

## INOVAÇÃO SOCIAL: ANÁLISE EM UMA REDE DE ECONOMIA SOLIDÁRIA

Aline Gonzalez Kochhann<sup>1</sup>;  
Aline Castro Jansen<sup>2</sup>;  
Fernanda Winck Moraes<sup>3</sup>;  
Marcelo Fernandes Pacheco Dias<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas – [aline\\_kochhann@yahoo.com](mailto:aline_kochhann@yahoo.com)

<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas – [aline\\_jansen@yahoo.com.br](mailto:aline_jansen@yahoo.com.br)

<sup>3</sup>Universidade Federal de Pelotas – [nandawm@gmail.com](mailto:nandawm@gmail.com)

<sup>4</sup>Universidade Federal de Pelotas – [mfpdias@hotmail.com](mailto:mfpdias@hotmail.com)

### 1. INTRODUÇÃO

O interesse em se estudar redes vêm crescendo pelo motivo de as redes se configurarem de maneira propícia ao compartilhamento de informações entre organizações, troca de conhecimentos e de habilidades, bem como de recursos de inovação (BALESTRIN; VARGAS, 2004). Um dos modelos de redes que tem chamado atenção tanto do meio acadêmico quanto do mercado é o de redes solidárias.

LEITE (2009, p. 1) afirma que a economia solidária é “um fenômeno que vem se difundindo rapidamente no contexto de profundas transformações por que vem passando o mundo do trabalho”, onde as organizações são coletivas, autogestionárias e os participantes ou sócios são trabalhadores. Estes, portanto, realizam atividades econômicas de produção de bens, de comercialização e de consumo solidário (SIES, 2013).

Este termo economia solidária passou a receber expressão no Brasil na década de 1990, à medida que iniciativas econômicas despontavam no país, assim, foi destacando-se e sendo reconhecido por sua natureza associativa e suas práticas de cooperação e autogestão (GAIGER, 2013). Na verdade, os estudiosos começaram a detectar o fato desde os anos de 1980, mas foi, particularmente, a partir da década seguinte, que notou-se essa nova forma de reinserção no mercado pelos trabalhadores que perderam seus empregos ou, ainda, por aqueles que sempre viveram na informalidade (GAIGER, 2013).

Juntamente com essas iniciativas de economia solidária, a inovação social emerge como uma maneira alternativa para se enfrentar as dificuldades do mercado e da sociedade como um todo (BIGNETTI, 2011). POLANYI (1983) define inovação social como um conjunto de iniciativas socioeconômicas que promovem maior bem-estar dos indivíduos face aos problemas sociais, além disso, partem da ideia de um novo sincronismo entre social e econômico.

Os processos de inovação acontecem quando tecnologias antigas são substituídas por novas, podendo existir diversas formas de inovação voltadas para o mercado, tais como: introdução de novos produtos, formulação de novos métodos de produção, reutilização e introdução de novas fontes de matérias primas e variação de insumos, reformulação das estruturas de mercado em indústrias e abertura de novos mercados (SCHUMPETER, 1934). Para este mesmo autor, a inovação social pode ser resumida em uma “destruição criativa”, ou seja, ocorre a desconstrução do que já existe para haver uma reconstrução de outra forma diferente. Estes mecanismos de inovação, então, podem ser identificados em processos, produtos e modelos de gestão.

Com base nisso, o presente estudo derivou do seguinte questionamento: Como se dá a inovação social na Rede Bem da Terra? A partir dessa

problematização, então, definiu-se o objetivo do trabalho, que é identificar a inovação social presente na Feira Virtual da Rede Bem da Terra com base na análise das teorias existentes.

## 2. METODOLOGIA

Este estudo caracteriza-se como descritivo, pois segue na mesma linha de definição de MARCONI; LAKATOS (2010), de que a finalidade é fundamentada pela descrição, registro, análise e interpretação dos dados sem a manipulação dos mesmos. Depois de explorar o estudo do tema desse trabalho, verificou-se que a opção mais adequada para esta abordagem de coleta de informações é a pesquisa qualitativa, sendo que a justificativa está embasada na descrição de que o pesquisador não busca medir os eventos estudados, muito menos emprega instrumentos estatísticos na análise dos dados obtidos, pois eles são basicamente descritivos, sendo sobre pessoas, lugares, relações, ou seja, estudos sociais.

Dentro da pesquisa qualitativa, utilizou-se como metodologia deste trabalho o instrumento de estudo de caso, que é caracterizado por encadear um processo de aprendizagem onde são examinados acontecimentos contemporâneos, incluindo, assim, fontes de informações retiradas de observações diretas e de entrevistas (YIN, 2001).

As informações analisadas foram coletadas através de observação participante, que

é uma modalidade especial de observação na qual você não é apenas um observador passivo. Em vez disso, você pode assumir uma variedade de funções dentro de um estudo de caso e pode, de fato, participar dos eventos que estão sendo estudados (YIN, 2001, p. 116).

