

A CONTRIBUIÇÃO DAS REDES NA FORMAÇÃO DA COOPERAÇÃO EMPRESARIAL = UM ESTUDO DE CASO

Ruthy Nadia Laniado*
Amilcar Baiardi**

RESUMO

Este texto discute a importância da cooperação empresarial na Bahia a partir da formação de redes que caracterizam um marco de ação coletiva. Busca entender a influência das mesmas no padrão da ação individual e da ação em grupo no interior do mundo dos negócios para o desenvolvimento econômico. As redes pesquisadas são formadas por meio de diferentes tipos de arranjos organizacionais, envolvendo associações ou entidades de classe e materializam o seu papel seguindo variados tipos de objetivos. Seu funcionamento se dá por meio de diferentes níveis de cooperação, enfocando a promoção de interesses das firmas, do setor ou da cadeia produtiva e a modernização da atividade empresarial, além de visar desenvolver renovados padrões de ação pautados em valores de compromisso e associativismo.

ABSTRACT

This paper is about the importance of entrepreneurial co-operation in Bahia taking into account the formation of networks as a landmark for collective action. It aims to understand their influence in the pattern of individual and collective action in the world of business for economic development. The networks in this research are different modalities of organizational arrangements, involving associations, trade unions or interest group associations and they materialize their role through different objectives. Their mode of operation is made of different levels of co-operation, focusing the promotion of interests for business, the economic sector or the productive chain and modernizing entrepreneurial activities; in addition, they promote renewed patterns of action based on compromise and associativism.

* *Profa do Departamento de Sociologia, Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, Núcleo de Pós-Graduação em Administração e NEPOL - UFBA*

** *Professor Titular - Núcleo de Pós-Graduação em Administração e NEPOL - UFBA*

INTRODUÇÃO

O prestígio assumido pelo estudo do papel das instituições na economia levou, mais recentemente, à noção cardinal de rede. Categoria de análise ampla e com delineamentos permeáveis informa um campo de estudo renovador sobre ação, sistema e agente no contexto das atividades sociais contemporâneas. Ela permite evidenciar de forma mais clara o caráter multifacetado das relações sociais em esferas de vida muito diferentes, como na economia ou na comunidade. Por isso, a noção de rede possibilita integrar construtos analíticos que combinam elementos de interação nas relações interpessoais do cotidiano com determinantes dos sistemas econômicos e sociais complexos, no estudo das organizações.

Partindo deste ponto de referência, o presente trabalho levanta algumas considerações sobre a conduta de agentes econômicos - os empresários na Bahia de hoje - vinculados a associações que interligam a atividade econômica privada, o mercado e organizações em geral, configurando teias de valores, decisões e ações que podem ser caracterizadas como redes. Identificar de que forma os motivos que levam à sua formação são percebidos pelos atores como cooperação, mobilizando-os para uma dinamização da atividade empresarial, é o objetivo deste trabalho.¹

Destarte, o presente estudo identifica os fatores (cultura empresarial, concorrência e crescimento setorial, por exemplo) que congregam as manifestações da ação individual ou coletiva numa economia em mudança, considerando as amplas transformações ocorridas na Bahia e no Brasil na última década. Identifica os objetivos traçados pelos próprios empresários para realizar a cooperação necessária ao desenvolvimento do mundo dos negócios (fatores de produção, estratégias de expansão e inovações tecnológicas, por exemplo). Toma-se como lastro analítico a cooperação para o desenvolvimento baseada nos padrões culturais que influenciam a sociedade e as instituições, tal como advogado por Putnam (1994), porque ela se respalda em um corpo de valores, regras de conduta e confiança e pode se expressar por meio de diferentes tipos de relações sociais e organizações, inclusive na economia, por meio de associações ou entidades de classe. Na perspectiva deste estudo, a cooperação é percebida como um conjunto de recursos estruturados por meio de redes; estas podem ter um caráter formal, isto é, desenhar-se por meio de contratos e normas explicitadas, ou informais, tecendo relações de caráter interpessoal e privilegiando o compromisso por meio de negociação contínua.²

REDES E COOPERAÇÃO NAS ATIVIDADES ECONÔMICAS

A noção de rede possibilita, dentro do amplo campo do entendimento das instituições, superar a oposição macro/micro, a dicotomia individualismo metodológico/totalidade e ultrapassar a dependência da racionalidade instrumental.

¹ A pesquisa *Conduta empresarial: ação individual e ação coletiva numa economia em mudança*, contou com o apoio do CNPq e dela participaram os bolsistas de IC Beckenbauer Simas, Cristiano D'Almeida, Viviane Garrido e de AT Núbia Ramos, Patrícia Santos.

² Para investigar o presente tema foram realizadas 31 entrevistas com empresários que ocupam posições de liderança (diretor ou presidente) em organizações que atuam em redes (consórcios, associações e sindicatos) de diversos setores da economia na Bahia, em 2001. São eles: construção civil, mineração, comércio, metalurgia, hotelaria mineração não-metal, imobiliário, bebidas e alimentos, têxtil e vestuário, indústria de transformação, serviços médico-hospitalares, finanças, calçados e couro, serviços públicos, comunicação, fumo, papel e celulose, madeira/móveis e, por último, pesquisa e desenvolvimento. Foi utilizado um questionário estruturado com questões fechadas.

