

Universidade de São Paulo - USP

Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz” - ESALQ

Departamento de Economia, Administração e Sociologia - LES

**COOPERATIVAS AGRÍCOLAS E SEU PAPEL EM CIRCUITOS CURTOS: A
solidariedade alimentar a partir do cruzamento de olhares para casos na
França e no Brasil**

Maria Clara Novais Bernardes

Piracicaba

Agosto 2014

Maria Clara Novais Bernardes

Graduanda em Engenharia Agrônômica – ESALQ/USP

Número USP: 6826774

**COOPERATIVAS AGRÍCOLAS E SEU PAPEL EM CIRCUITOS CURTOS: A
solidariedade alimentar a partir do cruzamento de olhares para casos na
França e no Brasil**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência parcial, para obtenção do grau de bacharel em Engenharia Agrônômica da Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz” da Universidade de São Paulo.

Orientador: Prof. Dr. Paulo Eduardo Moruzzi Marques

Co-orientadora: Dra. Yuna Chiffolleau

Piracicaba

Agosto 2014

Universidade de São Paulo - USP

Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz” - ESALQ

Departamento de Economia, Administração e Sociologia - LES

**COOPERATIVAS AGRÍCOLAS E SEU PAPEL EM CIRCUITOS CURTOS: A
solidariedade alimentar a partir do cruzamento de olhares para casos na
França e no Brasil**

Maria Clara Novais Bernardes

Aprovado pela Banca Examinadora:

Prof. Dr. Paulo Eduardo Moruzzi Marques

Profa. Dra. Maria Elisa de Paula Eduardo Garavello

Prof. Dr. Ademir de Lucas

Piracicaba, 12 de agosto de 2014.

Dedico aos meus pais, Sandra e Paulo Afonso, pelo amor e dedicação,
por acreditarem em mim e incentivarem meus sonhos e planos.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiro à possibilidade de vida, à energia espiritual da criação, a qual denominamos Deus, por ter me dado a graça de viver e também todas as oportunidades para que estivesse aqui hoje. Agradeço aos meus familiares por todo amor e carinho. Em especial aos meus pais e irmãos que além de todo amor, apoio e alegria, também compartilharam comigo dificuldades, as quais se vivenciam apenas com a intimidade da convivência, permitindo fortalecer ainda mais nossos laços de fraternidade e nossa união.

À Yuna Chiffolleau e ao Paulo Moruzzi por terem confiado em mim e me orientado neste trabalho, pelos ensinamentos preciosos e conversas enriquecedoras tanto para a pesquisa quanto para minha vida profissional. Aos professores brasileiros, Silvia Miranda pelo apoio durante meu intercâmbio de estudos na França; Ademir pela amizade, ensinamentos, repreensões e exemplo de dedicação ao ensino e extensão; Dalcio Caron, pelas conversas incentivadoras. Aos professores franceses, Betty Wampfler pela atenção e conselhos, Elisabeth Rasse-Mercat também pelos conselhos e cuidados, Stephane Fournier, por intermediar o estágio com Yuna. Estendo meus agradecimentos a todos os professores que conheci durante minha vida estudantil, em especial àqueles que estive mais próxima, por me auxiliarem na construção do conhecimento, da criticidade e em minha formação. Aos funcionários e colegas da UMR Innovation (Supagro), na França, e aos do Pavilhão de Ciências Humanas (Esalq), no Brasil, locais e pessoas que sempre me acolherem bem e concederam as condições necessárias para o bom desenvolvimento do projeto. Às bolsas concedidas que viabilizaram a realização deste trabalho: BRAFITEC, durante meus estudos na França, e RUSP de iniciação científica, no Brasil. Aos membros da banca examinadora.

Agradeço também a todos que participaram das entrevistas, contribuindo enormemente para o êxito do trabalho, por meio da partilha de seus diferentes olhares sobre o tema, da transmissão de materiais e da boa vontade em me receber, em especial aos representantes das cooperativas que participaram dos estudos de caso. Aos agricultores da Serra de São Pedro, na maioria membros da cooperativa local (COOPAMSP), que em parceria com o Grupo de Extensão de São Pedro (GESP), muito me ensinaram, na verdadeira prática, sobre: agronomia, extensão rural, questão agrária, saberes tradicionais; e principalmente sobre: humildade e humanidade. Com certeza, este fruto colhido hoje, meu TCC, vem, em boa medida, da semente plantada por meio das experiências compartilhadas, no campo, com eles.

Não poderia deixar de agradecer aos meus colegas da Supagro e da ESALQ, pelos momentos de descontração e aprendizado. E principalmente aos meus amigos, grandes companheiros de estrada, aqueles que tornam nossos dias mais alegres e positivos e estão ao nosso lado para nos animar, consolar, advertir, contestar, divertir, compartilhar e orientar para o bem, no caminho da vida. Ao Vitor, que além da amizade, com seu companheirismo e carinho, colaborou em muito durante a conclusão deste trabalho.

“(...) eu amo as gentes e amo o mundo. E é porque amo as pessoas e amo o mundo, que eu brigo para que a justiça social se implante antes da caridade”

(Paulo Freire)

RESUMO

Nosso estudo visa discutir em que medida as cooperativas inseridas nos circuitos curtos desempenham um papel importante no acesso alimentar pelas famílias de menor renda, tendo em vista o contexto de pobreza, fome e exclusão mundial. O objetivo deste trabalho é, portanto, analisar o papel, a visão e o posicionamento das cooperativas agrícolas quanto ao acesso alimentar a todos, em especial às populações desfavorecidas, bem como cruzar as diferentes relações entre cooperativas e consumidores na França e no Brasil. Nossas hipóteses levantadas admitem que as cooperativas buscam retomar seus princípios fundadores. Historicamente, as cooperativas se engajaram em perspectivas produtivistas, pouco se preocupando com a acessibilidade alimentar às famílias desfavorecidas. Ultimamente, a inserção em circuitos curtos nutre o debate sobre os princípios cooperativistas. Mas, enquanto alternativa para uma alimentação mais segura e saudável, os circuitos curtos apresentam limitações, como um público ainda elitizado. Porém, por meio de algumas cooperativas e formas inovadoras de cooperação, baseadas na economia solidária e incentivadas, ora pela sociedade civil organizada, ora pelas políticas públicas, é possível encontrar medidas de maior acesso alimentar a todos. A metodologia aplicada no estudo foi pesquisa na França e no Brasil (levantamento bibliográfico, entrevistas semi-dirigidas com diferentes atores sociais, estudos de casos). Assim, o estudo forneceu dados sobre o histórico das cooperativas, a acessibilidade alimentar, a relação entre cooperativas e circuitos curtos e as políticas públicas alimentares. Finalmente, a análise dos estudos de caso e entrevistas sugere que cooperativas inovadoras ancoradas na economia solidária desenvolvem ações de solidariedade alimentar.

Palavras-chaves: cooperativismo, circuitos curtos, solidariedade alimentar, inovações

RESUMÉ

L'étude cherche discuter si les coopératives insérés dans les circuits courts ont un rôle fondamental dans l'accès alimentaire aux familles à petit budget, vis à vis le contexte de pauvreté, de faim et d'exclusion mondial. L'objectif du travail est analyser et comprendre le rôle, l'avis et le positionnement des coopératives agricoles face au accès alimentaire à tous, espesialement aux gens défavorisés. Aussi bien que croiser les rapports différents entre les coopératives et les consommateurs en France et au Brèsil. Les hipotèses admnettrent que les coopératives cherchent retrouver ces principes fundateurs, cependant, elles ne s'inquiètent pas, dans les dernières annèes, d'accessibilité alimetaire aux familles défavorisées. Par ailleurs, les circuits courts, tandis que une alternative pour une alimentation plus secure et saine, montrent des limitations pour avoir encore un public restit. Par contre, par certaines coopératives et des formes innovantes de coopération, basées sur l'economie solidaire et sur l'incentive d'une partie de la societé civil organisée et d'autre partie des politiques publiques, c'est possible trouver des mesures pour un majeure accès alimentar à tous. La metodologie apliquée c'était l'étude en France et au Brèsil (la recherche bibliographique, les entretiens semi-ouvert, les études de cas). Ainsi, l'étude a fourni des données sur l'historique des coopératives, l'accessibilité alimentaire, le lien entre coopératives et circuits courts et les politiques publiques alimentaires. Finalement, l'analyse des études de cas et des entretiens suggèrent que les coopératives, basées sur l'économie solidaire, sont plus concernés par rapport à la solidarité alimentaire.

