

2º CICLO DE ESTUDOS EM SOCIOLOGIA

Uma alternativa solidária e responsável de  
comercializar e consumir: o caso de uma  
cooperativa de consumo

Mariana Sofia Mendes Marques da Silva

**M**

2018



**Mariana Sofia Mendes Marques da Silva**

**Uma alternativa solidária e responsável de comercializar e  
consumir: o caso de uma cooperativa de consumo**

Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em Sociologia orientada pela Professora  
Doutora Cristina Clara Ribeiro Parente

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

setembro de 2018



# Uma alternativa solidária e responsável de comercializar e consumir: o caso de uma cooperativa de consumo

Mariana Sofia Mendes Marques da Silva

Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em Sociologia orientada pela Professora  
Doutora Cristina Clara Ribeiro Parente

## Membros do Júri

Professora Doutora Natália Maria Casqueira Azevedo  
Faculdade de Letras da Universidade do Porto

Professora Doutora Sandra Cristina Lima Coelho  
Universidade Católica Portuguesa – Centro Regional do Porto

Professora Doutora Cristina Clara Ribeiro Parente  
Faculdade de Letras da Universidade do Porto

Classificação obtida: 18 valores



## Sumário

<b>Declaração de honra</b> .....	<b>IV</b>
<b>Agradecimentos</b> .....	<b>V</b>
<b>Resumo</b> .....	<b>VI</b>
<b>Índice de ilustrações</b> .....	<b>VIII</b>
<b>Índice de tabelas</b> .....	<b>XIX</b>
<b>Lista de abreviaturas</b> .....	<b>X</b>
<b>Introdução</b> .....	<b>1</b>
<b>Capítulo 1 - Objeto e objetivos da investigação</b> .....	<b>4</b>
1.1. A importância do problema teórico escolhido .....	4
1.2. Objetivos e interrogações científicas de pesquisa .....	8
<b>Capítulo 2 - Enquadramento teórico de outras economias, consumos e racionalidades</b> .....	<b>11</b>
2.1. As instituições da economia social e solidária.....	11
2.1.1. Economia social e solidária.....	11
2.1.2. Inovação e empreendedorismo social .....	13
2.1.3. Modelo organizativo e estrutural das entidades do terceiro setor .....	14
2.2. Racionalidades e práticas camponesas.....	15
2.2.1. Pontos de ruturas e elementos de continuidade.....	16
2.2.2. A noção de campesinidade .....	17
2.2.3. A tese de recampesinização.....	18
2.2.4. O conservadorismo e individualismo dos camponeses em Portugal.....	19
2.3. Opções de consumo responsável na sociologia do consumo .....	20
2.3.1. O conceito de consumo responsável .....	21
2.3.2. Os valores pós-materialistas .....	22
2.3.3. D A flexibilidade dos agentes no consumo .....	22
2.3.4. A teoria da prática na estruturação do consumo .....	24
2.4. Classes sociais e estrutura de classes sociais .....	25
<b>Capítulo 3 – Esquema analítico e metodológico do estudo</b> .....	<b>28</b>
3.1. Hipóteses teóricas .....	28

3.2. A operacionalização dos conceitos e o modelo de análise .....	30
3.3. Estratégia metodológica de investigação .....	36
3.4. Técnicas de recolha e análise de dados .....	37
3.4.1. As técnicas exploratórias.....	37
3.4.2. A entrevista .....	38
3.4.3. O inquérito por questionário .....	40
3.5. Populações-alvo e amostras .....	41
<b>Capítulo 4 - Apresentação dos dados recolhidos .....</b>	<b>43</b>
4.1. A cooperativa de consumo Fruta Feia .....	43
4.2. Perfil sociodemográfico do universo empírico de referência .....	50
4.2.1. Os agricultores da Cooperativa de Consumo Fruta Feia.....	50
4.2.2. Os consumidores da Cooperativa de Consumo Fruta Feia .....	51
4.3. A racionalidade dos agricultores da Cooperativa de Consumo Fruta Feia.....	57
4.3.1. Os valores empresariais e economicistas .....	58
4.3.2. A visão tradicional e campesina.....	62
4.3.3. A visão político-ideológica .....	67
4.4. O universo motivacional dos consumidores da Cooperativa de Consumo Fruta Feia	75
4.4.1. Fatores de adesão à cooperativa .....	76
4.4.2. Distâncias e aproximações face ao consumo responsável .....	78
4.4.3. Os grupos de referência e dinâmicas de interinfluência.....	82
4.4.3. O Retrato socio classista dos consumidores.....	87
<b>Considerações finais .....</b>	<b>93</b>
<b>Referências bibliográficas .....</b>	<b>97</b>
Monografias .....	97
Publicações periódicas .....	100
Documentos estatísticos.....	104
Fontes institucionais .....	106
<b>Anexos.....</b>	<b>109</b>
Anexo 1 - Tipologia classificatória das classes e frações de classes .....	109
Anexo 2 - Fases da investigação e cronograma de pesquisa .....	110
Anexo 3 - Grelha de observação direta da Cooperativa de consumo Fruta Feia: período da manhã.....	109
Anexo 4 - Grelha de observação direta da Cooperativa de consumo Fruta Feia: período da tarde .....	115

Anexo 5 – Guião de entrevista conversacional informal: trabalhadores da cooperativa	117
Anexo 6 - Guião de entrevista conversacional informal: trabalhadores da cooperativa	120
Anexo 7 - Declaração de consentimento informado.....	123
Anexo 8 - Grelha das categorias de análise das entrevistas.....	125
Anexo 9 - Manual de codificação: entrevistas aos agricultores.....	127
Anexo 10 - Exemplar do inquérito por questionário aplicado aos associados da cooperativa.....	130
Anexo 11 – Exemplar do questionário <i>checklist</i> aplicado aos agricultores da cooperativa.....	135
Anexo 12 - Árvores de problemas e de objetivos do Projeto Fruta Feia .....	137
Anexo 13 - Resultados evolutivos do Projeto Fruta Feia .....	139
Anexo 14 - Imagens ilustrativas de um dia de trabalho na Cooperativa Fruta Feia .	140



## **Declaração de honra**

Declaro que a presente dissertação é de minha autoria e não foi utilizada previamente noutro curso ou unidade curricular, desta ou de outra instituição. As referências a outros autores (afirmações, ideias, pensamentos) respeitam escrupulosamente as regras da atribuição, e encontram-se devidamente indicadas no texto e nas referências bibliográficas, de acordo com as normas de referenciação. Tenho consciência de que a prática de plágio e auto-plágio constitui um ilícito académico.

Porto, 30 de setembro de 2018

Mariana Sofia Mendes Marques da Silva

## **Agradecimentos**

Agradeço a disponibilidade demonstrada pelos trabalhadores da Cooperativa Fruta Feia do Porto ao longo deste extenso período de investigação, em concreto a oportunidade de acompanhar de perto as suas atividades e rotinas de trabalho, não esquecendo a curiosidade, a amabilidade e o entusiasmo demonstrados pelos seus voluntários, associados e produtores agrícolas.

À minha família e aos meus amigos no tocante ao constante suporte, carinho e muita paciência demonstrados nesta jornada. À multiplicidade de pessoas inspiradoras que comigo conviveram durante este ano letivo 2017-2018, tornando-o um dos melhores da minha vida até ao momento. À incrível equipa e intensa experiência Faz-Te Forward, em especial à minha coach pela aceitação do bom, pela celebração da libertação, da ambição e da mudança.

Por fim, e não menos importante, à minha orientadora, para mim um exemplo de rigor e pedagogia, compreensão e empatia, desde o meu primeiro ano de licenciatura em sociologia. A sua dedicação a estimulantes e novas temáticas e caminhos de investigação são uma fonte de inspiração. Sempre presente em todas as fases da investigação, agradeço-lhe todo o apoio e motivação prestados.

## Resumo

A presente de dissertação teve como principal eixo de análise a economia social e solidária – um espaço socioeconómico crescentemente reconhecido por parte dos quadrantes políticos, institucionais e científicos da contemporaneidade – e, enquanto subtemáticas em destaque, a racionalidade camponesa e o consumo responsável.

Desenvolvemos um estudo de caso tendo como objeto de estudo empírico a bem sucedida Cooperativa da Consumo Fruta Feia a qual procura, desde 2013, reduzir o desperdício alimentar por motivos estéticos através da promoção do consumo responsável e da melhoria das condições socioeconómicas dos agricultores.

Procuramos como principais objetivos desenvolver um entendimento sobre: (1) as representações sociais dos produtores atribuídas à cooperativa perante um contexto de mercado que os penaliza (racionalidade camponesa), (2) as regularidades socio classistas dos consumidores, práticas de consumo responsável e respetivas motivações em torno do mesmo (racionalidade dos consumidores); (3) e o modelo de organização autogestionário deste mercado alternativo.

Para estes fins, adotámos, do ponto de vista metodológico, a abordagem mista de investigação que Creswell (2014) designa por método misto convergente paralelo. Depois de (1) mobilizar as técnicas exploratórias de observação direta, entrevistas conversacionais informais e análise documental, (2) transitamos para a fase qualitativa da investigação, realizando entrevistas semidiretivas aos agricultores para fins de captação das singularidades, (3) finalizando com a aplicação de inquéritos por questionário a uma amostra representativa de consumidores da cooperativa de forma a quantificar e analisar dedutivamente.

Os dados recolhidos permitiram concluir, ao nível dos produtores, uma simultaneidade dos valores economicistas, tradicionais e em sincronia com os princípios da economia solidária e, por parte dos consumidores, uma relevante homogeneidade socio classista e a adesão à cooperativa sustentada em raciocínios de carácter ideológico e valorativo. Estas tendências concorreram para a visibilidade da ação nos processos de transformação social e, também, para importância dos eixos estruturantes e da reprodução social nas práticas de consumo.

**Palavras-chave:** economia solidária, cooperativas, racionalidade camponesa, consumo responsável.

## Abstract

The present research focused on social and solidarity economy - one of the most valued topics by academics and political spectrum of the contemporary era – followed by peasant rationality and conscious consumption as secondary axes of analysis.

We addressed a case study about the successful and highly awarded Fruta Feia, a consumer cooperative founded in 2013 which aims to reduce food waste (fruit and vegetables) due to its appearance through the promotion of conscious consumption and the improvement of farmers' socioeconomic conditions.

Our intention was to develop a broad understanding about the following key goals: (a) the producers' motivations to join the cooperative and the respective social representations about the initiative (peasant rationality), taking into account that the current free market penalizes them; (2) the sociodemographic and social class trends in these choices of consumption (consumer rationality); (3) and the alternative market's self-managed organization model.

Methodologically, we relied on the mixed method procedure, named convergent parallel mixed methods design by Creswell (2014). After (1) mobilizing initial exploratory techniques (direct observation, unstructured interviews and document analysis), (2) we proceeded to the qualitative and inductive phase, applying semi-directive interviews to a socially diverse sample of farmers in order to capture its singularities, (3) closing the methodology chapter with the application of a survey to a representative sample of cooperative consumers in order to collect, quantify and deductively analyse the main regularities.

The data we gathered lead to recognize the importance of the farmers' economic and traditional principles and its similarity with solidarity economic values. On the side of consumers we concluded on its socio classicist homogeneity and on the importance of ideologic values when it comes to their registration on Fruta Feia Cooperative.

These results demonstrated the importance that structural axes and social reproduction play on consumption practices, and the individuals' action on the process of social transformation.

**Keywords:** solidarity economy, cooperatives, peasant rationality, conscious consumption.

## Índice de ilustrações

Ilustração 1 - Modelo de análise da adesão dos produtores e consumidores à Cooperativa Fruta Feia.....	35
Ilustração 2 - Localização das delegações no distrito do Porto e Lisboa.....	45
Ilustração 3 - Árvores de problemas do projeto da cooperativa Fruta Feia .....	137
Ilustração 4 - Árvores de objetivos do projeto da cooperativa Fruta Feia .....	138
Ilustração 5 - Conjunto de imagens relativas a um dia a dia de trabalho na Cooperativa Fruta Feia.....	140
Ilustração 6 - Principais características dos empreendimentos agrícolas dos agricultores da Cooperativa Fruta Feia.....	59
Ilustração 7 - Árvore de palavras alusiva ao modo de vida dos agricultores da Cooperativa Fruta Feia.....	66
Ilustração 8 - Árvore de palavras relativa aos principais desafios enfrentados no mercado por parte dos agricultores da Fruta Feia .....	68
Ilustração 9 - Principais virtualidades da Cooperativa Fruta Feia, se acordo com os agricultores da mesma.....	73
Ilustração 10 - Níveis de conhecimento acerca do consumo responsável.....	79
Ilustração 11 - Níveis de importância atribuídos ao consumo responsável .....	80
Ilustração 12 - Níveis de frequência da prática do consumo responsável.....	80
Ilustração 13 - Conhecimento de outros associados antes da adesão dos consumidores à Cooperativa Fruta Feia.....	83
Ilustração 14 - Tipo de agentes sociais conhecidos pelos associados antes da adesão dos consumidores à Cooperativa Fruta Feia.....	83
Ilustração 15 - Reconhecimento da influência por parte de outrem no ato de adesão dos consumidores à Cooperativa Fruta Feia.....	84
Ilustração 16 – Conhecimento de associados da cooperativa por parte dos consumidores da Cooperativa Fruta Feia.....	85
Ilustração 17 - Filiação a organizações ou movimentos de cidadania .....	86

## Índice de tabelas

Tabela 1 – Tipologia classificatória das classes e frações de classes.....	109
Tabela 2 - Cronograma de pesquisa .....	112
Tabela 3 - Grelha de observação direta da Cooperativa de consumo Fruta Feia (período da manhã).....	113
Tabela 4 - Grelha de observação direta da Cooperativa de consumo Fruta Feia (período da tarde).....	115
Tabela 5 - Grelha de categorias de análise das entrevistas .....	125
Tabela 6 - Resultados evolutivos do Projeto Fruta Feia.....	139
Tabela 7 - Motivos de adesão: agricultor moderno e camponês tradicional - campesinidade inacabada e híbrida .....	31
Tabela 8 - Motivos de permanência: império alimentar e congruência valorativa entre racionalidade camponesa e economia social e solidária.....	32
Tabela 9 - Variável dependente: motivações de adesão e consumo na Cooperativa Fruta Feia.....	33
Tabela 10 - Variável dependente: retrato social dos associados .....	33
Tabela 11 - Caracterização dos agricultores entrevistados .....	50
Tabela 12 - Caracterização sociodemográfica dos associados da Cooperativa Fruta Feia do Grande Porto.....	52
Tabela 13 - Caracterização socio laboral dos associados da Cooperativa Fruta Feia do Grande Porto .....	55
Tabela 14 - Motivos de adesão à Cooperativa de Consumo Fruta Feia.....	76
Tabela 15 - Ações de consumo responsável praticadas pelos consumidores da Fruta Feia.....	81
Tabela 16 – Localização socio classista dos associados da Cooperativa Fruta Feia do Grande Porto .....	87

## **Lista de abreviaturas**

CFF – Cooperativa Fruta Feia

CR – Consumo responsável

ES – Economia social

ESS – Economia social e solidária

FAO - Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura

FF – Fruta Feia

ONU – Organização das Nações Unidas

PAC – Política agrícola comum

RC – Racionalidade camponesa

UE – União Europeia

## **Introdução**

A presente dissertação, orientada pela Professora Doutora Cristina Ribeiro Parente, e desenvolvida no âmbito do mestrado em sociologia da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, apresenta como foco de análise a ESS e, enquanto subtemáticas, a RC e o CR - fenómenos em recente recuperação e mutação à escala nacional e europeia, associados a múltiplas potencialidades e externalidades positivas nos planos económico, social, cultural e político.

A investigação em questão, realizada para fins de avaliação pedagógica, apresentou como objeto empírico de estudo a CFF do Grande Porto, uma cooperativa de consumo que visa a diminuição do desperdício de produtos fruto-hortícolas por motivos estéticos. Para além desta importante missão, a mesma destaca-se pela sua metodologia de atuação – a abertura de delegações para a venda dos bens rejeitados pelo mercado normativo e pelos grandes canais de distribuição; pelos seus objetivos (1) de adoção de padrões de consumo mais responsáveis, (2) de melhoria das condições socioeconómicas dos agricultores – através da comercialização dos seus produtos rejeitados a um preço socialmente justo, potenciando a economia local e a agricultura de proximidade - (3) e de proteção do ambiente, através da redução dos danos ambientais fomentados pelo desperdício alimentar.

Respeitando um dos principais princípios éticos e deontológicos da investigação em sociologia, indicamos, desde já, a autorização expressa pela cooperativa para divulgação da sua identidade, mantendo, contudo, o anonimato de todos os produtores e consumidores que contribuíram para o estudo.

Através da dissertação em causa pretendemos atingir três objetivos principais os quais respeitam as vertentes macro, meso e micro sociológicas, e integram as principais inquietações científicas de partida: (1) ao nível da ESS, aceder à evolução histórica das cooperativas de consumo e compreender as dinâmicas de adesão por parte dos produtores agrícolas à CFF; (2) no tocante à CFF em específico, conhecer o contexto de surgimento e os alicerces do seu sucesso, perceber a configuração organizacional prevalecente e aceder aos principais perfis sociodemográficos dos associados da cooperativa em estudo;



(4) e, por fim, procurámos apresentar o CR enquanto fenómeno sociológico, aceder às motivações da presença dos associados na CFF e aos respetivos e principais perfis sociodemográficos.

No tocante à estratégia metodológica, adotámos uma abordagem mista de investigação, em particular o método misto convergente paralelo, o qual enfatiza a vertente quantitativa e qualitativa de igual forma, proporcionando, por um lado, a exploração detalhada das visões dos agricultores e da sua relação com o setor primário, com o mercado e com a ESS, e, por outro, os principais padrões em termos de motivação na adesão à CFF, de ações de CR e dos perfis socio classistas.

Estruturalmente, iniciámos o documento em questão com a justificação da escolha das temáticas da ESS, do CR e da RC. Neste ponto incluímos, a título breve, informação acerca da evolução e contextualização destes fenómenos e, também, os principais objetivos e as interrogações de partida orientadoras da investigação realizada. Como forma de retribuição à oportunidade de investigação proporcionada pela CFF, debruçamo-nos sobre outros objetivos e eixos não referidos no presente documento porque externos aos nossos propósitos e incompatíveis com o tempo disponível para a investigação, mas do interesse para a própria instituição em estudo.

O segundo capítulo remete para o enquadramento teórico selecionado. Apresentámos, primeiramente, conceito sociológico de ESS - o pilar teórico estruturante e principal -, os conceitos de inovação e empreendedorismo social e os modelos organizativos compatíveis com as cooperativas. Incluímos, posteriormente, a revisão do “estado da arte” teórico mais recente ao nível das racionalidades e práticas camponesas. Integramos, desta forma, as perspetivas que sublinham os pontos de rutura e os elementos de continuidade entre agricultores e camponeses, a explicitação do conceito sociológico de campesinidade, essencial para a compreensão da evolução e adaptação deste grupo social ao mercado liberal, a tese da recampesinização, que constituiu um dos vertices da manutenção de elementos tradicionais, e, por fim, as incursões teóricas e analíticas que sustentam a presença de resquícios do conservadorismo e do individualismo típico do campesinato norte português. Este enquadramento também apresenta a revisitação teórica da sociologia do consumo, integrando o conceito de CR, os valores e perspetivas pós-

materialistas, a lógica da flexibilidade dos agentes e a teoria da prática na estruturação dos consumos. Por fim, e não menos importante, considerámos essencial referir os principais contornos teóricos associados à estrutura analítica de classes, um dos eixos essenciais para a compreensão da integração socio classista dos consumidores.

No terceiro capítulo abordamos a arquitetura metodológica escolhida, revelando as hipóteses teóricas, a operacionalização dos conceitos e o abrangente modelo de análise orientador da investigação. Integramos, também, a estratégia metodológica que sustentou o presente estudo de caso, em concreto o método misto convergente paralelo. Seguimos com a indicação das técnicas de recolha e análise de dados, em particular das técnicas de observação direta, entrevistas conversacionais informais e análise documental de fontes secundárias, utilizadas na fase exploratória da investigação, e das técnicas de recolha e análise dos dados primários recolhidos, em concreto a entrevista semidiretiva e o inquérito por questionário. Por fim, apresentámos a população-alvo da investigação, em particular os produtores agrícolas e os consumidores associados inscritos na cooperativa, seguindo-se os procedimentos amostrais desencadeados.

Incluímos, no quarto capítulo, os resultados provenientes da análise dos dados recolhidos. Optámos por estruturar este capítulo, primeiramente, com a apresentação detalhada do objeto de estudo, isto é, da CFF, seguindo-se os perfis sociodemográficos dos agricultores e dos produtores da CFF, em terceiro lugar indicamos as racionalidades dos agricultores prevaletentes - em particular o valores economicistas, tradicionais e político-ideológicos - e, por fim, referimos o universo motivacional dos consumidores na adesão à CFF - explicitando os níveis de aproximação das práticas destes atores sociais face aos valores do CR, a relevância do capital social e o enquadramento socio classista prevaletente.

Finalizámos a presente dissertação com um conjunto de considerações de síntese finais, entre as quais a apresentação dos resultados obtidos em jeito de resposta às questões teóricas de partida, seguindo-se uma reflexão crítica e de ordem estrutural em torno dos principais obstáculos enfrentados pelos fenómenos em estudo para o seu desenvolvimento e, por fim, uma ressalva em torno da premência da dimensão da ação para a mudança e transformações sociais.

## **Capítulo 1 - Objeto e objetivos da investigação**

### **1.1. A importância do problema teórico escolhido**

Como indicado no ponto introdutório, os principais enfoques temáticos da dissertação levada a cabo constituíram a ESS, o CR e a RC - figurantes do problema teórico em questão e presentes no âmbito da CFF: a primeira, porque relacionada com o perfil jurídico-institucional da cooperativa, a segunda decorrente das características da oferta comercial e dos objetivos a que a mesma se propõe, e a terceira, inerente aos agricultores enquanto um dos principais agentes socioeconómicos que pretende auxiliar.

Foram múltiplos os motivos que concorreram para a escolha deste universo temático, sendo elementos comuns a todos a recente recuperação no plano institucional, político e académico, as múltiplas potencialidades e externalidades que acarretam aos níveis económico, social, cultural e político, e o facto de ambicionarem mudança social – um dos âmagos da sociologia, ciência surgida em contexto de transformação social na viragem para o século XIX (Macionis; Plummer, 2003).

Ao nível da ESS, ao longo dos últimos anos este setor (1) tem-se revelado importante na construção de respostas face a novos e antigos problemas sociais, (2) materializando-se num agente empreendedor e de desenvolvimento socioeconómico, criando empregos e riqueza, e potenciando a melhor distribuição dos rendimentos (3) e amortecendo os efeitos das crises estruturais e cíclicas despoletadas pela debilidade do Estado-Providência e pela desregulação liberal – daí a sua premência em países como Portugal. Decorrente da sua explícita vocação social, (4) revela-se sensível à inclusão social de grupos desfavorecidos, estigmatizados e socialmente excluídos, comparativamente ao mercado e empresas de modo de produção capitalista (CIRIEC, 2012).

O estudo em torno de uma organização da ESS também decorreu do facto da mesma almejar virtualidades de foro político, constituindo, através de mecanismos integrados e multidisciplinares de atuação, um veículo de fomento à participação e empoderamento, dando voz e capacidade negocial a grupos sociais excluídos do processo

económico e social, contribuindo no fortalecimento da cidadania, na transformação das condições sociais existentes e na consolidação da cultura democrática (Lechat, 2002).

Ademais, este espaço socioeconómico é alvo de um crescente reconhecimento público: por um lado, no plano académico, por via do acréscimo de pesquisa e de publicações em torno da ES, e do lançamento de centros de pesquisa e revistas científicas (Parente, Quintão, 2014); por outro, sublinhamos a centralidade no plano político, que se manifesta nos enquadramentos jurídicos, programas e apoios desenvolvidos nos planos nacional, europeu e internacional. Destacamos, respetivamente, a Lei de Bases da Economia Social, aprovada em 2013 pela Assembleia da República, o Comité Económico e Social Europeu, e a Força-Tarefa de Interagências das Nações Unidas sobre Economia Social e Solidária (INE; CASES, 2013).

Outra motivação recaiu sobre a crescente importância estatística do setor da ES, constituindo um poderoso setor de criação de emprego a nível mundial (CIRIEC, 2012; TFSSE, 2014). Apesar da proporção marginal do universo cooperativo em Portugal, depois das associações, são as cooperativas o grupo de entidades da ES com maior peso relativo, tal como decorre na UE a 27 (CIRIEC, 2012). Não obstante, em 2012 a ES em Portugal reunia apenas 5,4% do emprego remunerado, abaixo da média da U.E.27 e bem afastado da Suécia, o país da U.E. com maior peso relativo do emprego remunerado na ES - 11,6% (INE, 2013). Contudo, as organizações da ES geram bens e serviços com impacto económico e social no país, representando, em 2013, 2,8% do valor acrescentado bruto (INE, 2016), estando as cooperativas associadas a uma elevada capacidade líquida de financiamento (INE; CASES, 2013).

Como referido previamente, consideramos interessante focarmo-nos na esfera específica das cooperativas de consumo decorrente do seu reavivar a partir a década de 70 do século XX e sobretudo na viragem para o novo milénio, após um longo período de fragmentação, o qual tem vindo a decorrer principalmente na Europa<sup>1</sup>, em concreto em

---

<sup>1</sup> São exemplos de recentes iniciativas da ES de perfil jurídico cooperativo a Cooperativa de Formação e Animação Cultural, a maior cooperativa universitária portuguesa promotora de conhecimento e capital humano; a Cooperativa Sociale Prospettiva, em Itália, voltada para a integração no emprego dos grupos mais desfavorecidos através da produção de cerâmica artística; a Multipharma, importante cooperativa belga de farmácias; e, em Espanha, a Anecoop, grupo de cooperativas agrícolas que concilia o desenvolvimento local e agrícola com a inovação tecnológica, e a Corporação Cooperativa de Mondragón,

França, na Península Ibérica e nos países do Norte, e também nalguns países da América Latina, como o caso do Brasil (Singer, 2010; CIRIEC, 2012). Esta nova geração do cooperativismo – que mantém o homem, e não o lucro, no centro da atuação, a atenuação dos efeitos do neoliberalismo e o enfoque na cooperação ao invés da competição – assimiu um maior refinamento, passando a apostar em novos setores, decorrente da atual era da tecnologia, do conhecimento e da informação (Sales, 2010; Singer, 2010).

Concretamente, e como vimos no caso da CFF, a sobrevivência, resiliência e crescimento destas iniciativas da ESS caracterizam-se pelos seguintes aspetos, encarados como grandes vantagens comparativamente às empresas mercantis. Destaque para a integração no mercado em competição com empresas capitalistas, estabelecendo-se uma relação de hibridismo entre ambos os setores, no qual voltam a sua oferta de bens e serviços ao encontro das interesses e causas específicas e locais, atuando nos ramos da ecologia e da defesa de grupos socio, cultural e economicamente excluídos e estigmatizados (Sales, 2010; Singer, 2010; CIRIEC, 2012). Estabelecem um enfoque em lealdades locais, materializando-se geralmente em empresas de pequena dimensão assentes em estruturas organizacionais estreitas, direcionados para a venda de produtos socio e ambientalmente responsáveis, tais como, alimentos saudáveis, produtos ecológicos, bens de comércio justo, e serviços nas áreas de micro finança, saúde, informática, investigação, educação e assistência social (Sales, 2010; Singer, 2010). Por fim, também se destacam pela crescente profissionalização e qualificação dos seus cooperantes, eficácia administrativa, sustentabilidade e autonomia financeira, e manutenção de uma visão estratégica voltada para os resultados, sem perder a vertente de gestão democrática e os princípios do cooperativismo (Sales, 2010; Singer, 2010).

Já no tocante ao CR, não negligenciando o consumo enquanto uma das prioridades da vida social e uma das centralidades das sociedades contemporâneas, esta subtemática tem-se revelado importante decorrente da sua atualidade e crescente visibilidade, desde a década de 1990, a partir da qual se intensificou a emergência internacional de discursos

---

o maior complexo cooperativo do mundo e exemplo mais acabado do carácter intersticial da ES por combinar produção industrial, serviços comerciais, banco e seguro social, universidade e centro de investigação (Singer, 2010).

e medidas políticas sobre os impactos socioambientais dos padrões de consumo dominantes, relacionando-os com as opções dos consumidores e respetivos os estilos de vida, e defendendo como premente a adoção de novos padrões, mais conscientes e responsáveis (Portilho, 2005; Ribeiro, 2008; Silva, 2010).

Ademais, consideramos revelante contribuir para um campo da cidadania do consumo que ainda revela insuficiências ao nível da investigação sociológica, tratando-se de uma das práticas sociais que dá especial atenção às relações de poder e resistência, e apela às repercussões do atual paradigma de consumo massificado - entre os quais a desigual distribuição da riqueza, a contribuição para os processos de reprodução social e o desperdício alimentar, um dos maiores problemas globais da atualidade<sup>2</sup> (Portilho, 2005; Viñas, 2015). Neste sentido, a redução do desperdício alimentar – a principal missão da CFF - constitui um dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030 da ONU, originou a criação da Comissão Nacional de Combate ao Desperdício Alimentar em 2016 e tem motivado a sociedade civil e o setor empresarial nacional a mobilizar múltiplas campanhas de conscientização (FAO, 2017; CNCDA, 2017).

Por fim, consideramos relevante abordar a subtemática da RC na presente investigação decorrente das condições socioeconómicas que lhe subjaz e que aponta para a relevância histórica e sociocultural do setor agrícola no país, permanecendo o agricultor no centro da cadeia de abastecimento alimentar e constituindo a agricultura um dos pilares atuais do desenvolvimento local (CE, 2017). Apesar da perda de importância da agricultura no conjunto das atividades económicas desde 1970, representando, em 2016, apenas 2% do valor acrescentado bruto e 9% da população ativa, a integração do setor primário nacional nas reformas comunitárias da PAC a partir da década de 90 do século XX, contribuiu para a modernização e incremento das oportunidades de negócio no setor (CE, 2016; 2017). Não obstante estas externalidades, a integração da agricultura portuguesa no mercado comercial global liberalizado contribuiu para a volatilidade dos

---

<sup>2</sup> Segundo os dados da FAO (2013; 2017), em 2011, cerca de 1,3 bilhões de toneladas de alimentos produzidos no mundo foram desperdiçados anualmente, o equivalente a 30% de toda a produção, sendo os países da Europa e América do Norte os que mais concorreram para estes números. Este desperdício registou-se maioritariamente nas etapas da venda ao consumidor final, correspondendo quase  $\frac{3}{4}$  das perdas a produtos hortícolas, cereais, frutos e laticínios.

preços dos bens alimentares, uma das preocupações principais dos agricultores na medida em que concorre para o já reduzido rendimento dos produtores nacionais - inferior em cerca de 40% dos rendimentos médios do resto da economia não agrícola da União Europeia - e para a redução da produtividade, colocando em causa o investimento a prazo no setor (CE, 2017). A esta característica alia-se outra fragilidade do setor: a capacidade de negociação mais fraca comparativamente aos restantes agentes da cadeia de aprovisionamento alimentar, decorrente sua fragmentação em produção, armazenamento, distribuição e comercialização (CE, 2017).

Por fim, foram, também, motivações de ordem teórica que suscitaram o interesse em torno da RC, nomeadamente as recentes abordagens contemporâneas da sociologia rural, as quais compreendem o lugar do campesinato nas sociedades capitalistas e respetivas transformações tecnológicas - no sentido da generalizada modernização das explorações - económicas – ao nível da integração da agricultura no mercado comunitário aberto – e valorativas – considerando a evolução no plano das representações sociais e mundivisões deste grupo. Além disso, esta foi tida enquanto opção academicamente premente pois, tal como o CR, a RC tem vindo a constituir um objeto de investigação secundarizado ao longo dos últimos anos (Almeida, 1984).

## **1.2. Objetivos e interrogações científicas de pesquisa**

Foram três os objetivos principais que orientaram a presente investigação, os quais incidiram sobre as mencionadas temáticas da ESS, CR e RC. Os elementos que se seguem abrangem uma visão macro, meso e micro sociológica, uma lógica diacrónica e sincrónica e particularizam a escalas nacional, europeia e as sociedades de modernidade tardia.

O primeiro objetivo procurou enquadrar teoricamente a ESS, especificando a evolução histórica das cooperativas de consumo e as dinâmicas de adesão por parte dos produtores agrícolas a estas iniciativas. O alcance destes objetivos implicou abordar os seguintes objetivos específicos: (1) esclarecer do ponto de vista teórico os conceitos de ESS (o pilar teórico estruturante da investigação), inovação e empreendedorismo social, assim como os principais traços caracterizadores das cooperativas; (2) apresentar as singularidades e a dimensão estatística e económica do setor da ES em Portugal e à escala

de U.E., na atualidade; (3) aceder à recente recuperação, atual relevância e formas de dinamização e materialização da ESS e das cooperativas após um período pautado pelo seu declínio, exemplificando algumas das políticas e programas destinados à sua potencialização, assim como iniciativas de perfil organizativo e fim semelhantes ao da CFF; (4) elucidar acerca das principais diferenças entre as linhas de racionalidade da ESS e de mercado, nomeadamente ao nível dos desequilíbrios de poder entre os agentes socioeconómicos e impactos sobre produtores e consumidores, não descurando o hibridismo estabelecido entre estes dois setores e o lugar das cooperativas no contexto de capitalismo avançado e desorganizado (como o caso das cooperativas fraudulentas); (5) e compreender, no âmbito da CFF e tendo em conta os contributos da literatura científica, o universo das representações, significados e subjetividades prevaletentes, por parte dos produtores agrícolas, em relação às cooperativas e à condição deste grupo socioprofissional perante as exigências no mercado.

O segundo objetivo, de plano meso sociológico, procurou apresentar a CFF, abrangendo os seguintes objetivos específicos: (1) conhecer o contexto de surgimento e alicerces do sucesso da cooperativa, nomeadamente a sua missão, objetivos, dimensão atual, evolução, crescimento e replicação geográficas, principais parcerias estabelecidas, impactos (sociais, ambientais e económicos) e reconhecimentos obtidos; (2) detalhar o seu modelo de funcionamento, mecanismos de atuação, serviços e atividades prestadas, principais agentes socioeconómicos envolvidos; (3) compreender a configuração organizacional prevaletente, considerado as lógicas de gestão da organização; (4) e referir, a título de exemplo, outras iniciativas de combate ao desperdício alimentar, apresentando a dimensão do fenómeno.

Por fim, o terceiro e último objetivo procurou apresentar o CR enquanto fenómeno social e sociológico, e aceder aos perfis sociodemográficos prevaletentes por parte dos associados da cooperativa em estudo. Este objetivo integra os seguintes intuitos específicos: (1) definir teoricamente, no âmbito da sociologia do consumo, a especificidade do CR e as correntes com as quais se compatibiliza; (2) conhecer as condições socioculturais potenciadoras do surgimento destas práticas de consumo; (3) referir, a breve título, medidas políticas e/ou programas nacionais e europeus de incentivo



*Uma alternativa solidária e responsável de comercializar e consumir:  
o caso de uma cooperativa de consumo*

a estas recentes dinâmicas; (4) e explicar as regularidades sociais subjacentes às práticas do CR, acedendo aos perfis socio classistas predominantes dos associados da CFF e às principais causas da adesão dos mesmos.

Considerando os presentes objetivos e as lacunas sublinhadas, esta investigação orientou-se pela seguinte pergunta de partida principal, direcionada aos agricultores e consumidores da CFF: *Quais os motivos para os produtores e os consumidores aderirem e permanecerem na CFF?* Dado o caráter geral desta inquietação de pesquisa, subdividimo-la em duas perguntas complementares específicas canalizadas para cada um destes grupos sociais, sem comprometer, contudo, a unidade de conjunto do trabalho (Quivy; Campenhoudt, 1992). A primeira: *Do lado dos produtores agrícolas, quais as representações sociais e universo de significados partilhados em torno deste fenómeno? Manifestam motivações relacionadas com valores empresariais, procurando assegurar a sua sobrevivência económica (racionalidade rural moderna)? Ou relevam uma mundivisão compatível com os princípios da ESS, vendo neste um espaço de manutenção das estratégias camponesas e de dignificação no mercado (racionalidade tradicional camponesa)?* A segunda: *Por parte dos consumidores, quais as motivações subjacentes à sua preferência em torno da CFF? Radicam em raciocínios de caráter económico ou ideológico? Qual o perfil socio classista predominante entre os consumidores da Cooperativa?*

## **Capítulo 2 - Enquadramento teórico de outras economias, consumos e racionalidades**

O património teórico mobilizado que se segue explana os contornos dos conceitos subjacentes à ESS e respetivas estruturas organizacionais, à RC no âmbito da sociologia rural e, no tocante à sociologia do consumo, os preceitos teóricos que definem o CR. Longe de pretendermos uma abordagem em profundidade, indicamos apenas as dimensões centrais dos conceitos, sendo esta etapa da investigação essencial no processo de rutura epistemológica face às pré-noções dos investigadores face à realidade social estudada (Quivy; Campenhoudt, 1992).