Permite também a afirmação da abordagem interativa sobre a abordagem mecanicista, na medida em que torna claras as vantagens da presença de vários atores, da interação através da racionalidade comunicativa e da redução das incertezas por meio de uma dinâmica de rearranjos institucionais. Do ponto de vista do entendimento do tema da conduta empresarial, a rede, normalmente, se constitui a partir do imperativo de complementaridades necessárias, identificadas ao longo de cadeias produtivas, de estruturas horizontais ou de circuitos de atividades de serviço, sugerindo um leque de motivações e objetivos comuns que permitem expandir a dinâmica da inovação tecnológica ou de gestão. O desenho de uma rede apóia-se em relações de troca e na densidade das mesmas (Olalde, 1999). Ademais, uma estrutura de rede funciona para reduzir o custo transacional, sendo capaz de estabelecer uma área maior de governança entre empresas e organizações, dentro do ambiente institucional (Fagundes, s/d).

Mas, sobretudo, as redes são um produto das ações humanas construídas por meio de laços sociais que acionam as trocas e encontram a sua gênese nas relações sociais primárias (família, vizinhança, comunidade). Com a emergência da divisão social do trabalho e da especialização - além da racionalização sempre crescente do mundo dos negócios - as redes extrapolaram o espaço básico das trocas sociais; ampliaram a sua dinâmica para espaços menos delimitados do que aqueles da família ou das relações de produção e troca nas pequenas comunidades. Manifestam-se, hoje, em toda parte, por relações sociais que cruzam as fronteiras entre o mercado, o Estado e o mundo privado. Para Granovetter (1992), as redes não emergem automaticamente por pressões, mas são socialmente construídas. Por este motivo, são determinantes não somente na ação coletiva, mas também exercem um *feedback* em relação às instituições, ajudando a redefini-las.

Nas relações sociais, por onde transitam a reciprocidade e o intercâmbio, as redes permitem a circulação dos bens materiais e simbólicos envolvidos nas trocas. Elas são efetivas na difusão e na internalização de normas e padrões culturais e abrem campo para a sua transformação, acompanhando as mudanças do seu tempo. Portanto, permitem a difusão de valores e interesses e a re-alimentação dos mesmos de modo a convertê-los em fomentadores para um agir comum. Contraindo-se à ação do mercado, que mercantilizou extensa parte das relações sociais, reduzindo tudo a uma relação de produtor-cliente, as redes permitem, conforme sua constituição, recompor as relações baseadas na confiança e no diálogo / negociação mais diretos entre agentes. Por mecanismos interpessoais ou mesmo por normas legais do Estado, na atualidade, elas reaproximam o usuário do produtor, o produtor do concorrente, mas demandam confiança e cooperação na realização dos negócios e por isso permitem recompor o circuito clássico das trocas sociais identificadas por sociólogos e antropólogos que é dar-receber-retribuir (Godbout, 1999).

No âmbito das atividades econômicas maximizadoras de satisfações, é inconsistente dizer que os interesses que relacionam dois atores são apenas estruturados em torno de uma razão utilitária. O interesse econômico sofre a intervenção de formas necessárias de cooperação e confiança em torno das quais há expectativas e iniciativas por parte dos envolvidos; elas assumem um papel importante e são, direta ou indiretamente, percebidas pelos participantes (Luhmann, 1988; Recchi, 1993). Isto porque, mesmo nos negócios, há a expectativa de retribuição que completa o circuito de reciprocidade e dá fundamento à cooperação.

Acompanhando a discussão desenvolvida por Mitchell (1973), é possível inferir que há sempre três níveis de interação a considerar nas relações sociais modernas por onde as redes se estruturam: a) nas atividades produtivas, b) nas relações sociais criadas a partir das posições ocupadas pelos atores e c) nas relações pessoais que envolvem as escolhas dos atores. Por outro lado, as redes dependem de: um determinado nível de conhecimento do ambiente social e do conteúdo que forma as instituições (convenções, costumes, normas, cultura); um grau de afinidade ou convergência de elementos que estruturam o interesse ou a

motivação e, por fim, uma inserção dos indivíduos nas redes de forma não delimitada (restrita ou excludente), já que elas podem se produzir em qualquer esfera da vida social e um indivíduo pode participar de inúmeras delas. Por estas características, as redes não se restringem a grupos sociais, mas podem abranger, também, grupos organizados. Elas podem ocupar espaços nos quais o Estado não consegue impor as normas burocrático-formais na esfera privada, ainda que esta última seja influenciada pela ação normativa do principal ente de regulação da vida social, o Estado, por meio do consentimento ou da contestação.

Portanto, a noção de rede é dinâmica porque pode se referir tanto a uma unidade delimitada (família, corporação) como aos vínculos que produzem uma unidade dispersa, ilimitada (movimentos sociais feministas, movimentos ecológicos, redes de informação). Pode também caracterizar as formas de poder organizadas em territórios estabelecidos por espaços locais ou globais e que impactam em diversos níveis da economia, tendo a governança como seu elemento analítico mais forte (Paulillo, 2000). Diferentemente de abordagens que separam metodologicamente redes e organizações, considera-se que as primeiras, mesmo se difusas, podem orientar de forma objetiva a ação social já que elas modificam as convenções sobre o pertencimento (ou não) a um determinado grupo. Em princípio, não se poderia aplicar *stricto sensu* a idéia de estar dentro ou fora de um grupo do ponto de vista formal (ser um associado), já que se considera relevante levar em conta os vínculos e as afinidades existentes ou criados como parte dos elementos que constroem uma relação em um ambiente de rede e influenciam os contatos entre os indivíduos.

