

A SOCIEDADE EM REDE E AS REDES DE NEGÓCIOS: UM ESTUDO DA INFLUÊNCIA DAS RELAÇÕES SOCIAIS NAS DECISÕES DE NEGÓCIOS

Autor: Prof. Dr. Ernesto Michelangelo Giglio

A palestra tem os seguintes objetivos:

- apresentar a filosofia do Programa de Mestrado em Administração da UNIP e os projetos em andamento;
- sensibilizar os alunos a participarem dos projetos da Pós-Graduação e das bolsas de iniciação científica, especialmente na modalidade PIBIC;
- expor, com mais detalhes, a situação atual do projeto de pesquisa do palestrante.

O escopo da pesquisa em andamento consiste em investigar o conteúdo e as formas de relacionamento entre os atores que são os pequenos empresários. O campo de estudo é constituído de pequenos empresários, participantes de negócios que apresentam com mais clareza e necessidade a característica de cooperação, tais como escolas, vendas de automóveis, agricultura, artesanato.

A análise se desenvolve a partir da afirmativa de que a sociedade atual está organizada no formato de redes, com ênfase no conceito de imersão social, isto é, que variáveis sociais são importantes como influenciadoras nas decisões dos atores e nos resultados obtidos. Significa que as decisões dos empresários e os seus resultados vinculam-se inextricavelmente com as relações sociais de poder, dependência, confiança e comprometimento.

Para efetivar a tarefa apresenta-se um modelo, desenvolvido pelo autor, fundado nas ideias de Castells, sobre a sociedade em rede, de Granovetter, sobre a imersão social e de Nohria, sobre todas as empresas estarem em redes, e que foi parcialmente validado em projeto anterior.

A referida pesquisa fundamenta-se nas afirmativas da teoria da complexidade de Morin, que valorizam o todo, e nos princípios da teoria dos sistemas, de Bertalanfy.