

## **38º Encontro Anual da ANPOCS**

SPG 19: Repensando e ressignificando a economia, o mercado e seus dispositivos de legitimação

**Em perspectivas: *Fair Trade* analisado pela sociologia economia de Granovetter**

Antonio Daniel Alves Carvalho

Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Sociologia PPGS/UFAL e bolsista FAPEAL/CAPES

## Introdução

As diversas facetas dadas ao mundo econômico dar-se destaque a que o classifica como autônomo, separado das ações sociais e não influenciável por ações fora de sua autorregulação, gerando um *mainstream* e *standards* próprios. Essa propriedade que a economia adquiriu está ligada diretamente com os processos da modernidade. Ainda assim, a economia apresenta diversos modelos que se aproximam e se distanciam da faceta acima.

As condições atribuíram outras roupagens a economia, com adição de valores não mercadológicos, gerando inúmeros outros modelos de mercado. Um exemplo é o mercado *fair trade* que apresenta como alternativa para uma economia mais igualitária, contudo, gera um paradoxo, devido à noção de mercado está ligada aos estigmas de uma ação racional onde o indivíduo pensa apenas em seu maior lucro e utilitarismo, ou seja, no modelo da economia clássica. O modelo criado pelo comércio justo se contrapõe a esse modelo, pois os atores econômicos inserem outros valores ao mercado, os tornando assim atores sociais e econômicos. Essa problemática evidencia algumas das especificidades do *fair trade*, que necessitam ser interpretadas pela sociologia econômica, pois sua prática se distancia do *mainstream* econômico e agrega outros valores ao mercado que não apenas econômicos.

Assim, o artigo dedica-se a analisar o mercado *fair trade* (Comércio Justo)<sup>1</sup> através da sociologia econômica de Granovetter, concentrado na ação econômica e nas instituições econômicas. O modelo mercadológico proposto por esse mercado traz mudanças aos modos convencionais da economia clássica e neoclássica de perceber as transações comerciais. Mudando o valor do produto para consumo, pois o consumidor não paga apenas pelo produto, mas, também, e por um prêmio social destinado a sociedade dos produtores, a redução da distância entre produtor consumidor evitando os atravessadores, a busca por práticas sustentáveis e por dar ênfase não apenas ao produto, mas também ao homem e a sociedade que o produz.

O surgimento do Comércio Justo surgiu da iniciativa de organizações e

---

1 Utilizo os termos *fair trade* e comércio justo como sinônimos.

consumidores do Hemisfério Norte visando à melhoria das condições de vida de produtores agrícolas marginalizados/em desvantagem nos países do Sul. Para atingir esse objetivo o movimento vem atuando em três direções:

- 1) na criação de mercados no Norte, onde consumidores pagam um preço diferenciado por produtos do Sul;
- 2) campanhas junto aos consumidores para elevar a parcela de mercado para esses produtos; e
- 3) através de *lobbying*, visando mudança das regras do comércio internacional, considerado desvantajoso para os países do Sul.

As limitações de consumo no Norte, o efeito demonstração do movimento, e a necessidade de adaptação aos contextos locais, têm estimulado o desenvolvimento de propostas de Comércio Justo em países do Hemisfério Sul, como o já criado no México<sup>2</sup> fomentado esse movimento no país e dando maior autonomia ao produtor nas negociações por serem locais. No Brasil, iniciativas de *Fair Trade* têm ocorrido desde os anos 1980, entretanto, um movimento de abrangência nacional só foi iniciado em meados de 2001, por iniciativa de um grupo de agentes públicos e privados, que compuseram a plataforma do Faces do Brasil. Hoje, esses agentes participam do movimento, defendendo propostas ligadas à criação de um mercado justo nacional e à defesa dos interesses dos produtores que já atuam no Comércio Justo.

O trabalho tem um caráter de ensaio analítico interpretativo. Exigindo sazonalidade teórica e analítica. O método adotado foi o bibliográfico, onde tratamos das teorias e procedimento da sociologia econômica, o da economia clássica e neoclássica; e o documental, onde utilizamos documentos para a interpretação e criação do modelo de mercado de comércio justo.

A pesquisa bibliográfica se deu através da leitura, interpretação, fichamentos e resumos de artigos e livros que tem como tema central a sociologia econômica de Granovetter. Enquanto, a pesquisa documental foi realizada através dos *sites* das organizações internacionais de *fair trade*, onde foram colhidos documentos como carta de princípios, relatórios em geral, *merchandising*, material divulgado no próprio *site* sobre o funcionamento e

---

2 Mais informações disponível em: <<http://www.comerciojusto.com.mx/index.php>>

normas para esse mercado.

O texto inicia como uma abordagem geral sobre a concepção weberiana do mercado e da modernidade, para introduzir os conceitos de comércio justo e relacioná-lo com o pensamento econômico de Granovetter, quando processo de sub- e supersocialização e o mecanismo de imersão (*embeddedness*).