Conforme Mitchell (1973), pode-se considerar que redes sociais são pensadas como o conjunto de vínculos de todos os tipos, concretamente dados, e que conectam um conjunto de indivíduos. Como tal, contemplam um conteúdo comunicativo (como se passa a informação), transações (conforme se dão as trocas em relação às expectativas e às obrigações) e um conteúdo normativo (conforme expectativas e percepções de atributos). Este entendimento certamente envolve significados socialmente construídos (tome-se como exemplo aqueles elementos que em uma comunidade configuram um determinado padrão de cooperação e confiança), crenças e valores que condicionam condutas significativas para os atores e estabelecem conexões regulares (interações e intercâmbios) entre eles. Tais elementos são relevantes do ponto de vista do objeto deste trabalho porque permitem entender como associações empresariais diversas constituem e se inserem em redes, entrecruzando, transversalmente, as instituições, no sentido lato, e as organizações.

Focando a análise na esfera econômica, pode-se dizer que, na taxonomia recente dos arranjos institucionais, as redes figuram como elementos centrais de coordenação, potencializando interfaces no plano horizontal e vertical entre o mercado, o Estado, a comunidade e a própria estrutura econômica, seja ela físico-produtiva ou de serviços, (Hollingworth e Boyer, 1997). Para Norhia (1992), o crescente interesse pela organização em rede se deve ao fato das novas tecnologias da informação tornarem possíveis formas mais flexíveis e descentralizadas de arranjos, redefinindo, ao mesmo tempo, os vínculos com outras organizações. Estas podem estar voltadas para consumidores, fornecedores, outros fabricantes, etc. Callon (1995) corrobora a dimensão dinâmica do conceito de rede e propõe que ele vá além das dimensões geográficas e unidirecionais. Acrescenta que elas podem ser do tipo estruturas emergentes, quando a identidade dos atores não existe fora do conjunto, e do tipo modalidade específica de coordenação, quando se identificam relações de cooperação que se estabelecem entre os agentes econômicos fora de limites estreitos.

As redes têm uma grande importância na atividade econômica e pode-se atribuir às mesmas o pioneirismo da qualidade integral, diferente da qualidade total, por ser perseguida não por uma firma isoladamente, mas por um grupo de empresas. Segundo Amin (1993), onde se estabelecem estas estruturas ocorre o ideal de atmosfera industrial marshalliana, na qual elementos sócio-culturais con-

correm para a redução de desperdícios, para a absorção de inovações tecnológicas e para o estabelecimento de novas relações com o consumidor, o que repercute na flexibilização, na descentralização e no ressurgimento da economia local.

Mesmo ao nível da economia, a idéia de rede permite ir além da análise econômica isolada, ampliando o escopo do seu entendimento. A análise isolada aplicada para a avaliação do desempenho empresarial, fundamenta-se no suposto de que a empresa se encontre situada em um sistema no qual os modelos analíticos aceitos baseiam-se nos dois princípios cardinais da economia neoclássica, quais sejam, o papel regulador de 'mão invisível' jogado pelo mercado e o modelo de concorrência. Contudo, neste suposto, a cooperação, ainda que presente, não é orgânica. Não se atribui à mesma nenhuma responsabilidade ou papel especial na obtenção de um outro nível de desempenho econômico. Há, portanto, a necessidade de se superar esta limitação.

Por outro lado, quando se incorpora à análise integrada a idéia de rede, admite-se que a empresa deva se organizar em um sistema reticular, no qual se trocam informações de modo horizontal, sem obstáculos nem filtros gerados por uma estrutura hierarquizada e convencional. Nessa nova estrutura, produto também de uma nova cultura gerencial, dá-se como fundamental o papel da cooperação. Toda empresa tem necessidade de criar os meios para torná-la real, sistematicamente, nas trocas com outras empresas, fundando uma rede de convergências que inclui objetivos comuns, estratégias de ação e níveis de confiança. É neste caso que a competição cede espaço para a cooperação. Esta orientação da análise refere-se a uma situação ideal para a qual os agentes, os empresários objeto deste trabalho, devem estar capacitados.

O primeiro princípio cardinal que tem influenciado a análise neoclássica supõe que a eficiência do sistema econômico derive do confronto competitivo entre empresas. Seria o mercado promovendo a competição entre as operadoras, as empresas, cada uma delas movida por interesse pessoal, e impulsionadas a ter comportamentos considerados convenientes para toda a coletividade. A 'mão invisível' do mercado faria com que o mecanismo de competição transformasse o egoísmo individual no bem-estar coletivo. (Benassi, Boari et alii, apud Buffa, 1994). O resultado de uma aceitação sem crivo desta proposta impediu, por longo tempo, que se teorizasse sobre uma relação colaborativa mais apropriada para as mudanças sofridas pelas relações econômicas na atualidade.

Do mesmo modo, a aceitação acrítica do segundo princípio cardinal, o modelo de concorrência, assume como hipótese de base que as empresas tenham um livre acesso à informação, negando, em realidade, que haja um custo de troca de informações, embora aceitem que estas sejam importantes. De outro modo, entende que em um mercado sem imperfeições, plenamente concorrencial, as firmas estejam dotadas das informações necessárias para tomarem as decisões econômicas. O principal problema que a análise econômica tradicional acarreta é que se subestima a importância da informação, porque se parte da premissa de que a mesma esteja livremente disponível no mercado, o que não acontece.