Mots-clés : cooperativisme, circuits courts, solidarité alimentaire, innovations

ABSTRACT

This study aims to discuss how cooperatives inserted in Short Food Supply Chains develop a crucial role on less income household's food access, due to world poverty, hunger and segregation. This work's objective is to analyze and understand the role, vision and positioning of agricultural cooperatives to universal food access, particularly for the disadvantaged. As well as linking agriculture cooperatives and consumer's diverse relations at France and Brazil. The hypothesis admits that cooperatives seek returning to their founding principles. Historically, cooperatives engaged in productivist perspective had not bothered lately with disadvantaged household's food access. Recently, short food supply chains stimulate debate on cooperative principles. But being an alternative for a healthy and safer eating, the short food supply chains have shown limitations for being still related to elite audience. However, by some cooperatives and innovative ways of cooperation, based on solidarity economics and incentives, through organized society or public policies, it's possible to discover sound universal food access's measures. The applied methodology was: research in France and Brazil (bibliographic review, semi-structured interviews with different social actors, case study). Thus, the interviews and case study analysis suggests that innovative cooperatives anchored in social economy have food solidarity actions.

Keywords: *cooperativism, short food supply chain, food solidarity, innovations.*

SUMÁRIO

Introdução.....	09
1. Cooperativismo e solidariedade alimentar: convergências, divergências e complementaridades	13
1.1 Histórico das cooperativas: emergência, crescimento e retorno aos princípios	14
1.2 Acessibilidade alimentar: mudanças e preocupações das cooperativas	20
1.3 Cooperativas e circuitos curtos: oportunidades para todos	24
1.4 Políticas públicas alimentares: organizar cooperativas e promover acessibilidade	27
1.5 Solidariedade Alimentar: opiniões em destaque	30
2. Diferentes iniciativas de cooperativas na França e no Brasil	31
2.1 Ecomiam	32
2.2 Coralis	33
2.3 Champ Commum	34
2.4 COOPAMSP	35
2.5 COPERACRA	37
2.6 COPAVI	38
3. Discussão Transversal : qualidade e aspectos sociais, econômicos e ambientais em questão	41
Conclusão	46
Referências Bibliográficas	49

Introdução

Muito se debate sobre o papel da agricultura e, por mais que o modelo de agricultura industrial e o consumo de massa ainda sejam dominantes, é possível afirmar que os modelos alternativos voltados para a sustentabilidade social e ecológica estejam se expandindo cada vez mais rápido conforme Moruzzi Marques (2013), e é nesta conjuntura que se encontra o desenvolvimento dos circuitos curtos de proximidade.

Os circuitos curtos são definidos como modos de venda direta com no máximo um intermediário, de acordo com a definição elaborada pelo Ministério da Agricultura, do Agroalimentar e da Floresta francês em 2009. Quando se trata de circuitos curtos de proximidade deve-se considerar, além da limitação do número de intermediários, a proximidade geográfica. Ademais, segundo Chiffolleau e Prevost (2012), tais circuitos são caracterizados como inovações sociais para uma alimentação durável nos territórios, as quais surgem, no contexto do debate sobre a economia social e solidária, como alternativa ao desengajamento do Estado, à política neoliberal de privatizações e às falhas de uma economia de mercado que não responde às necessidades da população.

Baseado na definição do site do Ministério brasileiro do Trabalho e Emprego (MTE, 2014), a economia solidária é um modo alternativo à forma convencional de se produzir, vender, comprar, trocar mercadorias e serviços necessários para manutenção de nossas vidas. Tendo em vista, a equidade, a dignidade, a justiça, o respeito ao meio ambiente. Além disso, estão entre as características da economia solidária a participação, a autogestão, a cooperação, a viabilidade econômica, a autonomia, a solidariedade, o respeito ao meio ambiente, à diversidade cultural e aos direitos humanos. Deste modo diz-se que esta é centrada no ser humano e não no lucro.

Diversos são os benefícios encontrados nos circuitos curtos, como apresentado pela Associação '*Acteurs Pour une Economie Solidaire*' (APES), eles são recriadores de ligações sociais e culturais uma vez que favorecem o reconhecimento entre agricultores e consumidores e são base de uma educação popular sobre produtos alimentares e qualidade de vida. São também iniciativas que buscam atender às demandas tanto dos agricultores, ao proporcionar uma melhor remuneração, quanto dos consumidores ao acederem a produtos de melhor qualidade.

Contudo, os circuitos curtos, às vezes, ainda ficam limitados a um público militante, consciente do valor e importância de tal modo de consumo, mas disposto e com condições de pagar mais caro por um produto de maior qualidade. Esta qualidade refere ao frescor e sabor, mas sobretudo ao modo de produção cuidadoso em termos de questões sociais e ambientais.

Essa questão foi levantada no trabalho participativo de Chiffolleau e Patrel com *Reseau Rural* sobre indicadores para avaliar a contribuição dos circuitos curtos às questões sociais,

tratando do desenvolvimento dos mesmos. A análise dos exemplos concretos de tais circuitos alimentares a partir dos indicadores criados permitiu identificar tal limitação dos circuitos curtos, aquela referente à fraca participação de famílias desfavorecidas, praticamente inexistente nas populações em situação de marginalidade.

Neste contexto, surgem diversos trabalhos sobre a relação de cooperativas e circuitos curtos, tratando desde a forma de organizar tais circuitos em projetos coletivos até a dimensão social desta forma de comercialização em cooperativas ou associações. Em um desses trabalhos realizado pela *Federation Nationale des Coopératives d'Utilisation de Matériel Agricole* (FN CUMA) e pela *Condefédération Générale des Sociétés Coopératives et Participatives* (SCOP), cita-se os valores que ligam cooperativas aos circuitos curtos locais “[...] resgatamos os valores comuns às diversas cooperativas: a democracia, a solidariedade, a responsabilidade dos atores, a resposta às necessidades econômicas e sociais, a proximidade, a transparência e a consideração em relação às gerações futuras”.

As cooperativas nascem do interesse dos agricultores em compartilhar seus meios de produção, transformação e comercialização, a longo prazo. Elas estão intrinsecamente ligadas a um território determinado, onde seus aderentes vivem e trabalham. Dessa maneira, o futuro de uma cooperativa está também ligado ao futuro do território em questão, ao seu vigor social e econômico e à conservação dos recursos naturais locais (PURSEIGLE et al, 2013). As cooperativas agrícolas possuem princípios e valores diferentes daqueles apresentados pelas sociedades empresariais, explicitados no caráter democrático da organização e na finalidade não de obter um lucro máximo e imediato, conforme website da Coop de France¹ (organismo de representação francês). Outrossim, o cooperativismo procura valorizar as atividades de seus membros a longo prazo, sendo os resultados obtidos repartidos entre os cooperados.

Conforme mostra Purseigle e seus colaboradores, embora os princípios da cooperativa contenham os valores de democracia, confiança, ligação ao território, solidariedade entre agricultores, demais membros e consumidores; pôde ser observado que, ao longo da história, as cooperativas buscam muitas vezes assegurar oportunidades e obter valor agregado.

Assim, a expansão das cooperativas com perfil produtivista, favorecida pela internacionalização crescente da economia, pode levar a benefícios exclusivos de ordem econômica em detrimento à natureza da organização, sobretudo, em termos de serviços aos cooperados. Logo, com os mercados de *commodities* e o desenvolvimento da indústria agroalimentar, as cooperativas, em grande medida, hoje possuem uma visão produtivista e voltada para a venda em grande escala nos circuitos longos de distribuição.