## **O Mercado**

O mercado é uma categoria que não tem sido abandonada pelos economistas de forma conceitual e é tratada de forma holística com tendência ao conteúdo doutrinário da economia. Raramente encontramos na literatura uma preocupação com a conceituação do fenômeno do mercado. Talvez essa tarefa pertença aos sociólogos, que encontraram no mercado uma forma de interação entre outras e, assim, não terão como escapar à identificação de seus atributos distintivos. Nessa ótica, o escrito de Weber presta um serviço notável, pela riqueza analítica, atento às variáveis do fenômeno.

O texto weberiano caracteriza o mercado como uma relação comunitária em que a ação social tem base no sentimento subjetivo e racional dos participantes de pertencerem ao mesmo grupo, ou seja, constituir um todo, de uma forma não associativa.

O mercado funciona pela união de interesses racionalmente motivados, a troca se caracteriza como uma relação associativa, que se esgota no interesse que cada uma das partes. No entanto, o mercado resulta ser uma comunidade constituída das trocas. O fato de pertencer a um mercado na condição de comprador ou vendedor de mercadorias, não está sujeito a qualquer decisão racionalmente motivada da parte de um único sujeito, mas é uma condição objetivamente compartilhada com outros de seus pares a partir de certos atributos e circunstâncias socialmente identificáveis.

Diante disso, na compreensão de Weber, o mercado é a forma de socialização por excelência que é simultaneamente interessada e solidária. No mercado existe a possibilidade do reconhecimento de que todos podem legitimamente perseguir apenas o seu próprio interesse individual sem se

preocupar com o outro; não menos importante na configuração do mercado é o reconhecimento universal de que cada um é portador de direitos que não podem ser violados, caso contrário não existiria troca e sim roubo. Por isso que Weber afirmou que o mercado é uma forma de socialização possível entre estranhos. Dessa ideia, transparece a ambiguidade fundamental do mercado: emancipatório por autorizar a perseguição de fins pessoais, e opressivo por viabilizar, rotinizar e legitimar a indiferença recíproca.

Com essa premissa, talvez possamos deduzir que uma sociedade crescentemente complexa que não mais se fundamenta sobre laços pessoais estabelecidos entre seus membros ou é cada vez mais mercantil. Contribuindo cada vez mais para uma expansão de relações relativamente pacíficas, porém essa são mais impessoal (WEBER, 1994).

Nessa ótica, a emergência de formas complexas de sociedade ao longo dos últimos séculos acaba por conferir ao mercado uma centralidade inusitada em formações sociais, por sua característica ímpar, a contínua impessoalização das formas de socialização produzidas ao longo do processo conhecido por modernização.

Weber, evidencia que em virtude da impessoalidade é possível de socialização entre estranhos. Nas sociedades complexas os contatos pessoais com estranhos são frequentes para permitir ao mercado sobrepor-se a formas mais pessoais de interação. Dando ao mercado, e exigindo dele, o papel de liga social que em outros momentos não seria exigido dele.

### *O mercado e a sociedade moderna*

As ideias de Weber sobre o mercado permite identificar a impessoalização das relações sociais que tem lugar no processo de modernização social. Remetendo ao pensamento de Karl Polanyi, no qual a regulação da vida social pelo mercado depende da existência de valores específicos e instituições, portanto, não pode ser considerada, natural. Pensamento que se opõe a relativa naturalização da operação do mercado, marca dos autores liberais da economia. Para Polanyi (1957), nenhuma

economia havia sido controlada por mercados, até a modernidade.

A sociedade moderna deu ao mercado oportunidade de preencher as necessidades funcionais de fatura relativamente rápida, atomizada e descentralizada de alocação de recursos e informação. Fernand Braudel (1987) analisa que a capacidade reguladora do mercado é apenas parcial, não sendo possível explicar toda a vida social. Essa interpretação funcional não pode explicar geneticamente o surgimento do mercado, mas sugere uma explicação para a sua disseminação, a partir de mecanismos de filtro e de mimese social. Constatando a existência de um prémercado e o mercado, como mecanismo de estratificação social competitiva. Observe-se, que mais do que uma relação causal, a exclusão mútua entre mercado e prémercado é matéria de definição e contra definição. Com o prémercado, não existe liberdade/autonomia para competir e maximizar o lucro, opondo-se ao mercado moderno.

Como foi visto, somente em sociedades altamente complexas os contatos pessoais com estranhos tornam-se suficientemente frequentes para permitir ao mercado sobrepor-se a modos formais de interação. Esboça-se dois modelos sociais opostos, portadores de muitas de nossas práticas e ideais. Um submisso a do prémercado e livre/autônomo do mercado moderno. Pode-se afirmar que jamais existirá sociedade alguma que reproduza fielmente qualquer desses extremos, sendo essa definição um tipo ideal para sintetizar a ideia de mercado e prémercado.