Com base nestes elementos, é possível afirmar que a abordagem que integra sistema, organização e relações sociais é a mais adequada, pois permite incorporar a noção analítica de rede no estudo do desempenho de uma firma, de um setor ou mais amplamente do tecido produtivo. Conseqüentemente, e considerando os dados investigados em relação ao empresariado baiano, convém que se esteja atento para as seguintes questões que resumem a discussão acima: 1) toda organização pode ser analisada como uma rede; 2) o ambiente no qual uma organização se insere também pode ser visto como uma rede formada por outras organizações; 3) as ações dos indivíduos nas organizações podem ser mais bem compreendidas observando a sua posição na rede; 4) as redes são formadas pelas relações sociais que geram ações e, ao mesmo tempo, as influenciam; 5) a análise comparativa das organizações deve considerar suas características enquanto redes (Norhía, 1992).

A partir da análise acima, procura-se agora introduzir os dados investigados sobre o papel das redes na economia baiana hoje. Atendendo a objetivos diversos, que cobrem a realização de interesses coletivos que reforçam a possibilidade de viabilização dos próprios interesses individuais dos participantes, as redes respondem a necessidades de sobrevivência econômica e de desenvolvimento em diversos setores de atividades. Mobilizando recursos de cooperação, elas reforçam as condições voltadas para processos decisórios e para uma visão mais moderna da própria ação econômica empresarial.

ALGUMAS CARACTERÍSTICAS DA AÇÃO DOS EMPRESÁRIOS BAIANOS QUE ATUAM EM REDE

O estudo das atividades econômicas na Bahia, a partir das considerações acima, permite inferir alguns traços e propriedades que explicam a relação entre a ação empresarial, a organização e a cooperação que emergem de um ambiente econômico ao nível local, favorecido por uma estruturação em rede na última década. Ao se manifestarem sobre os aspectos relevantes que impulsionam a atuação em rede e que articulam, em diferentes graus, a competição e a cooperação, os representantes dos setores empresariais em posições de liderança nas organizações estudadas ilustraram as questões aqui levantadas sob inúmeros aspectos. Inicialmente, são apresentados os fatores que promovem a formação de redes, o *status* que elas apresentam e as instâncias que as viabilizam. Em seguida, apresentam-se os objetivos que levam a ação empresarial a se configurar como uma ação coletiva por meio de redes, os resultados obtidos, a conciliação entre cooperação e competição nos ambientes das redes, além de identificar os fatores que prevalecem quando elas apresentam uma estrutura hierarquizada.

Os fatores relevantes que alavancam a formação de redes, sistematizados nas respostas apresentadas na Tabela I, se referem a diversos elementos do ambiente social, econômico e institucional onde atuam os empresários. O primeiro deles indica que a questão da concorrência e competitividade exerce um estímulo forte para a mobilização da ação empresarial na estruturação de redes. Com 11.2% é o fator de maior destaque. Tratar das questões trabalhistas (10.3%) e fortalecer o setor para vencer dificuldades (9.3%) são também fatores que agregam condições favoráveis para promover a cooperação e enfrentar a competição, de acordo com as respostas.

Tabela I - Fatores Relevantes para a Formação de Redes

Grupos de fatores	Freq	%
Concorrência/competitividade/mercado	12	11,2
Recursos humanos (relações trabalhistas)	11	10,3
Setor (vencer dificuldades/fortalecimento econômico)	10	9,3
Federação / associação	9	8,4
Desenvolvimento/crescimento do setor/economia	7	6,5
Governo (relações políticas)	7	6,5
Recursos materiais	7	6,5
Serviços compartilhados/ terceirização	7	6,5
Comunicação e imagem	7	6,5
Alocação de recursos	5	4,7
Governo (Estado/impostos)	5	4,7
Interesses comuns	5	4,7
Poder de ação	5	4,7
Tecnologia	5	4,7
Cultura empresarial	3	2,8
Envolvimento com a sociedade	2	1,9
Total	107	100

Fonte: Pesquisa de campo

Ainda de acordo com as informações obtidas, o entendimento dos empresários sobre o papel da capacidade associativa e da organização da classe tem peso no entendimento dos atores, apresentando um percentual de 8.4 (federação/associação). No que diz respeito às facilidades promovidas pelas redes para o desempenho das atividades, recursos materiais, crescimento do setor e serviços compartilhados/terceirização contribuem com 6.5% cada, mostrando que os interesses de natureza mais imediata dos participantes ocupam uma posição intermediária em relação à sua importância para o fomento da rede. Chama a atenção o baixo índice alcançado pelo fator cultura empresarial (2.8%), mostrando que o papel da cooperação neste ambiente a influencia de forma menos intensa dentro de uma mesma geração e também que mudanças nos padrões culturais demoram mais a se internalizar e a influenciar a conduta econômica dos atores.

Olhando a questão por outro ângulo, quem são os agentes que impulsionam a cooperação (Baiardi & Laniado, 2000), foram obtidos resultados estimuladores que reforçam o papel da iniciativa empresarial. Isto porque se constatou que uma cultura empresarial com capacidade de influir na atuação econômica de forma a equilibrar cooperação e competição, por meio do desenvolvimento de uma ação engajada em associações (com caráter de rede ou não), conquanto não seja ainda um determinante da ação empresarial baiana hoje, é uma tendência que se forma de modo claro, expondo uma propensão a cooperar. Comparando com o presente dado sobre cultura empresarial, pode-se dizer que o baixo índice obtido deste fator de motivação responde a uma tendência que ainda ocupa um lugar insuficiente na relação entre razões para uma ação cooperativa e a formação de redes.