A reflexão científica apresentada destacou-se pelo seu carácter recente, pelo consenso que reúne por parte da comunidade académica, integra contributos da sociologia geral que apelam a uma perspetiva de síntese – dadas as lógicas de ação mas também de estrutura presentes – e abrange “olhares” que se adequam à forma como estes fenómenos sociais se manifestam em Portugal e/ou no espaço europeu.

Além disso, destacamos a complexidade englobante dos preceitos concetuais, dado os pontos de contacto entre ESS, CR e RC. A segunda constitui uma das principais “bandeiras” da primeira, sendo frequente visar, através de instituições da ESS, a aproximação entre processos de consumo e de produção, considerando e dignificando a racionalidade e a figura dos produtores agrícolas (Méndez; Benito, 2005; Viñas, 2014). Por fim, mobilizamos ainda os contributos teóricos nacionais no plano das classes sociais.

### **2.1. As instituições da economia social e solidária**

#### **2.1.1. Economia social e solidária**

O quadro teórico seguinte relaciona-se com a perspetiva francófona da ESe reporta os contributos de Jean-Louis Lavoie (2009), Rogério Roque Amaro (2009), Paul Singer (2010) e Álvaro Garrido (2016).

A ES designa o espaço híbrido que combina os princípios e os recursos das economias não monetária, não mercantil e de mercado (Garrido, 2016). Abrange tanto as

organizações filantrópicas e voluntaristas sem fins lucrativos, como as empresas do subsector de mercado com finalidades económicas que comercializam bens e serviços, e que conciliam finalidade social e eficiência económica (Laville, 2009; Garrido, 2016). Em termos de perfil jurídico-institucional, a ESS abrange cooperativas, mutualidades, associações, fundações e misericórdias e pretende, como missão, responder a necessidades sentidas pelas comunidades, fazendo face à não resposta do estado e do mercado (Garrido, 2016).

Por seu turno, a economia solidária constitui o recente movimento de reatualização da ES, propondo um regresso aos seus princípios originais. Compreende sobretudo projetos com uma forte vertente política e de cidadania, dado o seu objetivo de desencadear mudanças e impactos sociais estruturais (Garrido, 2016). Os atuais debates teóricos propõem a fixação do conceito aglutinador de ESS, o qual foi adotado na presente investigação, dadas as características de renovação e retorno às origens valorativas da ES do século XIX, e pelo facto deste fenómeno se concretizar sobretudo no espaço ibero-americano (Laville, 2009; Garrido, 2016).

Esta realidade assenta num riquíssimo património de princípios tais como o primado das pessoas e do coletivo sobre o económico, a prossecução do bem-estar e justiça social, o acesso equitativo a serviços e a emprego digno, e a proteção e inclusão dos grupos alvos de maior vulnerabilidade social (Laville, 2009; Garrido, 2016). No plano das cooperativas, e em termos de funcionamento e gestão, adotam o princípio da democraticidade e estabelecem estruturas de trabalho autogeridas e lógicas de repartição do poder e participação, correspondendo a cada membro um voto (Laville, 2009; Singer, 2010; Garrido, 2016). Recorrem, também, à economia mercantil para venda de bens e serviços a preços socialmente justos – nomeadamente nos ramos da sustentabilidade ambiental e da promoção de novos padrões de consumo conscientes e informados – e reinvestem o excedente no crescimento dos seus projetos, no suporte dos custos e na distribuição do mesmo pelos membros da organização (Laville, 2009; Garrido, 2016).

A ESS procura mobilizar a capacidade de ação e o empoderamento dos indivíduos como estratégia *bottom-up* de resolução dos problemas sociais e de satisfação de necessidades das comunidades locais (lógica do *trabalhar com*) elevando-os a

protagonistas ativos do seu próprio destino (Garrido, 2016). Também visa, a prazo, contribuir para o desenvolvimento local, reavivando e dinamizando económica, social e culturalmente os territórios periurbanos e periféricos, partindo dos saberes e recursos endógenos. É impreterível que esta estratégia seja sentida e experimentada pela comunidade enquanto sua, assumindo o papel de protagonista principal (Amaro, 2009; Laville, 2009; Garrido, 2016).

### **2.1.2. Inovação e empreendedorismo social**

Um dos importantes atributos da ESS e das soluções mobilizadas pela CFF releva-se à luz do conceito de inovação social aplicado às organizações do terceiro setor, proposto por Cristina Parente, Vanessa Marcos e Vera Diogo (2014), e por Geoff Mulgan (2006), os quais atribuem enfoque às dimensões de processo e de resultado/produto.

Em concreto, uma iniciativa de inovação social adota, no âmbito do seu processo, criativas e diferentes soluções para os desafios e problemas coletivos, frequentemente em rutura com as normas e os valores instituídos, propondo o princípio de *trabalhar com* e de mobilização dos atores sociais (Parente; Marcos; Diogo, 2014). Procuram, também, a implementação eficaz dos projetos, por via de uma cuidada provisão dos financiamentos, da gestão dos investimentos e da realização de análises de diagnóstico e de avaliação das fases implementação e desenvolvimento, recorrendo, para tal, a consultorias de suporte para a avaliação dos efeitos de escala, alcance e ressonância (Mulgan, 2006). Enquanto produto, a inovação social materializa-se na criação intencional de impactos sociais materiais (tais como atividades, produtos ou serviços) e imateriais (como empoderamento, revitalização das comunidades e incremento do bem-estar), nos planos individual e também coletivo (Parente; Marcos; Diogo, 2014).

De forma mais estrutural, a ESS e a CFF enquadram-se na abordagem eclética das escolas teóricas do empreendedorismo social proposta por Cristina Parente e Carlota Quintão (2014). Da escola da gestão empresarial, destacamos o recurso a ferramentas de planeamento e gestão típicos de empreendimentos empresariais privados enquanto garantia de sustentabilidade económica (Parente; Quintão, 2014). Por parte da escola da inovação social, salientamos a elaboração de respostas criativas em contexto de escassez

de recursos e a análise e mensuração da eficiência e eficácia de resultados, tal como explícito no ponto teórico anterior (Parente; Quintão, 2014). As autoras sublinham, no âmbito da escola europeia das empresas sociais, a democraticidade do funcionamento interno e dos processos de decisão, a resposta aos interesses da comunidade, e o primado das pessoas e do trabalho sobre o capital. Da escola da economia solidária da América Latina e da semiperiferia mundial, evidenciamos a componente política de dignificação e emancipação dos atores sociais e a natureza associativa de *fazer junto* através da conjugação de esforços (Parente; Quintão, 2014).

### **2.1.3. Modelo organizativo e estrutural das entidades do terceiro setor**

Para a interpretação da estrutura organizacional da CFF recorreremos à proposta de Henry Mintzberg (1984) relativa às configurações estruturais das organizações. Do extenso conjunto de dimensões delineadas pelo autor - simples, burocracia mecanicista, divisionalizada, burocracia profissional, adhocracia, missionária e política – destacamos os três últimos tipos ideais dada complexa e multifacetada realidade organizacional da CFF, uma organização jovem e em fase de desenvolvimento estrutural (Mintzberg, 1984).

A título de esclarecimento, Mintzberg (1984) considera que as organizações que adotam uma configuração adhocática possuem uma estrutura tipicamente *orgânica* manifestando-se em espaços de trabalho compostos por profissionais de elevada formação académica, onde predomina o trabalho em equipa em torno de objetivos comuns, a adoção de sistemas de comunicação informais e processos de coordenação por ajustamento mútuo. Destaca-se pela reduzida standardização e especialização das tarefas, fraca divisão do trabalho e pela elevada rotatividade e acumulação de tarefas de conceção, planeamento e execução. Reporta-se também às organizações orientadas para o exterior, que procuram satisfazer as necessidades do público-alvo e responder às incumbências através de soluções rápidas, criativas e adequadas.

A configuração missionária representa um contexto organizacional que apresenta uma ideologia com a qual todos trabalhadores e colaboradores externos se identificam, constituindo um dos elementos fulcrais para a seleção e adesão de novos membros (Mintzberg, 1984). Por último, a configuração política descreve as organizações cujo

poder se encontra disseminado, o processo de decisão descentralizado e se pautam por linhas hierárquicas menores e poucas ou nenhuma unidades intermédias. Evidenciam uma estrutura achatada e horizontal, sendo fracos os mecanismos de controle e supervisão, apostando-se na autonomia dos seus membros (Mintzberg, 1984).

## **2.2. Racionalidades e práticas camponesas**

Para a interpretação teórica da mundivisão dos agricultores inscritos na CFF recorreremos ao recente movimento de renovação dos estudos sociais rurais de Nazareth Baudel Wanderley (2003), Klaas Woortmann (1990) e Jan Douwe van der Ploeg (2008), que propõem respostas conceituais distintas e heurísticas, não descurando as mudanças ocorridas nas estruturas e práticas dos espaços rurais, a complexidade crescente dos mesmos, as diferenciações internas inerentes a este grupo social e a coexistência entre elementos tradicionais e modernos (Pinto, 1977).

Previamente à especificação deste património, e porque referidos frequentemente ao longo do presente documento, consideramos premente esclarecer a diferença entre os tipos ideais de camponês e agricultor. O camponês, de acordo com o contributo da sociologia clássica do francês Henri Mendras (2002) relativo à década de 70 do século XX, corresponde a um ator social que vive em regime de autarcia, constituindo o grupo doméstico o principal elemento de organização da sociedade camponesa, priorizando a produção para o consumo e autossubsistência, o cultivo de pequenas extensões de terra, e o recurso à mão de obra familiar e técnicas rudimentares. Por seu turno, o sociólogo e antropólogo brasileiro Klaas Woortmann (1990) destaca a moderna vertente do agricultor, dotado de uma racionalidade instrumental, empresarial e capitalista de produzir e comercializar, que aposta na grande escala de produção para fins de venda no mercado e obtenção de lucro através de avultados investimentos, na aplicação de inovações tecnológicas em grandes e menos fragmentadas propriedades (a terra como um bem ou mercadoria) e na contratação de mão de obra assalariada e qualificada.

### **2.2.1. Pontos de rutura e elementos de continuidade**

A socióloga brasileira Maria de Nazareth Baudel Wanderley (2003), discípula de Henri Mendras, perspectiva não uma passagem irreversível e absoluta da condição de camponês tradicional para a de agricultor familiar “moderno”, mas uma série de “pistas” para a simultaneidade de ruturas e continuidades entre estas duas categorias, observando-se a implementação de uma forma social múltipla e heterogénea e que ocupa um lugar importante no cenário atual.

De acordo com a sua perspectiva que designa por campesinidade inacabada, todos os camponeses, incluindo os pequenos produtores, adaptaram-se às modernas exigências do mercado, assimilando-se a agricultores “consolidados” ou em condições de se consolidar, não abolindo, contudo, alguns elementos do campesinato tradicional, tais como a reprodução social a partir da terra e do vínculo familiar (Wanderley, 2003).

A autora observa que a agricultura e o meio rural atingiram um novo patamar pautado pela adoção do modelo produtivista e o cumprimento das funções primordiais de acumulação capitalista, caracterizados pela integração nos mercados globais; adoção de estruturas empresariais; modernização e desenvolvimento das forças produtivas; incremento das quantidades produzidas; investimento, planeamento e gestão por meio da contabilidade (imposição do signo do número e da estatística); legitimação das escolas especializadas, predomínio de conhecimentos técnicos em substituição do saber tradicional e surgimento dos serviços de assistência técnica gerados fora da comunidade local (Wanderley, 2003). Esta reconversão passa, também, pela urbanização do meio rural e das suas atividades, e resulta, em parte, da atuação do Estado e respetivas políticas agrícolas, como o caso da PAC no plano comunitário (Wanderley, 2003).

Desta forma, o campesinato não constitui um objeto antagónico ao desenvolvimento do capitalismo, mas antes um dos atores sociais da agricultura moderna capaz de responder às suas solicitações, revelando a capacidade adaptativa e de resistência deste grupo social (Wanderley, 2003).

### **2.2.2. A noção de campesinidade**

O já mencionado investigador Klaas Woortmann (1990), extravasando as visões economicistas, foca-se na dimensão ética camponesa, isto é, na vertente representacional e de significados que compõem o *ethos* camponês.

Da sua investigação constrói a noção de campesinidade, a qual remete para a matriz cognitiva e para a ordem moral comum aos produtores agrícolas e que orienta os inúmeros aspetos da sua vida social e se manifesta num modo de ser, pensar e agir específicos e distintos dos valores, estilos de vida e da ordem económica da modernidade (Woortmann, 1990). São os princípios centrais da campesinidade a tríade terra, trabalho e família, e os valores de liberdade e de reciprocidade - categorias nucleares e articuladas entre si num universo concebido holisticamente e associados a um apego à tradição enquanto meio de sobrevivência em contexto de mudança social.

A terra é percebida como expressão de uma moralidade, espaço social da família e património a reproduzir geracionalmente; o trabalho, encarado enquanto garante do sustento de todos os integrantes da família; esta é entendida como unidade de produção, consumo, núcleo socializador e elemento estruturante da organicidade social camponesa, fulcral na estabilização dos valores de honra e hierarquia, em oposição à modernidade individualizante; a liberdade, referente à autonomia dos processos de trabalho e dos saberes face aos ritmos impostos por outrem; e, por fim, a reciprocidade, relacionada com as lógicas de troca, colaboração e cooperação interpessoal (Woortmann, 1990).

A heurística desta conceção prende-se com o reconhecimento de uma campesinidade inacabada, contraditória e híbrida, isto é, uma grande diversidade de situações que podem integrar a categoria genérica de “agricultura”. De acordo com Woortmann (1990), para além dos camponeses puros, existem múltiplas racionalidades rurais decorrentes dos graus modernidade e dos contextos geográfico e temporal em estudo. Neste sentido, existem maiores ou menores graus de campesinidade e não uma quebra total dos seus valores.



### **2.2.3. A tese de recampesinização**

O autor holandês Jan Douwe van der Ploeg (2008), especializado em sociologia agrária, desenvolve, também, uma reflexão centrada na ordem moral camponesa que considera estar a disseminar-se na Europa e nos restantes continentes.

Ploeg (2008) desenvolve a tese da recampesinização - apresentando-se especialmente alinhada com os princípios e objetivos da CFF - definindo-a enquanto processo de transição massivo e generalizado, impulsionado pelos agricultores contra os interesses institucionais daquilo que designa por império alimentar. Este império corresponde aos mercados globais agrícolas e alimentares que, em jeito de superestrutura, constituem os principais agentes de controlo dos processos de produção, comercialização e consumo de alimentos, estimulando a padronização destes processos e determinando os parâmetros de inclusão e exclusão do mercado. Nesta arena, império e campesinato envolvem-se numa relação de conflito, dado o contributo central daquele ordenamento poderoso na redução dos rendimentos dos agricultores, na desigual distribuição da riqueza produzida, no bloqueio das iniciativas económicas alternativas, no reforço das relações de dependência, privação, marginalização, e na destruição do mundo natural e dos valores e sistemas locais e tradicionais de produção tradicionais (Ploeg, 2008).

Diante destas forças externas, o autor da recampesinização desenvolve uma noção emancipatória em torno dos agricultores, perspetivando-os não enquanto atores passivos, mas ativos na luta por autonomia e sobrevivência neste contexto de privação e dependência – um dos elementos cruciais dos estudos camponeses pós-modernos. De acordo com o autor (2008), a insurgência, alteração deste cenário que os prejudica (a recampesinização) e dignificação dos agricultores é possível através da recuperação de três principais mecanismos e que remetem para o modo camponês e tradicional de fazer agricultura, bem distinto das lógicas produtivas de mercado. Ploeg (2008) destaca, primeiramente, a contenção progressiva dos níveis de produção agrícola, seguindo-se o reforço da artesanidade dos processos de produção, recorrendo-se a recursos endógenos, a modos de produção simples (de baixo custo e altamente eficientes) e ao saber tradicional herdado. Por último, sublinha a importância do empreendedorismo no desenvolvimento

de circuitos curtos de comercialização, venda de produtos de elevada qualidade e criação de iniciativas de coprodução autogeridas.

#### **2.2.4. O conservadorismo e individualismo dos camponeses em Portugal**

Os sociólogos Manuel Carlos Silva (1987) e João Ferreira de Almeida (1984), traçam um retrato valorativo acerca do comportamento sociopolítico dos camponeses do Norte de Portugal, o qual foi selecionado por se revelar premente na leitura e interpretação em torno das estratégias de manutenção das especificidades camponesas tradicionais indicadas no património teórico anteriormente apresentado (Silva, 1987).

De acordo com a produção teórica portuguesa, este grupo social revela traços idiossincráticos coletivos de passividade, inércia, conservadorismo, quando comparado com os camponeses do Sul, aos quais Almeida (1984) alia o individualismo, o qual se reflete, por um lado, na delegação da representação de interesses inerentes a este grupo em elementos não camponeses, isto é, em indivíduos externos à comunidade, por outro, no difícil estabelecimento de trajetos solidários e objetivos comuns, e, por fim, na correlativa incapacidade de desenvolver práticas e estratégias coletivas coordenadas e duradouras.

Estas tendências de conservadorismo e individualismo resultam da conjugação de fatores vários ligados ao modo de vida rural e a um complexo quadro socio histórico que marcou particularmente os espaços rurais do Norte desde a Idade Média até às formações sociais dos séculos XIX e XX (Silva, 1987). Com efeito, para a construção desta racionalidade não foi indiferente a cultura de servilidade e submissão típicas dos sistemas senhorial e clerical, e, num período histórico mais recente, os efeitos da ideologia fascista do Estado Novo, adversa a qualquer tipo de iniciativa de organização, mobilização e militância das classes rurais, e crucial na construção e reprodução do ideal cultural do agir humilde, submisso e resignado dos camponeses (Silva, 1987).

### **2.3. Opções de consumo responsável na sociologia do consumo**

De forma a captar o perfil socio classista dos consumidores da cooperativa e respetivos motivos de adesão à mesma, recorreremos ao enquadramento de síntese elaborado por Pierre Bourdieu e Anthony Giddens, os quais procuram superar as velhas aporias, reconhecendo em simultâneo a premência do papel da ação e o caráter condicionador da estrutura social, em particular nas práticas sociais de consumo, tidas como simultaneamente estruturadas e estruturantes, reprodutoras e transformadoras (Lopes, 2000). O consumo está, de facto, de acordo com Marc Viñas (2015), um dos principais teóricos do CR, indissoluvelmente associado à estrutura social, ao contexto político, cultural e simbólico, aos sistemas de necessidades e aos modos de vida dos grupos sociais. Recorreremos a Anthony Giddens (1994; 1996), em particular, dada a ênfase sobre a reflexibilidade da agência no consumo, a Pierre Bourdieu (1989; 2002), decorrente da a sua lógica tendencialmente estruturalista presente na teoria da prática, e ainda a Ronald Inglehart (1977; 1998), cuja perspetiva releva os valores pos-materialistas predominantes das sociedades modernas.

Consideramos também relevante, previamente à apresentação das perspetivas destes autores, partilhar a conceção sociológica de consumo. Dada a grande variedade de visões em torno do mesmo, integramos a definição condensada por Ribeiro (2008) que reúne contributos de autores vários tais como os de Colin Campbell, Mike Featherstone e Sharon Zukin, os quais consideram esta prática muito mais do que um simples ato de apropriação e/ou utilização de um bem ou serviço. O consumo corresponde, outrossim, a um processo cultural lato de satisfação de necessidades e desejos, a um mecanismo de integração social e simbólica, de comunicação de diferenças, identidades e distinções sociais, de reforço de padrões de superioridade e inferioridade entre indivíduos e grupos, de simbolização de sucesso ou poder, e também de expressão de estados de espírito e de formas de comunicação interpessoal – processos estes que só podem ser compreendidos por relação a um contexto sociocultural.

No âmbito das múltiplas modalidades de consumo, um dos objetivos da presente investigação foi refletir sobre a especificidade do CR, um fenómeno social cujos contornos – assim como a própria CFF - se compatibilizam com a corrente pós-

modernista do consumo, a qual se pauta por uma dupla vertente fortemente individualizante, por um lado, e sociopolítica, por outro (Viñas, 2015). A primeira caracteriza-se pela afirmação individual, pelo poder criativo e comunicador de novos, alternativos e não convencionais sentidos, identidades e estilos de vida através do consumo. A segunda vertente remete para esta ação enquanto forma de ação política, parte da solução e como mecanismo de mudança social (Viñas, 2015).

### **2.3.1. O conceito de consumo responsável**

Das diferentes aproximações conceptuais existentes, recorro à conceção de CR delineada pelo sociólogo Marc Barbeta Viñas (2015), que o define como um ato de consumo crítico e reflexivo através do qual os indivíduos orientam as suas escolhas, isto é, não de acordo com as consequências privadas do consumo (valor económico dos bens ou ostentação pessoal), mas com base nos efeitos que este acarreta sobre o ambiente e a sociedade. O CR constitui, neste sentido, uma conduta ética e moral fundada em critérios de responsabilidade ambiental e social, e considera as condições sociais e ecológicas de produção, distribuição e consumo.

Trata-se de um tipo de consumo que implica a transferência do poder para os consumidores, aliando a esfera do consumo à de cidadania, e a recuperação da dimensão coletiva dos problemas individuais (Viñas, 2015). Como principais objetivos, a prática do CR procura (1) alterar o paradigma de consumo a favor de produtos e serviços que não exploram trabalhadores e não agredem o meio ambiente, (2) mudar o sistema de necessidades predominantes, (3) influenciar as agendas políticas (4) e alcançar mudanças socioeconómicas amplas no ciclo de produção, distribuição e consumo, e priorizar o debate público em torno dos limites ecológicos do planeta. Estes aspetos que demonstram a dimensão política deste tipo de consumo e a sua compatibilidade com os valores e objetivos da ESS. Em particular, e em relação ao último ponto, o CR visa reduzir o número de intermediários entre produtores e consumidores, potenciando a união do mercado, reforçar a equidade entre os agentes envolvidos e incrementar a visibilidade dos produtores na cadeia de aprovisionamento (Viñas, 2015).

O autor realça, para um alcance bem-sucedido destes patamares de consumo, a importância da ação dos movimentos da sociedade civil na medida em que constituem espaços de troca de experiências, capitalização de pertença, reflexão e elementos de pressão coletiva, contrapoder e resistência. São exemplos os casos das redes agroalimentares, associações de consumidores e cooperativas de consumo. Uma última característica a assinalar remete para o facto destes consumidores constituem um segmento mercado minoritário sustentado por microgrupos afastados das características do consumo em massa, generalizado a praticamente toda a população (Viñas, 2014).

### **2.3.2. Os valores pós-materialistas subjacentes**

Consideramos premente referir a teoria da mudança cultural de Ronald Inglehart (1977; 1998), a qual fornece uma explicação macroestrutural para a adesão ao CR e para o surgimento de iniciativas económicas alterativas. O autor argumenta que nas sociedades atuais, de capitalismo avançado, em que as necessidades materiais de bem-estar se vêm respondidas, prevalece um sistema de valores culturais pós-materialistas, de natureza intangível e qualitativa, potenciador de uma mudança no plano individual e coletivo.

Por um lado, e no plano individual, sobrepõem-se os valores de realização pessoal, associados à busca pela felicidade e bem-estar subjetivos, e de autoexpressão, refletidos na aposta em estilos de vida e identidades cosmopolitas e globais. Por outro lado, num plano social, destaca-se o envolvimento e participação em renovados movimentos sociais e formas de manifestação política, os quais funcionam como plataformas de questionamento e contraponto aos grupos político-económicos dominantes. Ainda neste âmbito, estes novos valores apelam à premência da qualidade de vida pessoal e coletiva, à proteção do meio ambiente, e à adesão de comportamentos de consumo associados ao bem-estar do planeta - ações que se enquadram no CR (Inglehart, 1977; 1998).

### **2.3.3. A flexibilidade dos agentes no consumo**

Na sua teoria da estruturação, Anthony Giddens (1996) realça um interesse em torno da ação e a sua implicação no contexto da vida social, sem anular, contudo, a sua conexão com os efeitos condicionadores da estrutura e respetivas instituições sociais.

Partindo daquilo que designa como dualidade da estrutura, o autor sublinha as qualidades constitutivas dos sujeitos sociais enquanto elementos ativos no processo de constituição, continuidade e a dissolução das estruturas, sendo a ação humana, simultaneamente, um reflexo dessa configuração. Por outras palavras, Giddens (1996) reconhece aos membros de uma sociedade ou grupo social, uma real e efetiva margem de iniciativa, autonomia e liberdade face ao contexto em que vivem (*context freedom*).

Particularizando, o autor considera todos os indivíduos enquanto atores competentes (*knowledgeable actors*) e, como tal, todo o tipo de ação pode ser despoletado de forma consciente e intencional. Decorrente da sua noção de agência, Giddens (1996) reconhece aos atores sociais capacidades de monitorização reflexiva e crítica acerca da sua própria atividade e atos que o rodeiam. Recorrendo à consciência discursiva, e através desta cognoscibilidade, os indivíduos são capazes de identificar as razões, autoquestionamento e avaliação da responsabilidade moral dos fenómenos sociais. A prazo, esta competência revela-se essencial, por um lado, para a reprodução da estrutura social, isto é, para a manutenção do *status quo*, ou, por outro, para a produção da mesma, contribuindo para a transformação das coletividades e reorganização dos sistemas.

Esta conduta cognoscente acentua-se no atual contexto de modernidade tardia (*high modernity*), a qual favorece a emergência dos projetos reflexivos do *self* que remetem para um contínuo questionamento em torno do curso de vida pessoal, em particular aos níveis de identidade e projetos presentes e futuros a realizar - como agir e quem ser - pautando-se este planeamento da autobiografia pela construção e intervenção ativa, criativa e de mudança constante, as quais implicam a adoção de novos e mais conscientes padrões de consumo (Giddens, 1994; 1996) – daí a aproximação face ao CR. Este forte investimento no plano da autoidentidade, implica um confronto entre uma complexidade de opções de estilos de vida, e o encontro de influências de diversos contextos globais, locais, coletivos e individuais, nos quais a esfera do consumo exerce um papel fulcral (Giddens, 1994).

De forma mais estrutural, as novas dinâmicas de consumo – nas quais se inclui o CR - são potenciadas pelo surgimento daquilo que o autor designa de “políticas de vida”, as quais destacam questões ecológicas e sociais, implicam a ampliação de maneiras de

fazer política, abrindo espaço para novos sujeitos políticos, e sublinham a importância de mobilização de respostas coordenadas a nível global e individual (Giddens, 1994).

#### **2.3.4. A teoria da prática na estruturação do consumo**

No plano da ênfase dos eixos estruturantes do consumo apresentamos alguns dos conceitos centrais da teoria da prática de Pierre Bourdieu (1989; 2002). A perspectiva de Viñas (2015) relewa os contributos deste autor na medida em que considera que o CR decorre do conhecimento dos impactos dos processos do consumo, implica um maior gasto económico e sugere a inserção em grupos sociais que mobilizam estas práticas.

Bourdieu (2002) perspectiva que a estilização e estetização das práticas, tais como as de consumo, são estruturadas pelo *habitus*, um esquema de disposições mentais incorporadas na ação, duradouras mas não permanentes constituídos durante o processo de socialização primária, no qual atua a influência enformadora da estrutura familiar e respetiva da situação de classe, responsável pela mobilização de um código sociocultural comum. A este processo o autor designa por internalização da exterioridade das estruturas sociais. Por esta via, o indivíduo tende a ser, desde cedo, condicionado a agir de forma consonante o lugar socio classista no qual foi socializado. O *habitus* é transponível para a ação, funcionando enquanto princípio de estruturação de representações, gostos, práticas, competências linguísticas, culturais, e da *hexis* corporal - aquilo que designa por exteriorização da interioridade (Bourdieu, 2002).

Na construção do *habitus* intervêm os capitais, isto é, propriedades, recursos e poderes efetivamente utilizáveis e percecionados como legítimos, e que se subdividem em quatro modalidades: cultural, económica, social e simbólica (Bourdieu, 2010). Deste conjunto destaca-se a preponderância do capital social e do capital cultural: aquele abrange o compartilhamento de relações objetivas e de proximidade, pelo reconhecimento dos outros nos mesmos grupos de pertença e pelas trocas materiais e simbólicas; este, considerado quanto capital que mais contribui para a configuração das disposições, gostos e práticas sociais – nomeadamente de consumo - é entendido de forma tripla, manifestando-se sob a forma institucionalizada (remetendo para os conhecimentos materializados em títulos e diplomas escolares), incorporada (refletida em gostos, saberes

fazer, formas de estar e saberes em torno da realidade social envolvente) e objetivada (associada a bens culturais materiais). Por fim, o autor também refere o conceito de capital simbólico, o qual designa toda a forma combinada de capital, associado a um elevado *status* social (Bourdieu, 2010).

O posicionamento dos indivíduos no espaço social e no campo dos possíveis relaciona-se com o volume de capitais possuídos (Bourdieu, 1989). Neste sentido, indivíduos com semelhante volume e complexidade de capitais, tendem a ocupar posições próximas no espaço social e de classes e, portanto, de integrar os mesmos grupos sociais. Consequentemente, têm probabilidade análoga de desencadear práticas, nomeadamente as ações de consumo, também parecidos (Bourdieu, 1989). Neste âmbito, Bourdieu constata aquilo que designa por homologia, isto é, uma correspondência muito estreita entre o *habitus* dos membros de um mesmo grupo ou classe e a sua visão do mundo e práticas de consumo que desencadeiam. Como tal, o *habitus* desempenha um papel crucial na reprodução social das desigualdades instituídas: cada agente, saiba-o ou não, é produtor e/ou reproduzidor de sentido subjacente às condições estruturais (Bourdieu, 2002).

Da sua investigação empírica, o autor destaca a existência de uma economia de prestígio que decorre daquilo que designa por consumo distinto, o qual se opõe ao consumo vulgar e é potenciado principalmente pelos grupos sociais que se movem nas camadas hierárquicas mais elevadas do espaço social. Este tipo de consumo radica na perceção, identificação e reconhecimento, por parte dos indivíduos, da singularidade e do carácter ostentatório dos objetos, os quais remetem, geralmente, para bens inovadores e de carácter raro. Os compradores constituem os grupos sociais mais capitalizados do ponto de vista cultural e económico, possuindo elevadas condições materiais de existência e, como tal, maior liberdade e flexibilidade de escolha, não orientando as suas opções de consumo por critérios económicos de poupança.

#### **2.4. Classes sociais e estrutura de classes sociais**

Para o conhecimento da posição que os consumidores da CFF ocupam no espaço social, consideramos premente determinar as respetivas localizações de classe dos mesmos. Recorremos à teoria de classes porque, do ponto de vista macrossociológico, a



estrutura de classes remete para uma dimensão da realidade das nossas sociedades: existem fatores inscritos na mesma que condicionam e limitam a perceção e as ações dos indivíduos e constituem eixos fundamentais de potenciação de oportunidades e de estruturação das desigualdades sociais. Não obstante, e apesar da relevância da localização socioclassista para dar conta das probabilidades de acontecimento com uma riqueza suficiente, ela não o faz de forma total e, por isso, rejeitamos o pressuposto essencialista de determinação de classes (Magalhães, 1994; Estanque; Mendes, 1997).

Das matrizes de análise sociológica de classes sociais em Portugal, recorreremos à tipologia desenvolvida por João Ferreira de Almeida, António Firmino da Costa & Fernando Luís Machado (1988), adaptada por Dulce Magalhães - o programa dominante das classes portuguesas por captar as alterações ocorridas na estrutura social nacional e as atuais clivagens internas (Almeida, Costa, Machado, 1988; Magalhães, 1994). Esta grelha analítica baseia-se num rico e cumulativo património de referência marxista, que mantém a centralidade de exploração de classes e respetiva interdependência antagónica, e neomarxista, reconhecendo a crescente complexidade estrutural e o protagonismo das ditas classes médias. Recorre, concretamente, à produção de Erik Olin Wright, em particular às múltiplas formas de exploração e aos conceitos de recursos de meios de produção, de autoridade/poder e de credenciais/qualificações (Estanque; Mendes, 1997).

A presente matriz mede classe social e constrói os lugares de classe dos indivíduos recorrendo a duas variáveis primárias básicas - profissão e situação na profissão – e a variáveis complementares, tais como, escolaridade, posição hierárquica, dimensão da empresa, número de funcionários a cargo e ramo de atividade. Além disso, a mesma tem em consideração a matriz de construção dos lugares de classe de família/classe, caracterizada pelo cruzamento entre 9 grupo de profissões - presentes na Classificação Portuguesa das Profissões 2010 - e as 3 situações na profissão (patrão, trabalhador por conta própria/isolado ou trabalhador por conta de outrem). Todos estes procedimentos permitem compreender a distribuição dos três tipos de recursos nas relações de produção e, a partir daí, definir a localização classista dos indivíduos na tipologia classificatória das classes e frações de classes – presente em anexo 1. Esta é constituída por 3 classes sociais, as quais se desdobram em 15 frações/localizações de classe que se subdividem em simples

ou compostas, remetendo estas para situações híbridas que configuram especificidades próprias, não sendo nítida a predominância de um dos lugares de classe (Almeida, Costa, Machado, 1988).

A heurística deste procedimento está, também, na determinação da pertença de classe de um indivíduo e de um agregado familiar: se o inquirido for casado, considera-se o inquirido e o respetivo cônjuge (lugar de classe de família), se o mesmo for solteiro ou separado, mas ativo considera-se apenas o inquirido (lugar de classe individual), e se, em alternativa, o inquirido for solteiro ou separado mas não ativo, considera-se as posições classistas do pai e da mãe do mesmo (lugar de classe de origem). Para a combinação entre as classes dos membros do agregado familiar recorre-se à matriz de construção dos lugares de classe de família/classe de origem (Magalhães, 1994).

## **Capítulo 3 - Esquema analítico e metodológico do estudo**

### **3.1. Hipóteses teóricas**

Procurando responder às perguntas de partida - as quais direcionaram a abordagem de investigação e alicerçaram-se sobre a revisão da literatura (Creswell, 2014) - em relação à primeira pergunta complementar de partida, isto é, ao universo dos produtores da CFF, partimos da hipótese geral de que os agricultores aderiram à cooperativa movidos sobretudo pelo incremento da rentabilidade económica, escoando os produtos a um preço que consideram justo. Para a permanência na cooperativa salientamos a proximidade entre os valores e mundivisões dos produtores e os da entidade em questão. Decorrente da natureza qualitativa desta questão orientadora, esta apresenta-se abrangente e geral, procurando explorar, descrever e documentar as experiências dos agricultores (Creswell, 2014). Como tal, é de salientar que estas hipóteses não foram alvo de verificação estatística (no sentido da validação ou refutação), tendo-se elaborado uma reflexão final acerca do nível de aproximação entre estas, os dados empíricos primários obtidos e a bibliografia mobilizadas (Quivy; Campenhoudt, 1992).

Complexificando um pouco mais esta hipótese geral, consideramos, portanto, que os produtores se orientavam por uma mundivisão plural que concilia, numa lógica de adaptação e de continuidade, as particularidades da racionalidade do agricultor moderno e os resquícios da racionalidade camponesa, mais tradicional, os quais encontram lugar na CFF. Por um lado, a vertente mais moderna, empresarial e capitalista dos agricultores refletiu-se na (1) preocupação em incrementar os rendimentos acima dos custos de produção, (2) na conceção da exploração/propriedade enquanto capital e mercadoria, (3) na busca por mão de obra qualificada (4) e em processos técnicos de trabalho cada vez mais modernizados. Por outro, a ordem tradicional, associada a aspetos como (1) as estratégias produtivas e de trabalho pautadas por alguma artesanidade, (2) a família enquanto unidade de produção e consumo, (3) a exploração/propriedade como projeto geracional (4) e um certo conservadorismo refletido num discurso determinista perante a ordem económico-social assimétrica de mercado que o prejudica. Face ao prolongamento

*Uma alternativa solidária e responsável de comercializar e consumir:  
o caso de uma cooperativa de consumo*

da presença dos mesmos na cooperativa, destacamos a concordância entre os valores dos produtores e da CFF ao nível (1) do reconhecimento das dinâmicas de concorrência e exploração que afetam este grupo, sendo limitado o poder de negociação comparativamente aos restantes agentes socioeconómicos, (2) do almejar por maior justiça social e dignificação do setor por via da definição de um valor justo de pagamento aos agricultores (superior aos custos de produção), e da organização coletiva dos mesmos, (3) do ensejo por uma maior proximidade entre produtor e consumidor (redução do número de intermediários), (4) no respeito pelos ritmos naturais da produção (visão ecológica), e (5) na admissão de mundivisões económicas heterogéneas e mescladas.

