

TEORIAS DA PRÁTICA E RELAÇÕES EXOTÓPICAS: investigando a mudança do consumo na prática cooperativista

Donizeti L. de SOUZA¹; Lílian FERRUGINI²; Daniel C. de Rezende³; Marco A. Villarta-Neder⁴; José H. dos SANTOS⁵.

RESUMO

Esse estudo teve como objetivo identificar se o engajamento nas práticas cooperativistas pode afetar o comportamento do consumo e promover o “deslocamento” dos cooperados por meio de novas formas de performatividade. Foram realizadas 21 entrevistas com os cooperados de uma cooperativa agropecuária do Sul de Minas Gerais, seguindo o referencial teórico-epistemológico de viés discursivo do círculo de Bakhtin, a partir do conceito de exotopia. Os resultados demonstram que a maioria dos cooperados consegue melhorar seu processo produtivo a partir do engajamento nas práticas cooperativistas, provocando o “deslocamento” dos sujeitos a partir de novas práticas de consumo. Tais resultados podem contribuir para um maior entendimento sobre a forma como o engajamento nas práticas cooperativistas alteram a vida dos cooperados, deslocando-os para novos comportamentos de consumo.

INTRODUÇÃO

Nos estudos sobre o comportamento do consumidor, tem sido comum o dualismo entre o papel da estrutura e da agência nas práticas de consumo. De um lado, predomina-se a corrente estruturalista considerando que as ações de consumo ocorrem por meio de culturas de massas e formas de dominação. Por outro lado, diversos teóricos concebem o indivíduo como um ser ativo, autônomo e capaz de tomar decisões conscientes. Como alternativa a divisão destas duas epistemologias de estudo, diversos teóricos têm encontrado nas Teorias da Prática, uma nova forma

¹ Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas – Câmpus Três Corações. Três Corações/MG, email: donizeti.souza@ifsuldeminas.edu.br;

² Universidade Federal de Lavras, email: lilianufjf@yahoo.com.br;

³ Universidade Federal de Lavras, email: danielderezende@dae.ufla.br

⁴ Universidade Federal de Lavras, email: villarta.marco@dch.ufla.br

⁵ Universidade Federal de Itajubá. Pouso Alegre/MG, email: heraldosanoss@yahoo.com.br.

de entender o consumo e os consumidores a partir de uma perspectiva que considera a estrutura e a agência como indissociáveis (RECKWITZ, 2002; WARDE, 2005; RØPKE, 2009; HALKIER; KATZ-GERRO; MARTENS, 2011).

As Teorias da Prática buscam entender o consumo como o resultado de interações entre indivíduos e estruturas sociais por meio de práticas socialmente reconhecíveis, em ações de negociação e reprodução da vida cotidiana (RECKWITZ, 2002; WARDE, 2005). O indivíduo passa a ser visto como um praticante, dependente de engajamentos em práticas que demandam o uso de bens, serviços e artefatos que traduzem em formas de consumo.

Nesta perspectiva é possível identificar conceitos alternativos que emergem para novas perspectivas nos estudos organizacionais. Nota-se, haver uma pluralidade de idéias que vem emergindo no campo do comportamento do consumidor por meio do construcionismo epistemológico, apresentando novas descobertas e desafios às teorias do consumo através de uma ontologia prática, que propõe a mudança a partir da dinâmica do mundo sociomaterial.

Como base nesta abordagem emergente, propomos investigar as práticas cooperativistas para entender as mudanças de consumo dos agricultores cooperados, destacando o construcionismo social gerado entre o engajamento em novas práticas com a mudança nas formas de consumo dos sujeitos sociais. Tais mudanças podem ser melhor compreendidas por meio das relações exotópicas (BAKHTIN, 1992), as quais buscam demonstrar o “deslocamento” do papel dos sujeitos a partir das práticas cooperativistas.

O interesse pela prática cooperativista se deu pela importância que o cooperativismo assume no país. De acordo com o relatório anual da Organização das Cooperativas do Estado de Minas Gerais (OCEMG, 2013), somente em Minas Gerais, estado que agrega a cooperativa pesquisada, somaram-se em torno de R\$ 12,2 bilhões as receitas advindas com as cooperativas do setor agropecuário, valor este gerado a partir de 134 cooperativas, 151.234 cooperados e 17.504 empregados diretos, o que resultou num PIB per capita de R\$ 27.593,22, bem acima da média geral do estado que foi de R\$ 19.528,56. Além da capacidade de geração de emprego e renda, esses dados demonstram um mercado de consumo expressivo, o que poderá ser útil a gestores e empresas que atuam no setor.