¹ Disponível no site da Federação de Cooperativas da França: <<http://www.coopdefrance.coop/fr/2/qu-est-ce-qu-une-coop/#specificite-cooperative>>.

Em consequência, após se conscientizarem do distanciamento dos princípios fundadores das cooperativas, atualmente presencia-se formas alternativas de cooperativas na França e no Brasil. Sendo que, na França, têm-se as Sociedades Cooperativas e Participativas (SCOP) e as Sociedades Cooperativas de Interesse Coletivo (SCIC), as quais associam utilidade social e desenvolvimento rural. E no caso brasileiro, vê-se a formação recente de novas organizações representativas do cooperativismo como a União Nacional das Cooperativas Solidárias (UNICOPAS), que agrupa a União Nacional das Cooperativas da Agricultura Familiar e Economia Solidária (UNICAFES), a Confederação das Cooperativas de Reforma Agrária do Brasil (CONCRAB) e a União e Solidariedade das Cooperativas e Empreendimentos de Economia Solidária (UNISOL).

Além disso, no Brasil as políticas públicas, como a Política de Aquisição de Alimento (PAA), modalidade Doação Simultânea, e a Política Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), reforçam a ligação entre as cooperativas e os consumidores através dos circuitos curtos e, ao mesmo tempo, favorecem o acesso aos produtos alimentares pelas populações desfavorecidas.

Assim, tendo em vista que as cooperativas se desenvolvem geralmente com os processos de transformação da agricultura e sendo esses processos “vivos”, conduzidos por mulheres e homens e inseridas não só na dimensão técnico-econômica como também social e política, percebe-se uma mudança de muitas destas organizações em direção à prática de uma economia social e solidária e do desenvolvimento sustentável. Haja vista, a declaração do presidente da *Coop de France Ouest*, Jean-Marie Gabillaud², que reforça a importância da solidariedade e da responsabilidade face ao contexto econômico atual, demonstrando que as cooperativas, além de terem preocupações ambientais, possuem também um papel fundamental frente às questões como solidariedade alimentar, luta contra desperdício e responsabilidade social em territórios sensíveis.

Portanto, as cooperativas, inseridas nos circuitos curtos, desempenhariam um papel fundamental no acesso ao alimento pelas famílias carentes. Nesta ótica, torna-se pertinente e interessante conhecer as diferentes formas possíveis das medidas, neste sentido, implementadas na França e no Brasil.

Nesta perspectiva, nosso estudo visa analisar e compreender o papel, a visão e o posicionamento das cooperativas agrícolas quanto ao acesso alimentar a todos, em especial às famílias de menor renda. Em razão dos programas de cooperação da ESALQ com suas instituições parceiras francesas, nosso trabalho pôde cruzar as formas de relações entre cooperativas e consumidores na França e no Brasil.

Para orientar nossa pesquisa, as hipóteses levantadas admitem que as cooperativas retornam aos seus princípios fundadores. Ou seja, buscam reencontrar a ligação com os

² Disponível em: <<http://www.aveniragricole.net/001063-49/001065-53/011-7007-Ne-plus-passer-exclusivement-par-le-filtre-environnemental.html>>.

consumidores, seja através dos circuitos curtos, seja através de outras modalidades de ações.

De fato, as cooperativas, nos últimos anos, não se preocuparam muito com o acesso das famílias desfavorecidas a seus produtos alimentares. Esta negligência leva muitos atores a se sensibilizarem com a questão, desenvolvendo práticas neste sentido.

Ademais, mesmo sendo os circuitos curtos uma alternativa aos circuitos longos para uma alimentação mais segura e saudável, observa-se que seu perfil é muito elitizado. Na França, seu público é aquele de maior poder econômico, com uma motivação militante.

Porém, há algumas cooperativas / associações, bem como novas formas de cooperação (SCOP e SCIC na França; Unicafes, Concrab e Unisol no Brasil) baseadas na economia solidária, que, seja através de incentivos da sociedade civil organizada, seja através de incentivos provenientes de políticas públicas (como o PAA e o PNAE no Brasil), buscam estabelecer medidas para o acesso das famílias desfavorecidas aos seus produtos alimentares.

Para a discussão das hipóteses mencionadas acima e para responder ao objetivo apresentado, o desenvolvimento do projeto foi realizado em diferentes etapas: estudo e pesquisa de campo na França; estudo e pesquisa de campo no Brasil e elaboração do trabalho, com uma conclusão transversal aos dois estudos. Por outro lado, as primeiras duas etapas apresentam igualmente as seguintes fases:

1. Compreender a evolução das relações cooperativas-consumidores, bem como das novas formas de cooperativas, com os seguintes procedimentos:

Procurou-se identificar os tipos de cooperativas que possuem a preocupação em tornar mais acessíveis seus produtos às populações desfavorecidas. Assim, as questões formuladas foram as seguintes: Como os dirigentes e agricultores de cooperativas/associações consideram o papel de fornecer alimentos às populações de menor renda? E por outro lado, quais são as críticas contra o sistema dominante de produção agroalimentar?

Para tal tarefa foram empregadas as seguintes ferramentas: pesquisa bibliográfica e entrevistas semi-estruturadas e exploratórias com os atores sociais (membros de cooperativas, membros de organizações de apoio à agricultura, professores e pesquisadores). Para o levantamento bibliográfico, foram elaboradas fichas de leitura e, para as entrevistas, um roteiro semi-estruturado (APÊNDICE I).

2. Compreender as ações das cooperativas envolvidas na solidariedade alimentar. Nesta fase, buscou-se discutir as seguintes questões: Quais são as medidas tomadas pelas cooperativas para facilitar tal acesso? Quais são as justificativas apresentadas para tal engajamento em favor dos menos favorecidos?

Logo, as ferramentas utilizadas foram: pesquisa bibliográfica; entrevistas semi-estruturadas com atores sociais (membros de cooperativas, membros de organizações de apoio à agricultura, professores e pesquisadores) e; realização de alguns estudos de caso das cooperativas/associações que possuem algum tipo de ação favorável ao acesso alimentar da população de menor renda (as iniciativas de cooperativas na França e no Brasil). O guia de entrevista elaborado para os estudos de caso (APÊNDICE II) e a relação de entrevistados (APÊNDICE III) encontram-se ao final do documento .

Para a escolha das cooperativas na França foi construída uma grade de análise (APÊNDICE IV) em que constavam: status (forma de cooperativa/associação), região e/ou território na qual se encontra, o tipo de ação realizada em favor do consumidor, se existia alguma forma de fomento ou subvenção para tal ação designada como solidária, os parceiros, o tipo de membros, e por fim o ano em que a ação solidária teve início. Além disso, cada caso foi caracterizado com diferentes cores que se referiam ao tipo de iniciativa: cantinas, lojas com preço justo, venda em cestas alimentares, tarifas diferenciadas, outras.

Enfim, foi realizada a discussão transversal do tema a partir dos depoimentos dos atores sociais entrevistados e do conteúdo levantado a partir da bibliografia. Constatou-se, argumentos divergentes e convergentes quanto a questões como qualidade dos produtos alimentares oferecidos, viabilidade e durabilidade das ações implementadas dos pontos de vista econômico, social e ambiental, bem como a governança envolvida, o que será discutido nas linhas abaixo.

O olhar sobre as relações cooperativas-consumidores nos dois países, Brasil e França, cujas trajetórias agrícola e social são muito distintas, pode favorecer intercâmbios frutuosos com vistas notadamente ao estudo de iniciativas para o desenvolvimento de uma economia solidária e para a soberania alimentar, fundadas em circuitos curtos de proximidade.

1. Cooperativismo e Solidariedade alimentar: convergências, divergências e complementaridades

Por meio da bibliografia levantada e das entrevistas com os atores do meio cooperativo e da economia solidária, pudemos recolher diversas opiniões sobre o assunto, o que nos auxiliou ora a compreender melhor o debate, ora a recuperar os exemplos práticos em direção à acessibilidade de todos à alimentação saudável.

