital Social, Aprendizado e Inovação: um estudo comparativo entre redes de inovação na Indústria de petróleo e gás no Brasil e Canadá. Tese (Programa de Doutorado do Centro de Pós-graduação e Pesquisa sobre as Américas, da Universidade de Brasília – CEPPAC-UnB), 2006.

BANCO MUNDIAL. Grupo temático sobre capital social. Questionário Integrado para Medir Capital Social (QI-MCS) *Integrated Questionnaire for the Measurement of social capital – SC-IQ*.2003.

BANCO MUNDIAL. Disponível em: <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/TOPICS/EXTSOCIALDEVELOPMENT/EXTTSOCIALCAPITAL/0>. Acessado em 05 de fev. de 2009.

BANCO MUNDIAL. Informe sobre el Desarrollo Mundial 2007, Washington, D.C., Banco Mundial, 2007.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo.** Lisboa: Edições 70. 1977.

BASTOS, A.V.B.; SANTOS, M.V. Redes sociais informais e compartilhamento de significados sobre mudança organizacional. RAE, jul./set. 2007.

BAQUERO, Marcello e CREMONESE, Djalma. Capital Social: teoria e prática / Orgs. Marcello Baquero, Djalma Cremonese – Ijuí: ed. Unijuí, 2006.

BAKER, L. *The Genuine Progress Indicator Could Provide an Environmental Measure of the Planet's Health.* Disponível em: http://www.emagazine.com/view/?655. Acessodo em: 24 dez 2006.

BECHTEL, R. B., MARANS, R. W., & MICHELSON, W. (Eds.). *Methods in environmental and behavioral research.* Nova York: van Norstrand. 1987.

BELL, D. *O advento da sociedade pós-industrial*: uma tentativa de previsão social. São Paulo: Cultrix, 1973.

BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. ***A construção social da realidade.*** Petrópolis: Vozes, 1985.

BILS; MARK; KLENOW, Peter J. - *Does Schooling Cause Growth,* American Economic Review V. 90, nº 5, Dezembro, 2000.

BISWAS, Basudeb; CALIENDO, Frank - *A Multivariate Analysis of the Human Development Index*, Indian Economic Journal, Vol. 49, No.4, April- June, 2002.

BOISSEVAIN, Jeremy. **Frends of frends**: networks, manipulators and coalitions. New York: St. Martin's Press, 1974. 285p.

BOISIER, S. (2001 a): **Knowledge Society, Social Knowledge and Territorial Management**. Instituto de Desarrollo Regional (IDR), Fundación Universitaria, Documento de Trabajo # 5, Sevilla, España. Disponível em: <http://www.idr.es/publicaciones/economia>. Acesso em: 24/05/2009.

BONI, V.; QUARESMA, S. J. Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais . Revista Eletrônica dos Pós-Graduados em Sociologia Política. Santa Catarina: UFSC. V.2. nº1, 13 p. 2005. Disponível em: <http://www.emtese.ufsc.br/3_art5.pdf>. Acesso em: 10 de março de 2009.

BORGATTI, S.P.; FOSTER, P.C. The network paradigm in organizational research: a review and typology. *Journal of Management*, v.29, n.6, p.991-1031, 2003.

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

BOURDIEU, Pierre. The forms of capital. In: RICHARDSON, J. F. **Handbook of treory and research for the sociology of Education.** New York: Greenword Press, 1986. Disponível em: <econ.tau.ac.il/papers/publicf/Zeltzerl.pdf>. Acesso em: 02 de jul. 2008.

_____ P. Le sens pratique. Paris: Les Editions de Minuit, 1980. 475 p.

_____ P. Questões de sociologia. Trad. Jeni Vaitsman. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

BRANNEM, Júlia. Combining qualitative and quantitative approaches: na overiview In: BRANNEN, Júlia (Ed.) Mixing Methods: qualitative and quantitative research. Alder shot: Avebury, 1995. Cap. 1, p. 3 – 37.

_____, J. Combining qualitative and quantitative methods: An overview. In Brannen (Ed.), Mixing methods: Qualitative and quantitative research (pp. 3 – 38). Brookfield. VT: Avebury, 1992.

BRESSER, R.K.; HARL, J.E. Collective strategy: vice or virtue? *Academy of Management Review*, v.11, p.408-427, 1986.

BRITTO, L. P. L. de. Sociedade de cultura escrita, alfabetismo e participação. In Ribeiro, V. M. (org). Letramento no Brasil: reflexões a partir do INAF 2001. São Paulo: Global p. 47-63.

BRITTO, L.P.L. de. Sociedade de cultura escrita, alfabetismo e participação. In: RIBEIRO, V.M (Org). **Letramento no Brasil: reflexões a partir do INAF, 2001.** São Paulo: Global. P.47-63.

BREWER, J. HUNTER, A. *Multimethod research: A synthesis of styles*. Thousand Oaks, Califórnia: Sage. 1989.

BUARQUE, Sérgio C. **Metodologia de Planejamento do desenvolvimento local e municipal sustentável.** Brasília: IICA, 1998.

BURT, Ronald. S. Structural Holes. *The Social Structure of Competition.* Cambridge. Massachusells: Harvard University Press. 1992.

BURT, Ronald. S. The contingent value of social capital. **Administrative Science Quarterly,** vol. 42. 1997.

Cadastro da Indústria, Comércio e Serviços do Bairro José Walter / Serviço de Apoio às micro e Pequenas Empresas do Estado do Ceará – Fortaleza. Ed. SEBRAE/CE, 2000, 74 p.

Cadastro da Indústria, Comércio e Serviços do Bairro José Walter / Serviço de Apoio às micro e Pequenas Empresas do Estado do Ceará – Fortaleza. Ed. SEBRAE/CE, 2002, 64 p. 2ª Edição.