Relativamente à hipótese teórica elaborada em resposta à segunda pergunta complementar de partida – relacionada com a vertente quantitativa da investigação - sugerimos três principais motivos de adesão dos consumidores à CFF: (1) de carácter ético, isto é, a maioria dos consumidores marca presença na cooperativa por se identificar com a sua missão; e de natureza socioambiental, procurando, por um lado, (2) ajudar os agricultores a vender sua produção, melhorar os seus rendimentos e, por outro, (3) reduzir os impactes do desperdício alimentar. Mesmo que de forma secundária, consideramos que outros critérios também pesam, nomeadamente (4) os de ordem económica, adquirindo produtos a um preço comparativamente mais baixo ao praticado no mercado, (5) ideológica, valorizando os princípios do cooperativismo e, por fim, (6) de distinção, destacando-se o carácter pioneiro do projeto e a qualidade dos produtos. Para além destes aspetos, esta hipótese integra também o elevado capital cultural incorporado e o relevante o capital social como elementos prementes na prática do CR, estando perante consumidores altamente informados acerca do funcionamento da cadeia de aprovisionamento alimentar (produção, transporte, agentes socioeconómicos envolvidos, comercialização e efeitos do consumo) e integrados numa rede social relacional composta por indivíduos que também desenvolvem ações de consumo responsáveis. A título reflexivo desta segunda subquestão, as ordens de razões apresentadas remetem, por um lado, para uma vertente instrumental/materialista, porque próxima de motivações que apelam a elementos mais individualistas e economicistas, e para um patamar de natureza valorativo/pós-materialista, dados os intuítos sociais, éticos, ideológicos e ecológicos. Reconhece-se, aqui, o consumo enquanto ação problematizada, reflexiva e monitorizada

e muito próximo da ótica pós-modernista que sublinha a potencialidade do mesmo enquanto parte da solução, mecanismo de empoderamento e de mudança social.

Face à terceira pergunta complementar de partida, correspondente ao perfil socio classista dos associados da CFF, admitimos, no tocante à respetiva hipótese teórica, a existência de regularidades sociais no consumo dos produtos comercializados pela cooperativa em estudo, nomeadamente a presença maioritaria de indivíduos com níveis de escolaridade elevados (ao nível do ensino superior) e localizados nas frações de classe da Burguesia e nas frações de classe mais elevadas da Pequena Burguesa. Este articulado de raciocínios perspetiva uma certa homogeneidade ao nível sociodemográfico e do capital cultural institucionalizado - o que aponta para uma correspondência entre o campo de produção e campo do gosto, das preferências e dos consumos. Esta hipótese específica, de natureza quantitativa, apela à explicação do acontecimento de acordo com uma lógica de relação causa-efeito, constituindo uma pressuposição alvo de verificação pelo confronto com os dados empíricos (Quivy; Campenhoudt, 1992; Creswell, 2014).

Todo o conjunto de hipóteses apresentadas são perspetivadas segundo uma vertente estrutural, considerando as condições materiais de existência dos indivíduos, e de acordo com uma lógica de ação, pois associadas às razões de carácter moral e aos objetivos de mudança da ordem instituída. Estas hipóteses concorrem, contudo, para importância da estrutura sobre a monitorização reflexiva no âmbito do consumo, dado o o constrangimento social que decorre da desigual distribuição e apropriação de recursos.

### **3.2. A operacionalização dos conceitos e o modelo de análise**

As tabelas que se seguem resultaram da revisão do estado da arte presente no Capítulo 2 e dos conceitos presentes nas hipóteses elaboradas, sendo o seu desdobramento em dimensões e indicadores passíveis de medição, definição e de confronto com o real, isto é, de obtenção dos dados primários que permitiram responder às questões de partida e perceber a validade das hipóteses (Quivy; Campenhoudt, 1992). Esta fase da investigação teve como intuito traduzir numa linguagem precisa e operacional o objeto da investigação e dar a perceber facilmente o tipo de informações necessárias a recolher (Quivy; Campenhoudt, 1992).

*Uma alternativa solidária e responsável de comercializar e consumir:  
o caso de uma cooperativa de consumo*

Apresentamos, primeiramente, a operacionalização dos conceitos relativos ao universo dos agricultores da CFF - vertente qualitativa da investigação – a qual integra duas tabelas: a primeira, inerente aos principais motivos de adesão, esclarecendo-se, por indicadores, o que corresponde a um agricultor moderno e a um camponês tradicional; a segunda, associada aos motivos de permanência, explicitando-se os contornos do mercado dominante e a congruência valorativa entre RC e ESS.

**Tabela 7 - Motivos de adesão: agricultor moderno e camponês tradicional - campesinidade inacabada e híbrida**

<b>Dimensão</b>	<b>Componente</b>	<b>Indicador</b>
<i>Ethos</i> do agricultor moderno	Capitalista	Integração da empresa agrícola no mercado capitalista (identidade profissional empresarial). Ênfase no económico, concorrência, minimização dos custos e enfoque no lucro. Destino da maioria da produção ao grande mercado.
	Terra	Encarado como negócio e matéria prima da qual se obtém riqueza financeira.
	Mão de obra	Preferência pela assalariada, especializada e qualificada. Importância do conhecimento técnico.
	Estratégia produtiva	Prática de uma agricultura moderna (avanços e inovações tecnológicos). Sustentabilidade e investimento através de programas de apoio e financiamento. Instrumentos de planeamento e avaliação financeiros. Produção especializada e em grande escala.
<i>Ethos</i> do camponês tradicional	Multidimensional	Considerar a agricultura enquanto identidade, modo de ser e de estar. Relação de tensão e ambiguidade com o mercado.
	Família	Agente de socialização precoce na agricultura. Reprodução dos saberes e ofícios. Agente de definição das estratégias de produção e equipa de trabalho (unidade de produção). Unidade de consume.
	Terra	Referência ao património familiar como projeto geracional a transmitir. Localização da exploração nas imediações da residência do produtor. Conhecimento e respeito pelo funcionamento da terra. Relação afetiva com a mesma.
	Estratégia produtiva	Valorização dos recursos endógenos. Opção por uma variedade de produtos e serviços produzidos. Trabalho manual e técnicas tradicionais. Autonomia e liberdade individual. Participação em todas as etapas do processo de produção. Presença em múltiplos mercados de compra e venda. Comunidade para venda de produtos e força de trabalho. Envolvimento com o processo e produto final.
	Conservadorismo camponês	Lógica pessimista e determinista face à ordem económico-social estabelecida e atual condição. Discurso de automarginalização e desvalorização da racionalidade camponesa. Desconfiança perante os agentes externos ao grupo agrícola. Apatia e passividade face à melhoria da sua condição.

Fonte: autor

*Uma alternativa solidária e responsável de comercializar e consumir:  
o caso de uma cooperativa de consumo*

**Tabela 8. Motivos de permanência: império alimentar e congruência valorativa entre racionalidade camponesa e economia social e solidária**

<b>Dimensão</b>	<b>Componente</b>	<b>Indicador</b>
Contradições do capitalismo	Exploração	Desequilíbrio de poder entre agentes socioeconômicos, relação de dominação, subordinação e conflito. Reduzida participação e margem de negociação para os agricultores. Situações de exploração, precariedade e instabilidade.
Sociopolítica	Resistência	Ensejo por mudar e dignificar o setor primário e criar grupos organizados de produtores (por exemplo, criação de cooperativas de consumo e de produtores).
	Valores	Defesa pela justiça social e primado das pessoas. Minimizar problemas dos agricultores. Distribuição da riqueza.
	Estratégia	Produzir bens e serviços locais e endógenos, definir um valor socialmente justo, estabelecer um número mínimo ou nulo de intermediários.
Socioeconômica	Multiplicidade	Defender a adesão a heterogêneas iniciativas econômicas; recorrer ao modo de produzir e viver tradicional camponês.
	Organização coletiva	Consideração pelo primado do grupo/coletivo; desenvolvimento de relações de interconhecimento, colaboração, reciprocidade e solidariedade (fazer junto).
	Emancipação	Considerar a agricultura como socialmente necessária; procurar a dignificação da agricultura e a valorização da artesanidade.
	Ecológica	Defesa do intercâmbio respeitoso com a natureza; valorização dos produtos finais e evitar o desperdício alimentar.
	Desenvolvimento local	Referência à importância da proximidade entre campo e cidade, entre produtor e consumidor e uso dos recursos endógenos.

Fonte: autor

Por seu turno, as tabelas infra refletem a operacionalização dos conceitos alusivos às questões de foro quantitativo, isto é, inerentes ao universo de consumidores da CFF. A primeira, relativa à variável dependente “motivações de adesão à cooperativa”, engloba as variáveis explicativas ou independentes do universo instrumental, pós-materialista e dos capitais sociais e econômicos dos associados. A segunda tabela, mais sintética, reflete as variáveis explicativas do “retrato social” dos consumidores: os atributos sociodemográficos, o capital cultural institucionalizado e a classe social.

**Tabela 9. Variável dependente: motivações de adesão e consumo na Cooperativa Frua Feia**

<b>Dimensão</b>	<b>Componente</b>	<b>Indicadores</b>
Instrumental e materialista	Económica	Presença na cooperativa para aquisição de produtos a um preço acessível comparativamente ao praticado em grandes superfícies.
Valorativa e pós-materialista	Ética	Contribuir para principal missão da CFF de reduzir o desperdício alimentar.
	Social	Auxíliar os agricultores na venda da sua produção, melhoria das suas condições socioeconómicas e da sua posição no mercado; o apoio ao desenvolvimento da economia local.
	Ambiental	Revelar preocupação ambiental, sublinhar os impactes ambientais negativos do desperdício alimentar e a premência de redução dos mesmos.
	Ideológica	Concordar com os princípios do cooperativismo e da ESS, tais como gestão democrática, justiça social nas práticas comerciais, redução de intermediários e fomento da relação entre produtor e consumidor.
	De distinção	Destacar o carácter original e pioneiro do projeto, a premiação da organização e o exotismo (raridade e qualidade) dos produtos.
Capitais	Capital cultural interiorizado	Manifestar conhecimentos em torno do funcionamento da cadeia de aprovisionamento alimentar (produção, transporte, comercialização, agentes socioeconómicos envolvidos e consequências e efeitos do consumo); procura ativa de informações relativamente a esta temática; desenvolvimento de outros tipos de práticas e consumos enquadrados no âmbito do CR.
	Capital social	Integração, por parte do associado, em grupos sociais (conhecimento de indivíduos) que também desenvolvem e valorizam as práticas de consumo responsáveis; filiação dos consumidores em organizações e movimentos de CR e ESS.

Fonte: autor

**Tabela 10. Variável dependente: retrato social dos associados**

<b>Dimensão</b>	<b>Componente</b>	<b>Indicadores</b>
Atributos sociodemográficos		Aspetos tais como sexo, idade, estado civil e concelho de residência
Capital	Cultural institucionalizado	Considerar o nível de escolaridade completo e a área de formação.
Classe social (lugar de classe)		Considerar a condição perante o mercado de trabalho, profissão principal, situação na profissão e função na profissão.

Fonte: autor

O modelo de análise que se segue representa graficamente e de forma esquemática, o conjunto estruturado e coerente composto pelas hipóteses teóricas e conceitos articulados entre si, estabelecendo um momento de viragem entre a componente



essencialmente teórica fixada pelos investigadores e o campo empírico da investigação (Quivy; Campenhoudt, 1992). A sua construção revelou-se essencial para orientar heurísticamente o trabalho de pesquisa e limitar a natureza complexa do objeto de estudo na sua globalidade (Quivy; Campenhoudt, 1992).

Em relação ao mesmo ressaltamos três aspetos. Primeiramente, o modelo analítico deve ser interpretado seguindo a ordem da numeração estipulada, a qual remete para a dimensão dos produtores, e, posteriormente, para a ordem alfabética, que assinala a vertente quantitativa dos consumidores – ambos os raciocínios transitam do nível macro para o microsociológico, partido do plano estrutural, de acordo com uma perspetiva de abordagem descendente. Em segundo lugar, as relações apresentadas na vertente qualitativa do mesmo não devem ser interpretadas como relacionadas estatisticamente na medida em que não é possível testar tais relações, devendo, antes, prevalecer um entendimento sobre a relevância destas dimensões para um esclarecimento aprofundado dos conteúdos empíricos obtidos, e sobre as aproximações teóricas (Quivy; Campenhoudt, 1992). Finalmente, e a título de simplificação da leitura deste esquema analítico, esclarecemos que os elementos a tracejado da figura infra e localizados no setor esquerdo correspondem às vertentes quantitativas da investigação, isto é, à dimensão dos associados da cooperativa, e os contornos em linha contínua presentes no lado direito do mesmo respeitam a dimensão qualitativa e remetem para as representações sociais dos produtores da CFF.

O modelo em questão representa, portanto, de forma coerente, global e unificada, o património teórico, as hipóteses, indicadores e as vertentes da investigação em relação - ESS, CR e RC. Constituindo um diagrama potencialmente explicativo, remete para um modelo englobante que reflete as relações entre as “variáveis”, as dimensões mais quantitativas e qualitativas da racionalidade consumidores e dos agricultores, sendo compatível com os princípios da metodologia mista que abordamos no ponto seguinte. Reflete, como tal, a “coluna vertebral”/estrutura central da investigação levada a cabo (Quivy; Campenhoudt, 1992).



### **3.3. Estratégia metodológica de investigação**

A proposta metodológica que se segue compatibiliza-se com as opções teóricas, objetivos e questões de partida apresentados, e remeteu para o desenvolvimento de um estudo de caso realçando as particularidades dos fenómenos que ocorrem nos contextos concretos das delegações da CFF do Grande Porto (Porto, Matosinhos e Vila Nova de Gaia), e respetivas populações, durante um período de tempo delimitado (Veiga, 2005).

Em termos de estratégia metodológica de pesquisa, a abordagem selecionada aproximou-se daquilo que Creswell (2014) designa como método misto convergente paralelo, o qual combina e enfatiza de igual forma as abordagens quantitativa e qualitativa de investigação e remete para a recolha e análise em concomitância de dados de ambas naturezas, de forma a comparar os resultados, confirmando-os e observando as incongruências. Esta metodologia foi, contudo, adaptada aos propósitos e características desta investigação: por um lado, não procurámos comparar os resultados obtidos de ambas as vertentes de investigação, uma vez que os mesmos são relativos a temáticas, unidades de análise, técnicas e populações-alvo diferentes; e, por outro, priorizamos cronologicamente a vertente qualitativa relativa à RC.

Consideramos esta abordagem adequada pois (1) possibilitou a concretização do entendimento sobre o problema de pesquisa de natureza quantitativa e qualitativa; (2) a posse de dados de natureza diferente proporcionou uma compreensão mais lata e abrangente da realidade da CFF, nomeadamente das perspetivas dos produtores e consumidores; (3) é compatível com o atual paradigma de síntese da sociologia e (4) com as posições teóricas múltiplas adaptadas; (5) e adveio da parca literatura científica atual sobre RC e comparativamente elevada produção no ramo do CR (Creswell, 2014); e (6) devido ao facto das temáticas remetem para aquilo que Creswell (2014) define por visões filosóficas construtivistas (focadas na compreensão das subjetividades individuais face ao objeto estudado), pós-positivistas (voltadas para a identificação das causas dos fenómenos sociais) e transformativas (porque lidam com situações de desigualdade e estigmatização e visam o alcance de mudanças sociais).

Esta abordagem privilegiou, portanto, a combinação de lógicas indutivas e dedutivas, isto é, por um lado, um processo de recolha de dados do qual emergiram as grandes/principais categorias e temáticas potenciadoras de um modelo generalizado explicativo; por outro lado, momentos de função de comando da teoria na captação e interpretação do real social, cujos resultados foram essenciais para testar e demonstrar a heurística das mesmas (Creswell, 2014). Decorrente destes processos, a presente investigação pautou-se por diversos ciclos de retroação epistemológica, em concreto, momentos de revisão, reformulação e evolução dos objetivos, esquemas conceptuais, das questões de partida e respetivas hipóteses (Quivy; Campenhoudt, 1992; Creswell, 2014).

Segue, em anexo 2, o cronograma de pesquisa, juntamente com a explicação das principais fases e tarefas concretizadas ao longo da investigação.

### **3.4. Técnicas de recolha e análise de dados**

No plano da recolha de dados, destaco a pluralidade de técnicas de investigação utilizadas – em articulação com a vertente mista metodológica – na fase exploratória da investigação e na etapa posterior de recolha de dados primários.

#### **3.4.1. As técnicas exploratórias**

Numa fase exploratória da investigação, mobilizamos a técnica de observação direta, relevante para testemunhar os comportamentos sociais dos indivíduos nos próprios contextos sem lhes alterar o seu ritmo normal (Peretz, 2000). Esta pautou-se por uma vertente participativa vincada na medida em que ao longo das 15 incursões ao terreno, nos envolvemos ativamente nas atividades rotineiras da cooperativa. A recolha dos dados foi orientada pela elaboração de duas grelhas de observação, presentes no anexo 3 e 4. Aplicamos, também, entrevistas conversacionais informais aos trabalhadores procurando esclarecer algumas dúvidas acerca do funcionamento da entidade (Júnior; Júnior, 2011). Este guião informal encontra-se no anexo 5.

Posteriormente, recorreremos à análise documental de fontes secundárias, concretamente a documentos oficiais públicos digitais produzidos pela cooperativa (*websites* oficiais, estatutos da cooperativa e *Guia para o Consumo Responsável*) e pela

comunicação social nacional e internacional. Consultamos um total de 68 notícias, das quais 45 nacionais e 28 internacionais, publicadas entre junho de 2013 e outubro de 2017. Dada a dispersão destes conteúdos, os mesmos foram alvo de análise de conteúdo qualitativa temática, resultando num extenso documento com as múltiplas dimensões da cooperativa, tais como a apresentação e evolução histórica da mesma. Para este fim mobilizamos as metodologias e princípios conceção de projetos de intervenção social presentes em Santos, Carvalho e Salvado (2013), os quais se revelaram importantes para a organização desta informação relativa.

Durante este período recorremos ao diário de campo enquanto instrumento de consulta e registo de notas descritivas e teórico-metodológicas (Peretz, 2000). A riqueza de dados obtida durante este processo exploratório concorreu para a familiarização com as dinâmicas organizacionais, aproximação ao grupo em estudo, levantamento de hipóteses teóricas e seleção de uma problemática teórica apropriada (Quivy; Campenhoudt, 1992; Peretz, 2000; Ghiglione; Matalon, 2005).

### **3.4.2. A entrevista**

Metodologicamente, esta técnica enquadra-se numa lógica qualitativa pois descreve, descodifica e interpreta dados que estão sob forma de palavras, e que remetem para significados e atitudes pessoais (o quadro de perceção da realidade) atribuídos por parte dos entrevistados ao mundo social que os rodeia (Creswell, 2014; Guerra, 2014).

O objetivo desta vertente foi contribuir para a compreensão em profundidade de um dado fenómeno social, sem pretensão de generalizar os resultados a todo o universo, tratando-se, portanto, de um tipo de conhecimento subjetivo e situado num contexto socio-histórico e institucional muito específico.

Numa primeira fase elaboramos um guião de entrevista enquanto fonte primária de investigação (disponível em anexo 6), composto por três grandes temas estruturadores, ordenados de acordo com os objetivos da mesma: apresentação do produtor, procurando compreender a racionalidade agrícola moderna e RC; os motivos de adesão à cooperativa e relação com o mercado; e a proximidade face aos princípios da ESS e permanência na cooperativa.

Optamos pela modalidade semidiretiva e individual, possibilitando a partilha detalhada e aprofundada de opiniões e significados, a adaptação do guião ao decorrer da entrevista, a introdução de novas perguntas e a atribuição de tempo e liberdade necessárias aos entrevistados (Ghiglione; Matalon, 2005). Na construção do guião, integramos os seguintes tipos de questões para dinamização da entrevista: introdutórias, de continuidade (*follow up*), de aprofundamento e de interpretação, evitando sempre a aplicação de perguntas indutoras de resposta.

Foram realizadas 5 entrevistas individuais aos agricultores da CFF no âmbito das quais os acontecimentos estudados foram reconstituídos a partir das declarações dos atores (Quivy; Campenhoudt, 1992). Todas as entrevistas foram marcadas com antecedência e realizadas nos espaços de trabalho dos próprios produtores. Foi deixado ao critério dos mesmos a escolha da data, hora e local da entrevista, procurando um contexto neutro, familiar e confortável, de forma a interferir o menos possível no decorrer da entrevista (Guerra, 2014).

Em termos de preparação, foi essencial a familiarização com todos objetivos e tópicos do guião e o auxílio de um bloco de notas no qual foram registados outros elementos relevantes surgidos ao longo da entrevista. Os primeiros momentos do encontro com o entrevistado foram pautados pela apresentação do entrevistador, dos objetivos e características da investigação, dos tópicos do guião e do consentimento informado (disponível em anexo 7) - reforçando-se a garantia de confidencialidade e anonimato (um dos elementos éticos fundamentais da pesquisa científica). Não foram registados constrangimentos no decorrer da aplicação desta técnica, tendo-se adotado uma atitude de inocência deliberada de forma a evitar a inibição do entrevistado.

Seguimos para a transcrição das entrevistas gravadas e o tratamento e análise de conteúdo das mesmas no âmbito do programa informático NVivo de suporte à pesquisa de métodos qualitativos e mistos. Primeiramente, procedemos à importação do conteúdo das entrevistas para o *software*, à leitura e a categorização das mesmas. Criamos diversas categorias de análise, umas autónomas, outras relacionadas entre si numa lógica organizativa hierarquia. Seguiu-se o processo de codificação das entrevistas com base nas categorias e em simultânea criação de novas – um processo importante na função de administração da prova no âmbito da investigação qualitativa. Procurou-se criar

categorias únicas, específicas, mutuamente exclusivas e coincidentes com os objetivos e dimensões de análise. As categorias criadas estão presentes no anexo 8, na grelha de categorias de análise das entrevistas, a qual reflete o resultado final deste processo.

No âmbito da vertente qualitativa da investigação qualitativo foi importante ativar mecanismos de incremento do rigor e transparência, de controle da qualidade e redução da subjetividade. Uma das formas de garantir estes aspetos constituiu a descrição detalhada e pormenorizada dos procedimentos metodológicos, como foi o caso da elaboração de um manual de codificação, um instrumento que visa a identificação, definição e explicitação detalhada do que se entende por cada categoria e subcategoria presente na grelha de análise. Este encontra-se em anexo 9 e foi construído após a formulação da grelha de análise no NVivo.

### **3.4.3. O inquérito por questionário**

Na vertente quantitativa da investigação, aplicamos a técnica de inquérito por questionário - presente em anexo 10 - um instrumento standardizado que visa a comparabilidade das respostas e a verificação das hipóteses, por via da recolha de um maior número de dados possível para fins de identificação das principais regularidades e tendências verificadas (Ghiglione; Matalon, 2005).

O inquérito em questão foi construído tendo em conta as hipóteses teóricas apresentadas e estruturado em 4 secções coerentes no seu conjunto, nomeadamente: motivações de adesão à CFF; opiniões e práticas de CR; níveis de satisfação dos consumidores; e características sociodemográficas do associado/a.

O respetivo guião privilegiou perguntas fechadas e semifechadas e questões sobre factos, opiniões e atitudes. Optamos pela modalidade de administração indireta para obter de taxas de resposta maiores, esclarecer dúvidas adicionais, abordar temáticas mais complexas e recolher informação complementar (D'Ancona, 2001). Foram aplicados 332 inquéritos ao longo do mês de julho de 2018 nas delegações da CFF alvo de estudo, correspondendo cada inquérito a um tempo estimado de 15 minutos. A sua aplicação foi iniciada com um pedido de autorização dos consumidores para participação no estudo,

seguindo-se a apresentação da origem institucional da mestrandia e um esclarecimento sucinto dos objetivos da investigação.

No plano das considerações éticas e deontológicas, destacamos o respeito pelos princípios do anonimato, confidencialidade e ausência de juízos de valor durante o decorrer dos questionários, aceitando as recusas em colaborar na investigação. Realizamos, também, um processo de ruptura epistemológica face às preconcepções em torno do grupo social dos consumidores da CFF, estabelecendo uma equidistância relacional com os atores sociais. A aplicação desta técnica foi bem-sucedida na medida em que conseguimos ultrapassar o número de inquéritos necessários para possibilitar a representatividade estatística dos dados.

Para fins de verificação das hipóteses, os resultados dos inquéritos foram estatisticamente examinados através do programa informático *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) por via do qual elaboramos análise estatística descritiva, nomeadamente tabelas de frequências, agregamos de categorias de forma a obter percentagens mais robustas e criamos índices compostos.

### **3.5. Populações-alvo e amostras**

Ao nível da delimitação da amostra da população alvo, a qual remete para duas unidades - agricultores e consumidores inscritos na CFF do Grande Porto - optamos por mobilizar dois planos amostrais diferentes.

Relativamente à amostra dos agricultores que colaboraram com a cooperativa, figuraram 5 indivíduos. Esta constituiu uma amostra teórica na medida em que enquadrada nos parâmetros qualitativos da investigação, correspondendo a uma pequena e socialmente diferenciada dimensão de sujeitos, isto é, uma amostra diversa nos planos do sexo, idade, localização geográfica, nível de escolaridade e tipo de produção, tal como presente no capítulo seguinte (Guerra, 2014). Desta forma, o conjunto amostral não se revela estatística, mas teoricamente representativo da população dada a sua pretensão de captação das singularidades dos atores sociais. Esta heterogeneidade social permitiu, de acordo com a lógica indutiva, “(...) uma análise comparativa através da construção de tipologias, categorias e análises temáticas” (Guerra, 2014, p. 69). Aplicamos um



questionário do tipo *check list* aos produtores da cooperativa, como presente no anexo 11, como critério de seleção dos mesmos.

Optamos pelo procedimento amostral não aleatório acidental ou por conveniência, selecionando os atores sociais presentes nas diversas incursões ao terreno, localizados nas proximidades da residência da mentoranda, e que se demonstraram disponíveis e interessados em participar (Vicente; Reis, 1996). Desta forma, a amostra na qual os agricultores figuraram respeitou, para além da representatividade teórica, os critérios de subjetividade do investigador (Guerra, 2014).

No plano quantitativo, os consumidores integraram uma amostra probabilística e estatisticamente representativa com o objetivo de analisar dedutivamente e generalizar (extrapolar) com confiança os resultados obtidos a partir da amostra. Optamos, em particular, pelo procedimento amostral por grupos (*clusters*), adequado aos casos em que o universo estatístico é formado por populações dispersas ou divididas em unidades, como o caso dos consumidores da CFF, associados a delegações específicas (Bacelar, 1999). Este método consistiu em extrair, de forma proporcional, uma amostra específica e aleatória por cada delegação da cooperativa, recorrendo às mesmas enquanto agrupamentos naturais (Bacelar, 1999).

O cálculo do valor das amostras com base na estimativa da proporção populacional decorreu da consulta do número de consumidores inscritos na CFF do Grande Porto na primeira semana de julho de 2018. Dos 980 associados, 321 estavam inscritos na delegação de Matosinhos, 285 na de Vila Nova de Gaia e 374 na do Porto. Para o cálculo da amostra proporcional de cada delegação, consideramos o peso de cada uma no universo de todas as delegações do Grande Porto: 33%, 29% e 38%, respetivamente. Desta forma, determinamos uma amostra total de 331 consumidores, tendo a amostra da delegação de Matosinhos 106 associados, a de Vila Nova de Gaia 83 consumidores, e a do Porto um conjunto amostral de 142 indivíduos.

## **Capítulo 4 - Apresentação dos dados recolhidos**

### **4.1. A cooperativa de consumo Fruta Feia<sup>3</sup>**

A investigação em questão teve como objeto de estudo empírico a CFF, uma organização que se insere no ramo de consumo do setor cooperativo agroalimentar surgida em 2013, em Lisboa, por iniciativa de Isabel Soares, licenciada em engenharia do ambiente e mestre em energias renováveis. A ideia de criar este projeto adveio do conhecimento, por parte da mesma, de que um agricultor seu conhecido descartava 40% da sua produção de pera por esta não ir ao encontro às exigências de calibre estabelecidas pelos grandes distribuidores (Freunde Von Freunden, 2016).

A CFF surgiu com a missão de reduzir o desperdício de produtos fruto-hortícolas por motivos estéticos, isto é, de frutas e legumes cuja aparência em termos de coloração, formato e calibre/diâmetro não respeitam os parâmetros estéticos de seleção dos alimentos definidos pelos grandes canais de distribuição e superfícies comerciais, enquadramentos político-legais nacionais, normas de comercialização da U.E. e padrões desejados por parte dos consumidores finais (Fruta Feia CRL, 2017).

Esta organização procura responder a este problema com o objetivo principal de minimizar os impactes negativos que o fenómeno do desperdício de alimentos acarreta sobre diferentes setores. Concretamente, procura, no plano ambiental, reduzir a emissão de gases com efeito de estufa, minimizando os danos a este nível; no vértice socioeconómico, na medida em que este fenómeno redundava num investimento sem retorno para os produtores, a CFF procura introduzir práticas de comércio mais responsáveis, comprando esses produtos rejeitados diretamente aos produtores a um preço socialmente justo, isto é, acima dos custos de produção; no plano do consumidor final, a cooperativa procura canalizar hortícolas de qualidade, produtos locais, da época e mais baratos (Fruta Feia CRL, 2017).

---

<sup>3</sup> A organização dos conteúdos apresentados neste ponto resultou da análise temática decorrida na fase exploratória e inicial da investigação. Consultar anexo 12 para conhecer a árvore de problemas e árvore de objetivos, dois importantes instrumentos que contribuíram para a compreensão ampla e aprofundada acerca do contexto e motivações inerentes à iniciação da cooperativa, da respetiva missão e objetivos principais e secundários.

*Uma alternativa solidária e responsável de comercializar e consumir:  
o caso de uma cooperativa de consumo*

Para além destes valores socioambientais, a cooperativa em questão orienta-se por ambições de mudança. A prazo, procura alterar as representações sociais construídas acerca dos alimentos e os padrões de consumo dos bens fruto-hortícolas, e alcançar o fim do veto aos alimentos "feios" por parte de todos os agentes socioeconómicos, inclusivamente dos grandes distribuidores e dos canais de comercialização, e dos principais agentes políticos, invertendo as atuais tendências de normalização estética dos alimentos (Fruta Feia CRL, 2017).

Em termos de evolução e crescimento, a CFF iniciou-se enquanto projeto piloto sustentado pelo prémio FAZ - Ideias de Origem Portuguesa e por *crowdfunding*, e conta, atualmente, com três parceiros principais, entre os quais o Instituto Superior Técnico da Universidade de Lisboa – um dos pilares da sociedade em rede e em cooperação - responsável pela monitorização dos impactes ambientais e socioeconómicos do modelo de consumo alternativo da Fruta Feia; a Câmara Municipal de Lisboa, através da qual realizam atividades e ações educativas na comunidade escolar de promoção do consumo responsável; e as empresas que cedem os seus espaços para abertura de delegações e que se enquadram nas áreas de arte e cultura, comércio e solidariedade social.

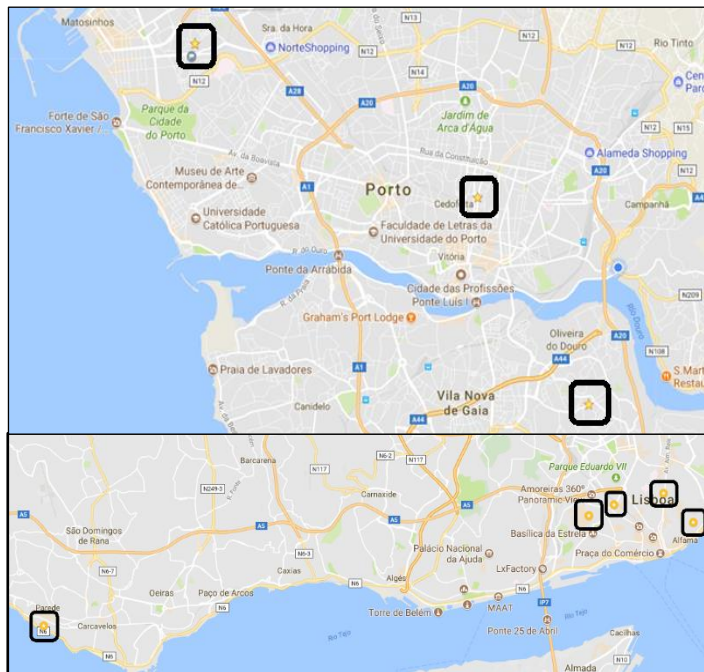
Desde cedo, a cooperativa registou uma receção bastante positiva por parte da sociedade civil nacional e internacional, sendo a sua atual dimensão, impactos e resultados alcançados, reflexos dessa tendência, tal como presente no anexo 13. Se em 2015, inicialmente, contava com 1 trabalhadora, 8 agricultores da região de Lisboa e Vale do Tejo, 100 consumidores, cerca de 160 pessoas em lista de espera, 1 ponto de entrega em Lisboa e 400 quilos de desperdício evitados por semana, em setembro de 2017, à data de iniciação da presente investigação, e em três anos de atividade, a cooperativa reunia 8 trabalhadores, 184 produtores, mais de 3500 consumidores associados e 2000 pessoas em lista de espera, 8 pontos de entrega e 10 toneladas de desperdício evitados por semana (Fruta Feia CRL, 2017). Em média, a totalidade das delegações beneficiam os produtores em cerca de 3800 euros por semana, um valor equivalente ao custo de um salário de um funcionário ao longo do ano (European Commission, s.d.). Para além da missão e objetivos almejados por esta cooperativa, a sua forte expansão, crescimento e alcances conquistados constituíram fatores de seleção da mesma enquanto objeto de estudo. Esta lógica de escala é importante para ampliar o seu impacto, corresponder de

*Uma alternativa solidária e responsável de comercializar e consumir:  
o caso de uma cooperativa de consumo*

melhor forma aos seus objetivos traçados, sendo, também, reveladora da sua qualidade, potencialidade e significância social (European Commission, 2013).

No tocante à sua distribuição geográfica, a CFF localizava-se, em setembro de 2017, nos distritos de Lisboa e Porto, sendo um dos seus eixos de ação principais a replicação do seu modelo de consumo alternativo a diferentes pontos urbanos do país. Como representado na ilustração abaixo, existiam 8 pontos de venda no total, 3 no Grande Porto (em particular nos concelhos do Porto, Matosinhos e Vila Nova de Gaia<sup>4</sup>) e 5 no distrito de Lisboa (especificamente nos concelhos de Cascais e Lisboa - freguesias dos Anjos, Santa Isabel, Lumiar e São Vicente de Fora) (Fruta Feia CRL, 2017). Para esta expansão foi essencial o apoio do Programa LIFE da U.E., o qual sustentou o Projeto Europeu FLAW4LIFE (Spreading Ugly Fruit against Food Waste) elaborado pela CFF.

**Ilustração 2 - Localização das delegações no distrito do Porto e Lisboa**



Fonte: Google Maps (adaptado por autor)

<sup>4</sup> A delegação de Vila Nova de Gaia localiza-se, atualmente, na União das Freguesias de Mafamude e Vilar do Paraíso.

Localizada em território urbano, a CFF recorre a produtores agrícolas localizados nos subúrbios e periferias dos distritos referidos, como o caso de Póvoa de Varzim, Vila do Conde e Gondomar. O excerto de diário de campo infra apresentado, reflete esse seu traço característico de proximidade, rurbanização e inter-relação cidade-campo, dinâmica que se interliga com a perspectiva de Rogério Roque Amaro (2009) em torno do conceito de desenvolvimento local.

« Chegamos agora a um espaço territorial muito diferente dos minifúndios de Gondomar. Aqui, na zona da Aguçadoura, Vila do Conde, o cenário é muito amplo, faz-se sentir uma brisa do mar. Estamos certamente numa zona suburbana onde as formas de urbanização se encontram com manifestações sobretudo rurais: os espaços de cultivo dominam a paisagem, nomeadamente as estufas, as casas unifamiliares... Trata-se de um espaço onde a atividade agrícola parece ter alguma importância » Terça-feira, 5 de setembro de 2017, Vila do Conde, Porto.

De facto, um dos principais objetivos da CFF de construção de comunidades locais sustentáveis, inclusivas e economicamente resilientes, passa pela cada vez maior valorização do rural, encarando-o como motor de resposta aos problemas de desestruturação da economia local, tais como na redução das dinâmicas de pobreza e exclusão social e na revalorização das identidades e recursos locais, e de dinamização das grandes cidades (Amaro, 2009).

Um dos alicerces do sucesso da cooperativa constitui a sua cultura de avaliação dos impactes sociais, ambientais e económicos, tendo-se registado um balanço positivo a estes três níveis (Fruta Feia CRL, 2017) – o que sugere, desde já o carácter de inovação social enquanto processo deste projeto, isto é, a valorização da monitorização e avaliação frequente da eficiência e eficácia dos seus resultados e da sustentabilidade das suas práticas e atividades, mecanismos essenciais para a prossecução dos objetivos da cooperativa (Mulgan, 2006). Para tal não é indiferente o seu modelo de negócio, de baixo custo, financeiramente sustentável e autónomo, fácil de replicar e cujos modos de atuação e crescimento não comprometem os princípios do cooperativismo (Fruta Feia CRL, 2017).