Assim, o objetivo deste artigo é identificar se o engajamento nas práticas cooperativistas pode afetar o comportamento de consumo e promover o

“deslocamento” dos papéis dos sujeitos (cooperados), por meio de novas formas de performatividade. Para atender o objetivo proposto, propõe-se investigar as mudanças (deslocamentos) dos sujeitos (produtor/cooperado) a partir das relações exotópicas com as diversas práticas sociais, técnicas, econômicas e culturais envolvidas nas práticas cooperativistas.

MATERIAL E MÉTODOS

Como etapa complementar à fundamentação teórica apresentada, investigou-se a mudança de comportamentos de consumo a partir da perspectiva dos cooperados de uma cooperativa agropecuária localizada no Sul de Minas Gerais. Para tanto foram realizadas 21 entrevistas em profundidade com os cooperados, sendo as mesmas realizadas a partir de um roteiro semi-estruturado. As entrevistas foram analisadas tomando como suporte metodológico o referencial teórico-epistemológico do viés discursivo do círculo de Bakhtin, mais precisamente sobre o conceito de exotopia (BAKHTIN, 1992).

Visando garantir o anonimato dos entrevistados, os nomes dos mesmos foram omitidos, divulgando-se apenas os resultados consolidados, sem identificação individual. Assim, os entrevistados (cooperados) foram identificados de E1 a E21, de acordo com a ordem das entrevistas realizadas. Ademais, ressalta-se que a pesquisa se caracteriza como descritiva, por descrever as características de determinada população ou fenômeno, e exploratória, por investigar novos construtos entre Teorias da prática com relações exotópicas aplicadas ao cooperativismo.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Analisando o perfil dos cooperados, percebe-se que a maioria (38%) está envolvida no campo entre 31 a 40 anos e grande parte dos entrevistados (47%) são considerados como pequenos produtores, com propriedades entre 6 a 15 hectares. Para 95% dos cooperados, a atividade rural é a principal fonte de renda, sendo a cafeicultura a atividade predominante. Assim, verifica-se um forte envolvimento dos entrevistados na atividade agropecuária pelo tempo de participação e pela dependência financeira com a atividade.

Sobre o envolvimento dos cooperados nas práticas cooperativas, verifica-se que a maior proporção de cooperados está associada entre 6 a 20 anos (57% do total). Além disso, 85% afirmam não serem associados em outras cooperativas, fato

que demonstra que a maioria dos cooperados são envolvidos com a prática cooperativista pesquisada. Tais resultados indicam uma predominância de práticas integrativas, tornando o engajamento nas práticas de consumo mais especializado pela experiência e pelo reconhecimento dos benefícios performativos oferecidos pela cooperativa. Para a cooperativa, o engajamento em práticas integrativas garante maior envolvimento dos cooperados, o que permite investimentos de longo prazo e estabilidade das relações (ZYLBERSZTAJN, 2002).

Dentre as principais formas de consumo envolvidas, identificou-se que o bolsão (processo de compra de insumos), a armazenagem do café, os insumos, os acessórios agrícolas, a assistência dos técnicos agrícolas para melhoria da produção e a comercialização do café são os fatores mais reconhecidos e consumidos pelos cooperados.

O acesso a estas práticas de consumo proporciona melhor manejo, melhor produção, redução dos custos e aumento da margem de lucro. Os cooperados percebem um maior e melhor aproveitamento dos insumos utilizados e, conseqüentemente, aumento da produtividade e dos lucros, corroborando os estudos de Warde (2005), o qual enfatiza que o desempenho de condução vai depender do reconhecimento das práticas, aos quais devem ser reconhecidos como importantes para melhorar o desempenho no campo, por meio da performatividade técnica e financeira em que as práticas cooperativistas estão envolvidas.

Em se tratando da prática relativa à assistência técnica, os pesquisados enfatizaram que essa prática gera bons resultados em suas propriedades. Tais resultados podem ser observados quando E1 explana que *“quando eu trabalhava por minha conta eu trabalhava no escuro, fazia muita coisa errada. Agora não! Alguém me orienta”* [...] *“perdia muita coisa... colocava coisa, calcário que não precisava ou colocava pouca coisa... Agora esta tudo certinho. A gente achava que sabia e não sabia nada... Assim, consegue-se uma renda melhor né? Tira mais leite... mais café... produz mais”*.

Aqui se identifica o deslocamento do sujeito (BAKHTIN, 1992). O sujeito, após se engajar nas práticas cooperativistas e “consumir” o serviço de assistência técnica pôde, de certa forma, utilizar novas técnicas que melhoraram sua produção, renda e, conseqüentemente, suas práticas econômicas, sociais e culturais. Assim como proposto por Warde (2005) e Røpke (2009), um profissional competente requer a apropriação de ferramentas apropriadas e a devoção em um nível adequado à

conduta de práticas, as quais são internamente diferenciadas e dinâmicas, pois os praticantes aprendem com a experiência e tais experiências moldam o consumo.