CALDAS, E. de Lima; MARTINS, R. D'Almeida. **Uma análise comparativa de experiências de desenvolvimento local.** PÓLIS – Instituto de Estudos, Formação e Assessoria em políticas Sociais. Disponível em: <http://www.polis.org.br >. Acesso em: 21 maio 2009.

CAPRA, Fritjof. As conexões ocultas. Ciência para uma vida sustentável. Tradução: Marcelo Brandão Cipolla. São Paulo: Ed. Cultrix., 2002.

CARNEY, M.G. The strategy and structure of collective action. *Organization Studies*, v.8, n.4, p.341-362, 1987.

CARVALHO, Maria do Carmo B. de. A ação em rede na implementação de políticas e programas sociais públicos. **Rede de Informação do Terceiro Setor,** Rio de Janeiro, abr. 2003. Disponível em <http://www.rits.org.br/redes_teste/rd_tmes_2003.cfm>. Acesso em: 28 ago.2007.

CARVALHO, M. S; GHISI, F.A; MARTINELLI, D. P. Redes de compra: uma forma criativa de sobrevivência para pequenos e médios supermercados. In: Congresso Internacional de Economia e Gestão de Redes Agroalimentares, 4, 2003, Ribeirão Preto. Anais... [CD-ROM]. Ribeirão Preto: Universidade de São Paulo, 2003, p.77. . Disponível em: <http://www.fearp.usp.br>. Acesso em: 13 fev. 2010.

CASSIOLATO, J.E. e LASTRES, H.M.M. "Local systems of innovation in the Mercosur facing the challenge of the 1990s". Industry and Innovations, v.7, n.1, 2000, p.34-51.

CASTELLS, Manuell. **A sociedade em rede.** 6 ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTILLA, et al. Structural holes: the social structure of competition. Cambridge: Harvard University Press, 2000.

CARVALHEIRO, Elizângela Mara. **A agroindústria canavieira do Paraná**: evolução histórica e impactos sobre o desenvolvimento local. 2005. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional e Agronegócio) - Universidade Estadual do Oeste do Paraná.

COBB, C.; HALSTEAD, T.; ROWE, J. *If the GDP Is Up, Why Is America Down?* Disponível em: <http://www.rprogress.org/newmedia/articles/9510_atlantic.pdf>. Atlantic Monthly, October 1995, pp. 59-78. Acesso em: 24 dez 2006.

COCCO, G.; URANI, A.; GALVÃO, A.P. (Coord.). *Empresários e empregos nos novos territórios produtivos*: o caso da Terceira Itália. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

COLEMAN. J. S. *Foundations of Social Theory.* Cambridge, Mass: The Belknap Press of Harvard University, 1990.

COLEMAN, J.S. Foundations of Social Theory. Cambridge. MA: Harvard University Press, 1994.

_____ J. S. Social Capital in the creation of human capital. **American Journal of Sociology,** v.94, p.s95-s120, 1988.

COLLIS, J; HUSSEY, R. **Pesquisa em Administração: Um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação.** Porto Alegre: Bookman, 2005.

CONNER, K. R., & PRAHALAD. C, K. A resource-based theory of the firm: knowledge versus opportunism *Organization Science*, 7(5); 477,-5Ol. 1995.

COOPER, D.; SCHINDLER, P. Métodos de Pesquisa em Administração. 7 ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

CRESWELL, John W. Research design: qualitative & quantitative approaches. Thousand Oake: Sage, 1994.

_____, John W. **Qualitative inquiry and research design**: choosing among five traditions. 1. ed. London: Sage, 1998.

CROSS, Rob: PRUSAK, Laurence. The people who make organizations go – or stop. **Harvard Business Review,** Boston, Mass., v.80, n. 6, p. 104 – 112, jun., 2002.

DEMO, Pedro. Avaliação qualitativa. São Paulo: Cortez : Autores Associados, 1987 (Coleção polemicas do nosso tempo; 25).

DEGENNE, Alain; FORSÉ, Michael. Les réseaux

DILLY, Eliete Kunrath. O capital social em redes de cooperação: um estudo de caso da RAME. 2009. 168 p. Dissertação de Mestrado (Mestrado em Administração) - Universidade de Caxias do Sul.

DIRVEN, Martine. Entre el ideario y la realidad: capital social y desarrollo agrícola - algunos apuntes para la reflexión. Published in Capital Social y redución de la pobreza en america latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma, Libro de la CEPAL N°71, CEPAL/Michigan State University, enero 2003, LC/G. 2194P; ISBN: 92-1-322101-0.

DUARTE, Isabel (coord.); ROLDÃO, Cristina; NOGUEIRA, João M.; COSTA, Sônia. Anexo Metodológico. Relatório final de avaliação externa. E2G – Escolhas 2ª Geração. Jul. 2007.

DUCAN, Marcelo; AZEVEDO, Vera de; MINÁ, Marcelo - COCEP/SDT. Capital social. Um Ativo Para O Empoderamento? (Sumário Preparado Para Uso Interno da SDT).

Documento de Referência: Uma estratégia de Indução ao Desenvolvimento local Integrado e Sustentável, 1999.

DOSI, Giovanni. "The nature of the innovative process" in Dosi, Giovanni et al. Technical change and economic theory, London, Pinter. 1982.

DUTRA, Cleber Jose C. Bases teóricas para a concepção e a gestão de Programas de Produção mais Limpa adequados a grupos de empresas. 318 f. ; il. Tese (doutorado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Escola de Administração, Programa de pós-graduação em Administração, 2008.

EDWARDS, J. Cooperation end competition: Two sides of the same coin? The irish journal of psychology, 12, p.76-82, 1991.