No total, foram quinze entrevistados franceses e seis brasileiros no quadro de atores sociais de diferentes perfis: pesquisadores, professores universitários, membros de cooperativas, funcionários de organismos públicos de apoio técnico agrícola, ou de desenvolvimento rural e territorial, membros de federações do movimento cooperativo. As entrevistas semi-

estruturadas foram em sua maioria registradas em áudio e em notas com o consentimento dos entrevistados.

A participação em Congressos, como o Congresso de Circuitos Curtos Locais “Renovar os laços entre territórios e consumo alimentar” em Paris e o Congresso Brasileiro de Agroecologia em Porto Alegre, foi uma oportunidade de entrar em contato e trocar experiências e informações com pesquisadores, estudantes e profissionais da área no tema deste trabalho.

A partir de todos esses elementos, como bibliografia, entrevistas e participação em congressos, foram levantados os pontos divergentes, convergentes e/ou complementares sobre as questões fundamentais de nosso tema, os quais são discutidos em tópicos abaixo.

1.1 Histórico das cooperativas: emergência, crescimento e retorno aos princípios

Segundo Jaques Fontaine (2003), o cooperativismo pode ser visto como um movimento de autodefesa econômica e ajuda mútua, cujos princípios possuem essência social e econômica. Sua origem, na Europa, está ligada ao nascimento da economia capitalista e a forte crise alimentar ocorrida no fim do século XIX.

Entre os valores do cooperativismo, além da democracia, igualdade, equidade, ajuda mútua e solidariedade, também estão honestidade, transparência, responsabilidade social e preocupação com seu semelhante. Esses valores fundamentam os sete princípios do cooperativismo, cuja origem data de 1844 pelos Pioneiros de Rochdale, que foram adotados com algumas alterações pela Aliança Cooperativa Internacional (ACI) (Pires,2004):

1. Adesão livre e voluntária
2. Controle democrático pelos sócios
3. Participação econômica dos sócios
4. Independência e autonomia das cooperativas
5. Educação, treinamento e formação
6. Cooperação entre cooperativas
7. Preocupação com a comunidade

Conforme Bialoskorski e seus colaboradores (2000), a Aliança Cooperativa Internacional (ACI) modificou alguns dos princípios doutrinários em 1995 durante o congresso comemorativo dos 100 anos da entidade. Assim, foi incluída a responsabilidade com o desenvolvimento sustentável, o que demonstraria a responsabilidade social do cooperativismo com a comunidade e com meio ambiente.

O contexto em que as cooperativas surgem, conforme Mauget e Koulytchizy (2003), é caracterizado pelo avanço tecnológico, como o número cada vez maior de insumos destinados à produção agrícola. Dessa forma, este nascimento foi motivado pelo desejo de maior controle sobre os preços e conseqüentemente a criação de uma organização de produtores para sua defesa nas negociações. Além disso, o aumento da produção agrícola também contribuiu para a formação de tais organizações para coleta e transformação dos produtos. Em razão de seus objetivos e conformação, o Estado desempenha um papel importante e constante no apoio financeiro para o desenvolvimento das cooperativas. Outro organismo cuja função foi muito importante para organização do movimento cooperativo foi a constituição de uma federação das cooperativas. No entanto, com o crescimento de dificuldades, diferentes foram as estratégias colocadas em práticas pelas cooperativas. Ocorreu assim uma mudança de valores e comportamentos. Para adaptarem-se ao universo de concorrência, certos princípios foram abalados, particularmente aqueles da participação e solidariedade diante das injustiças do capitalismo.

Segundo Jean François Draperi (2003), nos anos setenta o movimento do cooperativismo francês resgata o termo de “economia social”, priorizando o serviço aos próprios membros e os princípios democráticos. O aumento da concorrência capitalista demandou o fortalecimento econômico e político entre cooperativas, gerando o movimento de reagrupamento, como por exemplo, na Aliança Cooperativa Internacional (ACI). De toda maneira, é possível observar atualmente uma discrepância crescente entre as práticas da economia dominante e os valores da sociedade cooperativa, como liberdade, igualdade e fraternidade.

De acordo ainda com Mauget e Koulytchizy (2003), nos anos oitenta, com a crise, a globalização e o processo de financerização das economias, há o desenvolvimento de grupos cooperativos complexos e dependentes de dinheiro exterior. Já nos anos noventa com a queda do muro de Berlim e a propagação do neoliberalismo, é possível visualizar a concorrência desequilibrada de duas formas de negócio cujas finalidades são distintas: por um lado, a prioridade à acumulação, ao lucro e à rentabilidade das firmas e, por outro lado, a prioridade à redistribuição, à utilidade social e à eficiência das cooperativas.

A globalização neoliberal citada acima, apesar de ser relevante e predominante, não é exclusiva. Assim, a globalização alternativa emerge da união entre movimentos, organizações nacionais e internacionais, inclusive cooperativas, em contrapartida aos efeitos negativos diretos e indiretos da globalização neoliberal. Entre estes efeitos estão a exclusão social, a precarização do trabalho, a degradação ambiental, os conflitos entre diferentes povos, a violência aos direitos humanos (Santos, 2002).

A fim de complementar esta discussão, Chiffolleau, Dreyfus e Touzard (2005) no artigo sobre a ética, enquanto garantia de qualidade, e as perspectivas para as cooperativas de vinho na França fazem uma interessante análise histórica desde 1900 até hoje. Dessa forma, as

primeiras cooperativas do sudoeste francês, criadas a partir de 1900, eram formadas por grupos de pequenos produtores de uva, os quais além da motivação econômica em vender o vinho em comum e a vontade de emancipação, buscavam a aproximação com as cooperativas de consumidores a fim de garantir, inclusive aos trabalhadores, o vinho natural. Portanto, tanto membros da cooperativa e de organizações associadas, quanto às famílias populares da comunidade participam do mesmo espaço de responsabilidade e solidariedade. Logo, o que existe entre essas primeiras cooperativas é a “ética de classe”.

Ainda segundo os autores, a partir dos anos 30, inicia-se a produção em massa de vinho de mesa e ocorre o rápido crescimento das cooperativas em número e em peso econômico. Logo, o espaço de responsabilidade e solidariedade de outrora é reduzido aos próprios cooperados apenas, excluindo os consumidores. Nessa fase, afirmam que o apoio das cooperativas estaria na “ética corporativista”. No entanto, com a globalização e com o surgimento de novas demandas acerca da qualidade, em meados dos anos 70, ocorre a queda no consumo do vinho de mesa, a emergência de diferentes modalidades de cooperativas e a desestabilização da governança corporativista do setor. Nesse período, as cooperativas, que buscam tanto reengajar seus membros em projetos inovadores quanto responder às novas demandas dos consumidores e cidadãos, se apoiam à “ética de projeto”.

Atualmente, para Chiffolleau, Dreyfus e Touzard (2005) é necessário identificar e focar no contingente de desempregados, pobres e marginalizados não através da simples caridade, mas com os objetivos de criação de emprego e de reinserção social, isto é, de se engajar em um movimento social, a fim de enfrentar os atuais problemas sociais franceses. Nesta ótica, as cooperativas, devem estar inseridas juntamente a coletivos locais, cooperativas vizinhas, associações de inserção e entidades da economia solidária na luta contra a exclusão e na promoção de valores de solidariedade e identidade ao território.

Segundo Singer a economia solidária surge enquanto estratégia em resposta a trágica conjuntura de empobrecimento e exclusão social das “décadas perdidas”. O autor ainda cita que “economia solidária desde então tem sido viabilizada pelo apoio de movimentos sociais apoiados pelos setores organizados da sociedade civil. O movimento político da economia solidária se desenvolve de forma molecular durante os anos oitenta, e emerge na cena pública com a realização dos primeiros Fóruns Sociais Mundiais a partir de 2001” (SINGER, 2014).