Os empresários informaram que a força das organizações de classe e das empresas tem uma função considerável para promover estruturas de redes. A iniciativa para a sua formação a partir de empresas e de associações/sindicatos é alta, com 37,5% cada, seguidas de iniciativas promovidas por instâncias externas aos próprios empresários (17.9%), conforme exposto na Tabela II. Observando-se que a maior contribuição da iniciativa provém da própria classe, pode-se dizer que as redes deste estudo se aproximam mais do tipo de estruturas emergentes (Callon, 1995), agregando mais os participantes em função da sua inserção nesta modalidade de ação coletiva, concentrando a cooperação dentro delas mesmas.³

Tabela II - Promotores das Estruturas de Redes

Promotores	Freq	%
Empresas	21	37,5
Associações/Sindicatos	21	37,5
Instância(s) superior(es) externa(s) ou não (Governo, Federação, etc.)	10	17,9
Não respondeu	2	3,6
Outros	2	3,6
Total	56	100,0

Fonte: Pesquisa de campo

³ Em trabalho anterior (Baiardi & Laniado, 2000), verificou-se que realmente as associações de classe patronal congregam o maior índice de engajamento dos agentes econômicos na Bahia. O nível associativo por empresa mostrou que elas próprias tomam a iniciativa de se associar às entidades de classe: 58.8% para o sindicato patronal e 57.5% para associações de classe diversas (pg.74).

Fatores indicam que os empresários baianos mesclam recursos formais e informais nas relações que estabelecem para viabilizar os objetivos comuns e a cooperação. Isto é, a ação empresarial diagnosticada informa que as redes criadas combinam elementos organizacionais estruturados, através da explicitação de normas de conduta dentro de estruturas burocratizadas (como as entidades sindicais, controladas por legislação específica), com relações empresariais que funcionam de modo mais informal (como associações de classe não controladas por legislação e funcionando com regras internas explicitadas ou não). A formação de redes é também influenciada por iniciativas baseadas em condutas mais tradicionais, que dependem diretamente da atitude personalizada dos participantes para a produção de um consenso sobre questões de interesse comum. Para observar mais atentamente esta questão, o empresário indicou o *status* de consolidação das redes que identificou na ação empresarial do setor que ele representa. A Tabela III, a seguir, observa dois níveis de formação das redes, nível de formalidade e nível de consolidação, que puderam ser combinados entre si.

Tabela III - Classificação das Redes quanto ao Status de Consolidação

Quantidade de redes citadas	Informal		Formal		Emergente		Consolidada	
	N	%	N	%	N	%	N	%
0	16	51,6	12	38,7	21	67,7	22	71,0
1	13	41,9	16	51,6	9	29,0	9	29,0
2	2	6,5	1	3,2	1	3,2	0	0,0
3	0	0,0	1	3,2	0	0,0	0	0,0
4	0	0,0	1	3,2	0	0,0	0	0,0
Total	31	100	31	100	31	100	31	100

Fonte: Pesquisa de campo

Entre aqueles que responderam a questão, a maior menção se refere à existência de apenas uma rede no setor econômico do entrevistado. Quando há uma rede, 41.9% dos casos funcionam de modo mais informal, sem rígidas estruturas burocráticas ou normativas, e 51.6% dos casos se referem a redes que formalizaram seu *status* de funcionamento como organização. Sobre o nível de consolidação das redes, os empresários identificaram o mesmo padrão para aquelas com *status* emergente e consolidado - 29% cada. O fato de um maior número de redes (três ou quatro) por setor pesquisado não ter expressão, como pode ser observado na tabela, pode indicar que esta forma de ação coletiva é, ao mesmo tempo, relevante para a realização dos negócios nas condições atuais do mercado, mas, por outro lado, depende do nível de expansão e intensificação das atividades econômicas numa determinada região. Portanto, a cooperação e a confiança nas quais essas estruturas cooperativas se apóiam tornam-se mais densas, de alguma forma, conforme a demanda por integração nas atividades econômicas competitivas.

Além do ambiente empresarial que leva à formação de redes, o núcleo da motivação se encontra nos objetivos que determinaram, efetivamente, a iniciativa e a implementação das mesmas. A Tabela IV organiza os tipos de objetivos que buscaram os empresários baianos para organizar formas de ação coletiva que suprissem as necessidades econômicas e o fortalecimento do setor, articulando a competição e a cooperação.

Tabela IV - Objetivos das Redes

Tipos de objetivos	Freq	%
Estabelecimento de estratégias de expansão/sobrevivência	25	14,5
Estudos de mercado e comercialização de produtos	22	12,8
Formação do capital humano	19	11,0
Geração de inovações tecnológicas e gerenciais	18	10,5
Agilização/flexibilização de contratos de todo tipo	16	9,3
Realização de lobbies	15	8,7
Obtenção de financiamentos	15	8,7
Gestão ambiental em parceria	13	7,6
Aquisição de fatores de produção	11	6,4
Complementaridade do processo produtivo	6	3,5
Montagem de consórcios, integrações horizontais e verticais	6	3,5
Atuação no terceiro setor	5	2,9
Outros	1	0,6
Total	172	100