Nessa lógica de uma sociedade cada vez mais complexa e de crescente competição interna, o mercado é na sua origem a forma de socialização possível entre estranhos, distinguindo a moderna sociedade complexa das demais reside precisamente no fato de que é uma sociedade de estranhos, numa condição superior a qualquer outra forma de sociedade até hoje existente. Por isso, pode ser previsto que sempre é possível disputas, e portanto, na sociedade moderna estamos condenados a reservar ao mercado um papel relevante na configuração de um mundo futuro. Mesmo que admitamos que ele nem sempre tenha exercido esse papel (POLANYI, 2011), mesmo reconhecendo que ele não é o único princípio organizador da sociedade e que outras formas de socialização e introjeção de valores estarão presentes.

Para Polanyi (2011), o século XIX foi marcado por interpretações simplistas do sistema social e releituras de autores importantes como Adam Smith, sem propriedade, porque situadas em tempos diferentes do original acabaram por reduzir a divisão do trabalho que, segundo ele, sempre fora orientada segundo fatores diversos. Além disso, Polanyi reconhece a existência do mercado, da troca, o que, por si só, pode parecer redundante, antigo, mas para ele, a orientação da sociedade pelo mercado, isso sim, é tão nocivo quanto recente.

Em decorrência disto, o mercado, a troca, ocorreriam de forma a garantir um processo natural das relações sociais que é o de redistribuição. Existe a necessidade de se estabelecer, para o funcionamento da sociedade, reciprocidade, troca, redistribuição, de forma que se possa observar um movimento contínuo de ajustamentos. E, neste caso, a divisão do trabalho fica assegurada. Isso não quer dizer que sempre haveria um equilíbrio entre essas relações de trabalho, o que possibilita a existência de relações simbióticas entre os membros de uma comunidade; mas, de alguma forma, as relações sociais absorvem as relações econômicas puras.

O que Polanyi ressalta é a existência de um movimento duplo formado, de um lado, por um princípio liberal econômico que insiste na autorregulação do mercado; e de outro, pela proteção social que aponta à conservação dos homens e de sua natureza, como também, de sua capacidade produtiva. A noção de movimento duplo parece insinuar uma medida de adaptação, que fez com que, por exemplo, gerações sucessivas de trabalhadores viessem a aceitar a disciplina de trabalho nas fábricas e, os empregadores apreendessem o valor do trabalhador como um recurso.

A imersão do mercado na vida social tem transformado a sociedade e modificados valores que são inerentes ao sistema econômico e aos processos da modernidade. Polanyi(2011) reconhece a multiplicidades de mecanismos que forma a sociedade moderna não dando ao mercado o papel central na ação social.

Com essas premissas percebe-se que o mercado é um conjunto de ações que modificaram as interações sociais, aumentando a capacidade social

do indivíduo, e tem a capacidade de autorregulação distanciando das relações sociais. No entanto, é responsável relativo pelas mudanças sociais.

As mudanças que o mercado trouxe a sociedade também é base para pensar alternativas a tornar a condição social mais humanizada e menos mercadológica, como observamos no mercado *fair trade* que busca uma alternativa menos utilitarista a ação econômica.

## **O Fair Trade**

O movimento do Comércio Justo surgiu em meados do século XX como iniciativa para melhorar a qualidade de vida pequenos produtores rurais do Sul reduzindo a marginalização e o subdesenvolvimento dos pequenos produtores, desafiando o intercâmbio e o mercado internacional desigual entre o Norte e Sul, especialmente em relação *commodities* agrícolas.

Este movimento é organizado internacionalmente por meio de redes compostas por organizações não governamentais (ONGs), produtores, comerciantes e consumidores que procuram um padrão mais equitativo para o comércio, através do desenvolvimento sustentável e o acesso dos produtores desfavorecidos do Sul ao comércio internacional. O *fair trade* preconiza um consumo sustentável de produtos que levem em conta os critérios como: o pagamento de um preço justo aos produtores, a promoção de valores sociais e respeito ao ambiente. Esta variante do movimento de comércio alternativo<sup>3</sup> se deu a produtores marginalizado do sul por causa de sua capacidade limitada de participação e negociação no comércio internacional e local. A possibilidade de evitar todo o peso das forças de mercado, por meio de redes comercialização, encurtou a distância entre o produtor e o consumidor, contribuindo para um comércio mais justo e equitativo.

Há muitas definições de termos que se relacionam com o Comércio

---

3 Defino como comércio alternativo todas as formas de comércio que apresente, além das lógicas comerciais, perspectivas alternativas ao modelo padrão adotado pelo mundo capitalista ocidental. Onde o fato de produção, transformação e comercialização se bastam por si, e a sua função final é o lucro. Sendo assim, o comércio justo faz parte do comércio alternativo pois se preocupa com os indivíduos dando a eles papel relevante na negociação, há uma preservação do meio ambiente, consumo sustentável e outros.



Justo: justas, equitativas, Alternativo, Solidariedade. Todos têm em comum a busca de igualdade de oportunidades, o desenvolvimento econômico, salário justo, respeito ao meio ambiente, igualdade de gênero, repudia ao trabalho infantil e o benefício de todo o seu público, como produtores, comerciante e consumidores. Portanto, estabelecer uma definição única de comércio justo, levando em conta todas as suas interpretações, torna-se uma tarefa complexa e difícil.