De acordo com Pires (2004), as primeiras cooperativas agropecuárias brasileiras surgiram no início do século XX. Tanto no Brasil quanto na América Latina o cooperativismo teve forte influência política e controle por meio dos governos autoritários, tendo sua consolidação mais marcante no sul e sudeste, demonstrando as diferenças regionais de desenvolvimento. Em uma das entrevistas realizadas, o professor em sociologia rural brasileiro (Entrevista nº21), refere-se também a este histórico brasileiro ao afirmar que as primeiras organizações de representação das cooperativas brasileiras, como a OCB, baseiam-se na defesa dos

interesses dos grandes proprietários de terra e do agronegócio. Ademais, o entrevistado adiciona que em contraposição, o MST cria cooperativas próprias, baseadas nos valores de socialização e coletivização. E que entre esses dois extremos, encontram-se os agricultores com pouca terra, os quais organizados no início de 90 dão o “grito da terra” reivindicando representação/apoio para quem tem pouca terra, “aqueles que não têm nem muita terra, nem são sem terra” (Entrevista nº21). Neste momento, surge inclusive a necessidade de conceituar a agricultura familiar. Em outra entrevista ainda, o extensionista rural brasileiro entrevistado sugere que as cooperativas, apesar de sua origem a partir de ideais sociais, já nascem no Brasil com espírito basicamente capitalista, voltadas para as questões de comercialização assemelhando-se mais ao modelo cooperativo norte-americano (Entrevista nº19).

Desse modo, nos diálogos, junto aos diferentes atores sociais, foi possível encontrar em comum a mesma visão sobre os princípios do início do movimento cooperativo, tais como solidariedade e democracia. Após, com o crescimento e internacionalização das cooperativas, questões como governança, autonomia e participação dos produtores são colocadas em xeque e ocorre também o distanciamento das cooperativas de seu território bem como dos consumidores.

“Quando falamos de cooperativa nos transportamos ao século dezenove em que havia as noções de emancipação, solidariedade, mutualismo, cooperação, equidade, justiça e tais noções estão presentes hoje enquanto princípios da economia solidária.” (Entrevista nº3).

“Hoje alguns agricultores se questionam sobre o modo de governança, pois se sentem despossuídos de representação e poder de decisão com o crescimento da cooperativa.” (Entrevista nº6).

“A exportação para localidades distantes fora da Europa fez com que as cooperativas esquecessem o papel social que tinham no início do movimento, que era colocar em contato os pequenos produtores e os consumidores.” (Entrevista nº1).

“Percebo que há a tendência de algumas cooperativas crescerem muito, crescerem tanto que se tornam empresas burocráticas, racionalizadas e de algum modo semelhantes às empresas capitalistas. Capitalistas no sentido weberiano de capitalismo, de separar gestão de produção.” (Entrevista nº18).

“Minha visão sobre as cooperativas que cresceram e estão agora em uma situação gigantesca é que o produtor não é mais o foco. (...) As cooperativas começaram sendo um meio de venda de produtos dos agricultores e passaram a ser um centro comercial, perdendo a parte social de apoio aos próprios cooperados” (Entrevista nº20).

No entanto, a respeito da preocupação com os consumidores podemos encontrar divergências quanto às opiniões dos atores entrevistados. É possível reconhecer testemunhos sobre a existência da solidariedade ampla, tais como:

“As cooperativas sempre estiveram próximas às pessoas da cidade onde ela está estabelecida.” (Entrevista nº 1).

“No início do cooperativismo temos os princípios de Rochedale, em que havia a preocupação com a população desfavorecida devido à pobreza urbana marcante na época. Então são também os consumidores que pensam em uma sociedade alternativa, em um momento de emergência do movimento dos trabalhadores baseado na recusa da dicotomia entre os modelos capitalista e comunista, e na defesa de um modelo intermediário, o cooperativismo.” (Entrevista nº2).

“As cooperativas precisam guardar o princípio de autonomia e independência para garantir sempre que o poder de decisão seja dos cooperados. Outro princípio é o interesse pela comunidade, que estabelece ações em prol da mesma.” (Entrevista nº17).

Por outro lado, a visão sobre o papel da cooperativa pode se voltar apenas a uma solidariedade restrita aos pares, isto é, presente apenas no seio da organização, tais como nas seguintes entrevistas:

“Quando olhamos os princípios fundadores do cooperativismo, os consumidores não aparecem, pois o campo de ação não diz respeito a eles. Cooperativa é uma ferramenta em comum de desempenho para produtores.” (Entrevista nº10).

“Historicamente as grandes cooperativas nascidas no pós-guerra, buscavam a valorização da comercialização de seus produtos dentro das condições mais vantajosas para os próprios produtores membros, os quais se juntavam a fim de vender bem seus produtos com ou sem transformação; era assim e continua assim: obter o melhor preço. A questão da relação entre os consumidores e produtores era estranha, não era o objetivo e continua não sendo para as grandes cooperativas, cujo objetivo é vender melhor e a quem não importa.” (Entrevista nº9).

“A cooperativa está focada em melhorar a renda do produtor e não do consumidor. Outros movimentos possuem a preocupação com os consumidores.” (Entrevista nº19).

Consequente, o modelo das cooperativas clássicas vem sido contestado, assim surgem, na França e no Brasil, formas alternativas de cooperativismo que buscam resgatar certos valores e princípios, bem como inovar nas formas de organização, gestão e ação.

Logo, o status francês SCIC criado em 2001 associa diferentes parceiros em torno de um projeto de utilidade social, as SCIC oferecem também um quadro ideal para o aprofundamento da ligação entre consumidores, agricultores e territórios, exigindo inclusive a reinvenção dos processos de governança cooperativa. (VALORGE, 2010)

Já as SCOP possuem uma história antiga, de luta dos trabalhadores franceses pelos seus direitos e autonomia, ao longo do início do século XX. Deste modo, nesse modelo cooperativo os membros majoritários são os próprios funcionários (assalariados) conforme o website do movimento SCOP. A fim de exemplificar, no caso de uma SCOP do meio agrícola, fariam parte além dos agricultores os funcionários da cooperativa.

Ademais, a UNICOPAS foi criada em janeiro deste ano (2014), a fim de unir forças na luta por um cooperativismo brasileiro mais solidário segundo a publicação de Daniela Rueda no website do Fórum Brasileiro de Economia Solidária (FBES). As organizações que fazem parte da UNICOPAS, UNICAFES³ (criada em 2005), UNISOL⁴ (fundada em 2000) e CONCRAB⁵ (de 1992), apesar de suas peculiaridades, possuem em comum caráter e engajamento social, bem como a busca pela prática dos princípios autênticos do cooperativismo.

A fim de melhor ilustrar e adensar o debate sobre tais alternativas apresenta-se abaixo a opinião dos diferentes atores sociais entrevistados:

“A União das Cooperativas da Agricultura Familiar e Economia Solidária (UNICAFES) surge em oposição à OCB, para ser uma central nacional de representação de cooperativas da agricultura familiar e da economia solidária.” (Entrevista nº21).

“As SCOP e a evolução que levou às SCIC é um retorno aos princípios iniciais do cooperativismo, todos envolvidos da organização devem poder se engajar e participar da tomada de decisão coletiva.” (Entrevista nº3).

“Com as SCIC existe um projeto que envolve os produtores, os assalariados, os consumidores; é um projeto de território que casa os interesses de diferentes atores do local.” (Entrevista nº9).

“O movimento da economia solidária sensibilizou algumas cooperativas e associações. Isto criou novas formas de recriar o espaço vazio deixado pelas cooperativas clássicas. Há a renovação do senso de cooperativismo. Essas novas formas, frequentemente muito críticas à antiga forma clássica, tentam fazer o contrário, o contraponto, por exemplo, quanto ao consumidor, estabelecendo uma relação mais profunda.” (Entrevista nº5).

³ Disponível em <<http://unicafes.org.br/quem-somos>>.

⁴ Disponível em <<http://www.unisolbrasil.org.br/historico/>>.