ELIAS, N. Envolvimento e distanciamento:estudos sobre sociologia do conhecimento, 1997a (Trad.: Maria Luísa Cabaços Meliço).

_____ N. "Towards a theory of social processes: a translation". British Journal of Sociology, vol.48, no 3, September, 1997b.

_____ N. Sociologia Fundamental. Barcelona: Gedisa, 1999.

EZZY, Douglas. Qualitative Analysis: practice and innovation. 1. ed. London: Routledge, 2002.

FLICK, Uwe. Triangulation revisited: strategy of validation or alternative ? Journal for the Theory of Social Behaviour. v. 22, nº 2, p. 175 – 197, 1992.

FRANCO, Augusto de. **Porque precisamos de Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável.** 2ª ed. Millennium, 2000.

_____. O conceito de capital social e a procura de um índice sistêmico de desenvolvimento local integrado e sustentável". In SILVEIRA, Caio Márcio e DA COSTA REIS, Liliane (orgs.). **Desenvovimento Local, Dinâmicas e Estratégias.** Rede DLIS/RITS, pp. 153-162.

FRANCO, Augusto de. Carta Rede Social 170 (14/08/08). Disponível em: <http://augustodefranco.locaweb.com.br/cartas_comments.php?id=255_0_2_0_C>. Acesso em: 29 de set. 2009.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia.** Saberes necessários à prática educativa. São Paulo: 3ª edição, Paz e Terra, 1997.

FREITAS, Henrique; JANISSEK, Raquel. Análise Léxica e análise de conteúdo: técnicas complementares, seqüenciais e recorrentes para exploração de dados qualitativos. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2000.

_____. Conscientização. São Paulo: Editora Moraes, 1980.

FREITAS, Henrique; OLIVEIRA, Mirian. *Focus group:* instrumentalizando o seu planejamento. In: BARBOSA DA SILVA, Anielson: GODOI, Christiane Kleinubing; MELLO, Rodrigo de. (Org.). Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos. São Paulo: Saraiva, 2006. 460 p.

FONTANA, G.; OLIVEIRA, Otávio J. ***Uso de tecnologia de informação no planejamento e controle da produção****: um estudo nas micro e pequenas empresas da região de Bauru. In*: *X SEMEAD - Seminários em Administração da FEA/USP*, 2007, São Paulo. X SEMEAD - Seminários em Administração da FEA/USP. São Paulo, 2007.

FUKUDA-PARR et al - *Relatório Do Desenvolvimento Humano 2004 Liberdade Cultural num Mundo Diversificado*. Lisboa: Mensagem - Serviço de Recursos Editoriais, Lda., 2004.

FUKUYAMA, Francis. **Confiança:** as virtudes sociais e a criação da prosperidade. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

FURTADO, C. (1982): **A nova dependência**. Paz e Terra, São Paulo, Brasil.

GIL, A .C., ***Métodos e técnicas de pesquisa social***. 4ª. ed. São Paulo: Atlas, 1994.

GOBB, Raquel Lorena. **O papel do capital Social no desenvolvimento de arranjos Produtivos Locais.** Estudo no APL de móveis de Marco/Ce. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Administração. Universidade Federal do Ceará. Fortaleza, 2008.

GOMES, Benjamin C. Estratégia em primeiro lugar. *HSM management.* Nº 15, ano 3, jul./ago., 1999.

GONÇALVES; Antônio; KOPROWISKI, Sido Otto. **Pequena empresa no Brasil.** São Paulo: EDUSP, 1995.

GRAY, B. *Collaborating*: finding common ground for multiparty problems. San Francisco: Jossey-Bass, 1989.

GRANOVETTER, M. Problems of explanations in economic sociology. In: NOHRIA, N.; ECCLES, R. **Networks and organizations: structure, form and action.** Boston: Harvard Business School Press, 1992. 25-56.

_____, M. The strength of wear ties. American Journal of Sociology 78:1360-80. 1973.

GROOTAERT, Cristhian; BASTELAR Van. Understanding and measuring social capiatl. A synthesis of findings and recommendations from the social capital iniciative. The Word Bank, n. 24, p. 01-45, 2001. Disponível em: <http:/siteresources.wordbank.org/ INTSOCIALCAPITAL/ Resources/ Social-Capital-Initiative-Working-Paper-Servis/SCI-WPS-24.pdf>. Acesso: 27 maio 2009.

GROOTAERT, C.; NARAYAN, D.; NYHAN, J.V.; WOOLCOCK, M. Questionário integrado para medir capital social. Banco Mundial. Grupo Temático sobre Capital Social, jun. 2003. Disponível wm: <http://poverty.worldbank.org/files/ 14753__qimcs.pdf>. Acesso: 28 set. 2009.

GUBA, Egon G.; LINCOLN, Yvonna S. Competing paradigm in qualitative research. In: DENZIN, Norman K.; LINCOLN, Yvonna S. (Eds.) Handbook of qualitative research London: Sage, 1994. Cap. 6, p. 105 – 117.

GÜNTHER, Hartmut; ELALI, Gleice A.; PINHEIRO, José Q. A abordagem multimétodos em Estudos Pessoa-Ambiente: Características, definições e implicações. Série: Textos de Psicologia Ambiental, 2004, Nº 23. UNB: Instituto de Psicologia.

HABERMAS, Jürgen. Teoria de la acción comunicativa I – Racionalidad de la acción e acción y racionalización social. Madri:Taurus, 1987b.

HALL, J., VREDENBURG, H., The Challenges of Innovating for Sustainable Development. MIT Sloan Management Review., vol. 45, nº 1, p. 61-68, 2003.