Decorrente destes alcances, a CFF tem obtido múltiplos prémios, distinções e reconhecimentos nacionais e internacionais – outro dos fatores de seleção deste espaço organizacional para efeitos de realização de dissertação - tais como, e a título de exemplo, por parte da Fundação Calouste Gulbenkian, da Fundação Yves Rocher, do Banco Crédito

Agrícola, da Cooperativa António Sérgio para a Economia Social e por parte do Ministério Francês do Ambiente. A cooperativa também foi considerada pela Agricultural European Innovation Partnership uma ideia inspiradora e, por parte do representante ONU para a alimentação e a agricultura em Portugal, o único projeto no mundo na luta contra o desperdício alimentar que atua no início da cadeia agroalimentar. A forte divulgação mediática da cooperativa também reflete o reconhecimento social da mesma, ao qual se associa o reconhecimento académico, tendo a cooperativa figurado enquanto objeto de estudo em duas teses de mestrado nacionais realizadas nas áreas de Gestão e Engenharia Mecânica, tendo a última originado um artigo científico submetido à revista científica internacional *Journal of Cleaner Production*. Decorrente dos seus alcances, a cooperativa inspirou outros projetos, dos quais uma cadeia de supermercados em França, sustentou a criação de um projeto similar nos Estados Unidos da América denominado Imperfect Produce, e a iniciativa Fruta Imperfeita no Brasil (Ferreira, 2016).

No tocante à sua metodologia de atuação, a CFF atua nas principais fases da cadeia agroalimentar – compra, transporte e venda. Em termos de funções *front-office*, a equipa de trabalhadores da CFF do Grande Porto reserva o período da manhã para a deslocação às explorações, recolha e pagamento dos produtos aos produtores – tal como revela o excerto do diário de campo, abaixo. Este pagamento é efetuado no ato da compra, em dinheiro, ou previamente por transferência bancária, sendo que cerca de 94% dos custos da cooperativa constitui pagamentos aos agricultores (Botelho, 2017).

«Dirigimos a carrinha para o interior da propriedade do agricultor, estacionando-a à entrada da garagem. Sem a presença de qualquer produtor, os trabalhadores da CFF saem da carrinha, abrem as portas da garagem, reorganizando, primeiro, tudo o que está no interior da carrinha, recolocando tudo de forma organizada, criando espaço para colocar as diversas caixas de legumes deixadas já prontas para a CFF. Esta organização prévia por parte do produtor para a mercadora ser levantada no dia seguinte pelos trabalhadores da cooperativa, denota uma automatização, rotinização e coordenação das práticas. Uma das trabalhadoras fica no interior da carrinha, colocando de forma organizada as cestas no seu interior, enquanto eu e a outra trabalhadora vamos colocando as restantes caixas dentro da carrinha.»  
Terça-feira, 5 de setembro de 2017, Vila do Conde, Porto.

Durante o período da tarde dá-se a preparação dos cabazes com o auxílio dos voluntários entre as 14h e as 17h, e a partir desta hora, até às 21h, a abertura portas aos associados. No anexo 14 estão presentes algumas fotografias alusivas à rotina de trabalho da CFF. No contexto do Grande Porto, a segunda, terça e quarta feira são os dias de

funcionamento das delegações, respetivamente de Matosinhos, Vila Nova de Gaia e Porto. A CFF vende os seus produtos em duas cestas de quantidades e preços diferentes: a cesta pequena, que inclui entre 3 a 4 quilos de 7 variedades de fruto-hortícolas, é vendida a 3,50 euros, e a cesta grande, de 7 euros, contém o dobro das proporções da cesta pequena (Flaw4life, 2016; Fruta Feia CRL, 2017). A fixação do valor dos produtos implica considerar, para além do seu valor de mercado no momento, os custos de produção e os custos da cooperativa (despesas em transportes e salários). Ainda assim, a CFF apresenta ao consumidor um preço entre 30 a 40% mais barato do que os apresentados pelos supermercados (Freunde Von Freunden, 2016): por exemplo, enquanto as grandes superfícies comerciais compram as laranjas a 0,08€/kg, a CFF paga 0,35€/kg

Os restantes dias úteis da semana são reservados para as funções de *back-office*, a qual abrange frequentemente a realização de encomendas para a semana seguinte, a composição das respetivas cestas, a gestão das cestas confirmadas e canceladas, a otimização dos pontos de entrega e a prospeção de mercado de fornecedores e consumidores. Casualmente, a CFF desempenha atividades complementares essenciais para dotar de maior visibilidade o seu projeto, tais como (1) a participação em conferências e encontros relacionados com sustentabilidade ambiental e desperdício alimentar, (2) a presença em reportagens e programas dos meios de comunicação social e (3) a realização ações de esclarecimento sobre estas temáticas na comunidade escolar (Flaw4life, 2017). De facto, um dos principais motivos da seleção da CFF enquanto objeto empírico de análise constituiu a possibilidade de melhor conhecermos o modo de funcionamento de uma cooperativa e o seu quotidiano, a partir do acompanhamento das suas atividades diárias.

Em termos de estrutura de organização prevalecente, considerámos estarmos perante aquilo Mintzberg (1984) designa como configuração organizacional estrutural predominantemente adhocrática. A justificação reside não apenas no facto da CFF se tratar de uma instituição autogerida com uma hierarquia achatada, mas também decorrente do observado na sua rotina de trabalho da. Esta destacou-se por um funcionamento orgânico dotado de baixa formalização em diversos aspetos organizativos, tais como (1) a complexidade de um quotidiano marcado pela elevada rotatividade de tarefas pelos diferentes elementos da equipa; (2) a diversidade de funções – como, por

*Uma alternativa solidária e responsável de comercializar e consumir:  
o caso de uma cooperativa de consumo*

exemplo, trabalho de campo e de escritório, apoio ao cliente e gestão da plataforma informática; (3) a existência de um ambiente sujeito a imprevistos e alterações de última hora; (4) a resolução dos problemas por ajustamento mútuo, no momento, através de um sistema de comunicação informal entre os seus trabalhadores, decidindo entre si quem e como resolver, (5) sendo este um processo pautado pelo dinamismo, confiança e colaboração; (6) ademais, a equipa da CFF orienta-se para o exterior, em especial para o consumidor e produtor, procurando satisfazer as suas necessidades (Mintzberg, 1984). Tal como registado na maioria das configurações organizacionais adhocráticas, estes elementos não são indiferentes ao facto da CFF constituir uma empresa recente, cujos cargos são desempenhados por uma equipa pequena, jovem e com elevadas qualificações académicas, partilhando funções e posições hierárquicas (Mintzberg, 1984).



## 4.2. Perfil sociodemográfico do universo empírico de referência

### 4.2.1. Os agricultores da Cooperativa de Consumo Fruta Feia

Tabela 11 - Caracterização dos agricultores entrevistados

Designação	Sexo	Idade	Nível de escolaridade	Ocupação profissional	Especialização agrícola	Dimensão e localização da exploração
Ent. 1	Masculino	40	Licenciado em engenharia zootécnica	Sócio-gerente de sociedade agrícola	Limão e vinha	7 hectares no concelho de Baião (distrito do Porto)
Ent. 2	Feminino	50	Ensino secundário	Trabalhador por conta de outrem em produção de eventos	Flores, citrinos, maracujá e nozes	4 hectares no concelho da Maia (distrito do Porto)
Ent. 3	Masculino	65	1.º ciclo do ensino básico		Maçã e cereja	21 hectares no concelho de lamego (distrito de Viseu)
Ent. 4	Masculino	55	3.º ciclo do ensino básico	Trabalhador por conta de própria no ramo agrícola		5 hectares no concelho de Gondomar (distrito do Porto)
Ent. 5	Masculino	25	Ensino secundário		Hortícolas	4 hectares no concelho de
Ent. 6 <sup>5</sup>	Masculino	31	Licenciatura em engenharia mecânica			Gondomar (distrito do Porto)

Fonte: autor

A tabela supra apresenta a caracterização da amostra qualitativa dos agricultores da CFF do Grande Porto, um universo pequeno mas muito diversificado em termos de idade e nível de escolaridade, havendo um certo equilíbrio nos plano do sexo e das questões de ordem profissional.

No plano da idade, entrevistamos um grupo de agricultores jovens adultos com menos de 35 anos, adultos maduros e também envelhecidos, características estas que

<sup>5</sup> Os entrevistados número 5 e 6 estiveram presentes na mesma entrevista.

contradizem a tendência nacional de envelhecimento do tecido empresarial agrícola (Ribeiro, 2009; CE, 2016). No tocante à escolaridade, constatamos a presença de indivíduos com o ensino básico, secundário e superior, heterogeneidade que se distancia do mesmo tecido empresarial nacional, pautado por uma reduzida qualificação profissional (Ribeiro, 2009).

Esta heterogeneidade também abrange o sexo, sendo o grupo constituído sobretudo por produtores do sexo masculino, embora se tenha vindo observar uma intensificação do papel das mulheres na economia camponesa nacional (Pinto, 2008). A este nível, os entrevistados integravam-se exclusivamente no mercado de trabalho agrícola, contrariando a difusão da agricultura a tempo parcial (CE, 2016). Dedicavam-se à produção especializada num determinado mercado (como os hortícolas) ou produto (como o caso dos citrinos), contradizendo a tendência de produção diversificada em Portugal, e produziam em explorações de pequena dimensão (até 5 hectares), tal como a maioria das explorações agrícolas portuguesas (Ribeiro, 2009; CE, 2016; CE, 2016).

Estas tendências revelaram estarmos perante um grupo muito específico dadas as configurações de ordem sociotécnica do panorama nacional e a reduzida competitividade da agricultura portuguesa (Ribeiro, 2009). Neste sentido, os mesmos podem constituir potenciais indícios da reconfiguração do rural em Portugal e de modernização de alguns segmentos da agricultura camponesa (Pinto, 2008).

#### **4.2.2. Os consumidores da Cooperativa de Consumo Fruta Feia**

A seguinte tabela apresenta os dados sociodemográficos da amostra de 332 associados da CFF do Grande Porto, seguindo-se uma caracterização detalhada acerca do perfil social predominante.

**Tabela 12 - Caracterização sociodemográfica dos associados da Cooperativa Fruta Feia do Grande Porto**

Variáveis e categorias sociodemográficas	Número de associados (n)	(%)
<b>Sexo</b>		
Masculino	105	31,6
Feminino	227	68,4
<b>Escalões etários<sup>6</sup> (<math>\bar{X} = 41</math>)</b>		
Até 29 anos	53	16,0
Entre 30 a 39 anos	127	38,3
Entre 40 a 49 anos	79	23,8
Entre 50 a 59 anos	46	13,9
Mais de 60 anos	27	8,1
<b>Estado civil</b>		
Solteiro(a)	117	35,2
Casado(a) / união de facto	186	56,0
Divorciado(a) / separado	25	7,5
Viúvo(a)	4	1,2
<b>Concelho de residência</b>		
Porto	155	47,1
Matosinhos	89	27,2
Vila Nova de Gaia	70	21,3
Outros	15	4,5
<b>Nível de escolaridade</b>		
Ensino básico (1.º, 2.º e 3.º ciclos)	19	5,7
Ensino secundário	57	17,2
Ensino superior	255	77,2
<b>Área de formação</b>		
Artes (do espetáculo, plásticas e design)	27	10,2
Saúde	32	12,1
Tecnologias	36	13,6
Educação	27	10,2
Economia, gestão e contabilidade	38	14,3
Outras áreas de formação	105	39,6
<b>Total</b>	<b>332</b>	<b>100,0</b>

Fonte: autor

Considerando primeiramente a composição segundo o sexo, verificamos um domínio do peso percentual do sexo feminino (cerca de 68%), sendo sobretudo as mulheres, mais do que os homens, que estavam presentes enquanto consumidoras da CFF. Com efeito, esta presença expressiva do género sexo feminino não surpreendeu dada a forte feminização do setor da ESS: as mulheres tendem a ser as principais protagonistas dos empreendimentos do terceiro setor, quer do ponto de vista da gestão e liderança, como ao nível da vinculação

<sup>6</sup> Tratando-se de uma variável quantitativa de escala, optamos por criar intervalos etários. A fórmula de Sturges ( $k=1+3,22\log n$ ) permitiu definir o número de intervalos e a amplitude os mesmos. Estes foram elaborados no programa informático SPSS através do comando *Visual Binnig*, através do qual formamos cinco categorias de idade: até 29 anos, 30-39 anos; 40-49 anos; 50-59 anos e Mais de 60 anos.

enquanto associadas – o que se verifica, também, na CFF. Estes resultados estão, portanto, em linha com a produção teórica da ESS, associada ao empoderamento do feminino e ao reconhecimento do lugar fundamental da mulher, permitindo-lhes renegociar as relações tradicionais de género (TFSSE, 2016).

Foram, também, expectáveis os resultados relativos à idade. O universo de associados revelou uma média etária de 41 anos, tendo mais de metade dos mesmos até 39 anos. A maioria (aproximadamente 38%) apresentou-se no intervalo etários dos 30 até 39 anos, decrescendo o número de associados com 50 anos ou mais anos. Estes remetem, portanto, para um grupo predominantemente jovem-adulto, sendo reduzida a presença dos que se encontravam na terceira idade. Estes resultados foram ao encontro da empiria produzida no âmbito da ESS e do CR, ambos protagonizados pelas classes etárias mais jovens, sendo os indivíduos com menos de 35 anos o principal grupo responsável pela mobilização dos mesmos (CASES, CIRIEC, 2012; Viñas, 2015).

Atendendo ao estado civil, a maioria dos associados era casada ou vivia em união de facto (cerca de 56%), sendo, também, expressiva a dimensão dos que não viviam em situação de conjugalidade (compatibilizando um total de 44%). Este cenário de equilíbrio é expectável dados os atuais padrões demográficos nacionais, em particular a crescente idade ao primeiro casamento – aproximadamente 32 anos, em 2017 (Pordata, 2018a) – alicerce do prolongamento da situação de não conjugalidade.

Relativamente à pertença geográfica dos consumidores, quase metade dos mesmos (cerca de 47%), residia no concelho do Porto. Considerando a dispersão concelhia da CFF foi possível verificar uma concentração dos consumidores no centro, contradizendo as tendências de mobilização da população para concelhos envolventes. Esta exceção mostrou-se alinhada com o carácter urbano e cosmopolita das recuperadas iniciativas da ES, estando a maioria das entidades (quase 35%) localizadas nas Área Metropolitana de Lisboa e a Área Metropolitana do Porto (INE, 2016). No mesmo sentido, tal como reporta Carlos Fortuna (1999), os novos padrões de consumo constituem uma das centrais narrativas e signos culturais dos estilos de vida urbanos. A cidade consiste no cenário de promoção da livre afirmação pessoal, de construção de plurais identidades, continuamente reconstruídas e reinventadas num processo de destruição

criadora, ao sabor das mudanças e das novidades culturais, e de criação de movimentos e iniciativas coletivas inovadoras e criativas (Fortuna, 1999).

Ao nível da escolaridade dos associados, uma expressiva dimensão dos mesmos possuía ensino superior, provindo de diversas as áreas de formação, principalmente Economia, gestão e contabilidade, Tecnologias e Saúde. Os consumidores da CFF constituíam, portanto, um universo altamente instruído e na posse de um elevado volume de capital escolar institucionalizado, distribuição que se revelou pertinente considerando que, em 2017, a maioria dos portugueses tinha apenas o 1.º ciclo do Ensino Básico (aproximadamente 22%) e somente 18% da população possuía ensino superior (Pordata, 2018b). Tal apresentou-se coerente com os estudos sociológicos em torno do CR e que confirmam tratar-se de um fenómeno social sustentado por consumidores com níveis de educação elevados, isto é, com mais de 12 anos de escolaridade (Viñas, 2015). Inclusivamente em Portugal, Isabel Cruz (2010; 2015) destaca o papel fulcral que o elevado volume de capital escolar institucionalizado (e cultural) desempenha, face às determinantes económicas, nesta vertente do consumo. Ademais, e no plano das sociedades contemporâneas, a escolaridade tem vindo a constituir um parâmetro cada vez mais importante não apenas na estruturação do espaço social das classes, como também dos estilos de vida (Almeida, Costa, Machado, 1988).

A tabela que agora apresentamos remete para a caracterização de ordem socio laboral da amostra de associados da CFF do Grande Porto. Optamos por aprofundar a análise acerca da presença dos mesmos no mercado de trabalho dado o peso relativo significativo dos consumidores empregados, como demonstramos de seguida.

**Tabela 13 - Caracterização sociolaboral dos associados da Cooperativa Fruta Feia do Grande Porto**

<b>Variáveis e categorias laborais</b>	<b>Número de associados (n)</b>	<b>(%)</b>
<b>Condição perante o trabalho</b>		
Empregado(a)	298	90,0
Desempregado(a)	7	2,1
Doméstica(o)	2	0,6
Estudante	7	2,1
Reformado(a)	17	5,1
<b>Situação na profissão</b>		
Patrão/empregador	3	0,9
Trabalhador por conta própria (isolado/índependente)	49	15,2
Trabalhador por conta de outrem (assalariado)	271	83,9
<b>Posição hierárquica na profissão</b>		
Dirigente, gestor, quadro superior	28	10,3
Quadro intermédio	24	8,8
Chefia direta/primeira chefia	28	10,3
Encarregado geral	12	4,4
Posição subordinada mas autónoma	177	64,8
Executante (sem tarefas de chefia)	3	1,1
Praticante/aprendiz/estagiário(a)	1	0,4
<b>Grupos de profissões</b>		
Representantes do poder legislativo e de órgãos executivos, dirigentes, diretores e gestores executivos	20	6,0
Especialistas das atividades intelectuais e científicas	212	63,9
Técnicos e profissões de nível intermédio	8	2,4
Pessoal administrativo	30	9,0
Trabalhadores dos serviços pessoais, e segurança e vendedores	40	12,0
Agricultores e trabalhadores qualificados da agricultura, da pesca e da floresta	3	0,9
Operadores de instalações e máquinas e trabalhadores da montagem	5	1,5
Trabalhadores não qualificados	5	1,5
<b>Total</b>	<b>332</b>	<b>100,0</b>

Fonte: autor

Ao nível da condição perante o trabalho, e como já dado a entender, a vasta maioria dos consumidores da CFF encontrava-se empregado no momento da realização do estudo, sobretudo no âmbito do setor terciário, em particular em áreas como advocacia, arquitetura, contabilidade, psicologia, docência, enfermagem, design, etc. - uma distribuição expectável dada a idade ativa dos consumidores e uma vez que tanto o vínculo como os consumos realizados na cooperativa implicam poder de compra, constituindo a realização de uma atividade remunerada um dos principais meios para tal.

Em termos de situação na profissão principal, grande parte dos associados (cerca de 84%), encontrava-se em situação de assalariamento, trabalhando por conta de outrem, sem controlo dos recursos em meios de produção. Este registo aproximou-se das tendências nacionais das últimas décadas pautadas pela perda de prestígio dos profissionais independentes e dos trabalhadores por conta própria - nomeadamente ao nível dos pequenos comerciantes (Magalhães, 1994; Pordata, 2018c).

Destaque para o significativo número de associados que ocupavam uma posição subordinada com autonomia ao nível da posição hierárquica na profissão, possivelmente relacionado com o facto deste universo se constituir predominantemente, no que concerne à constituição das ocupações profissionais, por especialistas das atividades intelectuais e científicas. Tal significa estarmos perante um grupo social retido nos segmentos mais qualificados do mercado de trabalho – pautados pela forte incidência dos diplomas universitários – e nas categorias socioprofissionais mais prestigiadas socialmente (Magalhães, 1994). Detinham aquilo que teoricamente se designa por recursos de credenciais (monopólio de saber) nos seus espaços de trabalho, exercendo uma posição de domínio (Estanque; Mendes, 1997).

Não obstante, e ainda neste âmbito, perspetivamos a relevante dimensão do número de associados que desenvolviam funções de chefia (primeira chefia, quadros intermédios e quadros superiores). Um valor considerável de 29% dos consumidores da CFF, quase 1/3, localizava-se nas instâncias hierarquicamente superiores das empresas, possuindo recursos organizacionais. Ou seja, aos recursos de credenciais acumulavam relações induzidas de poder e autoridade, participando nas tomadas de decisão, controlando o processo produtivo e o trabalho das classes subalternas (Magalhães, 1994; Estanque; Mendes, 1997).

Observando, na globalidade, estes traços sociodemográficos, o consumidor-tipo da CFF do Grande Porto tendia a ser do sexo feminino, com uma idade próxima mas abaixo dos 40 anos, residente no concelho do Porto, com formação escolar de nível superior, trabalhando na sua área de formação por conta de outrem e com autonomia de trabalho. Estes traços predominantes foram ao encontro da empiria produzida pelas investigações de Marc Vinãs (2015) e, relativamente à sociedade portuguesa, pelas pesquisas das sociólogas Sandra Coelho (2015) e Isabel Cruz (2010; 2015), destacando a

elevada escolaridade (mais do que 12 anos), a predominância das mulheres caucasianas e do grupo etário em torno dos 40 anos.

Em resposta à questão de partida, observamos regularidades sociais no âmbito destas práticas de consumo e uma predominância sociodemográfica de acordo com o descrito, nomeadamente face aos níveis de educação elevados. Tal foi ao encontro da hipótese delineada e apontou para a importância dos eixos estruturantes e das condições objetivas e materiais de existência no universo do CR na CFF.

### **4.3. A racionalidade dos agricultores da Cooperativa de Consumo Fruta Feia**

Os resultados que se seguem correspondem ao universo dos produtores agrícolas da CFF, em particular à análise das suas perspetivas e representações sociais. Procuramos compreender, em particular, as origens destes agricultores no setor, as características dos seus empreendimentos, as representações estabelecidas em torno da agricultura, da sua posição no mercado enquanto agente socioeconómico, os motivos de adesão à CFF e as proximidades valorativas face à ESS.

Os dados empíricos recolhidos infra apresentam-se estruturados em torno de três eixos de análise e revelam, desde já, as principais categorias de análise obtidas e a múltipla e complexa racionalidade que caracteriza os agricultores entrevistados: (1) a vertente racional empresarial e capitalista, (2) a dimensão campesina e tradicional, (3) e a componente político-ideológica compatível com os valores da ESS.

Neste capítulo apresentamos excertos das entrevistas - ilustrativos das categorias analíticas preponderantes e das constatações teóricas efetuadas - e exemplificações visuais proporcionadas pelo programa NVivo. Relembramos que os retratos provenientes da vertente qualitativa da investigação respeitam unicamente o universo de atores sociais entrevistados, não sendo representativos de todos os agricultores que colaboram com a CFF e nem do que decorre no setor económico e profissional agrícola em Portugal.



#### **4.3.1. Os valores empresariais e economicistas**

Um dos conjuntos de categorias analíticas destacado por parte dos produtores agrícolas enquadraram-se naquilo que designamos por racionalidade fortemente modernizante e capitalista, em particular nos planos do setor agrícola, das características dos empreendimentos e dos motivos de adesão à CFF.

##### **A. Representações sociais prevalentes face ao setor agrícola**

A potencialidade económica do setor agrícola constituiu uma das principais representações sociais destacadas pelos agricultores da CFF, como releva a seguinte citação em relação à qual todos os entrevistados se demonstraram alinhados: “(...) *o setor primário é o motor de qualquer país, ele cria riqueza no interior do país quando este fica desertificado, cria riqueza na exploração dos mares, que cada vez há menos, cria riqueza através da própria transformação, já na indústria... Acho que podemos criar muita riqueza cá, tem muito potencial*” (Ent. 1).

Esta visão economicista tem-se revelado premente por parte das camadas mais jovens, tal como revela o mesmo entrevistado: “*agora tem havido mais apoios e financiamentos, mais população jovem a aderir à agricultura, a meterem projetos (...), pessoas têm outra perspetiva, e ainda bem que sim, porque realmente é um mercado em que se deve apostar, que dá dinheiro, tem muita potencialidade económica*”.

Este atribui, inclusivamente, relevância económica e financeira às pequenas empresas da ESS, como o caso da CFF: “*nós temos de analisar a economia sempre de um ponto de vista micro (...) pois qualquer coisinha que gera rentabilidade a nível micro, por exemplo a venda de um subproduto, vai gerir mais rendimento, vai gerir mais rentabilidade a essa empresa que poderá distribuir pelos seus agricultores ou pelos sócios e trabalhadores, eles vão ter mais poder de compra - ou seja, tudo isso parte de um princípio micro para um princípio macro*”.

Em sumula, prevaleceu uma racionalidade instrumental que perspetiva este setor como um campo de investimento de capital, de negócio e de produção de lucro, visão que foi ao encontro da perspetiva de Maria Wanderley (2003), de integração plena dos agricultores no mercado capitalista, nomeadamente nos países cuja agricultura se desenvolve de acordo com os moldes de produção modernos, tais como os países

*Uma alternativa solidária e responsável de comercializar e consumir:  
o caso de uma cooperativa de consumo*

ocidentais europeus. Os agricultores em questão revelaram, como tal, ensejo e capacidade de adaptação e de resposta às exigências do mercado e consolidando-se enquanto ator social da agricultura moderna (Wanderley, 2003).

### B. Características dos empreendimentos agrícolas

A racionalidade empresarial também se figurou importante ao nível dos empreendimentos agrícolas. A ilustração que se segue reflete a relevância da modernização nos planos físicos e técnicos da produção, e também dos recursos humanos.

**Ilustração 6 - Principais características dos empreendimentos agrícolas dos agricultores da Cooperativa Fruta Feia**



Fonte: autor

Os entrevistados sublinharam por diversas vezes a premência de uma produção em grande quantidade, especializada num ou em poucos produtos e direcionada sobretudo para entidades e consumidores que se integram no grande mercado, como indicam as seguintes passagens: “produzimos uvas para vinho verde e citrinos, essencialmente limões e tangerinas. É uma agricultura algo especializada” (Ent. 1); “para os produtos dentro do calibre, eu trabalho com um grupo de frutarias que se chama Y. Estou ligado

*Uma alternativa solidária e responsável de comercializar e consumir:  
o caso de uma cooperativa de consumo*

a essa empresa, tem a maior rede de frutarias do país (...)" (Ent. 4). Estes aspetos típicos de um *ethos* de agricultor familiar moderno enquadram-se no projeto de modernização da agricultura e definem-se como fortemente empresarial (Wanderley, 2003).

A visão predominante valorizou, também, o recurso a mão de obra qualificada, a procura ativa de informação em torno do setor e atualização de conhecimentos no ramo agrícola. Os seguintes excertos refletem esta preocupação: *"aquele agricultor antigo que tem a ideia de que consegue fazer a agricultura sem ter a parte teórica, isso é totalmente errado, a prática não chega, é preciso muita teoria. (...) A agricultura evolui, é preciso acompanhar o progresso (...), há técnicas novas, há inovação, a ciência avança!"* (Ent. 4); *"(...) Tem que ser rentável, e para ser rentável temos que achar o ponto de equilíbrio entre as despesas e as receitas, e passa por aí, pela formação, pelo saber até onde eu posso gastar e onde devo parar"* (Ent. 5). Estes produtores reconhecem como necessários para o exercício do seu trabalho com plantas, animais e máquinas, o domínio de conhecimentos técnicos e externos ao saber tradicional adquiridos em espaços de formação especializados e os serviços de assistência técnica gerados fora da comunidade (Wanderley, 2003).

Outra dimensão analítica destacada e constituiu a relevância das práticas de planeamento e gestão a médio-longo prazo, decorrente da imposição do signo do número e da estatística previsionial no ramo agrícola (Wanderley, 2003), tal como mencionado por um dos entrevistados da CFF: *"gostava que a empresa agrícola nunca tivesse aquela fase que nós estudamos de start-up, de curva de crescimento, depois aquela fase que estabiliza e, depois, de morte empresarial"* (Ent. 1).

Os produtores sublinharam, também, a premência dos investimentos em tecnologia de forma a mecanizar, informatizar e desenvolver os processos e meios físicos de cultivo, um passo essencial para a otimização da rentabilidade (Wanderley, 2003), tal como esclareceu um dos produtores: *"o nosso objetivo é sempre melhorar em termos de mecanização e investimento. O nosso objetivo é eliminar a sachola [risos] (...), o nosso pensamento número um é que temos que eliminar os trabalhos manuais, especializados e que exigem saber fazer coisas específicas."* (Ent. 5). Concomitantemente, este grupo reconheceu a importância dos mecanismos formais e institucionais de apoio à agricultura, recorrendo ativamente a financiamento externo: *"estamos candidatados a um projeto de*

*Uma alternativa solidária e responsável de comercializar e consumir:  
o caso de uma cooperativa de consumo  
jovens agricultores para fazer a modernização e o investimento na agricultura e  
transformar isto numa empresa ainda mais rentável um bocadinho” (Ent. 5).*

### **C. Motivos de adesão à cooperativa**

Um dos principais motivos que levaram os agricultores a inscrever-se na CFF como colaboradores foi a venda de parte da sua produção a um valor acima dos custos de produção, procurando obter um rendimento com isso – aspeto que responde a uma das principais inquietações de partida da presente dissertação.

A maioria dos entrevistados mencionaram a importância dos ganhos económicos decorrentes da adesão à cooperativa, como refletem as seguintes passagens: *“além disso, mesmo dando a fruta, dava muito trabalho estar a apanhar e depois não ter qualquer tipo de retribuição económica, ou seja, procuramos a Fruta Feia sobretudo para rentabilizar esta situação, os custos da apanha dos produtos”* (Ent. 2); *“eu valorizo muito estas iniciativas mas é assim, eu entregar à Fruta Feia foi para eu ter como vender o produto que não tinha mercado e fazer algum rendimento com isso”* (Ent. 3). Outros agricultores, assumindo como irrelevante este motivo, destacaram como principal fator de inscrição, a libertação de espaço na exploração para dar continuidade do processo de trabalho. Estes fatores de ordem logística é, também, de natureza economicistas.

De facto, estivemos perante a relevância de um dos elementos mais visíveis do *ethos* agrícola moderno - a acumulação capitalista - a qual se reflete na maximização rentabilidade, na criação do lucro e na realização de uma agricultura financeiramente sustentável (Wanderley, 2003), tal como releva a seguinte passagem: *“a questão da sustentabilidade económica e a nível comercial, na agricultura, é um dos fatores mais importantes, pois é isso que nos vai trazer as mais-valias. Quando resolvemos investir nos citrinos eles estavam a passar por um ano extraordinariamente bom, isso ajudou bastante na tomada de decisão”* (Ent. 1). Prevaleceu, portanto, um entendimento que reflete a plena integração do grupo estudado no mercado e a orientação do mesmo de acordo com as suas principais regras.

#### **4.3.2. A visão tradicional e campesina**

Da informação empírica recolhida sobressaiu, também, um *ethos* camponês partilhado pelos agricultores da CFF. As principais categorias de análise obtidas aproximaram-se da noção de campesinidade de Klass Woortmann (1990), a qual se foca nas representações sociais e na ordem moral tipicamente tradicional camponesa composta por um conjunto de valores principais tais como terra, trabalho, família, liberdade e reciprocidade, mesmo estando este grupo plenamente integrado no mercado capitalista.

##### **A. A preponderância do papel familiar**

Uma dimensão preponderante obtida dos conteúdos das entrevistas remeteu para o papel da família na agricultura, em particular a tríade terra, trabalho e família, uma das principais categorias nucleares da campesinidade, de acordo com Woortman (1990), tal como havíamos mencionado.

Tal refletiu-se em vários planos. Primeiramente, os produtores da CFF destacaram o papel da família enquanto principal agente de iniciação dos seus membros integrantes à agricultura, principalmente durante o período de socialização primária – o que reflete nitidamente a natureza familiar da exploração agrícola e a dimensão camponesa da agricultura portuguesa. Os próprios reconheceram esta influência quando referiram que *“desde cedo acompanhamos os nossos pais na agricultura, aprendemos muitas coisas com eles. A família foi o principal motivo pelo qual nós estamos na agricultura. Os nossos avós já eram agricultores”* (Ent. 5). Estamos, portanto, perante uma socialização precoce para a profissão, a qual é tida pela literatura como essencial para a reprodução social da tradição e da organicidade social camponesas (Wootman, 1990; Wanderley, 2003). Estes processos são fulcrais para a transmissão de conhecimentos e saberes técnicos, artesanais e valorativos herdados pelas gerações anteriores.

Muitos dos agricultores entrevistados sublinharam a relevância da terra, isto é, da exploração agrícola - outro dos elementos cruciais do estilo de vida da campesinidade e que remete para o foro familiar, tal como perspectivado nesta situação em particular: *“esta exploração já vinha de família, esta quinta foi adquirida pelos nossos bisavós... Ela foi adquirida desde 1600 e qualquer coisa, portanto é algo que desde essa época vem sendo transmitido de geração em geração, foi das maiores casas de lavoura aqui do concelho.”*

(Ent. 5). De facto, e como reportado no enquadramento teórico de Woortman (1990), a terra não constitui apenas um objeto de trabalho, uma simples coisa ou mercadoria: ela envolve também o espaço social da família, é parte importante do património a transmitir geracionalmente, compõe o garante do sustento dos elementos familiares atuais e futuros, e constitui um meio de manter e reproduzir o poder, o estatuto, a autonomia e as estratégias familiares.

O seguinte excerto demonstra, no seguimento do anterior, a intenção dos agricultores em manter a exploração em família, assim como as estratégias de indivisibilidade e estabilidade associadas a este património: “*E tenho este filho a trabalhar comigo na agricultura. Eu gostava que dessa continuidade, gostava...! Não vou dizer que não!*” (Ent. 3). Este aspeto demonstra a agricultura encarada como empreendimento e negócio familiar, e a família enquanto unidade de trabalho e unidade de produção.

Outro aspeto destacado remeteu para a mão de obra familiar, surgindo principalmente ao nível dos cônjuges e irmãos, encontrando-se, consoante as respetivas faculdades de cada um, ao nível da gestão, instâncias decisão e definição das estratégias, e no plano mais prático de produção e colheita. A seguinte passagem revela a ocupação da família “agrícola” no plano da administração e do “patronato”: “*a empresa é uma sociedade por quotas, os sócios gerentes são os donos da terra, os donos da quinta, e que exploram através da sociedade agrícola. Os sócios são familiares, no fundo, são os investidores da empresa*” (Ent. 1). Não obstante parte relevante da mão de obra ser familiar, os entrevistados ressaltavam a importância da remuneração e do regime de assalariado deste corpo laboral.

### **B. O gosto em torno da prática agrícola**

Outra vertente em destaque no *homo moralis* dos produtores da CFF constituiu o gosto e a forte identificação com a agricultura - um dos principais elementos que perfazem os estilos de vida deste grupo e que contribuíram para o entendimento da adesão à CFF.

Os aspetos mais apreciados corresponderam, primeiramente, ao acompanhamento de todas as fases de produção agrícola, e ao especial envolvimento no período de crescimento dos produtos, como se observa na seguinte citação: “*dá-me mais gosto ver*

*Uma alternativa solidária e responsável de comercializar e consumir:  
o caso de uma cooperativa de consumo*

*as coisas crescer, (...) as plantas têm que se tratadas como pessoas, como eu muitas vezes digo aí a colegas meus, quando se planta uma planta pequenina é como um bebê quando nasce: tem que se tratado com carinho, com amor, com muitos cuidados e mais alguns, (...) quando são pequeninos é preciso encaminhá-los, estar por perto, e as plantas são idênticas às pessoas” (Ent. 4).*

Este gosto refletiu-se, também, no respeito pelo produto final, no carinho pela profissão e na relação afetiva com a terra: *“acho que dá gozo a pessoa plantar as coisas e ver as plantas crescerem, a saírem, a vender a produção e a realização do nosso trabalho. (...) Adoro ver o esforço que nós aplicamos refletido num produto. O resultado final é muito gratificante.”* (Ent. 2). Desta forma não surpreende que o segundo motivo mais referido de adesão à CFF tenha sido a redução do desperdício alimentar por motivos estéticos: *“foi um conjunto de duas situações: por um lado, para evitar o desperdício, a ida para o lixo de um produto nosso, por outro, encontrar uma solução no mercado que cobrisse os custos de produção e entrega”* (Ent. 1). O mesmo concretiza desta forma: *“ninguém gosta de deitar o seu trabalho fora e sentir que seu trabalho para o lixo, ou por calibre ou por defeitos epidérmicos! A agricultura, a terra, não produz parafusos [risos] ... Não é uma fábrica, da mesma forma que nós somos todos diferentes, o produto da natureza também é diferente”*.

Estes elementos intercalam-se com a natureza, outra categoria muito valorizada e reveladora da consciência ecológica campesina. Tal refletiu-se no comprometimento com a natureza, na preservação do ecossistema, no respeito pelos seus ritmos de desenvolvimento e no cuidado especial da “saúde” da terra, plantas e animais, como presente no seguinte excerto: *“tentamos sempre não usar muitos químicos, evitamos mesmo usar, só mesmo em última instância, quando não conseguimos combater alguma praga. (...) Temos este cuidado, e quando usamos fazemos sempre por respeitar as normas de segurança, fazer tudo, tudo direitinho, tal como está nos rótulos, nas embalagens e nos sacos”* (Ent. 2).

Outro elemento perspectivado como mais gratificante da prática agrícola constituiu a liberdade inerente à não sujeição ao ritmo e condições de trabalho impostas por outrem, ao trabalho ao ar livre e à tranquilidade (Woortman, 1990). Como explicita um dos entrevistados, *“sim é um trabalho duro mas é gratificante por outro lado. Há liberdade*

*Uma alternativa solidária e responsável de comercializar e consumir:  
o caso de uma cooperativa de consumo*  
neste tipo de trabalho que implica ter maior proximidade com a natureza do que com o trabalho que é de escritório. (...)” (Ent. 5). No mesmo sentido, outro dos inquiridos indicou que *“na primavera, principalmente, as pessoas andam a trabalhar ao ar livre, os passarinhos a chilrear, o contacto com a natureza, o sossego, não se ouve nada, é mesmo uma paz, e estamos mesmo concentrados no que estamos a fazer”* (Ent. 4).