Em relação ao “bolsão”, tipo de serviço oferecido pela cooperativa que permite a compra de insumos com prazos maiores para pagamentos. E12 enfatizou que o *“prazo de pagamento pro final de ano é uma prática que proporciona recursos financeiros para comprar tudo o que a lavoura precisa sem pagar imediatamente, melhorando o desempenho da propriedade e gerando novas oportunidades de negócio”*. O sujeito passa a ter tranquilidade a partir das práticas cooperativistas e a assumir condições de vida melhor (BAKHTIN, 1992).

As práticas de armazenagem e comercialização do café, também foram muito citadas pelos entrevistados. E3 afirmou que a *“armazenagem do café traz mais segurança, você tem mais tranquilidade estando num lugar mais seguro”*. Já E17 afirmou que *“o serviço de armazenagem do café traz tranquilidade, pois evita roubo”*. Segundo Warde (2005), os processos de engajamentos em práticas vão desde aspectos culturais a processos de associações formais para o exercício de atividades sociais. Com isso o sujeito passa de uma posição de inseguro para um sujeito tranquilo e seguro, representando um “deslocamento” de ações, uma vez que o sujeito passa a ter mais tranquilidade e segurança com as práticas cooperativistas.

Grande parte dos cooperados entrevistados vê na cooperativa um espaço em que podem comprar insumos, maquinários, peças e ferramentas em geral para sua propriedade, sem necessitar de grandes deslocamentos até outras cidades. Com isso é possível economizar no frete e garantir um maior poder de compra, o que também gera maiores lucros. Pelos resultados das entrevistas fica evidente que o sujeito (cooperado), ao engajar nas práticas cooperativistas, se envolve em novas formas de consumo, passando a assumir diferentes perspectivas sobre os benefícios que a prática cooperativista oferece, como a percepção sobre a importância de investir em sua propriedade, mudando hábitos de consumo a partir da experiência com as novas oportunidades, o que garante maior performatividade nos negócios (WARDE, 2005; RØPKE, 2009).

CONCLUSÕES

No que tange aos resultados gerais, conclui-se que os cooperados estão passíveis de demandar diferentes produtos, mudar suas perspectivas de consumo e moldar seu comportamento de compra. Identifica-se que os sujeitos percebem que o

engajamento nas práticas cooperativistas gera maiores lucros, novas oportunidades de negócios, maior comodidade, segurança e tranquilidade na condução dos negócios. Tais benefícios deslocam os sujeitos cooperados para novas formas de consumo e produção com a performatividade gerada, seja em aspectos funcionais, simbólicos ou sociais (BAKHTIN, 1992; WARDE, 2005).

Assim, identificou-se que o engajamento nas práticas cooperativistas provoca “deslocamentos” dos sujeitos ao passo que a relação entre produção e consumo altera o meio socioeconômico em que vivem. O consumo passa a ser entendido como o processo pelo qual os sujeitos cooperados se envolvem em práticas de consumo, seja para fins utilitários (maior produtividade, maior comodidade, menores custos), simbólicos (maior segurança e tranquilidade) ou representativos de bens, serviços e informações sobre o qual os indivíduos assumem algum grau de engajamento (WARDE, 2005; HALKIER; KATZ-GERRO; MARTENS, 2011).

Tais resultados podem contribuir para um maior entendimento sobre a forma como o engajamento nas práticas cooperativistas alteram a vida dos cooperados, deslocando-os para novos comportamentos de consumo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAKHTIN, M. M. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

HALKIER, B.; KATZ-GERRO, T.; MARTENS, L. Applying practice theory to the study of consumption: Theoretical and methodological considerations. **Journal of Consumer Culture**, v. 11, n. 1, p. 3-13, 2011.

OCEMG/SESCOOP. **Anuário de informações econômicas e sociais do cooperativismo mineiro**. Sistema OCEMG/SESCOOP-MG, Belo Horizonte: EGL, 2013. Disponível em: <<http://www.minasgerais.coop.br/Repositorio/Publicacoes>> acesso em 14 de julho de 2013.

RECKWITZ, A. Toward a theory of social practices: A development in culturalist theorizing. **European Journal of Social Theory**, v. 5, n. 2, p. 243-263, 2002.

RØPKE, I. Theories of practice: New inspiration for ecological economic studies on consumption. **Ecological Economics**, v. 68, p. 2490-2497, 2009.

WARDE, A. Consumption and Theories of Practice. **Journal of Consumer Culture**, v. 5, n. 2, p. 131-153, 2005.

ZYLBERSZTAJN, D. Quatro estratégias fundamentais para cooperativas agrícolas. In: BRAGA, M. J.; REIS, B. S. (org). **Agronegócio cooperativo: reestruturação e estratégias**. Viçosa: UFV, 2002.