HANNEMAN, Robert A. **Introducción a los métodos de análisis de redes sociales.** Departamento de Sociologia de la Universidad de Califórnia Riverside. 2001.

HANNEMAN, Robert A.; RIDDLE, Mark. **Introduction to Social Network Methods.** Riverside: University of Califórnia, 2005. Disponível em: <http://faculty.ucr.edu/~hanneman/nettext/> Acesso em: 10 de out. de 2009.

HARVEY, David. From espace to place and back again: reflections on the conditions of postmodernity. **In:** BIRD, John – *et alii.* (eds.). Mapping the futures: local cultures, global change. London and New York: Routledge, 1993.

HERRIGEL, G.B. Power and the redefinition of industrial districts: the case of Baden-Württemberg. In: GRABER, G. (Org.). *The embedded firm*: on the socioeconomics of industrial networks. New York: CWL, 1993.

HOFFMAN, K.; KAPLINSKY, R. Driving Force: The Global Restructuring of Technology. Labor and Investment in the Automobile and Components Industries Boulder, CO:Westoiew Press, 1988.

HOLM, Desiree B., ERIKSSON, Ken and JOHANSON, Jan. "Business Networks and Cooperation in International Business Relationships", Journal of International Business, 27(5), 1033-1053., 1996.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. Censo populacional 1999/2000.

INOJOSA, R. M. Redes de compromisso social. **Revista de Administração Pública,** v.33, n.5, p.115-141, 1999.

IPIRANGA, Ana Silvia. R. Caminhos do Desenvolvimento Local: território, capital social e governança. Fascículo 02. Universidade Aberta do Nordeste. 2007.

IERVOLINO, S.A.; PELICIONI, M.C.F. A utilização do grupo focal como metodologia qualitativa na promoção da saúde. Rev EscEnf USP, v. 35, n.2, p.115-21, jun, 2001.

JANIS, I. L. Groupthink: Psychological studies of policy decisions and fiascos. Boston: Houghton Mifflin. 1982.

JUNQUEIRA, Luciano A. P. Articulações entre o serviço público e o cidadão. In: X CONGRESSO INTERNACIONAL DEL CLAD SOBRE LA REFORMA DEL ESTADO Y DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA, out. 2005, Chile: Santiago. Disponível em: <http://clad.org.ve>. Acesso em: 08 jun. 2009.

JUSTICIA, Juan Muñoz. Análisis cualititativo de dados textuales con ATLAS.ti 6.1. Universitat Autònoma de Barcelona. Noviembro de 2005.

JOLLY, Richard; EMMERIJ, Louis; GHAI, Dharan; LAPEYRE, Frédéric. UN Contributions to Development Thinking and Practice. Bloomington, IN: Indiana University Press, 2004.v.2.

JONES, Candance; HESTERLY, William; BORGATTI, Stephen P. General theory of network governance: exchange conditions and social mechanisms. In: **Academy of Manegement Review,** vol.22, n.4, p.911-945, 1997. Disponível em: <http://www.analytictech.com/borgatti/oppamr6z.htm>. Acesso em: 06 de abr. 2009.

KOGUT. B. & ZANDER, U. Knowledge of the firm, combinative capabilities and the replication of technology *Organization Science*, 3(3):383-397. 1992.

KNORRINGA, P.; MEYER-STAMER, J. New dimensions in local enterprise co-operation and development: from clusters industrial districts. In: Clusters e sistemas locais de inovação. Campinas: UNICAMP, set. 1999.

KRACKHARDT, D. Graph theoretical dimensions of informal organization. Paper presented at the annual meeting of the Academy of Management, Washington, DC. 1989.

KRACKHARDT, D.: HANSON, J. Informal networks: the company behind the chart. **Harvard Busines Review,** Boston, Mass., v. 71, n. 4, p. 104 -111, jul. – ago., 1993.

KRACKHARDT, D. The strength of strong ties. In N. Nohria & R. G. Eccles (Eds.), Networks and organizations: Structure, form and action: 216-239. Boston: Harvard Business School Press. 1992.

KUIPERS, Kathy J. **Formal and informal networks in the workplace.** 1999.117 p. Tese (Ph.D.) – Stanford University, Stanford, Calif., 1999.

LAWLER, E. J., & YOON, J. Commitment in exchange relations: Test of a theory of relational cohesion. American Sociological Review, 61: 89-108. 1996.

LAZEGA, Emanuel. Réssaux sociaux aux et structures relationnelles. Paris: Presses Universitaires de France, 1998, 127 p.

LAKATUS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Técnicas de Pesquisa 3ª Ed. São Paulo: Editora Atlas, 1996.

LEENDERS, R.T.A.J.; GABBAY, S.M.; FIEGEBAUEM, B. *Corporate social capital and the strategic management paradigm*: a contingency view on organizational performance. Working paper. Groningen: University of Groningen, 2002.

LEITE, Francisco T. Metodologia Científica: métodos e técnicas de pesquisas: monografias, dissertações, teses e livros. Aparecida, SP: Ideias & Letras, 2008.

LOIOLA, Elisabeth; MOURA, Suzana. Análise de redes: uma contribuição aos estudos organizacionais. In: FISCHER, Tânia (Org.). **Gestão contemporânea – cidades estratégicas e organizações locais.** Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1996. Parte I, cap.3, 2007 p.

LOURY, G. Why should we care about group inequality? Social Philosophy & Policy, 5: 249-271. 1987.

MACKE, J.; CARRION, Rosinha M. **Indicadores e Metodologia para a avaliação de Programas de Responsabilidade Social Empresarial: foco no Desenvolvimento Local.** Revista Eletrônica de Administração, 2006.

MARCON, Christian; MOINET, Nicolas. Estratégia-Rede. Caxias do Sul. EDUCS, 2000.