Fonte: Pesquisa de campo

Entre os objetivos indicados para a formação de redes, os mais relevantes enfatizam as estratégias de expansão e sobrevivência, com 14.5%, que são estabelecidas para a manutenção e fortalecimento das empresas e do setor. Estudos de mercado e comercialização (12.8%), inovações tecnológicas e gerenciais (10.5%) e agilização de contratos (9.3%), todos referentes à modernização da empresa, estão entre os objetivos mais relevantes. A percepção dos agentes sobre a importância dos recursos humanos para elevar a competitividade apresenta uma participação expressiva, ocupando o terceiro lugar entre os diferentes objetivos, com 11%, e preocupação com a gestão ambiental participa com um percentual médio de 7.6%. A maior representatividade destas determinantes revela o quanto a propensão a organizar uma ação coletiva está associada com a idéia de busca de fatores de sucesso nas economias modernas (planejamento estratégico, prospecção de mercados, capacitação de recursos humanos, inovação tecnológica, etc.), por meio do adensamento de relações sócio-econômicas que permitem o funcionamento de redes (Olalde, 1999). Ademais, além de reduzir os custos de aquisição dos fatores, as redes promovem uma espécie de regulamentação no território, fazendo com que a cooperação preceda a competição. Este entrelaçamento conduz a se pensar que a cooperação para determinado objetivo leva a que as redes se firmem, criando cadeias de ações persistentes e permanentes nas relações empresariais, tanto para aquelas emergentes como para as consolidadas, reduzindo o custo transacional das atividades.

Como referido mais acima, a ação econômica é impregnada pelo ambiente social onde ocorre (Granovetter, 1992), recebendo influência do modo de pensar de uma comunidade e da sua cultura (Oliveira & Silva, 2001). Portanto, foi importante indagar junto aos empresários baianos que outros objetivos eles entendiam ser indissociáveis de uma conduta econômica voltada para a formação de redes. De fato, ao responder sobre os objetivos de natureza não-econômica na criação e funcionamento de redes, eles indicaram a criação de uma cultura de cooperação como sendo o objetivo mais forte (16.5%), o que é um forte indicador da percepção da importância de transformar o modo de agir da classe empresarial, buscando torná-la mais gregária e cooperativa. Isto contrasta com o baixo índice alcançado pelo impacto da cultura empresarial como fator de formação de rede, observado na Tabela I. Isto é, se a cultura empresarial existente não é

suficiente para alavancar a organização em rede, é um objetivo não-econômico relevante do empresário criar esta cultura e torná-la uma parte de peso no processo de ação coletiva. Esta visão é reforçada por outro indicador: promover valores éticos de conduta, com 11.6%, mostrando que a ação econômica empresarial incorpora, *mutatis mutandis*, elementos de conduta que contemplam a difusão de valores comuns (Godbout, 1999) e o enriquecimento do capital social. Destarte, em longo prazo, pode-se considerar em relação a esta questão a avaliação de Putnam, que associa a ação prática (política ou econômica) com a cultura de cooperação que se desenvolve por gerações de agentes, quando são capazes de reproduzir reciprocidade e cooperação, apoiando-se em normas sociais confiáveis e em redes de empenho cívico integral (Baiardi, 1997). Em seguida, observa-se entre os objetivos complementares o de promover um perfil empreendedor e a relevância da interdependência na ação empresarial, com 12.2% cada. Tanto um como outro reforçam o caráter de mudança e força da classe.⁴

Estes dados revelam que o sentido da reciprocidade nas trocas efetuadas no âmbito de atividades econômicas organizadas como ação coletiva é percebido a partir de elementos multifacetados; estes conformam a conduta individual com a conduta coletiva com resultados de médio e longo prazos para o ambiente empresarial. No seu conjunto, os objetivos econômicos e não-econômicos visados por uma ação em rede fomentam a institucionalização de convenções, costumes, normas no sentido discutido por Mitchell (1973) e uma cultura empresarial que busca se transformar tanto para sobreviver como para preservar o seu território (Baiardi & Laniado, 2000).

A questão da relação entre a ação social cooperativa e a formação de redes pode ser observada por outro ângulo. Como afirmado anteriormente, redes permitem condutas objetivas e, na área empresarial, encontram-se em um ponto de intersecção entre a dimensão mais ampla de rede e a de organização. Para entender melhor esta questão, procurou-se conhecer o resultado obtido pelo funcionamento das redes e o seu impacto na formação de novas organizações. Isto é, como a ação cooperativa permite frutificar interesses comuns por meio de novos grupos empresariais ou firmas. A Tabela V mostra que o indicador mais forte de resultados foi a cooperação inter-empresarial, com 13.3% das indicações, seguida de sobrevivência / expansão da empresa (12%) e maior competitividade (11.4%). Como se pode ver, a cooperação inter-empresarial como resultado de ação conjunta reforça a idéia mencionada acima da interdependência na ação econômica como valor de conduta que pode transformar o desempenho na economia.

Tabela V - Resultados Obtidos pelo Funcionamento das Redes

Resultados	Freq.	%
Cooperação interempresarial	22	13,3
Sobrevivência/expansão da empresa	20	12,0
Mais competitividade. Individual e sistêmica	19	11,4
Redução de desperdícios	18	10,8
Ampliação dos mercados	16	9,6
Fomento da iniciativa empresarial	16	9,6
Visibilidade e legitimação social	16	9,6
Redução de custos variáveis	14	8,4
Redução dos custos fixos	12	7,2
Redução dos riscos	12	7,2
Outros	1	0,6
Total	166	100

Fonte: Pesquisa de campo

⁴ Além destes, entre os nove objetivos não-econômicos indicados para a formação de redes, vale ainda mencionar: lidar com os riscos do mercado e interagir com a comunidade (com 11% cada), promover a responsabilidade social (9.1%), alavancar transformações culturais (8.5%) e promover um senso cívico (7.3%).