No entanto, para esse artigo o conceito de comércio justo adotado será o dado pela FINE<sup>4</sup>, que é aceito por maioria das organizações de comércio justo.

Comércio Justo é uma parceria comercial, baseada em diálogo, transparência e respeito, que busca maior equidade no comércio internacional. Ele contribui para o desenvolvimento sustentável através de melhores condições de troca e a garantia dos direitos para produtores e trabalhadores marginalizados – principalmente do Sul. (SCHNEIDER, 2010. p. 13)

Assim, Comércio Justo é impulsionado por mecanismos específicos, camponeses e pequenos agricultores em áreas empobrecidas do Sul, encontram uma maneira de viver com dignidade, os consumidores obterem produtos qualidade, tanto ambiental como social. A ligação entre o produtor e consumidor não tem interferência de intermediários, que existem no modelo de comércio interacional atual, e é mostrado que é possível conciliar os critérios econômicos, social e ecológico. Para conseguir isso, eles devem atender as seguintes condições:

- A garantia de um salário justo para o (a) trabalhador (a);
- As organizações de produtores devem investir parte dos benefícios para necessidades básicas das comunidades para a melhoria da qualidade de vida;
- Os importadores devem manter relação com os produtores, e se possível, garantir pagamento antecipado para apoiá-los e fortalecer sua autonomia, evitando os empréstimos com juros, contribuindo para um melhor planejamento da produção;

---

4 Grupo de Trabalho formado pelas quatro maiores organizações de Comércio Justo na Europa, com a finalidade para o desenvolvimento de normas fundamentais, harmonização das diretrizes do comércio justo e aumento da qualidade e eficiência dos sistemas de monitoramento do *fair trade*.

- Banir o trabalho infantil;
- Proteger o meio ambiente;
- Promover a participação democrática dentro das organizações e igualdade de gênero.

O comércio justo busca transformar indiretamente a sociedade através de um modelo mais equitativo e sustentável com relações comerciais mais justas, ética e solidária. Esse movimento não funciona como mecanismo de caridade, mas de solidariedade com apoio ao desenvolvimento de potencialidades da comunidade.

Esse modelo de comércio rejeita os paradigmas mecânicos da teoria da economia neoclássica. Enfatizando nesse modelo é a preocupação com o custo social, onde é considerada a sua influência ao subdesenvolvimento, a saúde, educação e economia, ou seja, o comércio justo preocupa em incluir o preço social em suas mercadorias favorecendo a melhoria de vida dos trabalhadores; outro fator é o ecológico, pois no comércio convencional a conservação da água, do solo, do ar e do ambiente não é tem a relevância que é dado no comércio justo e em muitos casos é estratégia de *marketing*, enquanto o *fair trade* tem isso como princípio para o desenvolvimento de sua cadeia produtiva.

Finalmente, quando se discute o movimento de Comércio Justo, irá se referir à rede formal de organizações que conecta produtores do Sul com os consumidores do Norte, através de um sistema de regras comerciais justas e, nos últimos anos, com alguns produtos específicos que são identificados com selos específicos. Gerando uma marca para esses produtos.

O comércio justo é um modelo diferenciado de fazer mercado pois as pessoas estão ligadas de forma mais direta que no mercado convencional, com isso a abordagem de Granovetter se torna importante para sua análise.

### **A sociologia economia de Mark Granovetter**

A sociologia econômica, termo usado por Weber e Durkheim, é um campo em expansão na academia brasileira. Pode ser definida “como a

perspectiva sociológica aplicada a fenômenos econômicos” (SMELSER e SWEDBERG, 1994. p. 3.) faz uma crítica a noção de *homo economicus*, de forma mais ampla seria a aplicação de conceitos, ideias e métodos sociológicos em fenômenos econômicos. Conceito estendido por Smelser que adicionou a interação pessoal, grupos, estruturas sociais e controles sociais. (SMELSER e SWEDBERG, 1994). E mais recente temos que acrescentar as perspectivas de rede sociais, gênero e contextos culturais como temas centrais da Sociologia Econômica (SMELSER e SWEDBERG, 2005).

Esse campo da sociologia é chamada assim por ir além dos estudos complementares a ciência econômica, ao estudar as instituições econômicas, o foco de estudo, agora, é o próprio objeto da ciência econômica, o mercado, que é passar a ter características de uma estrutura social. A escolha de Granovetter para analisar o comércio justo se deu pela sua capacidade de relacionar o mercado e a sociologia de forma que as condições dos indivíduo se torna determinante, em muitos casos, no resultado econômico. Como é afirmado por Raud (2005) que Granovetter,

se empenha em identificar as formas de inserção social das ações econômicas e a influência destas relações sociais nos resultados econômicos. Ele é um dos representantes do enfoque estrutural do mercado, visto como constituído de redes interpessoais. (RAUD, 2005. p. 60)

Utilizando as questões levantada no artigo “*Economic Action and Social Structure: the problem of embeddedness*”, onde Granovetter busca entender o que ele chama do “problema de imersão<sup>5</sup> [...] do comportamento econômico” (GRANOVETTER, 2007) que seria uma das questões clássicas da sociologia econômica, em outras palavras, como as instituições, são afetadas pelas relações sociais, mais precisamente as instituições econômicas.