MANCE, Euclides A. **A revolução das redes:a colaboração solidária como uma alternativa pós-capitalista à globalização atual.** Rio de Janeiro: vozes, 1999. 220p.

MANKIW; ROMER; WEIL - *A Contribution to the Empirics of Economic Growth* Quarterly Journal of Economics V. 107, Nº 2, Maio, 1992.

MARANS, R. W., & SPRECKELMEYER, K. F.*Evaluating built environments.* Ann Arbor, MI: U Michigan Press.1987.

MARCON, Christian; MOINET, Nicolas. **Estratégia-rede.** Caxias do Sul: EDUCS, 2001. 214 p.

MARINHO DA SILVA, Marcus C. **Redes sociais intraorganizacionais informais e gestão: um estudo nas áreas de manutenção e operação da planta HYCON-8,**

Camaçari, BA. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal da Bahia. Escola de Administração. NPGA. Salvador – BA, 2003.

MATTAR, Frauze N. Pesquisa de marketing. São Paulo: Atlas, 1996.

MARTINHO, Cássio. O projeto das redes – horizontalidade e insubordinação. **Aminoácidos, revista da Agência de Educação para o Desenvolvimento – AED.** Brasília, n.2, 2002, 131 p. Disponível em: <http://www,abdl.org.br/filemanager/download/377/o_projeto_das_redeshorizontalidade_cassio_martinho.doc>. Acesso em: 04 jun. 2009.

MARTELETO, Regina M. Análise de Redes Sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação. **Ciência da Informação**. Brasília, v. 30, n.1 p.71-81, jan/abr. 2001.

MARTINHO, Cássio. Uma introdução às dinâmicas da conectividade e da auto-organização. Brasília: WWF-Brasil, 2003.

MELO, Paulo Thiago N. B.; RÉGIS, Helder Pontes. Contribuições e Dificuldades na Utilização de Softwares para Análise de Redes Sociais: A Produção Científica Nacional na Área de Organizações no Período de 2001 a 2007. Faculdade de Integração do Sertão, FIS e Faculdade Boa Viagem, FBV / MPGE. 2006.

MELO, Paulo Thiago N. B de; RÉGIS, Helder Pontes. Contribuições e Dificuldades na Utilização de Softwares para Análise de Redes Sociais: A Produção Científica Nacional na Área de Organizações no Período de 2001 a 2007. Faculdade de Integração do Sertão, FIS e Faculdade Boa Viagem, FBV / MPGE.

MERTENS, D.M. Mixed methods and the politics of human research: The transformative-emancipatory perspective. In A. Tashakkori e C. Teddlie (Eds.).

MERTON, R.K. Social theory and social structure. New Iork: Free Press, 1968.

MILANI, C. **Teorias do Capital Social e Desenvolvimento Local**: lições a parir da experiência de Pintadas (Bahia, Brasil). Site na Universidade Federal da Bahia (UFBA) 2004. Disponível em www.adm.ufba.br/capialsocial. Acesso em 01 de março de 2009.

MILES, R. E.; SNOW, C. C. **Organizational strategy, structure and process**. New York: McGraw-Hill, 2001.

MINAYO, Maria Cecília de Souza *et al.* (Org.) *Pesquisa social*: teoria, método e criatividade. 2. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1994.

_____. Avaliação por triangulação de métodos: abordagem de programas sociais./Organizado por: Maria Cecília de Souza Minayo, Simone Gonçalves de Assis e Ednilsa Ramos de Souza. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2005. 244p. ilus.

MINHOTO, Laurindo D.; MARTINS, Carlos Estevam. As redes e o desenvolvimento social. **Cadernos FUNDAP**, n 22, p. 81-101, 2001. Disponível em: http://www.fundap.sp.gov.br. Acessado em 25 mai. 2008.

Ministério do Trabalho e Emprego – MTE. Disponível em: <http://www.rais.gov.br/>. Acesso em: 02 abr. 2009

MONCZKA, Robert *et al.* Success factores in strategic supplier alliances: the buying company perspective. Decision sciences, vol. 29, nº 3, summer, 1998.

MORAN, P. & GHOSHAL, .S. Value creation by firms. In J, B, Keys & L. N. Dosier (Eds.), *Academy of Management Best Paper Proceedings*, Georgia Southern University. 1996.

MORGAN, David L. Focus group as qualitative research. 2. ed. Thousand Oaks: Sage, 1997.

MORIN, Edgar. Os sete saberes necessários à educação do futuro. São Paulo: Cortez, 2005.

_____, Edgar. A new way of thinking. 2. ed. **The Unesco Courier**, 1996, p. 10-14.

_____, Edgar. *La Methode. La Nature de la Nature*. Paris: Editions de Seuil, 1977.

MORSE, Janice M. Approaches to qualitative-quantitative methodological triangulation. Nursing Research. V. 40, nº1, p.120-123, Mar. /Apr. 1991.

MULLER, Pierre; SUREL, YVES. **L'Analyse des politiques publiques.** Paris: Montchrestien, 1998.

NAISBITT, John. Global Paradox. London: Nicholas Brearley Publishing, 1994.

NAHAPIET, Janine; GHOSHAL, Sumantra. Social Capital, intellectual capital and the organizacional advantage. **The Academy of Managyementt Review**, vol. 23, n. 2. Apr 1998. p. 242- 266.

NARAYAN, Deepa; CASSIDY, Michael. "A Dimensional Approach to Measuring Social Capital : Development and Validation of Social Capital Inventory". Current Sociology 49(2): 49-93, 2001.