### **C. A agricultura enquanto modo de vida e choque geracional**

Uma das grandes categorias analíticas reforçadas e partilhadas por este grupo social constituiu a associação da agricultura a um modo de vida, isto é, a uma dimensão englobante que interliga a componente laboral e profissional com outras dimensões da vida como as de lazer, relacionais e quotidianas, condicionando-as.

Neste plano, e concretizando, os agricultores entrevistados consideraram que fatores como a dureza da jornada de trabalho, a dedicação à mesma em termos de número horas e as condições naturais e meteorológicas que afetam a atividade, influenciam, por exemplo, a vertente familiar dos mesmos. Pelas suas palavras: *“eu vejo que agricultura é um modo de vida, não é um trabalho, é muito mais do que uma profissão, é uma coisa que nós abraçamos (...), porque tem um empenho diferente”* (Ent. 1); *“é mais do que uma profissão, até porque envolve muito a família, e a família tem que ser 100% compreensiva com este tipo de atividade. (...) Porque chega a altura das férias e nós não vamos porque é uma altura de muito trabalho. Além disso, e outra coisa, é preciso saber que chamamos sujos a casa, a roupa vai ser difícil de lavar, e chegamos às 10h da noite e, se calhar, no dia a seguir saímos às 5h30 da manhã para arrancar”* (Ent. 5). Esta visão esteve a par da produção empírica sociológica de Wanderley (2003), segundo a qual a agricultura, mais do que uma profissão, constitui um modo de vida que articula múltiplas dimensões, sendo tal um elemento do camponês tradicional. A figura abaixo reflete esse articulado e a centralidade desta atividade na vida dos agricultores.



Uma alternativa solidária e responsável de comercializar e consumir:  
o caso de uma cooperativa de consumo

**Ilustração 7 – Árvore de palavras alusiva ao modo de vida dos agricultores da Cooperativa Fruta Feia**

agricultura	trabalho	calor	preciso	muita
		férias	trabalhar	outro
	dias		altura	semana
		manhã	imagem	ver
dia	todos	noite	menos	capacida
horas	agricultores	gostar	modo	escravo

Fonte: autor

Os discursos perfilados pelos produtores da CFF sugeriram, também, a existência de um choque geracional no setor. De acordo com os agricultores mais jovens, um dos principais obstáculos ao desenvolvimento agrícola constitui a mentalidade dos produtores mais velhos, especificamente as atitudes de determinismo e passividade face à ordem económico-social assimétrica e de desconfiança e resistência perante a inovação e a mudança. Consideram este grupo como um dos principais agentes da inferiorização do setor, dificultando a valorização e dignificação do mesmo. Segue um exemplo destes obstáculos: “*sempre procurei tentar desenvolver mais, fazer coisas. E por esse motivo eu sempre fui sozinho naquela altura (...). As pessoas naquela altura, algumas, reagiram mal às minhas ideias, porque aumentei a exploração quase para o dobro do que se tinha na altura, (...) tentei libertar-me de toda a parte do setor de pecuária... E depois na altura eu tinha ideias, e o meu pai discordava, porque naquela altura vivia-se agarrado ao antigo, ele dizia que as coisas já eram feitas assim há muito anos, e tudo o mais, e na altura foi um bocado complicado... Porque muitas vezes as mentalidades e as ideias das pessoas continuam sempre a mesma*” (Ent. 4).

De facto, a produção empírica relativa ao campesinato português sugere o moroso desenvolvimento agroindustrial nacional muito decorrente desta mundivisão pessimista e conservadora, à qual não são indiferentes as características socio históricas e demográficas

*Uma alternativa solidária e responsável de comercializar e consumir:  
o caso de uma cooperativa de consumo*

que pautam este grupo social (Silva, 1987). No mesmo sentido, outro agricultor partilha que *“ainda há aquela ideia de que a vida do agricultor tem que ser dura, estar a cavar as batatas, com as unhas sujas, é um tipo iletrado, com a quarta classe, meio sozinho... Acho que em Portugal esta imagem ainda está enraizada. Eu acho que isto ainda é um bocado retrato da agricultura portuguesa. Eu acho que o agricultor nacional ainda é um bocado fechado, com muitos preconceitos”* (Ent. 1). Este universo representacional é fundamentado teoricamente por Manuel Carlos Silva (1987) que perspetiva que nas sociedades ocidentais, incluindo portuguesa, ainda permanecem resquícios das lógicas de 'senhoriagem' e de feudalidade agrícola, e um comportamento sociopolítico conservador por parte dos camponeses nortenhos, tido como passivo, inerte e legitimador do poder instituído. Tal como suscita a empiria obtida, *“(...) mesmo apesar disso, de verem que são prejudicados a vários níveis, ainda assim não alteram as suas perspetivas, continuam a pensar que “é assim que quer que ser”* (Ent. 2). Esta vertente associada aos agricultores nacionais mais velhos também se relaciona com o individualismo camponês, um aspeto muito comum em Portugal, tendo em conta que, a quase totalidade dos agricultores são produtores agrícolas singulares, apostando pouco em sociedades e negócios coletivos – o que poderia facilitar o acesso a financiamento e melhorar as condições de produção (Ribeiro, 2009).

#### **4.3.3. A visão político-ideológica**

De forma a compreender as motivações latas da presença dos produtores na CFF, foi importante debruçarmo-nos, por um lado, sobre a posição e relação que os mesmos estabelecem com o mercado e, condicionado por esta situação, sobre a sintonia entre a mundivisão deste grupo e os princípios e características da ESS.

##### **A. Principais desafios enfrentados no mercado**

Os agricultores da CFF apontaram a desigual distribuição de poder entre os agentes socioeconómicos, em particular entre os produtores agrícolas e os grandes armazenistas e superfícies comerciais, enquanto uma das principais dificuldades enfrentadas no mercado. De acordo com os entrevistados, estes constituíam os agentes com maior poder: *“sem sobra de dúvida que neste momento quem tem maior influência e*



longo dos tempos: “(...) eu acho que no que toca a isto, em relação à venda, pouco mudou. Os pequenos agricultores continuam a ter dificuldades em vender o produto deles, e na zona Norte são quase todos pequenos agricultores...” (Ent. 2). De facto, os estudos críticos de foro marxista consideram que a economia nada tem de neutro, estando sustentada em interesses, valores e ideologias inerentes às classes e grupos que gerem e estabelecem os macro equilíbrios económicos (Cabral, 1981).

Um segundo parâmetro penalizador deste “império” (Ploeg, 2008), porque redundante na exclusão generalizada dos produtores, corresponde às normas de calibragem dos produtos que orientam a grande distribuição e os grandes retalhistas: “*uma das dificuldades dos produtores é escoar produtos que não atingem os parâmetros standard do mercado, seja ele da grande distribuição ao mesmo do mercado tradicional*” (Ent. 1). Apesar de todos os entrevistados compreenderem a importância dos calibres mínimos para fins de segurança alimentar – “(...) em relação à calibragem dos produtos, eu continuo a achar que se deve ter bons produtos para o consumidor. Porque quem trabalhar bem tenta fazer o melhor possível” (Ent. 4) - não deixam de sublinhar, criticamente, a necessidade atual de protagonistas alternativos no mercado voltados para a venda desses produtos, como o caso da CFF: “(...) já que existe categorização dos produtos também deveria haver regulamentação a nível de preços. Eu acho que se houvesse regras específicas por estes produtos, seria mais fácil” (Ent. 5). Não obstante, e de acordo com van der Ploeg (2008), a criação de espaços alternativos no mercado constitui um empreendimento difícil dada a dominação dos grandes conglomerados económicos.

O quarto grande obstáculo sublinhado pelos agricultores constituiu o comportamento do consumidor final, tido como desinformado acerca da penalização do produtor e do desperdício alimentar por motivos estéticos, e associado à valorização excessiva da aparência dos alimentos no ato de compra. O seguinte excerto reflete esta perspetiva: “*eu acho que o consumidor tradicional, 99% do consumidor português não sabe consumir. Consome pelo bonito, (...) não sabe que os produtos têm uma época, têm um período. (...) E quer tudo bonito, tudo bonito... e às vezes uma pinta, já não dá, já não aceita*” (Ent. 5). Neste sentido compreende-se a sua aprovação em torno da adoção

de novos padrões de consumo, mais conscientes e informados – o que se compatibiliza com as dinâmicas do CR e da ESS.

A aliar esta dinâmica, os produtores da CFF destacaram um quinto cenário problemático: a concorrência entre os produtores nacionais e internacionais, considerando o mercado nacional *“muito mais sensível à lei da oferta e da procura, é muito mais sensível à entrada de produtos de fora no mercado nacional como de Espanha da América do Sul. É um muito mais sensível a oscilação de preços”* (Ent. 1). Somando-se à componente global, também sublinharam a intensa rivalidade entre agricultores portugueses, nomeadamente ao nível da definição de preços, prática encarada como penalizadora para os próprios produtores e para a competitividade setor, sendo tal relacionado com o individualismo e desunião dos agricultores. Tal está presente nas palavras de um dos entrevistados: *“depois há uma grande competitividade entre os preços estabelecidos entre os agricultores. Ele está a vender a um preço e eu vou vender a um preço mais barato. Isso é que estraga o negócio. Acho que esta essa é a estratégia principal de atuação: as pessoas destroem muito o negócio umas às outras.”* (Ent. 2); *“(…) a falta de princípios cooperativos leva a que cada produtor negocie por si, individualmente, e isso nunca o leva a bom porto. (…) A nível nacional é que os agricultores têm sempre muito medo partilhar os conhecimentos (…). Eu penso que há muito o individualismo, aquele medo de que o vizinho produza melhor que nós.”* (Ent. 1). De facto, o mesmo considera que *“o cooperativismo em Portugal funciona muito mal (…) os produtores se juntarem para vender melhor o seu produto”*.

Estas observações estão de acordo com o enquadramento teórico de foro nacional que tem vindo a ser registado ao longo das últimas décadas relativamente aos agricultores portugueses, e que reflete o individualismo enquanto um dos elementos do modo de vida rural, associados à tendência para delegar os seus interesses em figuras não camponesas e exteriores a esse meio, e ao difícil estabelecimento de projetos e objetivos comuns, e práticas coletivas coordenadas e duradouras (Almeida, 1984).

#### **B. A sintonia valorativa entre agricultores e economia social e solidária**

A presença dos produtores na CFF e, sobretudo, a permanência na mesma, decorreu da congruência dos valores destes agricultores e dos princípios e características

da ESS. As palavras deste entrevistado refletem de forma explícita este reconhecimento como essencial para a manutenção do vínculo estabelecido: *“quando eu comecei na Fruta Feia não contava com uma série de coisas, de benéficos... A princípio só me preocupava em libertar espaço dos campos, libertar-me do excedente”* (Ent. 4).

Alguns dos pontos já referidos revelam essa sintonia, nomeadamente (1) o reconhecimento da agricultura enquanto função socialmente necessária; (2) a relevância da comunidade local em atuação coletiva e ações de cooperação e de intercâmbio (trabalhar com/fazer junto) – nomeadamente os agricultores, consumidores e voluntários dos vários concelhos do Porto por intermédio da CFF; (3) o primado do grupo, como o caso da família, nos processos de trabalho; (4) e a produção marcada pelo intercâmbio respeitoso com a natureza (Amaro, 2009; Cittadini [et al.], 2010).

Outro aspeto ainda não mencionado corresponde à ambição de mudar o atual panorama económico, de melhorar as condições socio económicas dos agricultores, de desenvolver o setor e de dignificar a respetiva imagem profissional, *“porque a vida do agricultor não é uma vida de escravo. É um modo de vida, mas o agricultor não é um escravo”* (Ent. 1). Esta ambição de transformação e de reestruturação do ator social coletivo reflete a visão de Ploeg (2008) que acentua a capacidade de autonomia e resiliência do agricultor, sendo este um protagonista ativo do seu próprio destino, tal como perfilado pelos ideais da ESS (Garrido, 2016). De facto, os entrevistados defendem a humanização e o primado da justiça social na economia (Laville, 2009): *“acho que a grande distribuição tem que ter uma preocupação social com os agricultores. Portanto, não deve querer deixar a margem para si, deve haver uma distribuição mais equitativa das margens”* (Ent. 1).

Um dos elementos em comum com este âmbito do terceiro setor, constituiu o reconhecimento da premência em criar cooperativas de produção e de consumo, associando-as a uma multiplicidade de virtualidades. Em primeiro, por remetem para espaços de união, conciliação de interesses e forças produtivas, organização e representação das ambições do grupo, tal como apresenta a seguinte opinião de um dos agricultores: *“eu acho que as cooperativas são extremamente importantes e úteis como organização de produtores, como organização de agricultores. Acho que é uma mais valia para ir ao mercado em força”* (Ent. 5). Em segundo, por serem reconhecidas como

centros de circulação de informação e de fomento do capital técnico: “(...) *é importante para quando tenho problemas para tomar decisões do dia a dia*” (Ent. 1). Em terceiro lugar, o cooperativismo foi assumido como um importante agente de promoção de mudanças e transformações no mercado, nomeadamente no alcance da equitativa distribuição da riqueza, na definição de preços socialmente justos e na redução do número de intermediários. Estes aspetos corresponderam à tese de recampesinização de Ploeg (2008), que perspetiva a resistência e a emancipação dos agricultores face à dominação política e económica, através da adesão a organizações cooperativas, tidas como agentes ativos no processo de despenalização dos produtores agrícolas.

Ademais, os produtores entrevistados encontraram na CFF as seguintes dimensões idiossincráticas da ESS: a questão criativa, relacional e de negociação - motores da redução da dependência material e simbólica dos produtores agrícolas. A primeira respeita a procura de oportunidades, a capacidade de assumir riscos, e a adesão a heterogêneas e alternativas racionalidades económicas e moldes de produção, distribuição, comercialização e consumo (Cittadini [et al.], 2010). As seguintes passagens demonstram esta vertente: “*eu gosto muito de projetos novos, de coisas diferentes, apesar de já ter tido coisas erradas por aderir a projetos novos*” (Ent. 4); “*o que eu acho é que eu agricultor tem que ter uma grande capacidade de se adaptar, se uma coisa não dá, tem que experimentar outra coisa qualquer.. (...) e isto requer do agricultor muita resiliência*” (Ent. 1). A criatividade também se reflete naquilo que Ploeg (2008) define como o modo camponês de fazer agricultura, que remete para a criatividade multifuncional do trabalho agrícola, marcado pela artesanidade dos conhecimentos e pela utilização de recursos endógenos, outra das estratégias mais valorizadas por parte da ESS (Laville, 2009; Garrido, 2016).

O plano relacional foi suscitado enquanto uma das principais virtualidades da CFF e corresponde não apenas à ausência de intermediários entre os trabalhadores da cooperativa e os produtores, mas principalmente ao trato relacional empático, personalizado e de colaboração solidário, diferentemente do que ocorre nas grandes superfícies e grandes armazenistas. A ilustração abaixo demonstra esta vertente dado o destaque dos termos “convívio”, “respeito” e “aproximação”, e o seguinte excerto elucidava essa questão: “*à medida que o tempo passa esta relação de respeito que a cooperativa*

*Uma alternativa solidária e responsável de comercializar e consumir: o caso de uma cooperativa de consumo tem connosco, ajuda a que continuemos com ela. (...) Existe uma relação de preocupação, de tentar garantir que nos conseguem escoar o produto a longo prazo (...). Existe a preocupação de irem ligando, de irem falando, de saberem os produtos que uma pessoa vai tendo, para também se organizarem” (Ent. 5).*

**Ilustração 9 – Principais virtualidades da Cooperativa Fruta Feia, se acordo com os agricultores da mesma**

produto	consumido	cooperativa	ela	calibre	escoar
			grandes	conseg	haver
	importante	diretamer			
			mercado	contact	nosso
preço		respeito			
	consumido		outros	custos	preços
		aproxima			
			acaba	diferenc	produçã
produtores	convívio	benéfico	alface	ele	sei

Fonte: autor

O elemento de negociação, de grande valor para os produtores, também presente naquela ilustração, remete para a abertura da CFF à participação dos mesmos na negociação de quantidades comercializadas, preços e datas de entrega dos produtos. Este benefício, que constitui outro dos motivos de permanência dos agricultores na cooperativa, está patente na seguinte passagem: “*sinto que com eles tenho mais margem para negociar, conseguimos sempre chegar a um acordo. Eu digo «só posso pagar até X», «então nós vamos tentar negociar, vamos ver» e conseguimos sempre chegar a um acordo, negociar, e não há aquela imposição e limite inflexível, não”* (Ent. 2). Este incremento do poder de negociação dos produtores é inerente à natureza democrática, transparente e de cidadania das organizações da ESS, a qual potencia a mobilização da capacidade de ação e empoderamento dos indivíduos através de uma estratégia de participação *bottom-up*, não ficando as tomadas de decisão concentradas num grupo restrito localizado no topo da hierarquia da organização (Singer, 2010; Garrido, 2016).



A título de conclusão do presente subcapítulo e de resposta à questão de partida que procurava conhecer as representações sociais dos produtores prevaletentes em torno da sua presença na CFF e observamos uma aproximação entre os resultados e a hipótese delineada - isto é, a valorização simultânea, por parte dos produtores, das componentes materiais (racionalidade de mercado), tradicionais (racionalidade camponesa) e de justiça social (racionalidade da ESS).

Por um lado, os agricultores entrevistados aderiram à cooperativa movidos sobretudo por valores e motivações de ordem económica, procurando um incremento dos rendimentos através do escoamento dos seus produtos excedentes e/ou rejeitados por razões estéticas para o mercado. Esta vertente instrumental e material foi favorecida por um conjunto de representações sociais em torno da agricultura fortemente modernizantes e capitalistas, encarando o empreendimento enquanto capital voltado para o grande mercado, enquanto objeto de investimento e de obtenção de lucro, recorrendo-se, para tal, a mão de obra qualificada e a ferramentas de gestão, planeamento e financiamento.

Por outro lado, a manutenção na CFF decorreu da mesma se revelar enquanto espaço que respeita a manutenção de múltiplas e idiossincráticas racionalidades e estratégias que compõem o *ethos* camponês, mesmo estando plenamente integrado no mercado capitalista. Os produtores referiram, com efeito, a importância da família enquanto unidade de socialização, responsabilizando-se pela iniciação dos seus descendentes na prática agrícola e pela transmissão de saberes, de delegação da propriedade (terra), e de produção, ao constituir a principal fonte de mão de obra e responsável pela gestão da empresa. Esta vertente mais campesina também se refletiu no forte gosto em torno da prática agrícola - encarando-a como modo de vida por condicionar todas as dimensões da vida dos produtores, estando envolvidos em todas as fases da prática agrícola - e no respeito pela componente ambiental e de natureza.

Por fim, os agricultores entrevistados também destacaram a concordância entre a sua visão sociopolítica e a mundivisão da ESS como elemento de manutenção do seu vínculo com a CFF. De facto, para além de assegurar a sua sobrevivência económica, os produtores procuravam, a prazo, melhorar a sua posição no mercado, mesmo reconhecendo o obstáculo do conservadorismo e individualismo ainda patente na

agricultura nacional. Devido aos desafios enfrentados no mercado - concorrência, exploração e precariedade - os produtores ambicionam por uma transformação nos moldes da ESS: desenvolvimento de mercados justos, solidários e locais, crescimento do número e fortalecimento das organizações cooperativas, incremento da margem de negociação, redução dos agentes intermediários e defesa do respeito relacional.

Estivemos, portanto, perante uma multidimensionalidade de motivações, as quais Woortman (1990) designa por campenidade inacabada, contraditória e híbrida. De facto, este grupo social refletiu o encontro de diversas e ambíguas racionalidades, nomeadamente a do *homo economicus* e a do *homo moralis*, da tradição e do moderno, algo inerente à modernidade (Woortman, 1990). As suas reflexões ilustraram a complexidade do quadro social agrícola atual e a capacidade de sobrevivência, adaptação e reelaboração da RC perante os contornos das sociedades capitalistas do século XXI, e do mercado alternativo da ESS (Wanderley, 2003).

#### **4.4. O universo motivacional e o enquadramento social dos consumidores da Cooperativa de Consumo Fruta Feia**

A evidência empírica presente neste capítulo refletiu, de uma forma lata, o universo motivacional dos consumidores-associados da CFF, estruturando-se, em cada subcapítulo, (1) nos principais fatores que explicaram a inscrição na cooperativa, (2) nos níveis de proximidade ou sintonia estabelecidos entre os comportamentos de consumo mais gerais deste grupo social e os contornos definidores do CR, (3) na importância do capital social e dos grupos de pertença na sustentação deste tipo de consumo na CFF, (4) e no retrato socio classista dos consumidores, verificando se a adesão à CFF remeteu para uma prática estrutural condicionada pelas condições materiais de existência.

Apresentamos, a título ilustrativo e de sustentação empírica, dados de natureza estatística resultantes da vertente quantitativa da investigação – os quais foram generalizados a toda a população de consumidores da CFF do Grande Porto - assim como a compatibilidade dos mesmos com enquadramento teórico mobilizado, verificando a respetiva qualidade heurística.

#### 4.4.1. Fatores de adesão à cooperativa

**Tabela 14 - Motivos de adesão à Cooperativa de Consumo Fruta Feia**

<b>Motivos de adesão à cooperativa de consumo Fruta Feia</b>	<b>Número de associados (n)</b>	<b>(%)</b>
Adquirir produtos fruto-hortícolas a um preço acessível	122	12,3
Reduzir o desperdício alimentar	234	23,6
Minimizar os impactes ambientais associados ao desperdício alimentar	167	16,0
Auxiliar os agricultores na venda da sua produção, melhorando as suas condições económicas	155	15,6
Apoiar o desenvolvimento da economia e territórios locais	73	7,4
Estar presente num projeto pioneiro e em crescimento em Portugal	40	4,0
Aceder a produtos fruto-hortícolas de qualidade e da época	117	11,8
Valorização dos princípios do cooperativismo e da economia social	72	7,3
Outros motivos	11	1,1
<b>Total</b>	<b>991</b>	<b>100</b>

Fonte: autor

A análise dos resultados recolhidos e plasmados na tabela<sup>7</sup> indicam os principais motivos que estiveram na base da adesão dos consumidores-associados à CFF. Por ordem de importância, estes remeteram para a redução do desperdício alimentar, seguindo-se a minimização dos impactes ambientais desencadeados pelo desperdício de alimentos e, em terceiro lugar, o auxílio aos agricultores na venda da sua produção.

Este conjunto motivacional correspondeu à centralidade do conceito de CR desenvolvido por Marc Viñas (2015) nomeadamente as vertentes ética, ambiental e social do mesmo. Estas contribuem para a principal missão do projeto da CFF, a qual implica atuar, a montante e a jusante, nos planos valorativo, social e ambiental. De facto, foram sobretudo os critérios de natureza socio centrada que orientaram o comportamento coletivo dos associados neste mercado alternativo de fruto-hortícolas comparativamente ao plano privado e instrumental, o que permitiu observar a conjugação entre as esferas do

---

<sup>7</sup> Para o conhecimento dos motivos de adesão à CFF, optamos por apresentar, no inquérito por questionário, uma questão de resposta de múltipla escolha. De uma lista de diversos motivos apresentados, coube, a cada associado, assinalar três, razão pelo qual o total de casos registados na tabela corresponde ao triplo do valor da amostra. O tratamento estatístico passou pela criação de um *set* de variáveis através no *software* estatístico SPSS.

consumo e da cidadania (Viñas, 2015). Com efeito, contabilizando as motivações na sua totalidade, cerca de 55%, ou seja, mais de metade dos consumidores inscreveram-se na cooperativa decorrente das repercussões do consumo sobre terceiros, sendo uma das vertentes principais de preocupação, o impacto negativo causado pelo atual paradigma de consumo no bem-estar social e no planeta.

Estas tendências foram ao encontro da perspectiva de Ronald Inglehart, revelando as ações de CR como que compatíveis com os valores pós-materialistas de autoexpressão, autorrealização, envolvimento social e qualidade de vida que pautam as sociedades pós-industriais atuais (Inglehart, 1998).

Os dados recolhidos refletiram, também, a reflexibilidade dos atores sociais inquiridos, o que revela a heurística do conceito de monitorização reflexiva da ação delineado por Anthony Giddens (1996). Este comportamento diário e mundano – consumir produtos fruto hortícolas – dotou-se de significativa sustentação teórica sociológica na medida os associados revelaram um debruçar crítico em relação à realidade envolvente, demonstrando-se enquanto agentes competentes na problematização e avaliação da responsabilidade das suas condutas, questionando o sistema de necessidades predominantes e as implicações socio ecológicas do consumo.

Os presentes motivos de adesão sugeriram, também, ainda na ótica de Giddens (1996), a intencionalidade em desencadear mudança social e, como tal, a consideração dos consumidores da CFF enquanto sujeitos sociais ativos no processo ativo de constituição e dissolução das estruturas - aspeto que também se enquadra na dimensão política do CR (Viñas 2015). De facto, os sujeitos inquiridos revelaram a pretensão de alterar o atual paradigma de consumo, transformar as relações produção-consumo, pertencer a redes e espaços comerciais alternativos e alcançar justiça social, atribuindo maior visibilidade aos pequenos produtores, melhorando as condições económicas dos mesmos e a equidade entre agentes socioeconómicos. Tudo isto refletiu os elementos fundamentais do CR e destacou a liberdade relativa e a autonomia dos atores competentes (*knowledgeable actors*) na dualidade da estrutura (Giddens, 1996; Viñas, 2015).

Os presentes resultados acompanharam as investigações realizadas em torno do mesmo tópico, como o caso da pesquisa da autoria de Sandra Coelho (2015) relativamente à compra de produtos de Comércio Justo, e estiveram em linha com a evolução dos

valores na sociedade portuguesa. De facto, José Machado Pais, sustenta a propensão para os valores pós-materialistas, tal como presente na seguinte passagem:

“(...) o quadro português está pintado com aspetos de cariz materialista, como a segurança financeira, social e familiar, mas também com tons pós-materialistas, de que é exemplo a preocupação com valores como a solidariedade ou a ecologia” (cit. por Coelho, 2015, p. 26).

Por questões relativas ao caráter dual e idiosincrático que caracterizam a estrutura social portuguesa, consideramos relevante apresentar, de forma breve, os motivos que contribuíram, a título intermédio, para a adesão da CFF. Uma percentagem pouco expressiva, mas ainda assim importante, dos consumidores inscreveu-se na cooperativa por motivos económicos, isto é, com vista a adquirir produtos comparativamente mais baratos do que os vendidos noutros estabelecimentos comerciais. Ao passo que a produção científica sociológica não nacional sublinha o CR sustentado por indivíduos com poucas restrições orçamentais (Viñas, 2015), a presente investigação, assim como a conduzida por Coelho (2015), refletiram um peso intermédio desta componente instrumental. Para a compreensão desta peculiaridade foi essencial o contributo de Augusto Santos Silva (2006) segundo o qual, apesar de se ter verificado nas últimas décadas um indubitável crescimento económico, a formação de uma sociedade de consumo em Portugal e o aumento do bem-estar material das famílias – no sentido dos padrões europeus - ainda persistem défices de modernização na sociedade portuguesa, tradicionais desequilíbrios sociais e novas formas de desigualdade. Neste sentido, a poupança e o controlo dos orçamentos familiares constituem ainda importantes valores orientadores da ação de consumo do ponto de vista coletivo (Silva, 2006). Consecutivamente, apresenta-se restrita a margem para a maioria da população pagar mais por um produto com benefícios socioambientais.

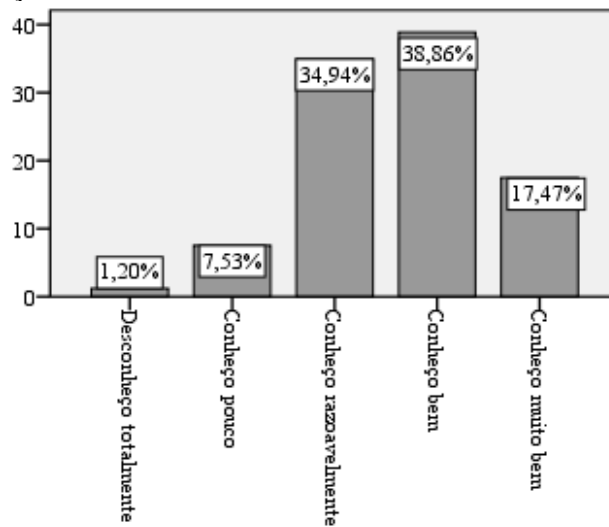
#### **4.4.2. Distâncias e aproximações face ao consumo responsável**

Neste ponto dedicamo-nos à reflexão mais aprofundada acerca dos níveis de aproximação em termos de conhecimentos, atitudes e práticas dos associados da CFF face aos padrões definidores do CR.

*Uma alternativa solidária e responsável de comercializar e consumir:  
o caso de uma cooperativa de consumo*

Como ilustrado abaixo, a maioria dos consumidores afirmou conhecer bem o termo e o significado de CR, estando consciente dos contornos e das diversas vertentes socioambientais a ele implicadas. Se a esta dimensão somarmos a parcela dos associados que disseram conhecer razoavelmente este conceito, verificamos a existência de um universo amplo minimamente familiarizado com este consumo que se afirma de nicho, de acordo com a teoria (Viñas, 2015).

**Ilustração 10 - Níveis de conhecimento acerca do consumo responsável**



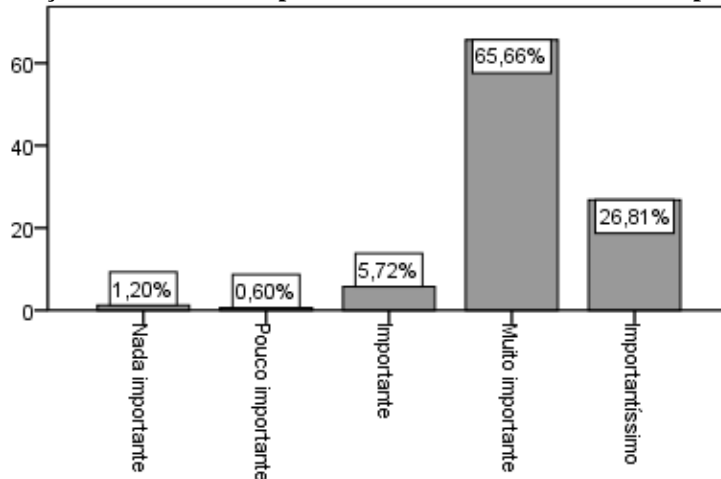
Fonte: autor

De facto, a empiria obtida aproximou-se daquilo que Viñas (2015) afirma a capacidade dos consumidores para identificar as características do CR e a importância da posse de informação para a prática deste tipo particular de consumo. Este domínio de conhecimentos específicos, levou-nos a observar a pertinência do conceito de capital cultural incorporado Pierre Bourdieu (2010), isto é, de um elevado volume de conhecimentos não escolares. No mesmo sentido, Giddens (1996) declara que um comportamento intencional – como a aquisição de um tipo específico de produtos - para atingir um dado resultado esperado, exige a aplicação de um «conhecimento» particular sustentado por um cenário social altamente informado.

Já as ilustrações infra indicaram a atitude de forte consideração dos associados da CFF em torno do CR. Por um lado, uma vasta dimensão deste grupo designou este

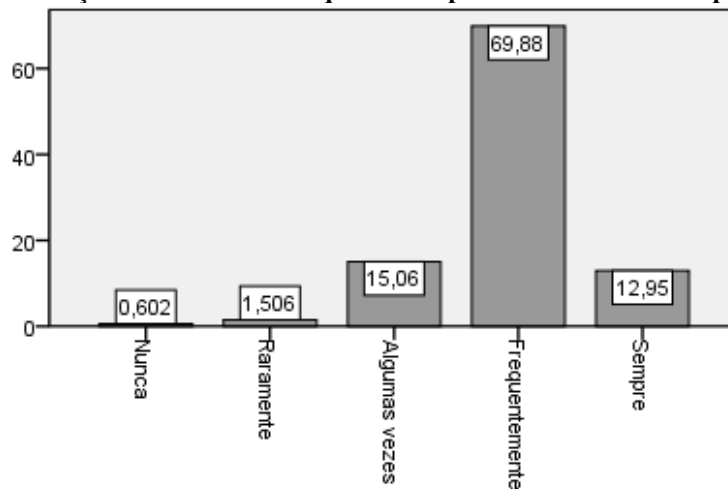
fenômeno de “muito importante” e, por outro, afirmou ser um consumidor responsável no seu dia a dia no tocante à frequência da prática do CR. Intenção e prática, pensamento e ação encontraram-se, desta forma, em reciprocidade. Estes elementos foram ao encontro da produção teórica de Viñas (2015), segundo a qual o CR constitui uma das vertentes integrantes dos estilos de vida dos indivíduos, funcionando como um comunicador de novos sentidos não apenas alimentares, mas também ambientais, sociais e económicos. Salvaguardamos, portanto, a perspectiva giddensiana segundo a qual o consumo se afirma como um dos elementos dos projetos do *self* e da autobiografia dos indivíduos, respeitando o plano global das “políticas de vida” dos países ocidentais (Giddens, 1994).

**Ilustração 11 - Níveis de importância atribuídos ao consumo responsável**



Fonte: autor

**Ilustração 12 – Níveis de frequência da prática do consumo responsável**



Fonte: autor

Por seu turno, a tabela 10<sup>8</sup> revela as principais ações de CR desenvolvidas pelos consumidores da CFF do Grande Porto.

**Tabela 15 - Ações de consumo responsável praticadas pelos consumidores da cooperativa Fruta Feia**

<b>Ações de consumo responsável</b>	<b>Número de associados (n)</b>	<b>(%)</b>
Considerar o percurso dos produtos na cadeia de aprovisionamento	185	10,5
Refletir acerca dos impactes sociais do consumo	263	14,9
Ponderar os impactes ambientais das escolhas de consumo	297	16,8
Procurar informação relativamente a esta temática	194	11,0
Adquirir marcas e/ou produtos de consumo responsável	258	14,6
Frequentar comércio local e/ou alternativo	267	15,1
Desenvolver outras práticas típicas de consumo responsável	300	17,0
<b>Total</b>	<b>1764</b>	<b>100</b>

Fonte: autor

Foram duas as práticas de CR mais destacadas no dia a dia dos consumidores. A primeira remeteu para a vertente de cunho prático, a qual engloba a reutilização e reciclagem de produtos, a introdução de mudanças alimentares e a utilização de transportes públicos em detrimento do privado. A segunda ação constituiu a ponderação dos impactes ambientais das escolhas de consumo – esta vertente reflexiva do CR demonstrou que os consumidores da CFF sobrepõem as preocupações do foro ecológico às de ordem social. No plano intermédio e, como tal, com menor ordem de importância, surgiram a reflexão em torno dos impactes sociais do consumo e frequência de espaços comerciais que respeitam os critérios do CR tais como mercearias, mercados e feiras, e outras organizações da ES. As ações de CR menos acionadas pelos associados da CFF constituíram a procura ativa de informação relativamente a esta temática e a consideração acerca do percurso efetuado pelos produtos na cadeia de aprovisionamento.

---

<sup>8</sup> De forma a conhecer as ações de CR mais praticadas pelos consumidores da CFF introduzimos, no inquérito por questionário, uma pergunta de resposta dicotómica para cada ação apresentada. O tratamento estatístico passou pela constituição de um *set* de variáveis, contabilizando apenas as opções mais votadas, o que justifica um total de respostas superior ao valor da amostra.



Este quadro de ações revelou, portanto, um posicionamento dos consumidores da CFF principalmente na vertente prática do CR voltada para os comportamentos individuais e tomadas de decisão imediatas - como, por exemplo, no plano alimentar, tratamento dos resíduos e meios de deslocação – tendo em linha de conta as consequências ambientais que daí podem advir.

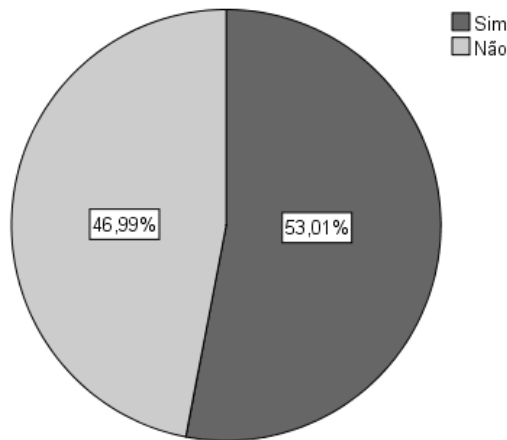
Diferentemente, a vertente informativa e reflexiva demonstrou-se secundarizada por este grupo de consumidores, sendo poucos os associados que, no seu quotidiano, buscam ativamente informação acerca deste fenómeno e refletem em torno do percurso efetuado pelos produtos ao longo da cadeia agroalimentar. Como já referido noutros subcapítulos, estas idiossincrasias do comportamento do consumidor responsável da CFF podem relacionar-se com o facto deste constituir um fenómeno recente em Portugal e decorrente das questões de ordem estrutural e de evolução dual da nossa sociedade nas últimas décadas.