A proposta de imersão(*embeddedness*) defende que os comportamentos e instituições são condicionados pelas relações sociais. Levando ao debate de comportamentos e as instituições *versus* a tradição

---

5 O termo *embeddedness* que traduzido pode ser enclavamento, enraizamento, embutimento, embebido. Na leitura em textos em português temos diversas significações para essa palavra todas remetem a sentido de estar envolvido, estar inserido em algo. Sendo assim adoto o termo imersão, primeiro por utilizar a tradução que a Revista REA fez, segundo para não ser confundido com enraizamento de Polany e, por fim, por não achar necessário uma ressignificação desse termo nesse trabalho devido ao seu perfil analítico comparativo.

utilitarista e atomista da economia clássica e neoclássica. Granovetter [re]pensa o papel da economia como,

uma esfera diferenciada e cada vez mais separada na sociedade moderna, com transações econômicas não mais definidas por obrigações sociais ou de parentesco, mas por cálculos racionais de ganho individual. Por vezes chega a se argumentar que a situação tradicional foi invertida: em vez de a vida econômica estar submersa nas relações sociais, essas relações se tornaram um epifenômeno do mercado.(GRANOVETTER, 2007)

através da imersão(*embeddedness*) pode ser percebido as ligações entre as relações micro e macro da economia e da sociedade, levando a sua ideia de redes sociais, ponto que os críticos consideram mais relevante em sua teoria.

Encertamos na ação econômica, na relação de como economia percebe ação dos indivíduos no mercado. Antes de continuarmos com a crítica de Granovetter à “nova economia institucional”, é preciso lembrar que ele afirma que a chamada economia neoclássica por seguir a tradição da teoria do valor utilidade, defende que a ação humana é atomizada. Nela não há relação entre estrutura social, relações sociais e atividades de produção, distribuição e consumo. Na economia neoclássica não há relações sociais, instituições, desconfiança e má-fé. Logo o livre mercado, corporificado na estrutura de concorrência perfeita, interdita o uso da força, inibe a fraude e a má-fé. Assim, as relações sociais e o contexto institucional perdem importância, ou seja, são apenas obstáculos circunstanciais para o funcionamento correto da estrutura de concorrência perfeita e do mercado autorregulado (GRANOVETTER, 2007; ARAUJO, 2009)

No entanto, quando a economia neoclássica utiliza a análise da ação social no mercado apresenta duas condições em extremos opostos a sub e supersocialização, identificando a ação indivíduo como atomizada ou previamente estabelecida.

O modelo supersocializado, afirma que um indivíduo nessa condição é sensíveis às opiniões dos outros e, portanto, obediente aos ditames de sistemas consensualmente desenvolvidos de normas e valores, interiorizados por meio da socialização, de modo que a obediência não é percebida como uma obrigação (GRANOVETTER, 2007) o atribui a ação econômica uma forte influência social.

remetendo as ideias de Durkheim(2004), a coesão social e a inserção nas relações sociais são garantidas pela divisão social do trabalho que impõe um conjunto de regras sociais elaborados coletivamente e inseridos ou não em relações contratuais, tornando a grosso modo a ação econômica uma fato social, ou seja, como afirma Raud-Mattedi (2005b. p.129), as relações mercantis não se esgotam num único ato de troca, e geram laços sociais, que ainda que não passem por relações pessoais íntimas, acaba por se inserir, se enraizar e participar do processo de reprodução das instituições sociais, contrariando o modelo atomístico da economia.

Já o modelo subsocializado a ação do sujeito resulta da estreita busca utilitarista do interesse próprio, atomização. Comportamento que é perfeito para a concorrência perfeita e autorregulação do mercado, no remetendo também a ideia de weber sobre mercado que é tem como mecanismo a aproximação de pessoas desconhecidas para realizarem seus interesses inerentes a transação econômica. Esse modelo atomiza o indivíduo, negando qualquer hipótese sobre o impacto da estrutura social e das relações sociais sobre a produção, a distribuição e consumo. Não influenciado na demanda nem na oferta, portanto, nos preços ou outros meios de trocas (GRANOVETTER, 2007). A atomização do indivíduo separa o mesmo do seu meio social, tirando ele de influências, desejos, interesses, esse indivíduo passa agir de forma racional procurando o maior lucro e utilitarismo e ainda contribui para a visão idealista de mercado de concorrência perfeita.