NEVES, Jorge Alexandre Barbosa; HELAL, Diogo Henrique. **Superando a Pobreza: o papel do capital social na Região Metropolitana de Belo Horizonte.** In: Encontro Nacional de Pós-Graduação em Admnistração – ENANPAD, 2006. **Anais Eletrônicos...** Salvador: Anpad, 2006.

NOHRIA, Nitin. Is a network perspective a useful way of studying organizations? In: NOHRIA, Nitin; ECCLES, Robert G. Networks and organizations: structure, form, and action. Cambridge: Harvard University Press, 1992. 544.

NELSON. R. R. & WINTER. S. G. *An Evolutionary Theory of Economic Change*, Cambridge, Mass: The Belknap Press of Harvard University. 1982.

NEVES, Jorge Alexandre Barbosa; HELAL, Diogo Henrique. **Superando a Pobreza: o papel do capital social na Região Metropolitana de Belo Horizonte.** In: Encontro Nacional de Pós-Graduação em Admnistração – ENANPAD, 2006. **Anais Eletrônicos...** Salvador: Anpad, 2006.

O'LEARY, Zina. **Researching real-world problems:** a guide to methods of inquiry. 1. ed. London: Sage, 2005.

OLIVEIRA, Maria H. S. Histórias de sucesso: experiências empreendedoras – José Walter – descobrindo a força do trabalho coletivo. Edições SEBRAE, 2006.

OLIVEIRA, Otávio J. Pequena empresa no Brasil: Um estudo de suas características e perspectivas. Revista integração. Ensino, Pesquisa e Extensão. Ano XII, jan./fev./mar. 2006, nº 44. Centro de Pesquisa da Universidade São Judas Tadeu.

OLIVEIRA, Mirian; FREITAS, Henrique M.R. Focus group – pesquisa qualitativa: resgatando a teoria, instrumentalizando o seu planejamento. **Revista de Administração.** São Paulo: Universideda de São Paulo, v. 33, nº 3, p.83-91, jul./set.1998.

OLIVER, A. L; EBERS, M. Networking network studies: an analysis of conceptual configurations in the study of inter-organizational relationships. *Organization Studies,* 19(4): 549–583. 1998.

OLIVIERI, Laura. A importância histórico-social das Redes. **Rede de informações para o Terceiro Setor,** Rio de Janeiro, jan.2003. Disponível em: <http://www.rits.org.br/redes_teste/rd_tmes_jan2003.cfm>. Acesso em: 08 de ago. 2009.

PATTON, M. Q. How to use qualitative methods in evaluation. Newbury Park, CA: Sage, 1987.

PEDRO, R.M.L.R. As redes na Atualidade: Refletindo sobre a produção de conhecimento. In: D´AVILA NETO, Maria Inácia; PEDRO, Rosa Maria Leite Ribeiro (org.) **Tecendo o Desenvolvimento:** saberes, gênero, ecologia social, ecologia social. Rio de Janeiroo: MAUAD Bapera Editora, 2003. p.29-47.213 p.

PEREIRA; Débora e BRITTO; Elaine M. de Oliveira. Jobless growth: crescimento econômico sem empregos. Revista Estudos do Futuro, ISSN XXXX-xxxx, v. 1, n. 1, Fevereiro de 2007, http: www.nef.org.br/revista

PERES, Fernando. C. "Capital Social: a nova estrela do crescimento econômico". Preços Agrícolas, n.163, p. 6-9, Piracicaba, maio 2000.

PERROW, Charles. Small-Firms Networks. In: NOHRIA, Nitin & ECCLES, Robert G. **Networks and Organizations: Structure, form, and action.** Cambridge, Harvard University Press, 1992.

PERROW, C. Normal accidents. New York: Basic Books. 1984.

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Bairro José Walter/Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado do Ceará – Fortaleza: ed. SEBRAE/CE, 2001. 28 p. (Série PRODER).

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Bairro José Walter/Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado do Ceará – Fortaleza: ed. SEBRAE/CE, 2002. 24 p. (Série PRODER).

POLANYI, M. *The Tacit Dimension*, London: Routledge and Kegan Paul First published in 1966. 1967.

PORTER, M.E. *Competitive strategy*. New York: Free Press, 1980.

POWELL, Walter W. Learning from colaboracion: knauledge and networks in the biotechenology and pharmaceutical Industries. California Magagenemet Review, Vol. 40 n°3, Spring, 1998 p.228-240.

PREISER, W. F. E. (ed.). *Building evaluation*. Nova York: Plenum. 1989.

PUTNAM, Robert D. ***Comunidade e democracia***: a experiência da Itália moderna. 4. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005.

PUTNAM, Robert D. The prosperous community: Social capital and public life. American Prospect, 13: 35-42. 1993.

PYKE, F.; BECATTINI, G.; SENGENBERGAR, W. *Industrial districts ans inter-firms cooperation in Italy*. Geneve: Internacional Institute for Labor, 1990.

QUIROGA, A. **Introducción al análisis de dados reticulares: praticas com UCINET 6 y NetDraw 1, Versión 1.** Departamento de Ciencias Políticas, Universidad Pompeu Fabra. Junio, 2003.

RAIS- Relatório Anual de Informações Sociais. Brasília : Ministério do Trabalho, 2001. Disponível em: <http://www.mte.gov.br/Temas/RAIS/default.asp>. Acesso em: 05 dez 2008.

REDEFINING Progress. *Contents of the Genuine Progress Indicator (GPI).* Disponível em: <http://www.rprogress.org/newprograms/sustIndi/gpi/gpi_contents. shtml>. Acesso em: 25 jan. 2009.

RÉGIS, Helder P. Construção social de uma rede informal de mentoria nas incubadoras de base tecnológica do Recife. 2005. 221 p. Tese (Doutorado em

Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração. Departamento de Ciências Administrativas. Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2005.