⁵ Disponível em

<http://www.itsbrasil.org.br/sites/itsbrasil.w20.com.br/files/Sistema_Cooperativista_dos_Assentados.pdf>.

“Certamente existem experiências de cooperativas que fogem do modelo mais difundido, elas teriam um potencial muito grande se permanecessem descentralizadas, pequenas. Não que as cooperativas não devam crescer, mas que não seja um crescimento na lógica linear de se tornar grande, os cooperados deveriam questionar isso.” (Entrevista nº18).

Outra questão levantada durante as entrevistas foi os benefícios que as cooperativas produzem no território onde estão inseridas. Assim entre os pontos mencionados, podemos citar:

“Nos municípios hoje onde tem cooperativas, o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) é maior, o que temos comprovado através de pesquisas. Pois, se tem uma maior distribuição de renda, melhora para os produtores e a cooperativa ao ir bem, consegue contratar mais pessoas, consegue arrecadar mais para o município. O município por sua vez consegue melhorar as estruturas e serviços para atender a comunidade.” (Entrevista nº17).

“As cooperativas nas cidades são motores de gestão, da economia, de questões ambientais e de responsabilidades dos produtores frente à comunidade.” (Entrevista nº8).

“As cooperativas são ligadas ao município e aos moradores do mesmo, existe um espírito de ajuda mútua. Além de manter e melhor remunerar os membros, a perenidade da cooperativa faz viver a comunidade.” (Entrevista nº11).

1.2 Acessibilidade alimentar: mudanças e preocupações das cooperativas

Segundo Chiffolleau e seus colaboradores (2003), percebe-se a mudança das cooperativas sobre a qualidade de seus produtos devido aos consumidores, bem como o surgimento de processos inovadores apoiados sobre a solidariedade.

Entretanto, foram observadas divergências em relação à tomada de consciência das cooperativas sobre questões sociais com consequente mudança de comportamento e aproximação com o público consumidor, independente da classe social deste. Então, certos atores defendem o engajamento das cooperativas e outros afirmam a impossibilidade das mesmas em se preocupar com os consumidores, sobretudo com os consumidores menos favorecidos.

“Acredito que sentimos das cooperativas, independente de qual seja sua atividade, que elas são sensíveis às pessoas com menor poder de compra, menor acesso à formação; isso se traduz de diferentes formas, mas sabemos.” (Entrevista nº3).

“Acredito que existe sim a preocupação com os consumidores de menor renda, principalmente das cooperativas presentes em cidades menores.” (Entrevista nº17).

“O modo de produção das cooperativas permite uma boa relação qualidade/preço, uma vez que ao compartilhar os meios de produção, baixam-se os custos, o que faz baixar o preço de venda dos produtos, ou seja, o preço se torna mais acessível.” (Entrevista nº12).

“Talvez a crise econômica vivida na Europa leve as cooperativas a pensar e se questionar sobre a necessidade de se reconectar com aqueles valores de base e à questão do compartilhar. Porém elas não se encontram ainda lá.” (Entrevista nº15).

“Hoje algumas cooperativas percebem que é necessário voltar ao contato com os consumidores locais, seja pelos circuitos curtos, seja por meio de circuitos um pouco mais distantes, mas com o lado ético do comércio justo. Contudo, no interior dos conselhos das cooperativas tem cada vez mais pessoas individualistas e muito ligadas aos lucros, então é difícil que elas se interessem às pessoas em dificuldade.” (Entrevista nº1).

“Não enxergo uma mudança das cooperativas como um todo frente à pobreza e às crises econômicas mundiais.” (Entrevista nº19).

“Quando falamos com as cooperativas é sempre ‘o cliente’ quem aparece, e não o consumidor, e ‘o cliente’ é de fato uma noção ‘hiper mercadológica’, de relação de serviço, comercial, assim perde-se a noção de alimentação. A alimentação se transforma em um produto como qualquer outro, como vestuário, no entanto, não é a mesma coisa.” (Entrevista nº7).

“O foco das cooperativas está no consumidor de maneira geral, não há preocupação específica com as famílias de menor renda. O produtor tem a visão de colocar o produto dele no mercado, independente da renda do consumidor. Muitos produtores ainda são individualistas, cada um deles precisa vivenciar o cooperativismo dentro da família, depois para o grupo para depois expandir para o bairro, para o comércio, para os consumidores de seus produtos.” (Entrevista nº20).

“Já é difícil para os agricultores vender o próprio produto, como por exemplo, os produtores de leite, então após resolver os próprios problemas, talvez possam resolver os problemas de outros.” (Entrevista nº9).

“O jogo do capitalismo é pesado demais. As iniciativas da via camponesa, que teriam esse mote, estão desaparecendo dia após dia. A ideia que surge é que os agricultores estão comportando-se cada vez mais individualmente. Há o esgarçamento do tecido social, um esgarçamento da resistência ideológica” (Entrevista nº21).

Diante disso, a maior parte dos entrevistados manifestou ser possível um maior engajamento e sensibilidade das novas formas de cooperativas e das cooperativas pequenas e/ou familiares. Sendo o argumento de maior concordância e expressão observado, nos diálogos, este: que a proximidade às questões dos consumidores, inclusive da população desfavorecida, dependeria do *status* ou ainda da natureza da cooperativa.

“O debate sobre uma solidariedade maior se inicia (com os assalariados, por exemplo) e podemos ver a emergência de novas formas de cooperativas como SCIC e SCOP.” (Entrevista nº14).

“As cooperativas do modelo agroindustrial estão dentro das cadeias verticais, onde tudo é setorizado, nenhuma ligação mais entre agricultores e consumidores. A vontade era de sair deste modelo e fazer outras formas de tamanho menor a fim de reapropriar-se do modo de produção e de responder às necessidades dos consumidores em escala local. Então alguns agricultores decidiram se reorganizar para reencontrar identidade e ligação, demonstrando um caráter militante pela alimentação de qualidade, pelas questões ambientais e trabalhistas.” (Entrevista nº6).

“Quanto mais próxima a cooperativa e suas ações ao local em que está inserida, mais ela consegue enxergar os problemas ali existentes. Por outro lado, maior a cooperativa, há a perda de identidade regional e a hora que acontece isso, ela passa a achar que o problema da pobreza e da fome não tem nada a ver com ela e que o negócio dela é vender. Enquanto a cooperativa pequena e local consegue, pelo espaço e pelo tempo, enxergar os problemas que ela poderia ajudar a resolver.” (Entrevista nº19).

Entretanto, sobre as ações das cooperativas face aos consumidores desfavorecidos, foi chamada a atenção para o caráter negativo daquelas ações mais caritativas, uma vez que baseadas no assistencialismo, não promoveriam mudanças de fato na vida desta população.

“As ações que vemos nas cooperativas muitas são ainda caritativas e há pouca construção social.” (Entrevista nº1).

“Questionamo-nos sobre a segregação entre públicos, mas se a ação é apenas uma etapa para que em dois anos essas pessoas em dificuldade mudem de situação, existe um objetivo de transformação e não é somente caritativo.” (Entrevista nº14).

“Para esta questão (acesso das famílias desfavorecidas) ou as cooperativas fazem caridade, isto é dar comida as pessoas que passam dificuldade ou as cooperativas buscam junto a essas pessoas montar um projeto que permite aos produtores venderem seus produtos, ora a um preço mais acessível ora inclusive à mudança de hábitos alimentares. Interessante associar essas pessoas entre elas, caso contrário

ficamos numa lógica caritativa e esta não é o projeto da cooperação, nem da economia solidária.” (Entrevista nº3).

Além disso, é preciso pensar na questão econômica, uma vez que a viabilidade de uma ação não se limita a questão social e ambiental, mas também ao suporte econômico da mesma. Foi observado em algumas entrevistas que para a cooperativa ter uma ação em prol das famílias de menor renda seria necessária estabilidade financeira.

“As ações em prol da comunidade dependem também da cooperativa estar a nível rentável, isto é, conseguindo repassar ao agricultor o valor do seu produto e ainda ter sobra ao final do ano.” (Entrevista nº17).