#### **4.4.3. Os grupos de referência e as dinâmicas de interinfluência**

Ainda no sentido de compreender a aproximação deste grupo às características do CR, relembramos que a produção teórica proposta por Marc Viñas (2014) aponta a centralidade dos vínculos sociais e da pertença a grupos sociais para potenciar estas práticas de consumo.

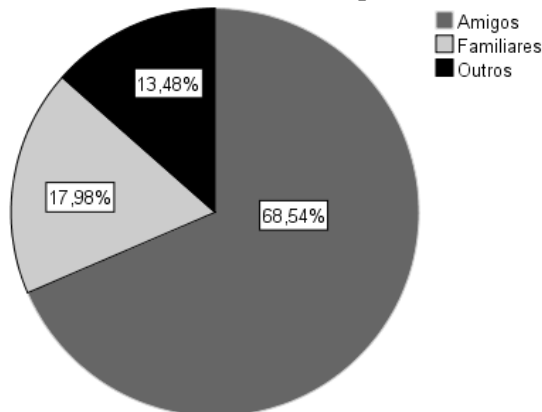
De facto, os resultados empíricos desta investigação revelaram que a maioria dos associados declarou conhecer outros consumidores antes de efetuar inscrição na CFF, nomeadamente amigos e colegas de trabalho, tal como presente nos gráficos que se seguem.

**Ilustração 13 – Conhecimento de outros associados antes da adesão dos consumidores à Cooperativa Fruta Feia**



Fonte: autor

**Ilustração 14 – Tipo de agentes sociais conhecidos pelos associados antes da adesão dos consumidores à Cooperativa Fruta Feia**



Fonte: autor

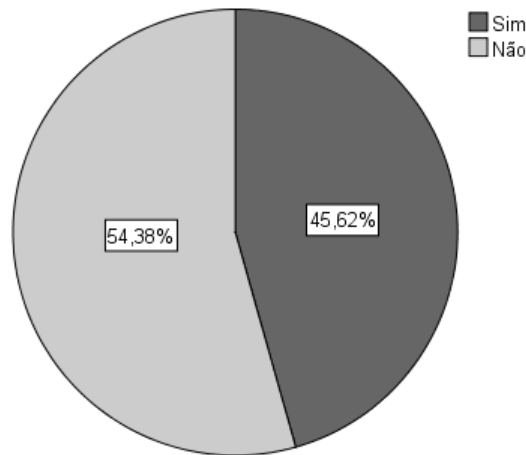
Este aspeto permitiu verificar a importância das redes relacionais e dos grupos de referência, nomeadamente de natureza não familiar, pautadas pela frequência dos contactos diários e quotidianos, enquanto elemento característico da adesão à CFF e, de uma forma mais abrangente, da modalidade responsável de consumo. Esta rede durável de relações institucionalizadas de reconhecimento e de inter-reconhecimento potencia, de acordo com Bourdieu (2010), o desenvolvimento de um *habitus* grupal, momentos de ressocialização pautados pela incorporação de disposições favoráveis ao estilo de vida inerente ao CR, facilita a circulação de informações sobre estas temáticas e sobre a CFF,

*Uma alternativa solidária e responsável de comercializar e consumir:  
o caso de uma cooperativa de consumo*

e potencia a partilha de perceções semelhantes face aos impactos socioambientais do consumo.

Não obstante, e como revela a ilustração que se segue, grande parte dos consumidores da CFF afirmou explicitamente não ter sido motivada por ninguém pertencente da sua rede relacional no sentido de aderir à cooperativa.

**Ilustração 15 - Reconhecimento da influência por parte de outrem no ato de adesão dos consumidores à Cooperativa Fruta Feia**



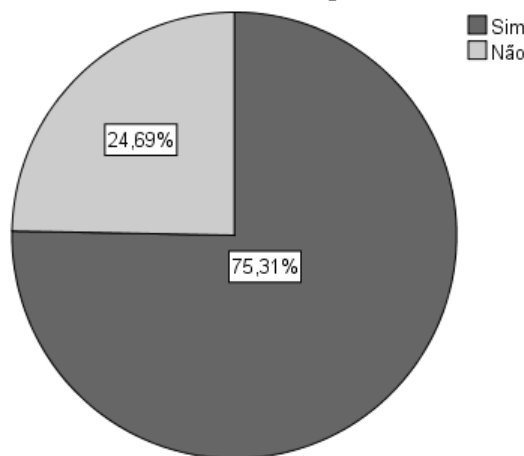
Fonte: autor

Esta possível contradição pode ser esclarecida através da perspectiva de Pierre Bourdieu (2002) segundo a qual as práticas encontram-se ajustadas às probabilidades objetivas e sujeitas ao papel das forças sociais e da distribuição dos recursos, entre eles o capital social, apesar das ações quotidianas tais como as opções de consumo decorrerem na aparência de comportamentos individuais, sem aparente razão explícita, sem que os agentes procedam ao mais pequeno cálculo do contributo das mesmas. Para o autor francês, "é o gosto que une e une as coisas e as pessoas que vão bem juntas, (...) concordam mutuamente" (Bourdieu, 1979, p. 239). Neste sentido, as escolhas são interdependentes e amarradas às escolhas feitas por outros, existindo um vínculo mínimo (Portilho, 2005). Assim, a proposta do CR não se encontra ao alcance da dimensão do simples desejo e nem se desenvolve enquanto ação isolada ou somente individual (Viñas, 2015). Do ponto de vista sociológico, o comportamento do consumidor é orientado por razões psicossociais e historicamente contextualizadas, sendo também muito relevante o papel dos grupos de referência e de pertença (Viñas, 2015).

*Uma alternativa solidária e responsável de comercializar e consumir:  
o caso de uma cooperativa de consumo*

Estes contributos teóricos também possibilitaram a compreensão do facto da esmagadora maioria dos associados ter afirmado integrar na sua rede social pessoas vinculadas à cooperativa, no momento da aplicação do questionário, tal como presente na ilustração que se segue. Estes aspetos consubstanciam, portanto, a importância do conceito de capital social para o entendimento da adesão dos consumidores à CFF e enquanto um dos principais eixos de estruturação da prática de consumo.

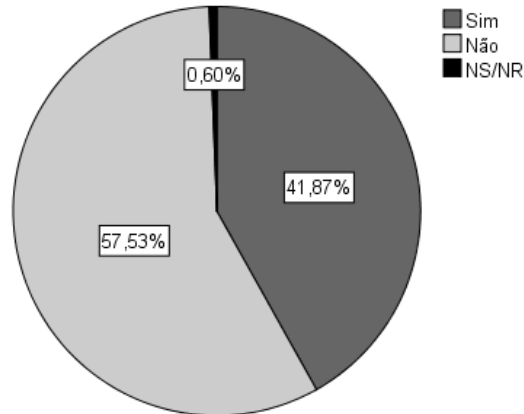
**Ilustração 16 – Conhecimento de associados da cooperativa por parte dos consumidores da Cooperativa Fruta Feia**



Fonte: autor

Outra característica que sustenta a importância do capital social neste plano remete para a participação ativa na sociedade civil, em concreto em associações de consumidores e cooperativas de consumo (Viñas, 2014). Não obstante, observamos que maioria dos associados da CFF não se encontrava filiado a nenhuma organização ou movimento de cidadania, como apresentado no gráfico seguinte.

**Ilustração 17 – Filiação a organizações ou movimentos de cidadania**



Fonte: autor

Ainda assim, perspetivamos que a dimensão dos ativamente envolvidos na sociedade civil não deveria de ser de todo secundarizada, dado o atual cenário nacional marcado por reduzidos níveis de filiação e participação social e pela desafeição face a instituições democráticas (Fernandes, 2014). Com efeito, os dados do Eurostat (2017) relativos a 2015, indicavam que apenas 9% da população portuguesa estava envolvida em atividades de voluntariado formal, um valor bem afastado da média da U.E. a 27, que correspondia a 20% desta população. Neste plano nacional, a realidade observada na CFF revelou-se singular sendo importante, neste plano, a perspetiva de Estanque e Mendes (1997) para a compreensão desta dinâmica segundo a qual os maiores índices de filiação e participação social decorrem nos grupos sociais com maiores graus de escolaridade e que ocupam uma posição classista elevada. Estas considerações, para além de se apresentarem em sintonia com alguns dos resultados obtidos, estão em linha com “estado da arte” do CR, que o associa a elevadas práticas de compromisso e participação social, e a um profundo sentimento de solidariedade em relação a causas públicas (Viñas, 2015).

#### 4.4.4. Retrato socio classista dos consumidores

**Tabela 16 - Localização socioclassista dos associados da Cooperativa Fruta Feia do Grande Porto**

Classes sociais	Frações de classes	Número de associados (n)	(%)
<b>Burguesia</b>	Burguesia Empresarial e Proprietária	1	0,3
	Burguesia Dirigente	32	10,0
	Burguesia Profissional	48	15,0
	Burguesia Dirigente e Profissional	2	0,6
<b>Pequena Burguesia</b>	Pequena Burguesia Intelectual e Científica	163	50,8
	Pequena Burguesia Técnica e de Enquadramento Intermédio	36	11,2
	Pequena Burguesia Independente e Proprietária	6	1,9
	Pequena Burguesia de Execução	27	8,4
	Pequena Burguesia de Execução Pluriativa	2	0,6
	Pequena Burguesia Proprietária e Assalariada	3	0,9
<b>Operariado</b>	Operariado Industrial	1	0,3

Fonte: autor

Tal como indicado nos principais objetivos e interrogações de pesquisa, centramos, também, o olhar sobre a seguinte análise de natureza estrutural: a pertença de classe dos associados da CFF do Grande Porto. Observando a matriz das localizações de classe ilustrada no quadro acima<sup>9</sup>, verificamos que a classe social mais densamente representada foi a Pequena Burguesia, designada comumente por classe média. No âmbito da mesma, observamos o peso maioritário da fração de classe da Pequena Burguesia Intelectual e Científica, demonstrando que grande parte do grupo em análise se localizava nos estrados mais elevados e fortemente capitalizados da Pequena Burguesia, vulgo classe média-alta, o que remete para um enquadramento consideravelmente elevado no plano do espaço social.

Estas tendências de enquadramento socio classista não surpreenderam considerando que os dados obtidos anteriormente destacavam já elevados recursos de qualificações, a predominância da situação de assalariamento e prática de funções profissionais no ramo de formação académica obtida. Ademais, Estanque e Mendes (1997), já alertavam para o facto de, no contexto nacional, a participação em estruturas associativas organizadas ou outras formas de ação coletiva, ser preponderante nos grupos sociais que ocupam uma classe social média-alta.

---

<sup>9</sup> Optamos por remover as categorias sem representação estatística de forma a simplificar a exposição dos resultados obtidos.

A título de curiosidade, a segunda classe social com maior expressividade estatística correspondeu à Burguesia, comumente designada por classe alta, em particular a fração de Burguesia Profissional, a qual abrange os indivíduos que se enquadram num dos lugares mais elevados da hierarquia social e que remetem principalmente para profissionais liberais com elevados recursos de qualificações e que trabalham por conta própria.

Em contrapartida, as classes sociais menos representadas na CFF foram as classes sociais polares, isto é, o Operariado, por um lado, e a Burguesia Empresarial e Proprietária (integrativa dos grandes empresários), por outro. Foram também raros os consumidores localizados em situações classistas pluriactivas.

No plano geral, somando o conjunto de consumidores da CFF que se enquadram na Burguesia e na fração da Pequena Burguesia Intelectual e Científica, verificamos um posicionamento bastante elevado no plano socio classista. Este enquadramento revelou-se muito diferente das grandes tendências de estruturação classista nacional, as quais se pautam pela predominância das frações médias executantes – e não elevadas – da Pequena Burguesia, o que reflete, mais uma vez, as tendências contraditórias que atravessam a dita modernidade inacabada da sociedade portuguesa (Estanque; Mendes, 1997).

Os resultados obtidos dotaram-se de relevo interpretativo considerando a visão teórica de Pierre Bourdieu (2002) acerca da estruturação da estilização e da estetização das práticas de consumo pelo enquadramento classista e respetivo *habitus* de classe. De facto, a predominância da classe média-alta nos consumidores da CFF refletiu a existência daquilo que o autor designa por homologia, isto é, de uma “(...) relação dialética entre as estruturas objetivas e as estruturas cognitivas motivacionais (...)” (p. 179). Tal implica considerar o gosto e o consumo enquanto atos estruturados socialmente por uma determinada classe ou fração de classe, nos quais intervém um conjunto de capitais específicos – no caso dos consumidores da CFF, o capital cultural institucionalizado, incorporado, o capital social e o capital simbólico agregado à Pequena Burguesia Intelectual e Científica assumem preponderância no universo em estudo. Neste sentido, e a título exemplificativo, já no seu estudo sobre alimentação, Bourdieu (2010) verificou que a preferência em torno de alimentos mais ligeiros – com o caso do ramo fruto hortícola aqui estudado – e a redução dos consumos alimentares no dia a dia – uma das

principais vertentes do CR e dos motes da CFF - é tanto mais ativada quanto se sobe na hierarquia social.

De facto, para Bourdieu (2002), têm probabilidades maiores de partilhar experiências e situações análogas – como a adesão a uma cooperativa de consumo ou optar por práticas de consumo responsáveis - os atores sociais que se encontram num meio social com uma *fisionomia* semelhante, isto é, que ocupam a mesma posição no espaço social e que partilham um *habitus* de classe próximo (neste caso, os inerentes à Pequena Burguesia Intelectual e Científica) do que membros que provêm de classes ou grupos diferentes. De acordo com a sua interpretação, um determinado comportamento grupal no mesmo sentido exige que todos os seus membros apreendam a importância dos fenómenos de forma parcialmente idêntica - neste caso, uma visão do mundo particular favorável ao CR – o que envolve a partilha de um tipo semelhante de disposições e recursos, principalmente de capital cultural.

Dada a correspondência entre prática e classe ao nível do grupo social estudado – localizada nos patamares superiores do espaço social – optamos por refletir em torno da adesão à CFF e do CR enquanto práticas de distinção social. De acordo com Bourdieu (2010), a apropriação de bens raros simbólica e quantitativamente é feita principalmente por grupos sociais mais capitalizados, em particular por profissionais liberais com elevado capital económico, escolar e cultural. Este seu contributo demonstrou-se compatível com os já mencionados resultados sociodemográficos obtidos em torno dos consumidores da CFF, que revelam um gosto culturalmente informado e enformado.

Portanto, mesmo que a originalidade do projeto da CFF e o prestígio social da cooperativa (associada à constituição de um projeto original e pioneiro em Portugal e no plano global) não tenham sido assinalados pelos associados enquanto motivos primaciais na adesão à mesma, não podemos deixar de perspetivar, por um lado, a homogeneidade social da procura que a sustenta (afiliação social) e, por outro, a raridade da oferta e o seu carácter distinto. Consecutivamente, optamos por afirmar, ainda que não de forma absoluta (pois não constituiu o propósito destes atores sociais), a compra de produtos na CFF como um marcador social, isto é, como um objeto de demarcação induzido de elevado estatuto social, opondo-se, neste sentido, ao consumo vulgar e comum que ocorre nas grandes superfícies comerciais.



Os presentes dados empíricos estão em concordância com as conclusões de outros estudos efetuados sobre a presente temática. Marc Viñas (2015) explicita na tua tese sobre CR que são as classes médias e médias altas, associadas a níveis mais consolidados de bem-estar material, que tendem a reproduzir o discurso de CR, projetando-os nos seus estilos de vida. Ademais, o mesmo autor atenta que o caráter/valor simbólico inovador e exótico da mercadoria de CR, desempenha um papel importante de diferenciação e de estatuto social - uma vertente que tem vindo a ser negligenciada nas investigações elaboradas em torno desta temática (2014). Por sua vez, Sandra Lima Coelho (2015) afirma que a compra por valores morais do comércio justo assume maior preponderância nas elites culturais, isto é, nos consumidores com habilitações superiores (detentores de mestrado, doutoramento ou pós-doutoramento), desempenhando profissões qualificadas nos lugares de classe técnicos e de enquadramento, dirigentes e profissionais liberais. A mesma autora considera que estas tendências acompanham os estudos europeus. Focando-se no perfil socioclassista do consumidor justo belga, Pelsmacker, Driesen e Rayp (cit. por Coelho, 2015) concluíram que este tendem a deter níveis de educação superior, usufrui de rendimentos relativamente elevados e detém elevado *status* social.

As presentes conclusões reunidas postulam a sobrevivência da análise de classes, contrariando a tese do seu declive. De facto, a complexidade do mundo atual pautado pelo crescimento de fenómenos sediados fora do campo de produção, como o caso da esteticização dos consumos e movimentos de cidadania – aspetos que tocam no perfil identitário da CFF – não culmina no declínio de classes sociais mas no seu reposicionamento (Estanque; Mendes, 1997). Neste sentido, a estrutura de classes continua a modelar as subjetividades e os modos de vida dos atores sociais, mantendo-se uma proximidade entre localizações de classe, orientações subjetivas e práticas sociais.

Em jeito de conclusão deste capítulo e respondendo diretamente à segunda subquestão de partida relativa às motivações subjacentes à adesão à CFF, verificamos e um conjunto motivacional pautado, principalmente, pelo foro ético, isto é, com vista a contribuir para missão do projeto de redução do desperdício alimentar, pela dimensão ambiental, visando reduzir os impactos ecológicos associados ao desperdício alimentar e, também, pela natureza social, procurando apoiar e melhorar as condições económicas dos

agricultores. Estes motivos principais remeteram para raciocínios de carácter ideológico, isto é, valorativo e pós materialista, os quais foram ao encontro da hipótese teórica apresentada e permitiram validar os contornos da mesma.

Num plano intermédio surgiram as motivações de ordem instrumental e materialista, isto é, baseadas em critérios económicos - o que permitiu afirmar a presença de um cruzamento entre valores materialistas e pós-materialistas, por parte deste grupo social em análise, sobrepondo-se sempre a relevância dos fatores de adesão sustentados em valores ideológicos.

Relativamente a este “perfil” motivacional, o grupo de associados da CFF mostrou-se em sintonia com outras vertentes teoricamente associadas ao CR: (1) mostraram conhecer os contornos, a relevância e as implicações do CR, refletindo um robusto capital cultural incorporado; (2) no plano das principais ações de CR mais desenvolvidas, desencadeavam principalmente a vertente prática comparativamente à vertente informativa e reflexiva do mesmos; (3) e possuem um capital social composto por indivíduos que desenvolvem práticas de CR, apontando a centralidade dos vínculos sociais. Importa, também, sublinhar, ao nível das práticas de participação social, a proximidade deste grupo face às tendências delineadas na literatura científica do CR e o afastamento face aos padrões da estrutura social portuguesa nesse plano.

No tocante à resposta à pergunta de partida relativa ao enquadramento socio classista dos consumidores da CFF, observamos a existência de regularidades sociais, o sentido da hipótese teórica delineada, o que permitiu a sua validação. Os resultados dos inquéritos confirmaram a existência de um perfil socio classista predominante na CFF: enquadrado nos lugares de classe mais elevados da Pequena Burguesa, a Pequena Burguesa Intelectual e Científica, e na Burguesia, a fração da Burguesia Profissional. Nestes lugares de classe assumem-se prementes os recursos organizacionais e sobretudo, económicos e de credenciais. Por outras palavras, constituem setores do espaço social associado a níveis consolidados de bem-estar material e a contextos sociais, culturais e económicos favorecidos. Tal permitiu, da nossa parte, afirmar a concentração deste grupo nos espaços médios-altos das classes sociais.

Desta forma, o olhar sociológico acerca deste articulado de raciocínios não deixou, portanto, de perspetivar a prevalência de uma certa homogeneidade e opacidade

social do agrupamento estudado e um estreitamento do espectro classista, estando a maioria dos consumidores da CFF como que *acantonados* num espaço social comum, na partilha de condições e propriedades objetivas muito próximas (volume e complexidade de capitais escolares e culturais semelhantes). Como tal, o CR que decorre na CFF, não demonstrou ser um consumo tendencialmente transversal no sentido transclassista, dado o facto da sua procura decorrer de indivíduos que ocupam setores muito específicos e limitados da população com isto é. Nas palavras de Bourdieu, é o *habitus* de classe que, neste caso, funciona como um “(...) verdadeiro princípio desta orquestração sem chefe de orquestra que confere regularidade, unidade e sistematicidade às práticas de um grupo ou de uma classe” (Bourdieu, 2002, p. 169).

Estes registos foram, portanto, bem reveladores da importância da estrutura social e dos seus mecanismos sobre o plano individual e da ação, o que reforça a vertente estruturalista da sociologia do consumo. Como indica Silva (2010), os constrangimentos estruturais (instituições sociais, ordem económica, política, cultural, entre outras), socioeconómicos (género, idade, nível de instrução, lugar de classe, etc.) e os contextos de socialização e de interação (familiar, escolar, laboral, esfera amical e de lazer) são alguns dos traços distintivos das práticas de consumo e os principais sustentáculos da monitorização reflexiva da ação a este nível. Neste sentido, mesmo no plano das identidades no plano da modernidade, as escolhas de consumo e os estilos de vida nunca estão totalmente livres do constrangimento social, isto é, do efeito dos recursos disponíveis, tal como percebe Carlos Fortuna (1999).

## **Considerações finais**

A título de síntese final, relembramos os dois eixos de análise principais que figuraram a presente dissertação - o universo dos produtores e dos consumidores inscritos na CFF do Grande Porto – e os motivos subjacentes à sua adesão à cooperativa em estudo. Neste sentido, sublinhamos que os principais resultados empíricos obtidos confirmaram as hipóteses teóricas apresentadas e sugeriram a heurística do enquadramento teórico mobilizado.

No tocante aos agricultores inscritos na CFF, observamos uma simultaneidade tripla dos valores economicistas, tradicionais e em sintonia com os princípios da ESS. Primeiramente, foram os fatores de natureza económica dos principais sustentáculos da adesão à cooperativa, procurando nesta um meio para incrementar os seus rendimentos, obtendo um ganho igual ou superior aos custos de produção. Esta justificação indicou um grupo plenamente integrado no mercado liberal e munido de uma racionalidade fortemente orientada de acordo com os seus princípios e principais regras.

Outra vertente também bastante premente nas representações sociais partilhadas por este grupo social, e que permitiu compreender de forma mais lata a razão da sua presença na CFF, constituiu o forte gosto desenvolvido em torno da prática agrícola e que se refletiu no acompanhamento de todas as fases da produção e no profundo respeito pelo produto final e pela natureza. Esta vertente de profunda identificação permitiu, de igual forma, perspetivar a presença de resquícios de um *ethos* camponês tradicional, dada a valorização de valores tais como a terra, o trabalho, a família e a liberdade, encarando a agricultura mais como um modo de vida que condiciona todos os outros domínios, do que uma prática circunscrita à esfera profissional.

A última dimensão destacada pelos agricultores e que se revelou bastante premente principalmente para o entendimento da manutenção do vínculo deste grupo para com a CFF constituiu a sua visão político-ideológica. Por um lado, estes atores sociais reconheceram ocupar uma posição de penalização no mercado - dada a desigual distribuição de poder entre os agentes socioeconómicos e a fraca capacidade de negociação – e o intenso individualismo e rivalidade existente entre os agricultores portugueses. Por outro lado, os produtores entrevistados admitiram valorizar alguns dos

princípios da ESS, indicando ter conquistado, ao longo do tempo de colaboração com a CFF, benefícios não previstos. Concretamente, e de forma sintética, para além de terem reconhecido a importância das cooperativas de produção e de consumo para conciliar esforços de investimento e produção, destacaram ter encontrado na cooperativa um espaço que (1) procura melhorar as suas condições socio económicas e incrementar o seu poder de negociação, (2) que respeita as suas lógicas e ritmos de trabalho, nomeadamente o intercâmbio respeitoso com a natureza, (3) e que desenvolve um trato relacional empático, personalizado, próximo e solidário.

Relativamente aos consumidores da CFF, estes aderiram a esta organização da ES motivados essencialmente por valores pós-materialistas, ou seja, (1) por motivos éticos, procurando contribuir para missão do projeto de redução do desperdício alimentar, (2) por razões ambientais, visando reduzir os impactos ecológicos associados a este fenómeno, (3) e por fins sociais, de forma ajudar na melhoria das condições socioeconómicas dos agricultores. Num plano intermédio, mas ainda importante, destacaram-se os fatores de ordem materialista, isto é, de forma a aceder a bens alimentares a um preço comparativamente mais baixo ao praticado no mercado regular.

Este universo de motivações dos consumidores revelou a centralidade de dois elementos estruturantes: do capital cultural incorporado, na medida em que se mostraram bem informados acerca dos contornos do CR, e também do capital social, ao integrarem nas suas redes relacionais indivíduos que desenvolviam, também, estas práticas. No tocante ao enquadramento socio classista dos mesmos, observamos um perfil predominante na CFF: a Pequena Burguesa Intelectual e Científica, ou seja, a concentração deste grupo nos espaços médios-altos da hierarquia social associados a níveis consolidados de bem-estar material e a contextos sociais, culturais e económicos tendencialmente favorecidos. Este estreitamento do espectro classista permitiu-nos afirmar a existência de uma certa homogeneidade e opacidade social no agrupamento estudado, apelando a um setor muito específico e minoritário da população.

Reforçamos, também a importância do objeto empírico estudado, relembando o reconhecimento da CFF nos círculos políticos, económicos e mediáticos, tratando-se de uma iniciativa com inegável sucesso no alcance dos seus objetivos, no seu modelo de

negócio - ecológica, económica e socialmente sustentável - e no carácter democrático da sua gestão e estrutura organizativa.

Este espaço de comércio alternativo é, com efeito, exemplo da vertente menos ortodoxa da economia e, assim como da economia enquanto conceito lato, não reduzida a parâmetros estritamente comerciais e monetários. De facto, o cooperativismo e a ESS surgiram para desenvolver uma outra economia ao serviço do homem, somando capacidades dentro de um mundo de concorrência e unindo indivíduos com as mesmas dificuldades em torno objetivos comuns, neste caso, a redução do desperdício alimentar, a alteração dos padrões de consumo e da melhoria da posição dos agricultores no plano económico (Sales, 2010).

Não obstante, perspetivamos que os resultados obtidos concorreram para a importância dos eixos estruturantes, sugerindo a existência de alguns obstáculos no desenvolvimento das iniciativas da ESS, do CR e da melhoria das condições dos produtores agrícolas a longo prazo e de forma bem mais generalizada.

Primeiramente, sublinhamos enquanto possíveis e principais barreiras à potencialização destes fenómenos sociais, em primeiro lugar, o CR enquanto fenómeno resultante e originário das lógicas de reprodução social, pois reflexo da desigual distribuição social dos recursos culturais e sociais e porque desenvolvido sobretudo por indivíduos cujo enquadramento socio classista se revelou fortemente vincado.

Em segundo lugar, pode constituir um risco para o desenvolvimento de todas estas vertentes da ESS, o facto do discurso institucional dominante sublinhar que qualquer mudança de foro económico, social e ambiental, como por exemplo, a redução do desperdício alimentar, depende unicamente do indivíduo enquanto consumidor final, e não de todos os agentes socioeconómicos da cadeia de aprovisionamento alimentar. Por outras palavras, desloca-se a tónica para a responsabilização dos indivíduos e não das empresas e dos agentes políticos e económicos (Portilho, 2005).

No âmbito da RC e da sociologia rural, e dada a escassa literatura em torno das recentes transformações no plano das práticas e representações à escala rural, é premente a realização de novos estudos sobre estes movimentos e novas lógicas de organização

produtiva que vão surgindo. A economia solidária pode constituir um quadro de recuperação e transformação destas práticas.

Por último, a literatura sublinha que um dos principais fatores de estagnação do cooperativismo remete para o lugar do mesmo no contexto de capitalismo avançado. Este contexto (1) reduz a visibilidade e os conhecimentos em torno de formas económicas estranhas ao capitalismo, até porque, e nas palavras de Singer (2010) “o capitalismo tornou-se dominante há tanto tempo que tendemos a tomá-lo como normal ou natural” (p. 7); (2) contribui para a insuficiente socialização para a autogestão e para a formação democrática dos indivíduos; (3) e nutre uma clara desconfiança, quer por parte das organizações empresariais, quer ao nível dos poderes públicos, relativamente a um setor da economia que não se enquadra nos princípios neoliberais. Para além destes aspetos, o contexto nacional ainda enfrenta o envelhecimento das estruturas e lideranças, a passividade e relutância de muitos profissionais, a distância face a uma visão de negócios e de mercado, o peso do financiamento público vertical e central e o clima organizacional pautado por salários baixos, sistemas hierárquicos e rotinas administrativas pesadas (Estivill, 2014).

Estes aspetos estruturais não minimizam, contudo, a importância do grau de autonomia e a capacidade de ação dos sujeitos para a mudança social, mesmo que sujeita a condicionantes estruturais. Neste sentido, a conclusão desenvolvida em torno desta investigação deve ser encarada de acordo com uma dupla vertente de síntese que combina o peso da estrutura com as potencialidades do campo da ação.

De facto, os resultados empíricos reunidos demonstraram os valores da CFF, os intuítos dos consumidores-associados e as ambições de transformação dos produtores como elementos de transformação dos padrões de consumo atuais e do paradigma socioeconómico dominante no sentido do desenvolvimento de relações sociais mais estreitas e colaborativas.

Desta forma, uma das virtualidades destes fenómenos constitui o olhar para os indivíduos não como elementos passivos mas enquanto protagonistas ativos do seu destino, sublinhando a capacidade de cada um fazer para melhorar o mundo em que vive, mesmo que a materialização da mudança se prolongue no tempo (Coelho, 2015).

## Referências bibliográficas

### Monografias

- CITTADINI, Roberto [et al.] (2010) - *Economía social y agricultura familiar: hacia la construcción de nuevos paradigmas de intervención*. Buenos Aires: Ediciones INTA. ISBN 978-987-1623-53-2.
- CRESWELL, John W. (2014) – *Research design: qualitative, quantitative and mixed methods approaches*. 4.a ed. Londres: Sage Publications, Inc. ISBN 978-1-4522-.
- BACELAR, Manuel (1999) - *Amostragem nas Ciências Sociais*. In Relatório de aula teórico-prática. Porto: Faculdade de Economia do Porto.
- BOURDIEU, Pierre (2002) – *Esboço de uma teoria da prática: precedido de três estudos de etnologia cabila*. Oeiras: Celta Editora. ISBN 972-774-142-8.
- BOURDIEU, Pierre (2010) – *A distinção: uma crítica social da faculdade do juízo*. Lisboa: Edições 70, Lda. ISBN 978-972-44-1577-2.
- D'ANCONA, Ángeles (2001) – *Metodología cuantitativa: estrategias y técnicas de investigación social*. Madrid: Editorial Síntesis. ISBN 84-7738-420-7.
- ESTANQUE, Elísio; MENDES, José Manuel (1997) - *Classes e desigualdades sociais em Portugal: um estudo comparativo*. Porto: Edições Afrontamento. ISBN 972-36-0440-X.
- FREIRE, João (2002) – *Sociologia do trabalho*. Porto: Edições Afrontamento. ISBN 978-972-36-1387-2.
- FORTUNA, Carlos (1999) – *Identidades, percursos, paisagens culturais: estudos sociológicos de cultura urbana*. Celta Editora. Oeiras. ISBN 972-774-033-2.
- GARRIDO, Álvaro (2016) - *Cooperação e solidariedade: uma história da economia social*. Lisboa: Tinta da China. ISBN 978-989-671-300-3.
- GHIGLIONE, Rodolphe; MATALON, Benjamin (2005) - *O inquérito: teoria e prática*. 4.<sup>a</sup> ed. reimpressa. Oeiras: Celta Editora. ISBN 972-774-120-7.



*Uma alternativa solidária e responsável de comercializar e consumir:  
o caso de uma cooperativa de consumo*

- GIDDENS, Anthony (1994) – *Modernidade e identidade pessoal*. Oeiras: Celta Editora. ISBN 972-8027-11-7.
- (1996) - *Novas regras do método sociológico: uma crítica positiva às sociologias interpretativas*. 2.ª ed. Lisboa: Gradiva. ISBN 972-662-465-7.
- GUERRA, Isabel Carvalho (2014) - *Pesquisa qualitativa e análise de conteúdo: sentido e formas de uso*. 2.ª ed. Estoril: Principia Editora. ISBN 978-972-8818-66-1.
- HILL, Manuela; HILL, Andrew (2009) – *Investigação por questionário* 2.ª ed. Lisboa: Edições Sílabo. ISBN 978-972-618-273-3.
- INGLEHART, Ronald (1977) - *The silent revolution: changing values and political styles among western publics*. New Jersey: Princeton University Press. ISBN 0-691-07585-9.
- (1998) – *Modernización y posmodernización: el cambio cultural, económico y político em 43 sociedades*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas. ISBN 84-7476-270-7.
- MACIONIS, John; PLUMMER, Ken (2003) - *Sociology: a global introduction*. 2.a ed. Essex: Pearson Education Limited.
- PARENTE, Cristina (2014) - Introdução. In, PARENTE, Cristina, coord. - *Empreendedorismo social em Portugal* [Em linha]. Porto: Universidade do Porto - Faculdade de Letras. [Consult. 3 dez. 2017]. Disponível em <http://web3.letras.up.pt/empsoc/index.php/producos/category/44-producos-finais?download=89:e-book>.
- PARENTE, Cristina; MARCOS, Vanessa; DIOGO, Vera (2014) - Sobre inovação e empreendedorismo social. In, PARENTE, Cristina, coord. - *Empreendedorismo social em Portugal* [Em linha]. Porto: Universidade do Porto - Faculdade de Letras. [Consult. 23 dez. 2017]. Disponível em <http://web3.letras.up.pt/empsoc/index.php/producos/category/44-producos-finais?download=89:e-book>.
- PARENTE, Cristina; QUINTÃO, Carlota (2014) - Uma abordagem eclética ao empreendedorismo social. In, PARENTE, Cristina, coord. -

- Uma alternativa solidária e responsável de comercializar e consumir:  
o caso de uma cooperativa de consumo*
- Empreendedorismo social em Portugal* [Em linha]. Porto: Universidade do Porto - Faculdade de Letras. [Consult. 3 dez. 2017]. Disponível em <http://web3.letras.up.pt/empsoc/index.php/produtos/category/44-produtos-finais?download=89:e-book>.
- PERETZ, Henri (2000) – *Métodos em sociologia: a observação*. Lisboa: Temas e Debates. ISBN 972-759-216-3.
- PLOEG, Jan Douwe van der (2008) - *Camponeses e impérios alimentares: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização*. Porto Alegre: UFRGS Editora. ISBN 978-85-386-0029-9.
- PORTILHO, Fátima (2005) – *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania*. São Paulo: Cortez Editora. ISBN 85-249-1154-9.
- QUIVY, Raymond; CAMPENHOUDT, Luc Van (1992) - *Manual de investigação em ciências sociais*. Lisboa: Gradiva. ISBN 972-662-275-1.
- RIBEIRO, Ana (2009) - *Empreendedorismo e formação para inovar na agricultura*. Lisboa: Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade de Lisboa. Tese de mestrado em ciências da educação [Em linha]. [Consult. 30 nov. 2017]. Disponível em <http://repositorio.ul.pt/handle/10451/917?locale=en>.
- SANTOS, Filipe; CARVALHO, Isabel; SALVADO, João (2013) - *Manual para transformar o mundo*. 2.a ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian. ISBN 978-972-31-1492-8.
- SINGER, Paul (2010) – *Introdução à economia solidária*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo. ISBN 85-86469-51-3.
- SILVA, Augusto (2006) – *A sociologia e o debate público: estudos sobre a relação entre conhecer e agir*. Porto: Edições Afrontamento. ISBN 972-36-0807-6.
- VEIGA, José (2005) – *Território e desenvolvimento local*. Oeiras: Celta Editora. ISBN 972-774-231-9.
- VICENTE, Paula; REIS, Elizabeth (1996) – *Sondagens: a amostragem como factor decisivo de qualidade*. Lisboa: Edições Sílabo. ISBN 978-972-618-256-6.