RÉGIS, Helder P.; DIAS, Sônia M. C. e BASTOS, Antonio V. B. Articulando Cognição, Redes e Capital Social: um estudo entre empresários participantes de incubadoras de empresas. 30º Encontro da ANPAD – 23 a 27 de setembro de 2006 – Salvador/Bahia.

_____. Cognição e Redes de Mentoria: mapeando as concepções de empreendedores. III Congresso Brasileiro de Psicologia Organizacional e do Trabalho, 2008, Florianópolis. Anais do III CBPOT, 2008.

REMENYI, Dan; WILLIAMS, Brian; MONEY, Arthur; SWARTZ, Ethne. **Doing research in business and management:** an introduction to process and method. 1.ed. London: Sage, 1998.

Revista comemorativa dos 37 anos do Conjunto Prefeito José Walter.Publicação da ENA Publicidade & Propaganda, 2007.

RING, Peter S. Processes facilitating reliance on trust in inter-organizacional networks. In: EBERS, Mark. **The formation of Inter-organizational networks.** Oxford: Oxford Univrsity Press, 1997.

RODRIGUES, M. E. **O conhecimento nas micro e pequenas empresas:** Um estudo de sua absorção e utilização nas micros e pequenas empresas fluminenses. Dissertação de Mestrado em administração. Rio de Janeiro: UFRJ, 2000.

ROESCH, Sylvia M. A. **Projetos de estágios e de pesquisa em administração:** guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

ROWE, J. *The growth consensus unravels.* Disponível em: <http://www.dollarsandsense.org/archives/1999/0799rowe.html. Dollars and Sense, July-August 1999, pp. 15-18, 33>. Acesso em: 24 dez 2006.

SACHS, Ignacy. *Caminhos para o desenvolvimento sustentável.* Rio de Janeiro: Garamond, 2000.

SANTOS, Mariana V. Redes sociais informais e compartilhamento de significados sobre mudança organizacional: estudo numa empresa petroquímica da Bahia. Dissertação de Mestrado em Psicologia. Salvador: UFBA, 2004.

SANTOS, Boaventura de S. A Reinvenção Solidária e Participativa do Estado. Conferência apresentada no Seminário Internacional "A Sociedade e a Reforma do Estado", promovido pelo Ministério da Administração e Reforma do Estado do Brasil (MARES) e pelo Conselho da Reforma do Estado. São Paulo. <http://www.mare.gov.br/historico/reforma/conselho/boaventura>. Acesso em: 20 mar. 1998.

_____. A crítica da razão indolente. Contra o desperdício da experiência. Para um novo senso comum. A ciência, o direito e a política na transição paradigmática. Cortez Editora, 5ª edição, 2005.

SCHUMPETER, Joseph. Teoria do Desenvolvimento Econômico. Trad. Maria Sílvia Possas. São Paulo. Editora Abril, 1982.

SCAPENS, Robert W. Researching Management Accouting Pratice: The Role of Case Study Methods British Accouting Review, 22, p.259-281.

SANOFF, H. *Community participation methods in design and planning*. Nova York: Wiley. 2000.

SARACEVIC, A. T. *GPI offers useful counterpoint to GDP.* Disponível em: <http://www.rprogress.org/newmedia/articles/030727_sfchron.pdf. Sunday, July 27, 2003>. Acesso em: 20 jan 2009.

SCOTT, John. A Toolkit for Social Network Analysis. Acta Sociologica, v.39, 1996.

_____, Social network analysis: a handboob. 2 ed. London: Thousands Oaks, Calif.: Sage Publications, 2000. 208 p.

SEADE. Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados. Disponível em: <http://www.seade.gov.br/produtos/spp/> Acesso em: 24 jun 2009.

Secretaria do Desenvolvimento e Assuntos Internacionais do Rio Grande do Sul – SEDAI. Manual de Orientação dos Consultores do Programa Redes de Cooperação. Porto Alegre, 2004.CD.

SEBRAE. Número de empresas, empregos e salários (1996-2002). Boletim estatístico de micro e pequenas empresas. *Observatório SEBRAE*, 2005. Disponível em: <http://www. sebrae.com.br/br/mpe_numeros/empresas.asp>. Acesso em: 22 jan. 2008.

SOUZA, Cristina de. Centro de Estudos sobre a Mudança Socioeconômica e INETI – Instituto Nacional de Engenharia, Tecnologia e Inovação, 2008.

SOMMER, B., & SOMMER, R. *A practical guide to behavioral research: Tools and techniques* (5th ed.). Nova York: Oxford University Press. 2002.

SILVERMAN, David. Doing qualitative research: a practical handbook. 2. ed. London: Sage, 2005.

SILVA, Cristian Luiz da; LOURENÇO, Marcus Santos; SALANEK FILHO, Pedro. Capital Social e Cooperativismo no Processo de Desenvolvimento Sustentável Local: Teorias e Aplicações ao Caso da Cooperativa Bom Jesus – Lapa/PR. In: Encontro Nacional de Pós-Graduação em Administração – ENANPAD, 2006. **Anais eletrônicos. Salvador:** Anpad, 2006.

SILVEIRA, Caio; BOCAYUVA, Cunca; ZAPATA, Tânia. **Ações Integradas e Desenvolvimento Local:** tendências, oportunidades e caminhos. São Paulo; Instituto Pólis; Programa Gestão Pública e Cidadania da FGV- EAESP, 2001.

SILVA, Marília Ribeiro. **Arranjos produtivos de turismo com inserção da lojística de serviço visando o desenvolvimento local endógeno:** estudo do caso de Guaramiranga. 2008. Dissertação. (Mestrado em Lojística e Pesquisa Operacional) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza.