“Mas para a cooperativa funcionar é necessário renda. Quer romance? Vai ler um livro, pois as cooperativas necessitam de renda pra sobreviver. A venda de produtos com preço mais baixo visando o consumidor de menor renda seria uma opção, mas mesmo assim o custo de produção pode ser um fator limitante.” (Entrevista nº21).

“Não podemos ser ingênuos sobre a mercantilização. O mundo em que vivemos é um mundo de mercados, muitos poucos escapam dos mercados e as cooperativas precisam se inserir nisso, se não estão fora da possibilidade de ganho”. (Entrevista nº18).

Nas entrevistas exploratórias também foi constatado outras preocupações que teriam as cooperativas, até mesmo anteriores aos consumidores de menor renda, as quais seriam as questões ambientais e trabalhistas.

“É triste, mas nas grandes cooperativas estamos preocupados com o desenvolvimento sustentável, porém mais voltado para a poluição, segurança, rastreabilidade e servir os próprios cooperados.” (Entrevista nº10).

“A problemática nos interessa, mas somos mais militantes que agentes de ações de solidariedade. Dentre nossas preocupações estão como colocar valor ao produto, as demandas dos consumidores e as questões do meio ambiente.” *Entrevista nº8.*

“Diferente do que muitas vezes aparece na mídia, o produtor tem preocupação com a terra. Pois ele sabe que se não preservá-la, amanhã ele não conseguirá mais plantar ou seu custo para recuperá-la vai ser tão alto que a atividade deixará de ser rentável.” (Entrevista nº17).

Segundo um pesquisador francês entrevistado “as cooperativas poderiam tocar as famílias desfavorecidas ao dar a possibilidade dessas pessoas virem colher gratuitamente ou a preços muito baixos, para situações em que o produtor não vai conseguir colher” desse modo, além de evitar as perdas, favoreceria o acesso alimentar a essas famílias.

Por fim, entre outros exemplos de ações que poderiam ser realizadas face às famílias em situação de dificuldade, foi visto a criação de cestas solidárias (cestas de alimentos a preços acessíveis) ou ainda estabelecimento do preço das cestas proporcional a renda das famílias, estimulando, assim, a solidariedade entre consumidores.

1.3 Cooperativas e Circuitos curtos: oportunidades para todos

Organizar uma cooperativa em circuito curto é organizar a “gestão de um bem comum” e permitir apreender um produto ou serviço com todas as suas dimensões: econômicas, sociais, territoriais, culturais e ambientais (KLEIN, 2013).

Conforme estudo realizado na França pela APES (2010) é perceptível que cresce o número de iniciativas em circuitos curtos na forma de cooperativas, contendo tais projetos uma diversidade em relação à dinâmica e ao porte. Por um lado, existem projetos de maior escala em termos de número de membros da cooperativa, alcance das ações na região e de maior público. Já outros buscam voluntariamente continuar pequeno e local a fim de tentar manter a coerência com o projeto político do início. Portanto, ambas as formas estariam dentro de um modelo justo, e para que haja a construção de novas relações econômicas entre agricultores e consumidores é preciso considerar tanto o preço acessível dos produtos agrícolas para a população quanto a garantia de renda decente aos produtores rurais.

A fim de exemplificar o projeto “*Bio cabas*” é um exemplo de ação favorável à acessibilidade alimentar. De acordo com o website biocabas⁶, a cooperativa NORABIO de horticultores e fruticultores orgânicos do *Nord Pas de Calais*, na França, pratica a venda direta de cestas fechadas de legumes e frutas a um preço acessível ao público de famílias em situação financeira instável e/ou precária.

As cestas fechadas são muito praticadas pelas Associações de Apoio à Agricultura Camponesa, em francês *Association pour le Maintien de l’Agriculture Paysanne* (AMAP), cuja criação data de 2001. Sendo influenciadas pelos modelos de compra coletiva dos Estados Unidos e pelos *teikei* (engajamentos colaborativos) do Japão; ambos baseados na ajuda mútua entre produtores e consumidores. No caso dos sistemas *teikei* em sua maioria, os produtores encontram-se em grupos, cuja razão reside na restrição do tamanho das propriedades, tal questão de escala dificulta a oferta de quantidade suficiente e larga gama de produtos para os grupos de consumidores envolvidos. Assim o movimento cooperativo, o qual é expressivo no Japão, os aproxima (LAMINE, 2008).

Neste sentido, ainda conforme Lamine (2008) uma das questões fundamentais para o futuro de tais associações é justamente o meio de tornar tal sistema mais acessível ao maior número de consumidores e agricultores. Em vias de garantir tal acessibilidade além das

⁶ Disponível em <<http://www.biocabas.com/>>.

formas de parceria entre produtores e consumidores, é necessário pensar na solidariedade entre os próprios agricultores e entre consumidores (por exemplo, através das organizações coletivas de produtores, solidariedade entre consumidores, engajamentos mais fortalecidos entre outros). Deste modo, é preciso que outros atores tais como membros de organismos do desenvolvimento rural, do desenvolvimento social e de coletivos territoriais se envolvam para apoiar tanto os agricultores quanto os consumidores a fim de facilitar, assim, a construção de modelos mais solidários.

Theodore, Willot e Labriet (2012) trazem o conceito de circuito de proximidade à dimensão social, que seria um modo de comercialização caracterizado pelas dimensões: proximidade (ligação mais estreita possível entre agricultores e consumidores tanto comercial, quanto geográfica e relacional), social (fortalecimento da coesão social e da solidariedade por meio da inserção com criação de empregos, da acessibilidade do maior número de pessoas aos alimentos orgânicos) e multi-parceiros (associação de diversos atores no mesmo projeto).

Independente da forma como chamamos (alternativos, locais, de proximidade), esses tipos de circuito de comercialização fortalecem questões como autonomia, igualmente favorecem a participação de consumidores e produtores na definição dos modos de produção, troca e consumo. Tanto no Brasil, quanto na França, a base das “unidades produtivas de pequena escala é o trabalho familiar”, o qual possui alta carga de trabalho e exige conciliar diferentes habilidades desde a produção, transformação até a venda, a fim de diminuir os custos e agregar valor ao produto. Ademais, por meio da venda direta em suas diversas modalidades, “a autonomia do agricultor em termos de gestão, planejamento e comercialização é maior quando comparada à dos circuitos longos” (DAROLT, LAMINE e BRANDEMBURG, 2013).

Uma forma de desenvolvimento rural tida como mais realista segundo Claire Lamine e Léa Cambien (2009) em um artigo para a revista *Silence* diz respeito à integração entre circuito curto e circuito longo, isto é, uma parte da produção destina a venda direta e outra aos canais de comercialização tradicionais. Por um lado o produtor adquire maior autonomia e por outro garante certa estabilidade o que facilita muitas vezes a transição à agricultura orgânica por exemplo. Tal integração garantiria a evolução de práticas e técnicas agrícolas, bem como a acessibilidade destas a um maior número de produtores; assim como a acessibilidade dos produtos agrícolas a um maior número da população.

Além das cestas fechadas, as lojas próprias das cooperativas, as entregas a domicílio, as feiras do produtor, as redes de consumo solidário e os mercados institucionais (por meio de políticas públicas determinadas) são também práticas de venda direta, sobretudo de produtos orgânicos. Em torno do debate sobre a inserção das cooperativas nos circuitos curtos de proximidade, por um lado viu-se o potencial da utilidade dos mesmos para as cooperativas e por outro lado a oportunidade para o maior acesso alimentar por meio deles.

“A inserção das cooperativas nos circuitos curtos possui desde daquelas estratégias oportunistas de organizações que procuram apenas melhorar o próprio retorno econômico ao acessar um novo nicho de mercado, até aquelas que veem a necessidade de se juntar aos consumidores e aquelas com intenções mais políticas com visão de desenvolvimento local, cuja vontade é reanimar seu território e fortalecer a comunidade.” (Entrevista nº5).

