



CATEGORIAS SOCIAIS COMO BASES DAS REDES DE ECONOMIA SOLIDÁRIA

ANDREA A. HAYASHI, ANDREA_HAYASHI@YAHOO.COM.BR, UNIP-
Universidade Paulista

ELIZABETH PIRES, EPDAP@UOL.COM.BR, UNIP- Universidade Paulista

IONE S. LOPES, IONE.LOPES2201@GMAIL.COM, UNIP- Universidade Paulista

JOÃO BATISTA NERONI JÚNIOR, JOAO.NERONI@UOL.COM.BR, UNIP-
Universidade Paulista

ERNESTO M. GIGLIO, ERNESTO.GIGLIO@GMAIL.COM, UNIP- Universidade
Paulista

Resumo:

O artigo apresenta a proposta das categorias sociais ética, comprometimento e confiança serem as bases dos processos nas redes do mercado solidário. O trabalho se justifica porque essas redes apresentam objetivos sociais e econômicos explícitos e com a mesma relevância, o que determina modos distintos de relacionamento entre os atores, quando se comparam com redes com objetivos predominantemente comerciais, ou predominantemente de ação política/social. Considerando essa conjunção explícita, os modos relacionais e sua correspondência com os processos da rede são raramente investigados na produção acadêmica. As categorias sociais foram selecionadas a partir de um trabalho bibliográfico sobre o tema, no qual se verificou a convergência sobre a relevância de cada uma, mas também a raridade dos esforços de integração. Apresentada a proposta realizou-se um exercício de sua operacionalidade, a partir de relatos de casos de redes e o resultado foi de sustentação. O trabalho apresenta o benefício teórico de uma alternativa de compreensão das redes, diferente das abordagens econômicas e de racionalidades dominantes; e o benefício metodológico é a apresentação de um quadro de indicadores que pode servir de matriz para pesquisas.

Palavras chave: mercado solidário, redes, ética, confiança, comprometimento

Trilha: REDES