## **Publicações periódicas**

- ALMEIDA, João Ferreira de; COSTA, António Firmino da; MACHADO, Fernando Luís (1988) – Famílias, estudantes e universidade: painéis de observação sociográfica. *Sociologia, Problemas e Práticas* [Em linha]. N.º 4, p. 11-44. [Consult. 20 ago. 2018]. Disponível em <http://sociologiapp.iscte-iul.pt/fichaartigo.jsp?pkid=394>. ISSN 2182-7907.
- AMARO, Rogério Roque (2009) - Desenvolvimento local. In CATTANI, Antonio David [et al.], auts. - *Dicionário internacional da outra economia*. Coimbra: Centro de Estudos Sociais. ISBN 978-972-40-3722-6. p. 108-113.
- ALMEIDA, João Ferreira de (1984) - Classes sociais, votos e poder: um espaço camponês. *Análise Social* [Em linha]. Vol. XX (84), n.º 5, p. 583-620. [Consult. 5 jun. 2018]. Disponível em <https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/6753/1/Almeida%2C%20Jo%C3%A3o%20Ferreira%20de%20%291984%29%2C%20Vol.%20XX%2C%20N%C2%BA%2084%2C%20pp.%20583-619.pdf>. ISSN 2182-2999.
- BOURDIEU, Pierre (1989) - Social space and symbolic power. *Sociological Theory* [Em linha]. Vol. 7, n.º 1, p. 14-25. [Consult. 23 ago. 2018]. Disponível em <http://links.jstor.org/sici?sici=0735-2751%28198921%297%3A1%3C14%3ASSASP%3E2.0.CO%3B2-T>. ISSN 1467-9558.
- CABRAL, Manuel (1981) – A ética dos estudos camponeses: notas breves para uma reflexão sobre. o campesinato e o seu «futuro» em Portugal. *Revista Crítica de Ciências Sociais* [Em linha]. N.º 7/8, p. 135-148 [Consult. 3 mar. 2018]. Disponível em <http://www.ces.uc.pt/rccs/includes/download.php?id=148>. ISSN 2182-7435.
- COELHO, Sandra (2011) - Análise do modelo organizacional de uma associação de comércio justo portuguesa sociologia. *Sociologia: Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto* [Em linha]. Vol. XXII, p. 111-127.

*Uma alternativa solidária e responsável de comercializar e consumir:  
o caso de uma cooperativa de consumo*

Disponível em <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/9903.pdf>. ISSN 0872-3419.

- (2015) - Sobre a justiça no comércio e as escolhas morais de consumo: o caso dos consumidores de comércio justo. *Sociologia: Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto* [Em linha]. Número Temático - Práticas de consumo: valores e orientações, p. 15-40. [Consult. 14 abril 2017]. Disponível em <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/13636.pdf>. ISSN 0872-3419.

JÚNIOR, Álvaro; JÚNIOR, Nazir (2011) - A utilização da técnica da entrevista em trabalhos científicos. *Evidência* [Em linha]. 2011, vol. 7, n.º 7, p. 237-250 [Consult. 3 jan. 2018]. Disponível em <http://www.uniaraxa.edu.br/ojs/index.php/evidencia/article/view/200/186>. ISSN 1808-2307.

LAVILLE, Jean-Louis (2009) - A economia solidária: um movimento internacional. *Revista Crítica de Ciências Sociais* [Em linha]. Mar. 2009, vol. 84, p. 7-47 [Consult. 10 nov. 2017]. Disponível em <http://journals.openedition.org/rccs/381#text>. ISSN 2182-7435.

LECHAT, Noëlle (2002) - Economia social, economia solidária, terceiro setor: do que se trata?. *Civitas - Revista de Ciências Sociais*. Vol. 2, n.º 1, p. 123-140. [Consult. 3 dez. 2016]. Disponível em <http://revistaseletronicas.pucrs.br/fo/ojs/index.php/civitas/article/view/91/1673>. ISSN 1519-6089.

LOPES, João Teixeira (2000) - Itinerário teórico em torno da produção dos fenómenos simbólicos. *Sociologia: Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto* [Em linha]. Série I, Vol. 10, p. 27-78. [Consult. 29 dez. 2017]. Disponível em <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/1474.pdf>. ISSN 0872-3419.

MAGALHÃES, Dulce (1994) - Classes sociais e trajetórias intergeracionais. *Sociologia: Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto* [Em linha]. Vol. 4, p. 173-217. [Consult. 19 ago. 2018]. Disponível em

<http://ojs.letras.up.pt/index.php/Sociologia/article/view/2602/2386>. ISSN 0872-3419.

- MÉNDEZ, Cecilia; BENITO, Cristóbal (2005) - Consumo, seguridad alimentaria y salud: una perspectiva de análisis desde las ciencias sociales. *Revista Internacional de Sociología* [Em linha]. N.º 40, p. 9-19. [Consult. 29 mai 2018]. Disponível em <http://revintsociologia.revistas.csic.es/index.php/revintsociologia/article/view/187/422>. ISSN 0034-9712.
- MENDRAS, Henri (2002) - The invention of the peasantry: a moment in the history of post-world war II french sociology. *Revue Française de Sociologie* [Em linha]. Vol. 43-1, p. 157-171. [Consult. 20 mai. 2018]. Disponível em [https://www.persee.fr/doc/rfsoc\\_0035-2969\\_2002\\_sup\\_43\\_1\\_5569](https://www.persee.fr/doc/rfsoc_0035-2969_2002_sup_43_1_5569). ISSN 1958-5691.
- MINTZBERG, Henry (1984) - Power and Organization Life Cycles. *Academy of Management Review* [Em linha]. Vol. 9, n.º 2, p. 207-224. [Consult. 20 set. 2018]. Disponível em <https://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=6&sid=c9dae651-df82-4593-9d6a-21d2084c6eb8%40sdc-v-sessmgr06>. ISSN 0363-7425.
- MULGAN, Geoff (2006) - Process of Social Innovation. *Innovations: Technology, Governance, Globalization* [Em linha]. Vol. 1 (2), p. 145-162. [Consult. 20 set. 2018]. Disponível em <https://www.mitpressjournals.org/doi/pdf/10.1162/itgg.2006.1.2.145>. ISSN 1558-2477.
- PINTO, José Madureira (1977) – A etnologia e a sociologia na análise de colectividades rurais. *Análise Social* [Em linha]. Vol. XIII (52), 1977-4.º, p. 805-828. [Consult. 27 dez. 2017]. Disponível em <http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/122391811508eJY8xv7Hh73MP5.pdf>. ISSN 0003-2573.
- RIBEIRO, Raquel (2008) - O consumo: uma perspectiva sociológica. In CONGRESSO PORTUGUÊS DE SOCIOLOGIA, VI. Lisboa, 2008 - *Mundos sociais: saberes e práticas* [Em linha]. Faculdade de Ciências

*Uma alternativa solidária e responsável de comercializar e consumir:  
o caso de uma cooperativa de consumo*

Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa. [Consult. 28 dez.

2017]. Disponível em <http://historico.aps.pt/vicongresso/pdfs/105.pdf>.

SALES, João (2010) - Cooperativismo: Origens e Evolução. *Revista Brasileira de Gestão e Engenharia* [Em linha]. N.º 1, p. 23-34 [Consult. 12 dez. 2017]. Disponível em <http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia/article/view/30/23>. ISSN 2237-1664.

SILVA, Isabel Cruz (2010) - Entre constrangimento e criatividade. *Sociologia: Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto* [Em linha]. Série I, Vol. 20, 167-190 [Consult. 8 dez. 2017]. Disponível em <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/8793.pdf>. ISSN 0872-3419.

SILVA, Manuel Carlos (1987) - Camponeses nortenhos: «conservadorismo» ou estratégias de sobrevivência, mobilidade e resistência?. *Análise Social* [Em linha]. Vol. XXIII (97), n.º 3, p. 407-445. [Consult. 24 mar. 2018]. Disponível em <http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/1223027118Z2yBO1lx3Pr85OD6.pdf>. ISSN 2182-2999.

VIÑAS, Marc (2014) - De los vínculos en el consumo al consumo en los vínculos: análisis de las formas de sociabilidad en las prácticas de consumo ecológico. *RES. Revista Española de Sociología* [Em linha]. N.º 22, p. 67-100 [Consult. 10 nov. 2017]. Disponível em <http://base.socioeco.org/docs/articulo.pdf>. ISSN 1578-2824

- (2015) - L'economia moral del consum responsable: una mirada sociològica. *Medi, Ambient. Tecnologia i Cultura* [Em linha]. N.º 52, p. 4-13 [Consult. 8 dez. 2017]. Disponível em <http://www.raco.cat/index.php/MATiC/article/view/305434/396827>. ISSN 2014-1017.

WANDERLEY, Maria (2003) - Agricultura familiar e campesinato: rupturas e continuidade. *Estudos Sociedade e Agricultura* [Em linha]. Vol. 11, n.º 21, p. 42-61. [Consult. 20 jul. 2018]. Disponível em <https://revistaesa.com/ojs/index.php/esa/article/view/238/234>.

*Uma alternativa solidária e responsável de comercializar e consumir:  
o caso de uma cooperativa de consumo*

WOORTMANN, Klaas (1990) - Com parentes não se negocia: o campesinato como ordem moral. *Anuário Antropológico* [Em linha]. N.º 87, p. 11-73. [Consult. 20 jul. 2018]. Disponível em <http://reformaagrariaemdados.org.br/sites/default/files/Com%20parente%20n%C3%A3o%20se%20neguecia%20In%20Anu%C3%A1rio%20Antropol%C3%B3gico%20-%20WOORTMANN,%20K..pdf>.

## **Documentos estatísticos**

CASES, CIRIEC – Cooperativa António Sérgio para a Economia Social; Centro Internacional de Investigación e Información sobre la Economía Pública, Social y Cooperativa (2012) - *As cooperativas e o emprego jovem em Portugal: resultados de um inquérito às cooperativas* [Em linha]. [Consult. 2 dez. 2017]. Disponível em [https://www.cases.pt/wp-content/uploads/CASES\\_e\\_%20CIRIEC\\_Emprego\\_Jovem.pdf](https://www.cases.pt/wp-content/uploads/CASES_e_%20CIRIEC_Emprego_Jovem.pdf).

CE - Comissão Europeia – (2016) – Portugal: CAP in your country [Em linha]. [Consult. 17 dez. 2017]. Disponível em [https://ec.europa.eu/agriculture/sites/agriculture/files/cap-in-your-country/pdf/pt\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/agriculture/sites/agriculture/files/cap-in-your-country/pdf/pt_en.pdf).

– (2017) – A PAC explicada: pagamentos diretos aos agricultores 2015-2020 [Em linha]. [Consult. 4 dez. 2017]. Disponível em <https://publications.europa.eu/pt/publication-detail/-/publication/541f0184-759e-11e7-b2f2-01aa75ed71a1/language-en/format-PDF/source-47234603>.

CIRIEC - Centro internacional de pesquisa e informação sobre economia pública, social e cooperativa (2012) - *A economia social na União Europeia* [Em linha]. [Consult. 2 julho. 2017]. Disponível em <https://www.eesc.europa.eu/resources/docs/eesc-2007-11-pt.pdf>.

CNCDA - Comissão Nacional de Combate ao Desperdício Alimentar (2017) - *Estratégia nacional e plano de ação de combate ao desperdício alimentar: desperdício alimentar zero, produção sustentável para um consumo*

*Uma alternativa solidária e responsável de comercializar e consumir: o caso de uma cooperativa de consumo responsável* [Em linha]. [Consult. 11 dez. 2017]. Disponível em <http://www.gpp.pt/images/MaisGPP/Iniciativas/CNCDA/ENCDA.pdf>.

INE; CASES - Instituto Nacional de Estatística; Cooperativa António Sérgio para a Economia Social (2013) – *Conta satélite da economia social 2010* [Em linha]. [Consult. 16 nov. 2017]. Disponível em [https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_publicacoes&PUBLICACOESpub\\_boui=157543613&PUBLICACOESstema=55557&PUBLICACOESmodo=2](https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=157543613&PUBLICACOESstema=55557&PUBLICACOESmodo=2).

INE - Instituto Nacional de Estatística (2016) - *Conta satélite da economia social* [Em linha]. [Consult. 16 nov. 2017]. Disponível em [https://www.ine.pt/ngt\\_server/attachfileu.jsp?look\\_parentBoui=279959375&att\\_display=n&att\\_download=y](https://www.ine.pt/ngt_server/attachfileu.jsp?look_parentBoui=279959375&att_display=n&att_download=y).

PORDATA (2018a) - *Idade média ao primeiro casamento, por sexo* [Em linha]. [Consult. 15 ago. 2017]. Disponível em <https://www.pordata.pt/Portugal/Idade+m%C3%A9dia+ao+primeiro+casa+mento++por+sexo-421-5200>.

- (2018b) - *População residente com 15 e mais anos por nível de escolaridade completo mais elevado* [Em linha]. [Consult. 15 ago. 2017]. Disponível em [https://www.pordata.pt/Portugal/Popula%C3%A7%C3%A3o+residente+com+15+e+mais+anos+por+n%C3%ADvel+de+escolaridade+completo+mais+elevado+\(percentagem\)-884](https://www.pordata.pt/Portugal/Popula%C3%A7%C3%A3o+residente+com+15+e+mais+anos+por+n%C3%ADvel+de+escolaridade+completo+mais+elevado+(percentagem)-884).

- (2018c) - *População empregada: total e por situação na profissão principal* [Em linha]. [Consult. 15 ago. 2017]. Disponível em [https://www.pordata.pt/Portugal/Popula%C3%A7%C3%A3o+empregada+total+e+por+situa%C3%A7%C3%A3o+na+profiss%C3%A3o+principal+\(percentagem\)-2576](https://www.pordata.pt/Portugal/Popula%C3%A7%C3%A3o+empregada+total+e+por+situa%C3%A7%C3%A3o+na+profiss%C3%A3o+principal+(percentagem)-2576).

TFSSE – The UN Inter-Agency Task Force on Social and Solidarity Economy - (2014). *Economia social e solidária e o desafio do desenvolvimento sustentável: documento de posicionamento pela força-tarefa de interagências das nações unidas sobre economia social e solidária* [Em



*Uma alternativa solidária e responsável de comercializar e consumir: o caso de uma cooperativa de consumo* [Em linha]. [Consult. 19 nov. 2017]. Disponível em [http://unsse.org/wp-content/uploads/2014/08/Position-Paper\\_TSFFE\\_Port1.pdf](http://unsse.org/wp-content/uploads/2014/08/Position-Paper_TSFFE_Port1.pdf).

- (2016). *Realizing the 2030 agenda through social and solidarity economy* [Em linha]. [Consult. 19 nov. 2017]. Disponível em [http://unsse.org/wp-content/uploads/2014/08/Final\\_Position-Paper-SSE-and-SDGs\\_UNTFSSE.pdf](http://unsse.org/wp-content/uploads/2014/08/Final_Position-Paper-SSE-and-SDGs_UNTFSSE.pdf).

## Fontes institucionais

BOTELHO, Nuno (2017) - “Gente bonita come fruta feia”: as virtudes da imperfeição. *Expresso* [Em linha]. 2 jun. 2017. [Consult. 3 out. 2017]. Disponível em <http://expresso.sapo.pt/sociedade/2017-06-02-Gente-bonita-come-fruta-feia-as-virtudes-da-imperfeicao>. ISSN 0870-1970.

EUROPEAN COMMISSION (s.d.) - *Flaw4life: spreading ugly fruit against food waste* [Em linha]. [Consult. 5 out. 2017]. Disponível em [http://ec.europa.eu/environment/life/project/Projects/index.cfm?fuseaction=search.dspPage&n\\_proj\\_id=5236#BENEF](http://ec.europa.eu/environment/life/project/Projects/index.cfm?fuseaction=search.dspPage&n_proj_id=5236#BENEF).

- (2013) - *Guide to Social Innovation*. Brussels: European Commission DG Regional and Urban Policy and DG Employment, Social Affairs and Inclusion [Em linha]. [Consult. 2 dez. 2016]. Disponível em: [http://ec.europa.eu/regional\\_policy/sources/docgener/presenta/social\\_innovation/social\\_innovation\\_2013.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/presenta/social_innovation/social_innovation_2013.pdf).

FAO - Food and Agriculture Organization of the United Nations (2017) - [Em linha]. [Consult. 1 nov. 2017]. Disponível em <http://www.fao.org/>.

- (2013) - *Food wastage footprints* [Em linha]. [Consult. 10 nov. 2017]. Disponível em [http://www.fao.org/fileadmin/templates/nr/sustainability\\_pathways/docs/Factsheet\\_FOOD-WASTAGE.pdf](http://www.fao.org/fileadmin/templates/nr/sustainability_pathways/docs/Factsheet_FOOD-WASTAGE.pdf).

FLAW4LIFE (2016) - *Guia para um consumo sustentável* [Em linha]. [Consult. 29 set. 2017]. Disponível em <http://flaw4life.com/sites/default/files/Guia%20para%20um%20consumo%20sustenta%CC%81vel.pdf>.

*Uma alternativa solidária e responsável de comercializar e consumir:  
o caso de uma cooperativa de consumo*

FLAW4LIFE (2017) - *Flaw4life: ugly fruit against food waste* [Em linha].

[Consult. 23 set. 2017]. Disponível em <http://www.flaw4life.com/>.

FERREIRA, Nídia (2016) - Give food a second chance: smart projects to tackle food waste. *City of future* [Em linha]. 17 jun. 2016. [Consult. 3 out. 2017].

Disponível em <http://www.cityoffuture.org/news/environment/give-food-a-second-chance-smart-projects-to-tackle-food-waste>. S. ISSN.

FREUNDE VON FREUNDEN (2016) - *Como projetos individuais e criativos estão a mudar o panorama cultural de Lisboa: parte II* [Em linha]. [Consult.

3 out. 2017]. Disponível em

[http://www.freundevonfreunden.com/pt/features/how-individual-creative-projects-shape-lisbons-community-and-cultural-scene-part-ii/?utm\\_source=facebook&utm\\_medium=single\\_image\\_1](http://www.freundevonfreunden.com/pt/features/how-individual-creative-projects-shape-lisbons-community-and-cultural-scene-part-ii/?utm_source=facebook&utm_medium=single_image_1).

FRUTA FEIA CRL (2017) - *Fruta feia* [Em linha]. [Consult. 23 set. 2017].

Disponível em <http://www.frutafeia.pt/>.

GOOGLE MAPS.

## Anexos

### Anexo 1

**Tabela 1 – Tipologia classificatória das classes e frações de classes**

CLASSES	CLASSES E FRAÇÕES DE CLASSES (Considerando a pluriatividade)	
	Sigla	Significado
Burguesia (B)	BEP BD BP BDP	Burguesia Empresarial e Proprietária Burguesia Dirigente Burguesia Profissional Burguesia Dirigente e Profissional
Pequena Burguesia (PB)	PBIC PBTEI PBIP PBA PBPA PBE PBEP PBIpl	Pequena Burguesia Intelectual e Científica Pequena Burguesia Técnica e de Enquadramento Intermédio Pequena Burguesia Independente e Proprietária Pequena Burguesia Agrícola Pequena Burguesia Proprietária e Assalariada Pequena Burguesia de Execução Pequena Burguesia de Execução Pluriativa Pequena Burguesia Independente Pluriativa
Operariado (O)	OI OA OIA OP	Operariado Industrial Operariado Agrícola Operariado Industrial e Agrícola Operariado Pluriativo

Autoria: Dulce Magalhães

## **Anexo 2**

### **Fases da investigação e cronograma de pesquisa**

1. A investigação iniciou-se em julho de 2017 com a proposta à Direção do Mestrado em Sociologia da presente temática e respetivo esboço dos objetivos gerais e específicos, os quais foram alvo de ajustamentos até dezembro do mesmo ano.

2. Após a aprovação da temática, procedemos, no mesmo mês, ao estabelecimento do contacto por *e-mail* com a Cooperativa de Consumo Fruta Feia, propondo a realização da investigação em torno da mesma. Neste processo fomos auxiliadas por alguns associados da rede relacional da mestranda que, atuando como informantes privilegiados, nos transmitiram informações de contextualização sobre a mesma. A resposta da entidade não tardou, sugerindo uma reunião presencial de forma a conhecer os propósitos da investigação e as condições de viabilização. Dias depois, obtivemos autorização para realizar a dissertação sobre esta entidade e para acompanhar a sua rotina de trabalho.

3. Em finais de julho iniciamos a fase exploratória da investigação, através da componente de voluntariado, realizada pela mentoranda uma vez por semana nas três delegações, da parte da tarde, auxiliando os restantes voluntários na composição das cestas com os fruto-hortícolas para venda aos consumidores.

4. Retomamos o trabalho de campo e de exploração em setembro - dada a suspensão das atividades da cooperativa em agosto por motivo de férias – o qual foi prolongado até início de novembro. Aliamos a componente de voluntariado ao acompanhamento dos trabalhadores ao longo do período da manhã (compra e recolha dos produtos fruto-hortícolas junto dos agricultores), auxiliando os mesmos de forma informal no decorrer destas tarefas.

Durante estas incursões ao terreno aplicamos as técnicas exploratórias referidas e, nos momentos prévios e posteriores às mesmas elaboramos registos no diário de campo e em computador dos dados captados, à elaboração e atualização das grelhas de observação e à leitura das fontes secundárias sobre a cooperativa.

5. Depois, até finais de dezembro, ainda na fase exploratória, interrompemos o trabalho de campo e dedicamo-nos ao “trabalho de gabinete” para fins de organização e análise das leituras exploratórias das fontes documentais (matéria prima bruta) relativamente às subtemáticas que se seguem:

5.1. Contextualização e apresentação da cooperativa (análise documental), do desperdício alimentar por motivos estéticos (definição, causas, dimensão à escala nacional e europeia, impactos e iniciativas de redução), da ESS (evolução histórica, dimensão estatística nacional e europeia e relevância atual), do universo rural (componente histórica deste grupo socioprofissional, problemas enfrentados,

caraterização no plano nacional, importância do setor primário e mudanças) e do CR (surgimento, representações sociais, motivações para a prática, perfis sociais associados, relação com a ESS e com os agricultores).

5.2. Pesquisa de literatura científica, revisão do “estado da arte” e construção do enquadramento teórico em torno da ESS, inovação social, empreendedorismo social, estruturas organizacionais; RC; sociologia do consumo, CR, consumo distinto, flexibilidade dos agentes, teoria da prática, e valores pós-materialistas. Desta forma efetuamos a transição da fase exploratória da investigação para aquilo que Quivy e Campenhoudt (1992) designam por etapa de definição da problemática teórica.

5.3. Leituras de enquadramento metodológico relacionadas com a abordagem mista de investigação e respetivas consequências no plano das técnicas de recolha, análise de dados e construção da amostra.

6. Entre finais de dezembro e meados de janeiro de 2018 procedemos à elaboração e entrega do projeto de investigação.

7. A partir de fevereiro retomamos a investigação, aprofundando e especificando o enquadramento teórico relativo à RC, selecionando os mais recentes contributos científicos e particularizando o lugar dos produtores na economia de mercado, à ESS, procurando um pouco mais sobre atuais formas de materialização das instituições que se enquadram nesse tipo de economia, e também no tocante ao CR, tendo acedido a produções teóricas que revelam a proximidade desta temática com a lógica de produção, com a ES e com a sociologia da alimentação.

9. No mesmo mês elaborámos um questionário *checklist* a aplicar aos produtores agrícolas da CFF do Grande Porto para identificar as suas principais características sociodemográficas e particularidades das suas explorações, para permitir a seleção dos mesmos na amostra teórica, para fins de aplicação das entrevistas.

10. Ao longo de março e abril, dedicamo-nos à componente qualitativa da investigação: construámos o respetivo modelo de análise, insisimos na revisão de cariz metodológico, elaboramos o guião de entrevista semidiretiva e o respetivo consentimento informado. A partir de meados de abril procedemos à aplicação das entrevistas aos agricultores e, em maio, procedemos à análise dos dados obtidos.

11. Em junho, iniciamos a vertente quantitativa da investigação com a construção do respetivo modelo de análise, revisão de cariz metodológico e elaboração dos inquéritos. Durante todo o mês de julho realizamos a aplicação dos questionários nas delegações do Porto da CFF. Em agosto procedemos à análise dos dados quantitativos, confrontando-os com as hipóteses teóricas.

12. Finalmente, em setembro, iniciamos a elaboração do relatório final e obtemos as principais conclusões e resultados quantitativos e qualitativos do projeto.

O cronograma que se segue reflete a organização e respetiva viabilidade do projeto de dissertação no plano temporal. As etapas e fases presentes, assim como a respetiva sequência, inspiram-se no modelo hipotético-dedutivo presente em Quivy e Campenhoudt (1992).

**Tabela 2 - Cronograma de pesquisa**

	2017				2018								
	set.	out.	nov.	dez.	jan.	fev.	mar.	abr.	mai.	jun.	jul.	ago.	set.
<b>1.ª Etapa – A pergunta de partida</b>													
Escolha da temática													
Definição dos objetivos gerais e específicos													
Elaboração das perguntas de partida													
<b>2.ª Etapa – A exploração</b>													
Pesquisas bibliográficas													
Observação direta													
Entrevistas conversacionais informais													
Análise documental													
<b>3.ª Etapa – A problemática</b>													
Definição da problemática teórica													
Concetualização teórica da problemática													
<b>4.ª Etapa – A construção do modelo de análise</b>													
Definições das hipóteses teóricas													
Construção de indicadores													
<b>5.ª Etapa – As técnicas de recolha de dados e inquéritos por questionário</b>													
Construção das entrevistas													
Aplicação das entrevistas e recolha de informação													
Construção dos questionários													
Aplicação dos questionários e recolha de informação													
<b>6.ª Etapa – Análise das informações</b>													
Análise dos dados recolhidos através das entrevistas													
Análise dos dados recolhidos através dos questionários													
Confronto e validação das hipóteses teóricas													
<b>7.ª Etapa – As conclusões</b>													

Fonte: adaptado de Quivy e Campenhoudt (1992).



*Uma alternativa solidária e responsável de comercializar e consumir:  
o caso de uma cooperativa de consumo*

		<p>c) Comunicação verbal (dicção, sotaques e vícios de fala) e não-verbal (linguagem cinética e <i>hexis</i> corporal, tais como gestos, olhares, posturas corporais, movimentos, expressões faciais).</p> <p>d) Presenças individuais ou grupais e noção quantitativa do número de produtores visitado e envolvidos na interação (afluência).</p>
IV. Interações sociais (entre trabalhadores da cooperativa e produtores)	6. Modalidades das interações sociais e dos quadros de sociabilidade	<p><b>7. Dinâmicas de interação:</b></p> <p>a) Comunicação verbal (principais temas de conversa e diálogos/conteúdos a destacar - tidos como prioritários e fatores de preocupação - interjeições e respetivas entoações).</p> <p>b) Comunicação não verbal estabelecida entre os atores sociais e consequente clima social instalado (linguagem cinética, distanciamento e proximidade, horizontalidade e verticalidade das relações).</p>
Observador		8. Reflexões do observador provenientes do contacto com o objeto empírico.

Fonte: adaptado de Freire (2002).





		<p>e) Número de voluntários presentes.</p> <p>f) Número de cestas montadas, composição, organização e características.</p>
<p>III. Atores sociais (voluntários e consumidores)</p>	<p>3. Perfil-tipo</p> <p>4. Modos de apresentação</p>	<p><b>5. Composição sociodemográfica aproximada</b></p> <p>a) Sexo, faixa etária, nacionalidade, etnia, condição perante o trabalho aproximada e hipotética (estudantes, reformados, desempregados, etc.) e possível lugar ocupado no espaço social.</p> <p><b>6. Estilos de apresentação físicos e comportamentais</b></p> <p>a) Usos de vestuário, acessórios, calçado e estado de manutenção geral da apresentação.</p> <p>b) Características ao nível físico e motor (estatura, agilidade e mobilidade aparente).</p> <p>c) Comunicação verbal (dicção, sotaques e vícios de fala) e não-verbal (linguagem cinética e <i>hexis</i> corporal, tais como gestos, olhares, posturas corporais, movimentos, expressões faciais).</p> <p>d) Presenças individuais ou grupais e noção quantitativa do número de consumidores presentes (afluência e picos de adesão ao longo da tarde).</p>
<p>IV. Interações sociais (entre cooperantes, voluntários e consumidores)</p>	<p>5. Modalidades das interações sociais e dos quadros de sociabilidade</p> <p>6. Formas de ocupação do espaço: práticas e atividades realizadas e respetiva localização</p>	<p><b>7. Dinâmicas de interação</b></p> <p>a) Comunicação verbal (principais temas de conversa e diálogos/conteúdos a destacar - tidos como prioritários e fatores de preocupação - interjeições e respetivas entoações).</p> <p>b) Comunicação não verbal estabelecida entre os atores sociais e conseqüente clima social instalado entre os diversos grupos sociais presentes (distanciamento e proximidade, horizontalidade e verticalidade das relações).</p> <p>c) Noção numérica dos indivíduos envolvidos nas interações.</p> <p><b>8. Usos do espaço (relação dos atores sociais com o espaço físico e tipos de atividades)</b></p> <p>a) Áreas da sala de preferência pelos voluntários e consumidores.</p> <p>b) Características das cestas que se revelam preferências pelos mesmos.</p>
<p>V. Observador</p>		<p><b>9. Reflexões do observador provenientes do contacto com o objeto empírico.</b></p>

Fonte: adaptado de Freire, 2002.

## **Anexo 5**

### **Guião informal das entrevistas conversacionais informais aplicadas aos trabalhadores da cooperativa.**

#### **Dúvidas sobre a rotina de trabalho e funcionamento da cooperativa**

1. Como descrevem a vossa rotina de trabalho de *frontoffice*? Porque é que alguns produtores entregam os seus produtos diretamente à delegação durante o período da tarde?
2. Em que consiste o vosso trabalho de *backoffice* realizado às quintas e sextas feiras? Quais as principais funções e tarefas de trabalho que habitualmente realizam?
3. Quais os concelhos a que se dirigem com mais frequência para a recolha de produtos fruto-hortícolas? E quais os produtores habituais da cooperativa?
4. Quais as diferenças entre o modelo de atuação das delegações de Lisboa o modelo adotado no Porto? Existem diferenças significativas entre os espaços do Grande Porto? Por exemplo, ao nível do funcionamento, número e características sociais dos voluntários e consumidores?
5. Gostaria de saber a dimensão quantitativa de cada delegação do Grande Porto: número médio de cestas vendidas, de consumidores inscritos e de voluntários; quantidade de produtos vendidos semanalmente pelas três delegações.
6. Como caracterizam as relações estabelecidas com as entidades que disponibilizam os seus espaços para venda semanal dos produtos da cooperativa?
7. Quando decorrem os picos de maior adesão durante o horário de abertura da cooperativa para os consumidores?
8. Como funciona o processo de inscrição dos consumidores na cooperativa? E o processo de adesão por parte de novos produtores? Quais os critérios de seleção exigidos? Há algum cuidado especial na seleção de associações de produtores?
9. Qual o período do ano em que se verificam mais inscrições? E aquele em que se realizam mais desistências ou menos vendas?
10. Como decorre o cancelamento das encomendas por parte dos consumidores? Como se processa o cancelamento da inscrição da cooperativa? Existem expulsões? Se sim, como decorrem?
11. Em relação aos voluntários, a adesão destes à cooperativa passa por algum processo de seleção prévio? O número de voluntários é suficiente para auxiliar na montagem das cestas? Estes recebem alguma retribuição pelo auxílio prestado?

12. Segundo os meios de comunicação social, algumas organizações estrangeiras demonstram interesse na metodologia de trabalho da cooperativa. Alguns deles já estiveram ou acompanharam a cooperativa?

13. Como definem os preços dos produtos? Têm como objetivo estabelecer um preço justo para o produtor? O que entendem por preço justo? Qual a diferença entre os preços praticados pela cooperativa e os preços dos produtos vendidos por uma grande superfície comercial? E como estabelecem o equilíbrio entre o preço justo para o agricultor e a sustentabilidade económica da cooperativa?

14. Quais são as diferenças entre as cestas grandes e as cestas pequenas? Como se procede à constituição das mesmas em termo de variedades e quantidades?

15. Qual o destino dado às cestas sobrantes que não são vendidas?

16. Quais os principais desafios que as delegações do Grande Porto enfrentam neste momento?

17. É do interesse futuro da cooperativa expandir-se e abrir novas delegações? Se sim, em que concelho?

18. Quais as principais características do funcionamento da vossa cooperativa do ponto de vista organizacional tendo em conta a vossa estrutura horizontal e modelo participativo? Os trabalhadores são todos cooperadores? Realizam assembleias gerais com frequência? O que é que geralmente se decide nelas? Como decorrem as tomadas de decisão? Como são divididas as tarefas pela equipa de trabalhadores?

19. Podem falar-me um pouco mais sobre o vosso modelo de negócio (sustentabilidade financeira, social e ambiental)?

### **Dúvidas sobre a divulgação da cooperativa**

20. Quais os principais mecanismos e formas de divulgação da cooperativa de forma a atrair novos produtores e consumidores? Os métodos de divulgação utilizados são diferentes para cada um destes grupos? Como é efetuada a prospeção de mercado no âmbito dos agricultores?

21. O número de consumidores/associados tem vindo a aumentar. A quantidade de produção e do número de produtores é suficiente para corresponder a este crescente interesse? Sentem dificuldades em captar novos agricultores para a cooperativa? A divulgação mediática é suficiente para este fim?

### **Dúvidas sobre características sociais dos consumidores e produtores**

22. Como foi a reação dos agricultores quando tiveram conhecimento da vossa cooperativa? Essa reação foi mudando ao longo do tempo? Estes costumam partilhar e divulgar

entre si a existência da cooperativa? Quais as vossas opiniões sobre a posição deste grupo social face às cooperativas e iniciativas da ES que visam auxiliar este grupo? Quais os impactos (económicos, sociais, emocionais...) que a vossa cooperativa exerce sobre os produtores?

23. Porque é que, de todas as entidades da ES, optaram por constituir uma cooperativa? Quais são, na vossa perspetiva, os principais benefícios para os agricultores na pertença a uma Cooperativa de Consumo como a Fruta Feia?

24. Quais as características sociais predominantes dos produtores que colaboram com as delegações do Grande Porto (género, idade, número de anos na profissão, dimensão das explorações, número de trabalhadores, tipos de trabalhadores – mão de obra familiar, assalariada... - situação fiscal regulada, etc.)?

25. Quais as características sociais predominantes dos consumidores (género, idade, escolaridade, condição perante o trabalho...)?

26. Qual a composição de género predominante dos trabalhadores da cooperativa? São maioritariamente homens ou mulheres?

### **Sobre responsabilidade ética e deontológica**

27. Pretendem que seja mantido o anonimato da cooperativa no âmbito da investigação em causa?

## **Anexo 6**

### **Guião de entrevista semidiretiva dirigido aos agricultores da cooperativa**

#### **PARTE I. APRESENTAÇÃO DO PRODUTOR: RACIONALIDADE AGRÍCOLA MODERNA E RACIONALIDADE CAMPONESA (RUTURAS E CONTINUIDADES)**

1. E: Fale-me um pouco da sua história na agricultura... Quando é que iniciou a prática agrícola? Como acedeu a este ramo?

2. E: E porque optou pelo ramo da agricultura mais recentemente? Por esse projeto familiar constituir uma oportunidade de mercado? Por gosto e dedicação pessoal?

2.1. E: E o que fazia o seu pai na agricultura? Desde criança que tinha contacto com o campo?

2.2. E: E quando refere que sente um gosto especial pela agricultura, quais os aspetos que mais aprecia no ramo agrícola? A questão do respeito pela natureza e ambiente?

2.2.1. E: Falando sobre o respeito pela natureza, qual a sua opinião sobre o desperdício alimentar por motivos estéticos?

E: E acha que o consumidor está consciente deste processo/fenómeno de desperdício por estes motivos?

3. E: Fale-me um pouco acerca das suas principais características enquanto agricultor.

3.1. E: Trata-se de uma exploração familiar? Trata-se de uma empresa unipessoal ou sociedade?

3.2. E: Sobre o empreendimento agrícola, em que atividades do mesmo está envolvido? Nas fases de produção, comercialização, administração, etc.?

3.3. E: Quais as entidades para as quais destina os produtos? Vende os seus produtos para quem, para além da Fruta Feia?

3.4. E: E em termos do processo de trabalho, considera que pratica uma agricultura moderna e mecanizada? Pode dar-me exemplos de tecnologias aplicadas na sua exploração e nos processos de cultivo?

E: E ainda mantém técnicas/instrumentos de produção tradicionais e manuais? Que vêm do tempo dos seus pais ou avós? Pode dar-me exemplos?

3.5. E: Costuma recorrer a subsídios/financiamentos para esse fim? Valoriza esses mecanismos de apoio à agricultura? Considera que a candidatura a estes programas está simplificada?

3.6. E: E valoriza, também, a procura e atualização de conhecimentos em torno do ramo agrícola? A procura de formações nesta área? E: E os restantes agricultores com os quais contacta também possuem essa visão?

3.7. E: E que tipo de mão de obra emprega? Tem familiares a trabalhar consigo, mão de obra não familiar?

3.8. E: E ainda sobre a questão familiar, gostaria que os seus descendentes dessem continuidade ao empreendimento agrícola, isto é, de ver o projeto mantido dentro da família?

## **PARTE II. MOTIVOS DE ADESÃO À COOPERATIVA E RELAÇÃO COM O MERCADO**

1. E: Agora vou colocar-lhe algumas questões acerca da sua adesão à cooperativa. Há quanto tempo colabora com a Fruta Feia? Quais foram os motivos que contribuíram para se inscrever como produtor na Cooperativa?

2. E: Acerca da sua relação com o mercado... Qual a sua opinião sobre estas regulamentações que indicam os calibres mínimos dos alimentos?

2.1. E: E acha que essas regras prejudicam os agricultores? De que forma?

3. E: Quais são os principais problemas e desafios que os agricultores enfrentam no mercado?

3.1. E: Como descreve a relação entre os agricultores e os outros agentes? Considera que existe um desigual poder de negociação, por exemplo, ao nível da participação na definição dos preços, variedades, quantidades, prazos, etc.? Destacam-se dinâmicas de exploração e de tensão?