A idealização de um mercado de concorrência perfeita seria o modelo mercadológico defendido pelos economistas clássicos e neoclássicos, onde o indivíduo seria subsocializado. Esse modelo tem sobrevivido devido um mercado autorregulado ser politicamente atraente para muitos e “a eliminação das relações sociais da análise econômica afasta o problema da ordem da pauta intelectual, pelo menos na esfera econômica” (GRANOVETTER, 2007). Granovetter afirma que,

Uma análise proveitosa da ação humana implica que evitemos a atomização implícita nos extremos teóricos das concepções sub- e supersocializadas. Os atores não se comportam nem tomam decisões como átomos fora de um contexto social, e nem adotam de forma servil um roteiro escrito para eles pela intersecção específica de categorias

sociais que eles porventura ocupem. Em vez disso, suas tentativas de realizar ações com propósito estão imersas em sistemas concretos e contínuos de relações sociais (GRANOVETTER, 2007).

A crítica feita a esse dois modelos está justamente no que eles têm em comum a atomização da ação, as duas abordagens têm base no individualismo metodológico. Essas concepções são chaves para a análise que Granovetter faz sobre como o comportamento econômico.

Com visto, a sub e supersocialização ligam os indivíduos em redes de relações que contribuem para a ação econômica, sendo assim. O mercado não é um livre jogo de forças entre anônimos isolados, mas um conjunto de ações imersas(*embeddedness*) em uma rede de relações sociais (RAUD-MATTEDI, 2005a, p. 65).

A imersão(*embeddedness*) é a forma de compreender como a rede de relações sociais tem influências em diversos níveis do mercado, ou melhor, da ação econômica que é socialmente situada. De acordo com Raud-Mattdi

isso significa que os indivíduos não agem de maneira autônoma, mas que suas ações estão imbricadas em sistemas concretos, contínuos, de relações sociais, ou seja, em redes sociais: é a tese da imbricação social(*embeddedness*) das ações econômicas. (RAUD-MATTEDI, 2005a. p 63-64)

Granovetter em seu texto percebe que a economia tem negligenciado questões de confiança e má-fé dando ênfase apenas a outros critérios. Então, como pensar o mercado sem a essas ações para o autor essas relações estão ligadas as concepções de supersocializadas e subsocializada.

Ao analisar a duas questões (má-fé e confiança) fica evidente o papel da imersão na economia. No modelo subsocializado seria o mais favorável a efetivação da fraude, o que é encontrado principalmente no modelo da economia neoclássica. Para evitar a fraude, ou melhor, para reduzir seus riscos as instituições econômicas utilizam contratos explícitos e implícito, desencorajando a má-fé e não garantindo a confiança (GRANOVETTER, 2007).

Enquanto o modelo supersocializado o individuo está ligado a uma institucionalização e/ou normatização de papel social, sendo coagido a agir de forma a não ferir o direito do outro, além de fazer parte de uma rede onde a

reputação seria uma forma de apresentação positiva, gerando uma moralidade generalizada.

Granovetter retoma as ideias de Weber e Polanyi que os indivíduos além de terem objetivos econômicos, também objetivos sociais, como o reconhecimento, o poder, a sociabilidade e o poder (RAUD-MATTEDI, 2005a). O que agrava a confiança na não existência de fraude, pois mesmo envolvido em uma norma social o indivíduo pode agir de forma a garantir seus desejos econômicos.

Enquanto, o modelo supersocializado tende a gerar confiança de acordo com as relações estabelecidas nas redes, pois elas são confiáveis e baratas e ainda contam com a ideia de reputação. A ideia de confiança deve existir para impedir o uso da força e da fraude podendo ser explicada por uma ideia de moral generalizada(GRANOVETTER, 2007).

Com base nesses argumentos infere-se que a imersão torna as relações pessoais e as redes a base para a origem da confiança e o desencorajamento da má-fé. No entanto, os dois modelos têm arranjos/mecanismos para garantir a ação econômica de forma em que nenhum envolvido saia lesado. No modelo supersocializado temos a moral generalizada e no subsocializado temos os contratos. Mas a preferência por realizar transações com indivíduos de reputação conhecida, segundo Granovetter(2007) implica que poucos estão dispostos a confiar nos arranjos/mecanismos que evitam o problema da má-fé e de confiança.

Em relação as ideias sobre mercado e hierarquias não é abordado aqui por ser uma questão de maior detalhamento para relacionar com o comércio justo. Mas as ideias já apresentadas contribui para uma abordagem significativa do autor com o comércio justo, Que pode ser percebido com uma rede alternativa dentro do mercado capitalista contemporâneo através da inserção do indivíduo e sua sociedade no cerne da negociação, negando apenas a valorização do produto e criando mecanismo para driblar as relações econômicas internacionais tradicionais.

*Granovetter e o Fair Trade*

O *fair trade* pode ser classificado como um modelo de comercialização onde a rede de relações são consideradas essenciais para sua efetivação. Nele produtores, comerciantes<sup>6</sup> e consumidores passa a fazer parte da mesma rede de produção e consumo. Cada indivíduo tem seu papel previamente definido e principalmente os interesses dos envolvidos se complementa da seguinte forma: O produtor tem seu produto valorizado(preço justo), enquanto o comerciante realiza a transação direta com o produtor evitando o maior número de atravessadores e o consumidor paga um valor pelo produtor que é transparente e ele sabe conhece a origem do produto e as condições como ele é produzindo isso seria uma garantia de que aquele produto tem a qualidade esperada e o seu valor é justo.