SPENDER, J. C. Making knowledge the basis of a dynamic theory of the firm. *Strategic Management Journal* 17 (Special Issue): 45-62. 1996.

STOKOLS, D. "Environment psychology. Annual Review of Psychology", 29, 253 – 295, 1978.

TASHAKKOPI, A. & TEDDLIE, C. Mixed methodology: Combining the qualitative and quantitative approaches. Thousand Oaks, CA: Sage. 1998.

TICHY, N. M., TUSHMAN, M. L., & FOMBRUN, C. Social network analysis for organizations. Academy of Management Review, 4: 507-519. 1979.

THOMPSON, Grahame F. **Between Hierarchies and Markets: the logics AND limits of network forms of organization.** Oxford, Oxford University Press, 2003.

TOMAÉL, Maria Inês.; MARTELETO, Regina M. **REDES SOCIAIS: posições dos atores no fluxo da informação.** Enc. Bibli: R. Elettr. Bibliotecon. Ci. Inf.., Florianópolis, n.esp., 1º sem. 2006.

TOMAÉL, Maria Inês; ALCARÁ, Adriana Rosecler; DI CHIARA, Ivone Guerreiro. Das redes sociais à inovação. **Ci. Info.,** Brasília, V. 34, n. 2, p.93-104, maio/ago. 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ci/v34n2/28559.pdf>. Acesso em 12 ago.2009.

TOMAÉL, M. I. **Redes de Conhecimento:** O Compartilhamento da Informação e do Conhecimento em Consórcio de Exportação do Setor Moveleiro. 2005. 289 fls. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Escola de Ciência da Informação. Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2005.

TOMASSINI, L.(2000). El giro cultural de nuestro tiempo, em Kliksberg B. y L. Tomassini (comps.) Capital social y cultura: claves estratégicas para el desarrollo, BID, Washington.

TORRES, Haroldo da Gama, FERREIRA, Maria Paula e DINI, Nádia Pinheiro – *Indicadores sociais: por que construir novos indicadores como o IPRS.* São Paulo Perspec., jul./dez. 2003, vol.17, no.3-4.

TRIVIÑOS, A. N. S. Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1992.

TURNBULL, P; FORD, D; CUNNINGHAM, M. "Interaction, Relationships and Networks in business Markets: an evolving perspective. Journal of Business & Industrial Marketing, Bradford, Vol. 11 N°3-4, p. 44-62, 1996.

TURNER, B. A. The organizational and interorganizational development of disasters. Administrative Science Quarterly, 21: 378-397. 1976.

VALE, G.M.V. Novos agentes em ação. *Rumos do Desenvolvimento*, p.34, out. 2000.

VERGARA, Sylvia C. Métodos de Pesquisa em Administração. São Paulo, Editora Atlas S.A, 2005.

VERSCHOORE, Jorge Renato de Souza. Redes de Cooperação Interorganizacionais: a identificação de atributos e benefícios par um modelo de gestão. 2006. 253 f. Tese (Doutorado em Administração) – Programa de Pós Graduação em Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2006.

VIEIRA, F.R.C. Dimensões para o diagnóstico de uma gestão estratégica voltada para o ambiente de empresas de pequeno porte, 2002. Tese(Doutorado) – Universidade federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2002.

WAARDEN, Frans van. Emergence and development of business interest associations: an exemple from the Netherlands. Organizatons studies, vol.13, nº 4, 1992.

WASSERMAN, Stanley: FAUST, Katherine. **Social network analysis: methods and applications.** Cambridge, New York: Cambridge University Press, 1994. 825 p.

WEBER, Max. Ciência e Política: duas vocações. São Paulo: Ed. Cultrix, 2000.

WESTPLTAL, Marcia F., BÓGUS, Claudia M; FARIA, Mara de Mello. Grupos focais: experiências precusoras em programas educativos em saúde no Brasil. Bol oficina Saint Panaman, 1996.

WAUTIEZ, Françoise; SOARES, Claudia L.B.; LISBOA, Armando de M. **Indicadores da economia social.** In: CATTANI, Antônio D. (org). **A outra economia.** Porto Alegre: Veraz, 2003, 177-183.

WEGNER, Douglas. Redes horizontais de empresas no Rio Grande do Sul: um estudo dos fatores influentes na formação e desenvolvimento. 2005. 196 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – programa de Pós Graduação em Administração, Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria, 2005.

WHITAKER, Francisco. Redes: uma estrutura alternativa de organização. **Revista Mutações Sociais.** CEDAC, Rio de Janeiro, março/abril/maio, 1993. Disponível em: <http://www.rits.org.br/redes/rd_estrutalternativas.cfm>. Acesso em: 03 jul. 2009.

WOOLCOCK, Michael. Social Capital and economy development: toward a theoretical synthesis and policy framework. **Theory and society,** v.27, p.151-208, 1998.

WORLD BANK. What is social capital. Social capital. 2007. *The World Bank*. Disponível em: <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/TOPICS/EXTSOCIALDEVELOPMENT/EXTTSOCIALCAPITAL/0,,contentMDK:20185164~menuPK:418217~pagePK:148956~piPK:216618~theSitePK:401015,00.html>. Acesso em: 23 jan. 2008.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. **Health promotion glossary.** World Health Organizations, 1998. Disponível em: <http://www.who.int/hpr/NPH/docs/hp_glossary_en.pdf>. Acesso em 15 mar. 2009.

ZAPATA, Tânia; AMORIM, Mônica; ARNS, P. César. **Desenvolvimento territorial à distância.** Florianópolis: SEaD/UFSC, 2007. 153p.

YIN, R. K. *Estudo de caso*: planejamento e métodos. 3ª. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.