3.2. E: E na sua opinião, qual o agente que tem mais influência sobre os restantes?

3.3. E: Sente que há uma subordinação e inferiorização do setor e uma desvalorização da agricultora e da imagem dos agricultores?

4. E: Na sua opinião, qual seria o panorama ideal e mais vantajoso para os agricultores? O que gostaria de ver diferente?

## **PARTE III. PROXIMIDADE FACE AOS PRINCÍPIOS DA ECONOMIA SOCIAL E SOLIDÁRIA E PERMANÊNCIA NA COOPERATIVA**

1. E: Também aderiu à mesma por se identificar com os princípios e formas de funcionamento das cooperativas? Qual a sua perceção sobre as mesmas? Possui uma afinidade com estes princípios e objetivos?

1.1. E: Acha que é/pode ser um potencial aliado? Considera que são alternativas credíveis e funcionam de forma eficiente?

1.2. E: Acha que é possível construir este tipo de economia ou estabelecer alguma mudança neste sentido? opinião dos agricultores com quem tem contactado ao longo dos tempos?

2. E: Já havia colaborado com outras cooperativas no passado antes de conhecer a Cooperativa Fruta Feia? Como descreve a experiência? Atuaram de acordo com os princípios cooperativos?

2.1. E: É membro/sócio de alguma cooperativa ou associação de agricultores?

2.1. E: Costuma acompanhar as iniciativas de agricultores noutras regiões do país ou mesmo noutros países?

3. E: Qual foi a sua reação quando soube acerca da existência da Fruta Feia e do seu propósito principal? De desconfiança, curiosidade, entusiasmo, aceitação?

4. E: Agora que já passou algum tempo desde a sua adesão à Cooperativa de Consumo Fruta Feia, gostaria de saber outros aspetos – benefícios, vantagens para os produtores e principais

diferenças entre escoar produtos para uma cooperativa e para uma empresa com fins lucrativos – que contribuem para que hoje ainda esteja presente com a mesma.

4.1. E: Por exemplo, um dos objetivos da cooperativa é compra dos produtos ao produtor a um preço justo. Considera que é assim? Pode dar um exemplo desta situação e dessa diferença?

4.2. E: E destaca uma maior participação dos agricultores na definição dos preços, maior poder de negociação?

4.3. E: Considera que os trabalhadores da cooperativa estabelecem uma relação mais personalizada e empática consigo que outras entidades não possibilitam?

4.4. E: Valoriza, tal como eles, a produção ecológica de alimentos? Há uma sintonia de visões a este nível?

4.5. E: E acerca do contributo para o desenvolvimento das economias locais e proximidade entre campo e cidade? Qual a sua visão acerca deste fenómeno?

5. E: De acordo com a sua perspetiva, a cooperativa poderia melhorar? De que forma e em que aspetos? Que outro papel poderia ter?



## **Anexo 7**

### **Declaração de consentimento informado**

O trabalho em que lhe peço para participar, da autoria da estudante Mariana Silva, trata-se de uma investigação feita no 2º ano do Mestrado em Sociologia da Faculdade de Letras da Universidade do Porto sob a orientação da Professora Doutora Cristina Parente.

A investigação estuda a Cooperativa da Consumo Fruta Feia e aborda como temáticas principais a economia social, a racionalidade camponesa e o CR. Pretende-se, dentro destes âmbitos, desenvolver um entendimento lato sobre:

1. O modelo de organização da Cooperativa de Consumo Fruta Feia;
2. As representações sociais dos produtores agrícolas relativamente à cooperativa;
3. As características dos consumidores desta cooperativa, assim como as suas de consumo.

Enquanto entrevistado, considero que:

- ✓ Fui informado(a) acerca dos fins pedagógicos desta investigação: elaborar um estudo para a tese de mestrado;
- ✓ Participo voluntariamente e sou livre de desistir do estudo a qualquer momento;
- ✓ Compreendi que tenho o direito de colocar, agora ou durante o desenvolvimento do estudo, qualquer questão acerca do mesmo;
- ✓ Informaram-me que a entrevista seria gravada em áudio e permito que assim seja;
- ✓ Aceito que as minhas perspetivas sejam incorporadas nos resultados do estudo e possam ser divulgadas para fins académicos;
- ✓ Foi-me garantido que este documento e os dados da entrevista serão conservados de forma segura pela equipa de investigação e destruídos no fim do estudo.
- ✓ Compreendi que a minha identidade não será revelada por via do respeito pelo anonimato e confidencialidade dos dados.

Eu, \_\_\_\_\_ tomei conhecimento dos dados descritos e concordo em participar na entrevista.

**Assinatura do entrevistado**

**Assinatura da entrevistadora**

.....

.....

**Assinatura da orientadora**

.....

**Anexo 8**

**Tabela 5 - Grelha de categorias de análise das entrevistas**

<b>Categorias</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Especificação das subcategorias</b>
1. Apresentação do agricultor	1.1. Momento de acesso à agricultura	1.1.1. Infância 1.1.2. Juventude 1.1.3. Aduldez
	1.2. Motivos de adesão à agricultura	1.2.1. Gosto pela agricultura ○ Envolvimento com o produto final ○ Liberdade ○ Natureza 1.2.2. Influência familiar ○ Naturalização da prática 1.2.3. Oportunidade de negócio
	1.3. Características do empreendimento agrícola	1.3.1. Agricultura moderna ○ Características da produção (em quantidade, numa exploração em expansão, especializada e para o grande mercado) ○ Enfoque na rentabilidade ○ Financiamentos ○ Gestão e planeamento (melhoria e qualidade) ○ Investimento ○ Mão de obra (não familiar e qualificada) ○ Rede vasta de contactos ○ Melhoria e qualidade ○ Tecnologia e informatização 1.3.2. Agricultura tradicional ○ Destino da produção (consumi familiar, cooperativa e mercado tradicional) ○ Empreendimento familiar ○ Importância da comunidade ○ Envolvimento com todas as fases da produção ○ Informalidade ○ Mão de obra familiar ○ Mão humana ○ Ritmos da natureza
	1.4. Representações sobre agricultura	1.4.1. Deterioração do setor 1.4.2. Dureza das tarefas 1.4.3. Modo de vida 1.4.4. Potencialidade do setor 1.4.5. Renovação geracional 1.4.6. Riscos
2. Motivos de adesão à Cooperativa Fruta Feia	2.1. Económicos	
	2.2. Identificação com o projeto	2.2.1. Curiosidade 2.2.2. Evitar o desperdício 2.2.3. Organização cooperativa
	2.3. Permanência na Cooperativa Fruta Feia	
3. Relação com o mercado	3.1. Principais dificuldades	3.1.1. Agricultura pouco competitiva ○ Arrendamento ○ Mão de obra 3.1.2. Concorrência ○ Externa ○ Interna 3.1.3. Desequilíbrios entre agentes 3.1.4. Mentalidades dos produtores

		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Desconfiança</li> <li>○ Diferenças geracionais</li> <li>○ Inferiorização</li> </ul> <p>3.1.5. Regras de calibragem dos produtos 3.1.6. Subsídios e financiamentos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Dependência</li> <li>○ Dificuldade na obtenção</li> <li>○ Falta de apoio</li> </ul>
	3.2. Mudanças desejadas	<p>3.2.1. Alterações no mercado</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Distribuição equitativa da riqueza</li> <li>○ Mercado para produtos não calibrados</li> <li>○ Redução de intermediários</li> <li>○ Regulamentação</li> </ul> <p>3.2.2. Desenvolvimento local 3.2.3. Maior espírito coletivo entre produtores</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Circulação de conhecimentos</li> <li>○ Comunicação</li> <li>○ Cooperativismo</li> <li>○ Definição dos preços</li> </ul> <p>3.2.4. Novas iniciativas</p>
	3.3. As normas de calibragem dos produtos	<p>3.3.1. Compreensão 3.3.2. Preocupação 3.3.3. Ações para evitar o desperdício 3.3.4. Regras flexíveis</p>
	3.4. Representações sobre consumidores	<p>3.4.1. Desinformados 3.4.2. Distanciados dos ritmos da natureza 3.4.3. Enfoque estético</p>
4. Proximidades com a economia social e solidária	4.1. Experiência com cooperativas	<p>4.1.1. Nacionais 4.1.2. Estrangeiras</p>
	4.2. Importância da economia social e solidária	<p>4.2.1. Circulação da informação 4.2.2. Crescimento económico</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Equilíbrio de preços</li> </ul> <p>4.2.3. Gestão 4.2.4. Humanismo 4.2.5. Relação cidade-campo 4.2.6. União do grupo</p>
	4.3. Riscos da economia social e solidária	<p>4.3.1. Caráter embrionário 4.3.2. Interesses particulares 4.3.3. Priorização do lucro 4.3.4. Resistência</p>
	4.4. Propostas de melhoria para a Cooperativa Fruta Feia	<p>4.4.1. Expansão</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Delegações</li> <li>○ Quantidades</li> <li>○ Membros</li> </ul>
	4.5. Virtualidades da Cooperativa Fruta Feia	<p>4.5.1. Empatia e proximidade 4.5.2. Preço justo 4.5.3. Participação e comunicação 4.5.4. Redução do desperdício 4.5.5. Win-win 4.5.6. Ambiente 4.5.7. Outros</p>

Fonte: autor

## Anexo 9

### Manual de codificação das entrevistas aplicadas aos agricultores<sup>10</sup>

**Categoria 1. Apresentação do agricultor:** conjugação de um conjunto de informações relativas à introdução das características dos agricultores em análise, entre as quais o momento decisivo de acesso à agricultura, os motivos de adesão à mesma, as características do empreendimento agrícola e as representações relativas a este setor económico.

- **Subcategoria 1.1. Momento de acesso à agricultura:** momento e circunstância em que o produtor agrícola estabeleceu os seus primeiros contactos com a agricultura e quando iniciou o seu percurso profissional nesta área.
  - **1.1.1. Infância:** adesão à agricultura durante a infância, em concreto durante a primeira socialização.
  - **1.1.2. Jovem-adulto:** adesão à agricultura durante um período etário relativamente jovem no âmbito da idade adulta e/ou após experiências profissionais noutras áreas (reconversão profissional).
  - **1.1.3. Adulthood madura:** adesão à agricultura durante um período etário adulto-maduro, por volta dos 40 anos de idade, após experiências profissionais noutras áreas (reconversão profissional).
- **Subcategoria 1.2. Motivos de adesão à agricultura:** fatores que contribuíram para a adesão e manutenção do produtor na agricultura.
  - **1.2.1. Gosto pela agricultura:** motivos relacionados com apreciações individuais e pessoais positivas relativamente ao setor, as quais incluem o envolvimento, por parte do produtor, face ao produto final (estima emocional em torno dos produtos), a liberdade proporcionada por este ramo profissional (no tocante a horários de trabalho, a tranquilidade sonora, o contacto com o ar livre, etc) e a gratificação que associam ao estar em contacto físico com os elementos comumente associados à natureza (terra, flores, alimentos, ar livres, entre outros).
  - **1.2.2. Influência familiar:** motivos relacionados com o condicionamento familiar, constituindo esta o agente de socialização de referência no âmbito da transmissão de conhecimentos em atividade agrícola.
  - **1.2.3. Naturalização da prática:** naturalidade da escolha da prática agrícola, como que associada a um dom, a algo com que se nasce com e que é inerente ao indivíduo, e não um resultado de influência externa.
  - **1.2.4. Oportunidade de mercado:** motivos relacionados com a sustentabilidade económica dos agricultores e com a realização de investimentos os ramos de mercado específicos, de acordo os comportamentos e potencialidades do mesmo.
- **Subcategoria 1.3. Características do empreendimento:** referencias aos atuais conjunto de traços característicos amplos – físicos, estratégicos e humanos – das empresas dos agricultores entrevistados.
  - **1.3.1. Agricultura moderna:** aspetos relacionados com as características da produção (em quantidade, especializada e dirigida ao grande mercado), enfoque

---

<sup>10</sup> A sua construção decorreu com o auxílio da opção *Node Propertie* no programa informático NVIVO.

na rentabilidade e lucro, posse de uma visão estratégica de médio e longo prazo, no recorrer a financiamentos externos, à modernização e informatização dos processos de trabalho e a mão de obra qualificada.

○ **1.3.2. Agricultura moderna:** aspetos relacionados com o carácter familiar do empreendimento, o destino da produção para mercado tradicional, o envolvimento, por parte do agricultor, em todas as fases da produção, a manutenção da mão humana e técnicas e equipamentos rudimentares, o respeito pelos ritmos da natureza e o reconhecimento da importância da comunidade envolvente.

- **Subcategoria 1.4. Representações sobre agricultura:** apresentar informações relacionadas com os modos como os agricultores compreendem o setor agrícola e o seu grupo profissional na atualidade.

**Categoria 2. Motivos de adesão à cooperativa Fruta Feia:** integração de informações relativas aos fatores que contribuíram para que os agricultores aderissem à CFF, tanto os motivos principais, como aqueles que se revelam como secundários.

- **Subcategoria 2.1. Económicos:** suscitar razões de ordem económico-financeira, tais como a obtenção de rendimento extra acima dos custos de produção.
- **Subcategoria 2.2. Identificação com a CFF:** suscitar razões de ordem moral e valorativa, como de contribuir para a redução do desperdício alimentar e a curiosidade em tono de participar numa organização cooperativa.
- **Subcategoria 2.3. Permanência na CFF:** referencia a fatores que explicitamente contribuíram para a permanência e continuidade dos agricultores na cooperativa, após o vínculo estabelecido com a mesma.

**Categoria 3. Relação com o mercado:** integração das perspetivas dos agricultores acerca da sua experiência e posição, enquanto agentes económicos, no ambiente social ou virtual de mercado.

- **Subcategoria 3.1. Principais dificuldades:** referência a aspetos económicos, culturais e legais que contribuíram para prejudicar a posição dos agricultores enquanto agentes económicos.
- **Subcategoria 3.2. Mudanças desejadas:** explicitação dos elementos socioeconómicos em relação aos quais os produtores agrícolas gostariam ou ambicionariam ver mudados de forma a melhorar a sua posição no mercado.
- **Subcategoria 3.3. As normas de calibragem:** partilha de opiniões acerca das regulamentações que definem os calibres mínimos dos alimentos e da forma como os mesmos afetam os agricultores.
- **Subcategoria 3.4. Representações sobre consumidores:** consideração acerca dos modos como os agricultores perspetivam o comportamento atual dos consumidores face aos produtos fruto-hortícolas, se mais de uma lógica informada e consciente ou desinformada e aproximada do enfoque estético.

**Categoria 4. Proximidades com a ESS:** partilha de proximidades e afinidades por parte dos agricultores face aos princípios da economia social e solidária e das cooperativas.

- **Subcategoria 4.1. Experiência com cooperativas:** referências a colaborações com cooperativas no passado antes de aderir à CFF e descrição das mesmas, e também a vínculos com outras associações rurais/agrícolas, dando exemplos de identidades e de serviços que usufruiu.
- **Subcategoria 4.2. Importância da ESS:** partilha dos benefícios e vantagens em estar ativamente presente na ESS, assim como das principais diferenças entre escoar produtos para uma cooperativa e para uma empresa com fins lucrativos.
- **Subcategoria 4.3. Inconvenientes associados à ESS:** consideração dos aspetos negativos associados à ESS em Portugal, inclusivamente de elementos que ainda fazem parte da agricultura portuguesa e que inviabilizam a existência de uma ESS robusta e eficaz.
- **Subcategoria 4.4. Propostas de melhoria para a CFF:** partilha de ideias, sugestões e pensamentos em torno de formas de melhoria das práticas económicas e de gestão da CFF.
- **Subcategoria 4.5. Virtualidades da Cooperativa Fruta Feia:** referência aos principais benefícios que os agricultores têm vindo a sentir por via da sua colaboração com a cooperativa ao nível económico, participativo, relacional, ecológico, produtivo, entre outros.

## Anexo 10

### INQUÉRITO AOS ASSOCIADOS DA COOPERATIVA DE CONSUMO FRUTA FEIA DO PORTO, VILA NOVA DE GAIA E MATOSINHOS

Análise sobre as motivações, níveis de satisfação e perfis sociais. Projeto realizado por Mariana Mendes da Silva no Mestrado em Sociologia da Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Serão mantidos o anonimato dos respondentes e a confidencialidade dos dados fornecidos.

Questionário n.º \_\_\_\_

1. Delegação do associado \_\_\_\_\_

#### I. Motivações

1. Quais os principais motivos que o levaram a aderir à cooperativa de consumo Fruta Feia? Das opções que se seguem seleccione três.

- Adquirir produtos fruto-hortícolas a um preço acessível
- Reduzir o desperdício alimentar por motivos estéticos
- Minimizar os impactes ambientais associados ao desperdício alimentar
- Auxiliar os agricultores na venda da sua produção, melhorando as suas condições económicas
- Apoiar o desenvolvimento da economia e territórios locais
- Estar presente num projeto pioneiro e em crescimento em Portugal
- Aceder a produtos fruto-hortícolas de qualidade e da época
- Valorização dos princípios do cooperativismo e da economia social (gestão democrática, justiça social e económica, redução de intermediários entre produtor e consumidor, etc.)
- Outro(s) motivo(s). identifique-os por favor: \_\_\_\_\_

2. Conhecia outros associados antes de fazer a sua inscrição na cooperativa?

- Sim;  Não

2.1. Se sim, quem?

- Amigos  
 Familiares  
 Outros conhecidos. Quem?  
\_\_\_\_\_

3. Foi motivado por alguém da sua rede relacional (amigos, familiares, outros conhecidos...) para aderir à cooperativa?

- Sim;  Não

4. Atualmente, possui amigos e/ou familiares inscritos na cooperativa?

- Sim;  Não

#### II. Consumo responsável

1. Numa escala de 1 a 5, diga-nos em que medida é que conhece o termo Consumo Responsável ou as suas derivações (sustentável, ético, etc.)?

1 - Desconheço totalmente	2 - Conheço pouco	3 - Conheço razoavelmente	4 - Conheço bem	5 - Conheço muito bem



*Uma alternativa solidária e responsável de comercializar e consumir:  
o caso de uma cooperativa de consumo*

**2. Procura ser um consumidor responsável no seu dia a dia? Numa escala de 1 a 5, diga-nos em que medida.**

1 - Nunca	2 - Raramente	3 - Algumas vezes	4 - Frequentemente	5 - Sempre

**3. Assinale o grau de importância que tem para si o consumo responsável.**

Nada importante	Pouco importante	Indiferente	Muito importante	Importantíssimo

**4. Das seguintes ações de consumo responsável, indique as que pratica.**

	Sim	Não
Considerar o percurso dos produtos na cadeia de aprovisionamento (produção, distribuição, armazenamento e comercialização)		
Refletir acerca dos impactes sociais do consumo (exploração e injustiça social)		
Ponderar os impactes ambientais das escolhas de consumo		
Procurar informação relativamente a esta temática (meios online, conferências, leituras, audiovisual, rótulos de alimentos, etc.)		
Adquirir marcas e/ou produtos de consumo responsável (por exemplo, comércio justo)		
Frequentar comércio local e/ou alternativo (mercearias, mercados e feiras, associações e outras cooperativas).		
Desenvolver outras práticas como utilização de transportes públicos, deslocação a pé ou outros em detrimento do automóvel; reciclagem e reutilização do que já não usa; introdução de mudanças alimentares (redução do desperdício, do consumo de carne, opção pelo vegetarianismo...) e aquisição de produtos orgânicos.		

Outras ações. Identifique-as, por favor:

\_\_\_\_\_

**5. Indique organizações ou movimentos de cidadania a que pertence (como sócio, voluntário, desempenho de cargos, etc.).**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Organização de solidariedade social  | <input type="checkbox"/> Organização desportiva   |
| <input type="checkbox"/> Organização ambientalistas           | <input type="checkbox"/> Organização profissional |
| <input type="checkbox"/> Organização de consumo               | <input type="checkbox"/> Sindicato                |
| <input type="checkbox"/> Organização moradores                | <input type="checkbox"/> Nenhuma                  |
| <input type="checkbox"/> Organização de desenvolvimento local | <input type="checkbox"/> Outra. Qual?             |
| <input type="checkbox"/> Partido político                     |   |
| <input type="checkbox"/> Organização artística ou recreativa  |   |

### III. Satisfação

**1. Através de que meio teve conhecimento da Cooperativa? Indique um.**

- Familiar, amigo ou conhecido
- Comunicação social (televisão, jornais, revistas, etc.)
- Site da Cooperativa
- Facebook
- Conferências e seminários
- Outro. Qual? \_\_\_\_\_

**2. Assinale dois para a escolha da sua atual delegação.**

- Proximidade face ao local de trabalho
- Proximidade face ao local de residência
- Acessibilidade de transportes públicos
- Acessibilidade de transporte privado
- Espaço para estacionamento
- Horário de trabalho compatível com o dia de funcionamento da delegação
- Outra. Qual? \_\_\_\_\_

**3. Assinale o seu nível de satisfação face os seguintes aspetos, respeitando a seguinte escala de 1 a 5 (1 - Muito insatisfeito, 2 – Insatisfeito, 3 - Razoavelmente satisfeito, 4 – Satisfeito, 5 - Muito satisfeito)**

	1	2	3	4	5
Localização da delegação					
Acessibilidade da delegação (estacionamento e/ou transportes públicos)					
Os horários de abertura e fecho da delegação					
Funcionamento do website (área de utilizador)					
Relação de proximidade entre associados e trabalhadores da cooperativa					
Custo das cestas					
Quantidade					
Variedade					
Qualidade das cestas (frescura, maturação, etc.)					
Divulgação mediática da cooperativa nos meios de comunicação social					
Outras atividades (ações de consciencialização para o desperdício alimentar nas escolas, participação em conferências, vídeo-reportagens, etc.)					
Renome, premiação e prestígio da cooperativa					

**4. Como classifica o seu grau de satisfação global atual com a Cooperativa Fruta Feia?**

Muito insatisfeito	Insatisfeito	Nem insatisfeito, nem satisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito

**5. Recomenda a Cooperativa Fruta Feia a familiares, amigos, etc.?**  Sim;  Não

**6. Depois de aderir à cooperativa Fruta Feia o seu interesse em torno do desperdício alimentar ou do consumo responsável:**

Diminuiu fortemente	Diminuiu	Manteve-se igual	Aumentou	Aumentou fortemente

*Uma alternativa solidária e responsável de comercializar e consumir:  
o caso de uma cooperativa de consumo*

**7. Numa escala de 1 a 5, indique em que medida se sente envolvido e um membro ativo da cooperativa no combate ao desperdício alimentar?**

1 - Nada envolvido	2 - Pouco envolvido	3 - Razoavelmente envolvido	4 - Muito envolvido	5 - A minha presença é essencial

**8. Gostaria de se envolver mais com a cooperativa, acompanhando-a mais de perto?**

Sim;  Não

**8.1. Se sim, de que forma?**

	Sim	Não
Realização de open days - dias abertos - com convívio entre trabalhadores, associados, voluntários e produtores		
Realização de visitas às explorações dos produtores, ficando a conhecer seus produtos, modos de produção e os próprios agricultores		
Acesso, no website, a mais informação sobre o desperdício alimentar (como reduzir o desperdício no dia a dia, receitas, impactes, etc.)		

Outras ações. Identifique-as, por favor:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**IV. Associado/a**

**1. Sexo**

- Masculino  
 Feminino

**2. Idade**

\_\_\_\_\_ anos

**3. Estado civil**

- Solteiro(a)  
 Casado(a)/União de facto

- Divorciado(a)/  
Separado(a)  
 Viúvo(a)

**4. Concelho de residência atual**

\_\_\_\_\_

NOTA - Se for casado/a (ou viver em união de facto) indique, por favor, a situação do seu cônjuge. Se for estudante, assinale a dos seus pais.

**5. Nível de escolaridade completo.**

	Próprio	Cônjuge	Pai	Mãe
Sem grau de ensino				
1.º ciclo do EB (ensino primário)				
2.º ciclo do EB (6.º ano)				
3.º ciclo do EB (9.º ano)				
Ensino secundário				
Ensino superior				

**6. Área de formação (curso)**

Próprio _____
Cônjuge _____
Pai _____
Mãe _____

Uma alternativa solidária e responsável de comercializar e consumir:  
o caso de uma cooperativa de consumo

### 7. Condição perante o trabalho atual

	Próprio	Cônjuge	Pai	Mãe
Empregado				
Desempregado(a)				
Doméstica(o)				
Estudante				
Reformado(a)				

### 8. Profissão principal atual

(ou última no caso de não trabalhar)

Próprio _____
Cônjuge _____
Pai _____
Mãe _____

### 9. Situação na profissão (última no caso de não trabalhar)

	Próprio	Cônjuge	Pai	Mãe
Patrão. N.º de trabalhadores a cargo: _____				
Trabalhador por conta própria				
Trabalhador por conta de outrem				

### 10. Se for trabalhador for conta de outrem: posição hierárquica na profissão principal atual (última no caso de não trabalhar)

	Próprio	Cônjuge	Pai	Mãe
Dirigente/gestor/quadro superior				
Quadro intermédio				
Chefia direta/primeira chefia				
Encarregado geral				
Posição subordinada mas autónoma				
Executante (s)/tarefas de chefia				
Aprendiz, estagiário(a)				
Outra. Qual? _____				

Para finalizar o questionário, se quiser deixar algumas observações, críticas e sugestões, muito lhe agradecemos.

\_\_\_\_\_

Se desejar receber os resultados do estudo, por favor deixe-nos o seu contato de e-mail:

\_\_\_\_\_

Muito obrigada pela colaboração, Mariana Silva - marianasmmmsilva@gmail.com

## Anexo 11

### Questionário *checklist* a aplicar aos produtores agrícolas da cooperativa de consumo Fruta Feia do Porto

A aplicação do presente questionário do tipo *checklist* procura identificar as principais características sociodemográficas dos produtores que colaboram com a cooperativa de consumo Fruta Feia - e que aceitaram participar na presente dissertação enquanto entrevistados - e as particularidades das suas explorações agrícolas.

O objetivo desta inquirição visa orientar a investigação no sentido de elaborar uma pequena amostra teórica que reúna um conjunto de indivíduos heterogéneos do ponto de vista social e do seu perfil no ramo agrícola.

Segue o questionário estruturado em três partes - informações gerais sobre o produtor, e as mencionadas características sociodemográficas e particularidades das explorações – o qual será aplicado aos produtores que colaboram direta e quotidianamente com a cooperativa.

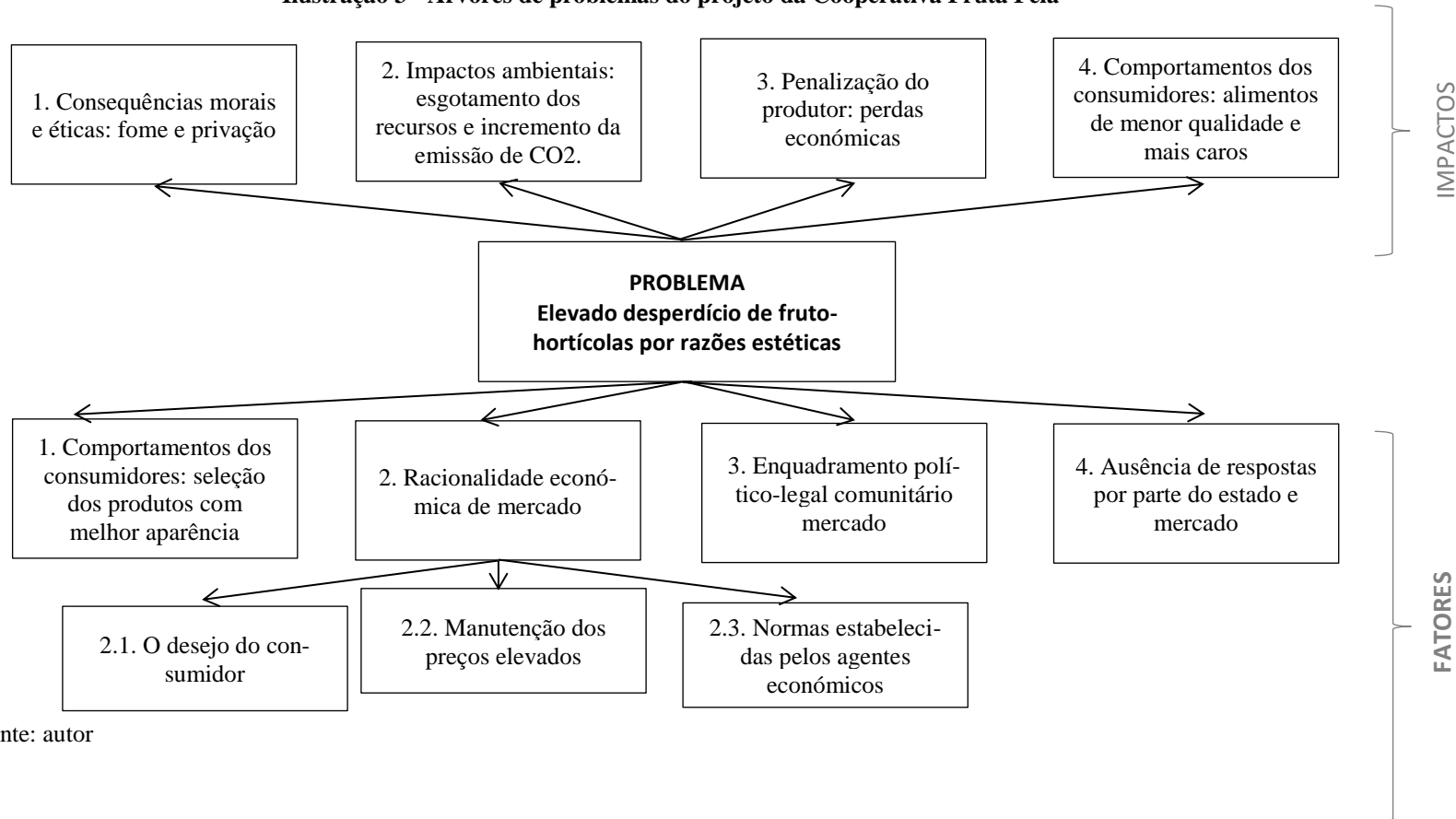
N.º do questionário	
Data	
Local da aplicação	
<b>I. Informações gerais sobre o produtor</b>	
Nome	
Contacto	
<b>II. Caracterização sociodemográfica do produtor</b>	
1. Sexo	
2. Idade	
3. Local de residência (concelho e freguesia)	
4. Nível de escolaridade	
5. Situação na profissão (trabalhadores por conta de outrem ou por conta própria)	
6. Tem formação profissional agrícola? (qual?)	
7. É agricultor a tempo integral? Se não, qual a outra atividade profissional?	
8. Foi sempre agricultor ou teve outra profissão?	
9. Os seus pais são/eram agricultores?	
<b>III. Caracterização da exploração</b>	
1. Local da exploração agrícola (concelho e freguesia)	
2. Dimensão da exploração agrícola (há – a maioria das explorações em Portugal tem entre 1 a 5 ha)	
3. Número e variedade de culturas produzidas (policultura ou monocultura?)	
4. N.º de elementos que trabalham na exploração	

*Uma alternativa solidária e responsável de comercializar e consumir:  
o caso de uma cooperativa de consumo*

5. Tem elementos familiares a trabalhar na exploração? Quantos?	
6. Objetivo da produção (venda, autoconsumo, alimentação de familiares diretos...)	
7. Percentagem aproximada de produção vendida	
8. Principal destino do escoamento e comercialização (supermercados, feiras e mercados locais, mercearias, mercado internacional...)	

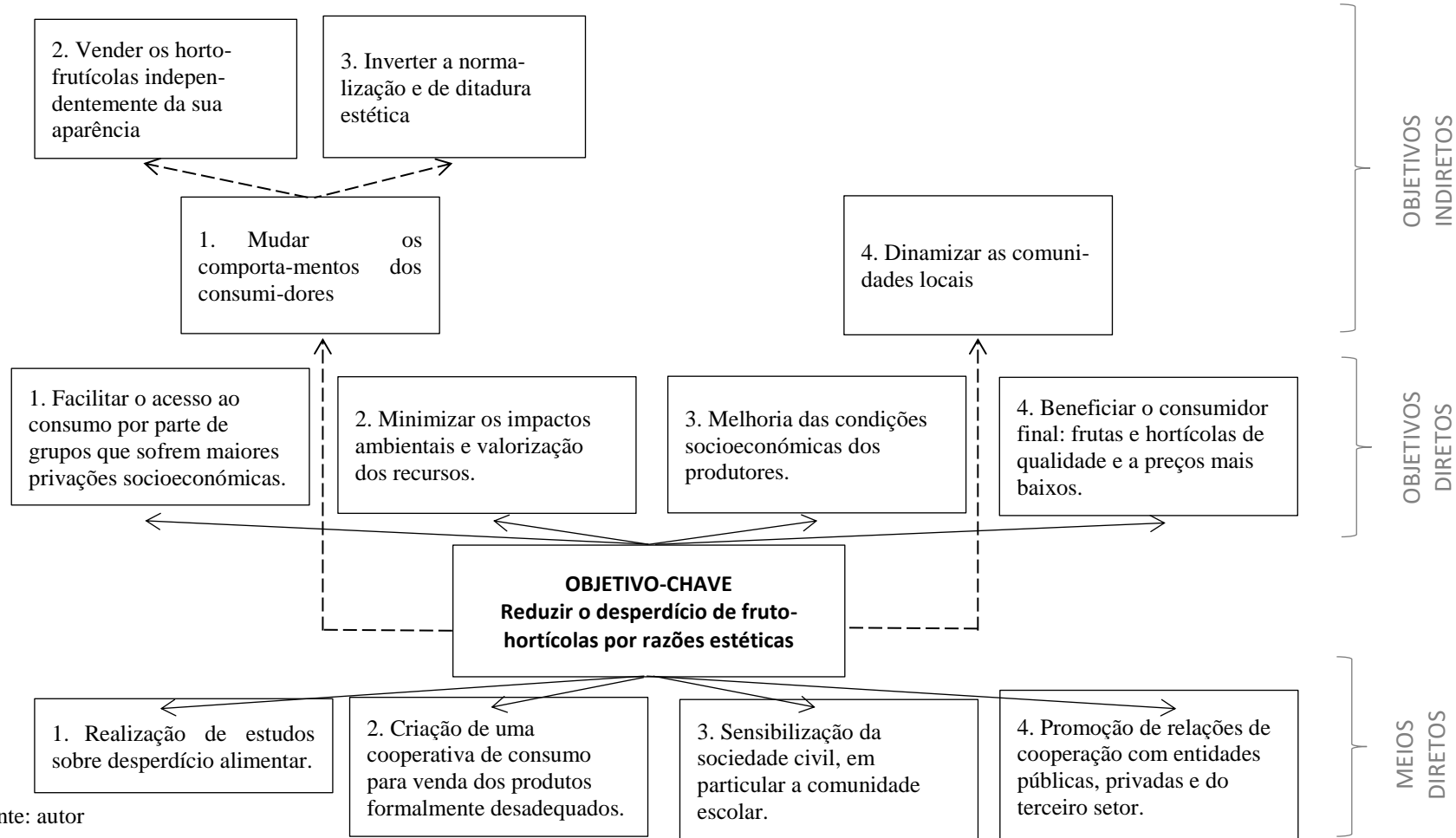
## Anexo 12

Ilustração 3 - Árvores de problemas do projeto da Cooperativa Fruta Feia



Fonte: autor

Ilustração 4 - Árvores de objetivos do projeto da cooperativa Fruta Feia



Fonte: autor



## Anexo 13

**Tabela 6 - Resultados evolutivos do Projeto Fruta Feia**

	<b>Projeto piloto (Set 2015)</b>	<b>Flaw4life Primeiro ano</b>
Redução de desperdício (ton/semana)	3,3	6,5
Redução de emissões GEEs (kg CO2 eq/semana)	2,897	5,794
Eficiência de recursos - água (m3/semana)	3,572	7,144
Eficiência de recursos - energia (KWh/semana)	4,667	9,333
Eficiência de recursos - solo (ha)	3	6
Pontos de entrega	3	6
Produtores	35	90
Consumidores associados	750	1,500
Postos de trabalho	4	7
Voluntários	80	160
Alunos	111	1,535

Fonte: Flaw4life (2017)

## Anexo 14

**Ilustração 5 – Imagens ilustrativas de um dia de trabalho na Cooperativa Fruta Feia**



**Fonte:** autor

**Notas:** **1** – início da manhã, 5 de setembro de 2017, recolha de produtos a um dos produtores de Vila do Conde; **2** – final da manhã, 19 de setembro de 2017, produtos destinados ao lixo num dos armazéns visitados pela CFF; **3** – início da tarde, 11 de setembro de 2017, montagem das cestas por parte dos voluntários na delegação de Matosinhos; **4** – meio da tarde, 5 de setembro de 2017, cestas preparadas para a sua recolha; **5** – meio da tarde, 19 de setembro de 2017, exemplo de frutas “feias”, colocadas sobre a mesa de pagamentos em destaque para os visitantes; **6** – meio da tarde, 4 de outubro de 2017, exemplo de cebolas não normalizadas.