Porém, essa rede de produção e consumo não avisa apenas o lucro do produtor e comerciante e a satisfação do consumidor, ela visa garantir aos produtores condições consideradas decentes de trabalho, evitando a “exploração” do trabalhador, garantindo um salário justo e ainda possibilitando melhorias em sua qualidade de vida. Quanto ao consumidor esse é consciente da origem do produto e sua produção, além, da vida das pessoas que fazem o produto, sensibilizando-os a consumir o produto do comércio justo. Por fim o comerciante que divulga a origem do produto, qual a condição social de suas origens e busca realizar a venda desses produtos para cumprir seu papel com o produtor. (FTO,2013; FAIRTRADE USA,2013; EFTA, 2013)

Esse resumo da rede de produção de consumo do mercado *fair trade* mostra que os envolvidos nela estão o tempo inteiro se conectando sem necessariamente se conhecer pessoalmente ou ter relações pessoais próximas, o que dar à rede um caráter subsocializado pelo fato de não haver um conhecimento mais íntimos entres os indivíduos da rede, até porque no modelo de mercado justo apresentado os produtores são geograficamente localizados em países subdesenvolvidos, o que as instituições de *fair trade* convencionaram chamar de Sul e os consumidores em países desenvolvidos, convencionado como Norte.

---

6 Comerciante é aqui compreendido como os responsáveis pela importação do produto e sua comercialização, sejam eles ONGs ou Cooperativas.



No entanto, ela também tem configurações supersocializadas. Pois um produtor ou comerciante só pode fazer parte da rede se receber uma autorização para isso, a certificação e o selo *fair trade*, esse evento é como uma aceitação das normas do mercado e a inserção em uma luta pelas mudanças em regras comerciais internacionais para serem mais equitativas. O produtor ou comerciante certificado tem contratos e uma moral generalizada de confiança, utilizando tanto os preceitos dos modelos sub e supersocializados para garantir transações transparentes e justas, evitando a trapaça como pena de sair da rede.

Por parte dos consumidores eles são levados por motivações subjetivas e de busca por justiça social e igualdade entre os agentes econômicos, prezando por uma possibilidade de inserir o pequeno produtor marginalizado do Sul em um comércio internacional que garantam maiores oportunidades de melhoria de vida.

A imersão da rede de produção e consumo do mercado *fair trade* tem a característica de imersão da vida social no mercado traz as claras inúmeros problemas que economia não percebia ou não se preocupava, como: a formação do preço com base em garantir a dignidade e possibilidade de uma qualidade de vida para os trabalhadores e não baseado apenas nos custos de produção; a relação entre produtor e consumidor passa a existir mesmo que de forma apenas informacional; a [re]configuração do papel do comerciante como um agente de desenvolvimento global e responsável na contribuição de uma maior qualidade de vida para produtores e consumidores, ou seja, a “humanização”, no sentido de inserir o ser humano no mercado não como mercadoria mas como um agente de todo processo de produção e consumo. Sendo o mecanismo de imersão essencial para entender essa característica do comércio justo.

### **Considerações finais**

O mercado é percebido por Weber como uma forma de socialização entre estranhos isso atribui a essa categoria grande responsabilidade na

modernidade que pode ter muda a forma como os sujeitos se relacionam com os seus pares e seus interseres. Polanyi atribui a essa atomização do sujeito a possibilidade do mercado reger a vida social como nunca havia sido visto na história.

No entanto, hoje temos uma grande quantidade de teoria sobre as relações do mercado com a sociedade, e muitos modelos de como a economia e os mercados podem se tornar menos utilitaristas. O *fair trade* é uma alternativa de [re]pensar as formas de transações comerciais tornando o mercado mais próximos dos agentes que o compõe e principalmente agindo como eles consideram mais igualitário e justo.

O mercado justo é percebido pela teoria de Granovetter como uma modelo de ação econômica diferenciada que questiona a lógica da economia clássica e neoclássica, não coisificando o homem nem a sociedade esses passam a ser agentes influentes e presentes em toda a transação comercial.

O distanciamento que as regras do mercado impõem aos seus agentes são desconstruídas pelo mercado *fair trade* pois a redução das distâncias entre produtores e consumidores contribui para uma relação mais próxima dos indivíduos, tornando o comércio justo uma rede de relações sociais e econômicas.

A rede transforma todos os agentes imersos em uma rede de valores e objetivos a serem alcançados, assim como contribui para a geração de um outro *habitus* da atividade econômica, onde as motivações individuais tende a se complementarem e tornarem uma rede de produção e consumo transparente.