Estas observações foram realizadas através de e-mails informativos da Feira Virtual Bem da Terra, de reuniões dos núcleos que compõem a Feira Virtual e do 1º Encontro de Consumidores da Feira Virtual, que teve como principal objetivo demonstrar aos consumidores como viabilizar economicamente a feira virtual e demonstrar que tipo de organização permitiria dar continuidade à feira. Estes dados foram coletados entre os meses de maio, junho e julho de 2015.

## 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A Rede Bem da Terra é uma associação de pequenos produtores rurais e urbanos consolidada em 2009, que conta, atualmente, com mais de trinta empreendimentos da região sul e é reconhecida pela Secretaria Estadual de Economia Solidária do Rio Grande do Sul, contando com o apoio das prefeituras e sindicatos da microrregião (BEM DA TERRA, 2015).

Esta rede comercializa produtos dos empreendimentos de economia solidária, sendo eles: frutas, verduras, hortaliças, artesanato, panifícios, vinhos, sucos, entre outros. Para isso, possui três focos de comercialização, são eles: feiras itinerantes, que ocorrem mensalmente; banca no Mercado Central de Pelotas, que comercializa artesanatos produzidos pelos empreendimentos participantes da Rede; e a feira virtual – foco deste estudo – que comercializa todos os produtos ofertados pelos produtores através de uma plataforma online.

Para operacionalizar a realização da Feira Virtual da Rede Bem da Terra, é necessário um veículo conduzido por um associado da Rede, que recebe seu salário para efetuar tal atividade. Este veículo percorre cerca de 200 km todo

sábado para ir às comunidades e propriedades rurais buscar as encomendas realizadas pelos consumidores através da plataforma virtual e levar até o ponto de entrega dos produtos.

Quando estes produtos chegam à sede da Rede Bem da Terra, uma equipe de voluntários que auxiliam nas atividades da mesma está aguardando para efetuar a separação destes produtos de acordo com os pedidos de cada consumidor. Na parte da tarde, outra equipe de voluntários, alocados para esta atividade e previamente informados, permanece na sede para auxiliar os consumidores que aparecem para efetuar a retirada de seus produtos.

#### **4. CONCLUSÕES**

A inovação dos processos da Feira Virtual da Rede Bem da Terra, a partir da comercialização de produtos via plataforma virtual atende um público de consumidores que pertencem também às demandas do comércio online. Foi observado que os consumidores via internet buscam praticidade nas compras e uma maior aproximação com o produtor rural com o objetivo de buscar um maior conhecimento sobre os produtos que adquire e com isso uma maior segurança alimentar.

Para o produtor da rede, o comércio na internet, além de uma inovação de processos e serviços, também pode ser visto como uma inovação social. Isto acontece devido a aproximação do produtor com o consumidor, o que pode gerar um reconhecimento do seu trabalho; o aumento de sua renda mensal a partir do atendimento de novas demandas; a facilidade na troca de conhecimentos e informações; o ganho da confiança dos consumidores e parceiros na rede, bem como a disseminação das práticas da economia solidária e do consumo consciente. Todos estes fatores levam ao aumento da qualidade de vida dos produtores da rede bem da terra, bem como, reflete na qualidade de vida dos consumidores da rede.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BALESTRIN, A.; VARGAS, L. M. A Dimensão Estratégica das Redes Horizontais de PMEs: teorizações e evidências. **RAC**, Edição Especial, p. 203-227. 2004.
- BEM DA TERRA. Feira Virtual. Disponível em: <<http://bemdaterra.org/content/rede-de-consumidores/>>. Acesso em 15 ago. 2015.
- BIGNETTI, Luiz Paulo. As inovações sociais: uma incursão por ideias, tendências e focos de pesquisa. **Ciências Sociais Unisinos**, v. 47, n. 1, 2011.
- GAIGER, L. I. A economia solidária e a revitalização do paradigma cooperativo. **RBCS – Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 28, n. 82, p. 211-228, jun. 2013.
- LEITE, Márcia. A economia solidária e o trabalho associativo: teorias e realidades. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 24, n. 69, p. 31-51, 2009.
- MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- POLANYI, K. **La grande Transformation: aux origins politiques et économiques de notre temps**. Paris: Gallimard, 1983.
- SCHUMPETER, J. **Theories of economic development**. Cambridge, M.A, 1934.
- SIES. Divulgação dos Dados Preliminares. Disponível em: <<http://sies.ecosol.org.br/sies>>. Acesso em: 09 ago. 2015.
- SIES. **Divulgação dos Dados Preliminares**. Disponível em: <<http://sies.ecosol.org.br/sies>>. Acesso em: 09 ago. 2015.
- YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 4ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.