Quanto à formação de empresas a partir das redes, estas podem estar diretamente vinculadas à própria rede ou podem autonomizar-se da mesma. A tendência a criar novas empresas a partir do sucesso de uma determinada ação cooperativa significa capacidade empresarial de fazer circular interesses, afinidades e valores que são implementados através da ação econômica e são voltados para modificar o ambiente de sua atuação. Identificou-se entre os empresários quais eram as finalidades das novas empresas criadas a partir das redes e se destacou os propósitos que atendem às necessidades associativistas. Entre as finalidades investigadas, a mais mencionada é a que fomenta a associação e a cooperação propriamente ditas, com 19%, sendo um exemplo emblemático de como o capital social se expande a partir do seu uso, no caso redes acicatando redes. Desenvolvimento de estratégias comuns, regulação do mercado de trabalho e central de vendas, com 14.3% cada, ocupam a segunda posição, voltando-se para finalidades de desempenho econômico. Estes dados caracterizam que a capacidade de agregação do empresário pode se consolidar por ações cujos resultados repercutem de forma mais extensa.

Como afirmado anteriormente, como uma nova estrutura por onde percorre a ação econômica, a rede é produto também de uma nova cultura gerencial, tendo a cooperação como núcleo central. Para torná-la real, a empresa tem necessidade de criar os meios de realizar trocas com outras empresas, fundando uma rede de convergências que inclui objetivos comuns, estratégias de ação e níveis de confiança. É neste caso que, mais uma vez, a competição cede espaço para a cooperação e o papel dos atores se torna central. É possível entender melhor este aspecto da questão ao se observar como se concilia a cooperação e a competição nos ambientes de redes. Na Tabela VI verifica-se que os empresários baianos, podendo escolher mais de uma alternativa, reconhecem que o melhor modo de conciliação entre aquelas duas dimensões da ação econômica é mediante um pacto ético, normalmente tácito, com um expressivo percentual de 32.6%. A explicitação formal das regras é o segundo nível de viabilização da conciliação, com uma participação de 26.1% no conjunto das respostas, e expressa a preocupação do empresário em criar os meios para que os compromissos assumidos pelos participantes possam ser perseguidos com regularidade e clareza. Em seguida, é mencionada a importância de se estabelecer hierarquias, com 21.7%, o que corrobora a afirmação sobre a importância da explicitação das regras.

Tabela VI - Como se Conciliam Cooperação e Competição nos Ambientes das Redes

Conciliação entre cooperação e competição nas redes	Freq.	%
Mediante regras explícitas e formalizadas	12	26,1
Mediante um pacto ético, normalmente tácito	15	32,6
Não há conciliação e a competição pode se tornar predatória	8	17,4
Estabelecem-se hierarquias	10	21,7
Outros	1	2,2
Total	46	100,0

Fonte: Pesquisa de campo

Pode-se observar que entre estes três indicadores há um equilíbrio entre a conciliação em bases mais formalizadas e mais tácitas. O que, de certa forma, reproduz o equilíbrio observado em relação ao *status* das redes no que diz respeito ao seu funcionamento de modo formal (51.6%) e informal (41.9%) e sobre o *status* consolidado ou não das mesmas (29% cada), como avaliado na análise da Tabela III.

Quando há hierarquia, ou seja, quando organizações ou arranjos organizativos optam por uma coordenação vertical no tratar do auto-interesse no âmbito da motivação para a ação, os fatores que prevalecem são diversos e os empresários puderam apontar quantos considerassem importantes ao moldar estas estruturas. Apontaram a convergência de interesses como fator líder, com 26.4% das indicações, seguido dos processos de decisão, com 18.9%. Na terceira posição, encontram-se o grau de influência da empresa e uma visão mais moderna voltada para fora da empresa, com 15.1% cada, como pode ser observado na Tabela VII. As respostas por si só expressam que as hierarquias são uma imposição funcional.

Tabela VII - Fatores que Prevalecem quando há Hierarquia nas Redes

Fatores	Freq. simples	%
Convergências de interesses	14	26,4
Processos de decisão	10	18,9
Grau de influência da empresa/entidade	8	15,1
Visão mais moderna e voltada para fora da empresa/entidade	8	15,1
O nível de sofisticação tecnológica da empresa/entidade	6	11,3
A força econômica da empresa/entidade	6	11,3
Outros	1	1,9
Total	53	100,0

Fonte: Pesquisa de campo

CONCLUSÃO

À guisa de considerações finais a partir da análise apresentada, pode-se sugerir que um dos aspectos importantes para o entendimento do atual momento econômico em todas as partes é a evidência que o mesmo não se reduz à ação instrumental e funcional dos agentes, pois mesmo os interesses econômicos visados expressam duas faces do mesmo objeto: (i) a de que jamais são interesses formulados como um cálculo puro dos benefícios objetivados, pois representam também a posição dos indivíduos nos sistemas de trocas sociais diversos, incorporando padrões de valor e de normas sociais; (ii) a de que os interesses econômicos só se realizam através dos agentes, sendo, portanto, influenciados pela cultura e pelo padrão de relações sociais dos quais eles são portadores.