Sendo assim as teorias da sociologia econômica de Granovetter podem explicar os fenômenos do comércio justo atribuindo a eles os arranjos e mecanismo que são relevantes para o mundo das ciências econômicas clássicas e para as relações sociais. Apresentando como a economia pode ter características menos utilitarista e individualista.

A imersão das relações sociais na economia como sugerido pelo *fair trade* traz ao debate outras alternativas ao mercado utilitarista e autorregulado e torna os seus agentes ligados a uma rede de produção e consumo, onde todos tem conhecimento de como é produzido, comercializado e consumido,

transformando o agente econômico e um agente social. O que corrobora com a ideia da ação econômica ser uma ação social.

## Referências Bibliográficas

ARAUJO, P. H. F. de. *Polanyi e Granovetter a partir do olhar de Lukács*. 2009. Disponível em: <[http://portal.anpocs.org/portal/index.php?option=com\\_docman&task=doc\\_view&gid=2035&Itemid=229](http://portal.anpocs.org/portal/index.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=2035&Itemid=229)>. Acessado em: 20 jun. 2014.

\_\_\_\_\_. *Uma resenha da nova sociologia econômica de Granovetter*. Disponível em: <[http://cihe.fflch.usp.br/sites/cihe.fflch.usp.br/files/Paulo\\_Henrique\\_FurtadoAraujo.pdf](http://cihe.fflch.usp.br/sites/cihe.fflch.usp.br/files/Paulo_Henrique_FurtadoAraujo.pdf)>. Acessado em: 10 abr 2014.

BALDI, M. *A imersão social da ação econômica dos atores do setor coureiro-calçadista do vale dos sinos: uma análise a partir dos mecanismos estrutural, cultural, cognitivo e político*. p. 303. Tese – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2004. Porto Alegre. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/5908/000433333.pdf?sequence=1>>. Acessado em: 15 mai 2014.

BRAUDEL, Fernand. *A dinâmica do capitalismo*. Rio de Janeiro: Rocco. 1987.

DURKHEIM, Émile. *As regras do método sociológico*. São Paulo: Martin Claret, 2005

DURKHEIM, Émile. *Da divisão do trabalho social*. 2ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

EFTA. *Anuario 2011*. <<http://www.european-fair-trade-association.org/efta/Doc/yb01-es.pdf>>. Acessado em: 20 de Nov 2013.

FAIRTRADE USA. Disponível em: <<http://fairtradeusa.org/>>. Acessado em: 01 fev. 2014.

FLO. Disponível em; <<http://www.fairtrade.net/>>. Acessado em: 10 dez. 2013.

GIDDENS, Anthony. *As consequências da modernidade*. São Paulo: Editora da Unesp. 1991.

GRANOVETTER, Mark; SWEDBERG, Richard (Eds). In: *The Sociology of economic life*. Princeton: Princeton University Press, 1992.

\_\_\_\_\_, Mark. The strength of weak ties. In: *American Journal of Sociology*, 1973

\_\_\_\_\_. *Getting a job*. A study of contacts and careers. Cambridge, Harvard University Press, 1974.

\_\_\_\_\_. *Ação econômica e estrutura social: o problema da imersão*. Tradução de Cristina Yamagami e revisão técnica de Maurício C. Serafim. In: *RAE Eletrônica*, Fundação Getúlio Vargas, vol. 6, n. 1, jan./jun. 2007.

MARX, Karl e ENGELS, Friedrich. *A ideologia alemã*. São Paulo: Boitempo. 2007

\_\_\_\_\_. *O Capital*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.

MOORE, G. The Fair Trade movement : parameters, issues and future research., in: *Journal of business ethics.*, 53 (1-2). pp. 73-86. .2004

POLANYI, Karl. *A grande transformação*. As origens de nossa época. Rio de Janeiro: Campus. 2011

RAUD-MATTEDI, C. Análise Crítica da Sociologia Econômica de Mark Granovetter: os limites de uma leitura do mercado em termos de redes e imbricação. in **Política e Sociedade**, v. 6 pp 59-82, Florianópolis, 2005a

\_\_\_\_\_. A Construção Social do Mercado em Durkheim e Weber: Análise do Papel das Instituições na Sociologia Econômica Clássica. In: *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, vol. 20, no. 57, p. 127- 142. 2005b,.

RAUD, C. Bourdieu e a nova sociologia econômica.in; **Tempo Social**. Revista de Sociologia da USP, v. 19, p. 203-232, 2007

SCHNEIDER, Johann. *Relatório da pesquisa mundial de comércio justo: parte 1*. Brasília: SEBRAE, 2012.

SMELSER, Neil J.; SWEDBERG, Richard. Introducing Economic Sociology. In: \_\_\_\_\_ (Eds).i In: **The handbook of Economic Sociology**. Princeton: Princeton University Press, 2005.

WEBER, Max. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. São Paulo: Thompson Pioneira, 2008.

\_\_\_\_\_. *Economia e sociedade*. Brasília: Editora UnB, 1994.

WFTO. Disponível em: <<http://www.wfto.com> >. Acessado em: 20 de Nov. 2013.