Calhoun (1991) observa que as negociações modernas de ordem política ou econômica distinguem-se pela intensificação das relações sociais indiretas, que acabam sendo tomadas pelos mercados, por estruturas administrativas fechadas e sistemas de informação complexos. No entanto, afirma o autor, as relações sociais diretas não são menos importantes ou significativas para os indivíduos se envolverem em atividades, perseguindo desejos e objetivos. Estas relações num mundo altamente racionalizado tendem a ser compartimentalizadas pelos processos de institucionalização, tanto na esfera de atividades mais instrumentais (transações econômicas agilizadas pela presença de indivíduos em ambientes específicos), como nas influências e trocas recíprocas entre condutas privadas e públicas.

O conjunto de relações quando visto de modo sistêmico, como proposto por Hollingworth e Boyer (1997), exhibe a rede como um elemento de coordenação central, uma estrutura que no mundo atual, melhor que qualquer outra, oferece uma dimensão espacial e temporal de forma de regulação entre os componentes de uma estrutura econômica. Independentemente do tipo de rede (a que define um objetivo dado, a adaptativa e a que é capaz de auto-organização), ela é sempre um meta-modelo, algo além de qualquer estrutura organizativa que permite às firmas uma nova prática de gestão, entendida como o modo em que se dá a

regulação, combinando a hierarquia e a atmosfera na qual se dão as relações com entidades externas. A ênfase que se vem dando ao papel das redes na dinamização econômica de territórios e setores, com uma capacidade singular de integrar as vantagens obtidas no âmbito local com o global, é uma evidência de que as mesmas passaram, definitivamente, a fazer parte da análise sócio-econômica das diferentes vertentes do pensamento acadêmico.

REFERÊNCIAS

- AMIN, A. Distretti industriali in un contesto globale che cambia: Santa Croce sull'Arno. In: LEONARDI, R. & NANETTI, R. (Org.) *Lo sviluppo regionale nell'economia europea integrale*. Venezia: Marsilio Editori, 1993.
- BAIARDI, A. "Fazendo a democracia funcionar ou a tradição cívica nas regiões italianas – comentários sobre a obra de Robert Putnam". In: *Caderno CRH*, nº 26/27, jan/dez 1997.
- BAIARDI, A. & LANIADO, R.N. Entre a competição e a cooperação: valores e atitudes empresariais na perspectiva de uma atuação sistêmica. In: *Organizações & Sociedade*, Vol.7, nº 19, set/dez 2000
- BENKO, G. *Economia, espaço e globalização na aurora do século XXI*. S.Paulo: HUCITEC, 1996.
- BUFFA, C. *Oltre l'operaio oltre il robot*. Turino: FIAT Comunicazione ed Immagine (2000 giorni al 2000), 1994
- CALHOUN, C. "Indirect relationships and imagined communities: large-scale social integration and the transformation of everyday life", In: BOURDIEU, P. & COLEMAN, J.S. (Eds.): *Social theory for a changing society*. Oxford/NewYork. Westview Press/Russell Sage Foundation, 1991
- CALLON, M. *La double signification de la notion de réseau: forme emergente et modelité de coordination*. École d'hiver de chercheurs. Col-de-Porte, Grenoble, France, 1995.
- FAGUNDES, J. *Economia institucional: custos de transação e impactos sobre política de defesa da concorrência*, mimeo, 20 páginas, s/d
- FARINA, E.M.M.Q., AZEVEDO, P.F. & SAES, M.S.M. *Competitividade: mercado, estado e organizações*. S.Paulo, Ed.Singular, 1997
- GODBOUT, J.T. *O espírito da dádiva*, Rio de Janeiro, Ed. FGV, 1999.
- GRANOVETTER, M. "Problems of explanation in economic sociology". In: NOHRIA, N. & ECCLES, R. (Eds), *Networks and organizations*. Boston: Harvard Business School Press, 1992.
- HOLLINGWORTH, J. & BOYER, R. "Coordination of economic actors and social system of production". In: HOLLINGWORTH, J. e BOYER, R (Eds.) *Contemporary capitalism: the embeddedness of institutions*. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.
- LUHMANN, N. - "Familiarity, confidence, trust: problems and alternatives". In: GAMBETTA, D. (Ed.): *Trust: making and breaking cooperative relations*, New York, Basil Blackwell, 1988
- MITCHELL, J.C. "Networks, norms and institutions". In: BOISSEVAIN, J. & MITCHELL, J.C. (Eds.) *Network analysis studies in human interaction*. Paris. Mouton-The Hague, 1973

NOHRIA, N. "Is a network perspective a useful way of studying organizations?" In: NOHRIA, N. & ECCLES, R. (Eds.), *Networks and organizations*. Boston: Harvard Business School Press, 1992.

OLALDE, A.R. *Inovação institucional e inovação tecnológica: o caso das biotecnologias*. Tese de Doutorado. Instituto de Economia/UNICAMP. Campinas, 1999.

OLIVEIRA, P.T. & SILVA, C.L.M. DA. Características culturais nacionais em organizações industriais do setor alimentício paranaense. *Organizações & Sociedade*, V.8 - nº22. Set/dez 2001

PAULILLO, L.F. *Redes de poder e territórios produtivos*. S.Carlos/SP, Ed. da UFSCar, 2000.

PUTNAM, R. *Making democracy work*, Princeton, Princeton University Press, 1994

RECCHI, E. - "Reciprocità. Un nome per tre concetti". In: *Stato e Mercato*, nº39, dezembro, 1993.