“Os circuitos curtos dão chances às cooperativas desconhecidas no exterior, é uma questão comercial, uma vitrine para explicar ao consumidor ‘quem somos’, ‘nosso produto’, passa a imagem da cooperativa.” (Entrevista nº8).

“Só fato de a cooperativa vender a nível local, regional já barateia o custo; por ela fazer a própria comercialização, já elimina uma série de intermediários que colocam custo nisso. Esse mecanismo faz com que ela consiga colocar o produto mais barato para a população de menor renda acessar.” (Entrevista nº19)

“Quando me falam que os produtos agroecológicos são muito caros, eu pergunto: você já foi a feiras? Nas diferentes feiras de produtores? As respostas tendem a ser não, que viram o preço do produto orgânico na prateleira do supermercado. Lá de fato elas vão encontrar o preço muito caro. Entretanto, quando a gente compara em muitas feiras, como as feiras agroecológicas, onde estão os próprios agricultores vendedores ou o número de intermediários é muito baixo, os preços são mais baratos. As feiras é apenas uma das modalidades da venda direta, a mais difundida e a de maior impacto positivo na economia que o consumidor fará em comparação ao supermercado.” (Entrevista nº18)

“Alguns produtos orgânicos são mais baratos nas feiras que alguns convencionais nos supermercados, e há pesquisas que comprovam isso.” (Entrevista nº16)

Contudo, foi alertado à dificuldade que pode ocorrer em relação à mudança de hábitos dos próprios consumidores, os quais estariam habituados à lógica dos supermercados e apresentariam resistência em aderir às diferentes formas de venda direta. Apresentando, deste modo, a necessidade de trabalhar a conscientização e educação do consumidor.

“A cooperativa ter uma loja é um negócio interessante, a loja seria além de uma saída para algo que saiu do planejamento, uma alternativa para aferir renda aos produtores. Outra questão é que nem todos os consumidores gostam da ideia de comprar uma cesta fechada de produtos. As feiras é preciso se planejar para ir naquele local, aquele horário fazer as comprar. Há consumidores que gostam de poder escolher sem ter horário fixo, então a loja é interessante para atender essa camada da população que possui esse hábito.” (Entrevista nº16)

“As pessoas gostam mesmo de ir aos supermercados e encontrar de tudo lá dentro, para elas é mais prático. Logo, é o consumidor, por meio de suas ações, que pode mudar isso.” (Entrevista nº4)

1.4 Políticas públicas alimentares: organizar cooperativas e promover acessibilidade

As políticas públicas alimentares, por meio dos mercados institucionais, estão entre as alternativas mais viáveis de acesso comercial às organizações dos agricultores familiares, e representam um desafio à medida que exige habilidades em organizar e gerir de modo rápido e eficiente, tendo em vista questões políticas e burocráticas. Contudo a superação disso pode acontecer com a contribuição de assessoria técnica, a qual “deve propor estratégias de capacitação aos agricultores familiares através de seus empreendimentos econômicos, das organizações agricultoras e associações comunitárias”. Ademais, é preciso juntar esforços para as famílias lidarem com oferta e demanda, com processamento e beneficiamento a fim de atender a mercados cada vez mais exigentes (UNICAFES, 2013).

Dentre os exemplos destes programas temos o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) e o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA). O PNAE faz parte do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação, isto é, está ligado ao Ministério da Educação (MEC), enquanto o PAA está vinculado a um grupo gestor composto por diferentes ministérios de acordo com suas modalidades, sendo os órgãos executores a Companhia Nacional de Abastecimento (Conab), os estados e municípios.

O PNAE, também conhecido como merenda escolar, atende a educação básica da rede pública, de escolas filantrópicas e voltadas para educação especial (desde infantil até ensino médio, inclusive a educação de jovens e adultos). O programa, cuja abrangência é nacional, busca suprir as necessidades nutricionais dos estudantes e estimular hábitos alimentares mais saudáveis, o que também reflete positivamente no processo de aprendizagem.

O PNAE é um programa cuja origem data dos anos 40, no entanto, ganhou visibilidade e amplidão em 2009 com a lei 11.947, em que reforça a participação da agricultura familiar na política ao determinar:

A utilização de no mínimo 30% dos recursos repassados pelo FNDE para alimentação escolar na compra de produtos da Agricultura Familiar e do empreendedor familiar rural ou de suas organizações, priorizando os assentamentos de reforma agrária, as comunidades tradicionais indígenas e comunidades quilombolas.

A cartilha sobre “Estratégias de acesso a mercados para agricultura familiar”, feita pela UNICAFES (2013), deixa clara a importância da organização da oferta, mas não só, como também a organização dos próprios produtores em estruturas como as cooperativas:

É fundamental entender que se está tratando de uma organização para um fornecimento profissionalizado. Na hora de ofertar os produtos, a cooperativa deve ter clara sua capacidade de entrega, considerar o que já tem fechado com outros clientes e verificar a viabilidade financeira ou estratégica de levar para o mercado institucional público.

Para tanto se destaca a necessidade de se atentar a aspectos considerados fundamentais para o planejamento produtivo como a quantidade de produtos disponíveis, a regularidade de fornecimento, a legalidade dos produtos e a capacidade de entrega dos mesmos.

O PAA tem como objetivos por um lado vender a produção agroalimentar a preços melhor remunerados e conciliados aos de mercado, apoiando assim a agricultura familiar e por outro lado promover o acesso a esses produtos alimentares por pessoas em situação de insegurança alimentar. O programa surgiu a partir de debates antigos em torno do combate à fome e do reconhecimento da agricultura familiar enquanto categoria social, no entanto apenas em 2003 foi criado (UNICAFES, 2013).

Ademais, tal política apresenta cinco modalidades entre elas: Formação de estoques pela agricultura familiar, Compra direta da agricultura familiar, Compra com doação simultânea, Incentivo a produção/consumo do leite e Alimentação escolar. Iremos detalhar aqui apenas duas das modalidades que se relacionam mais intimamente com a temática do trabalho.

Assim, conforme a mesma cartilha a Compra direta da agricultura familiar ao distribuir cestas de alimentos e formar estoques públicos tem como função promover a segurança alimentar e nutricional, regular os preços de alimentos e movimentar safras e estoques. Os recursos são provenientes dos Ministérios do Desenvolvimento Agrário (MDA) e do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS), sendo o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) responsável pelo padrão de qualidade dos produtos e o órgão executor a Conab. Sendo o limite de aquisição igual a R\$ 8000/agricultor familiar/ano e os principais produtos adquiridos: arroz, farinha de mandioca, feijão, milho, sorgo, trigo, leite em pó e farinha de trigo.

Já a Compra com doação simultânea abastece as instituições públicas de alimentação e nutrição, bem como as ações de acesso alimentar desenvolvidas pelas entidades da rede socio assistencial local. A gestão é feita pelo MDS e possui dois tipos de executor, sejam os estados e municípios, seja a Conab. A diferença consiste que a modalidade executada pela Conab determina a aquisição da agricultura familiar organizada em cooperativas e associações, isto é, agricultores de forma individual não participam. Como resultado percebe-se o estímulo a organização dos agricultores nessas estruturas, os quais podem vender até 4,5 mil/participante/ano. Além disso, os preços são definidos em conjunto com a Conab levando em consideração os preços praticados no mercado local, no caso de

orgânicos há inclusive o pagamento diferenciado. Por fim, os produtos são destinados às entidades que compõem a Rede de Proteção e Promoção Social a fim de garantir a acessibilidade alimentar (UNICAFES, 2013).

Esses programas retratam a política de ajuda alimentar brasileira, a qual segundo o professor de desenvolvimento rural francês “está mais avançada no Brasil que na França” (Entrevista nº2). De fato, os entrevistados brasileiros são mais favoráveis a esses programas, enquanto os franceses apresentaram mais restrições às políticas de ajuda alimentar, sobretudo quanto à qualidade dos produtos ofertados.

“A ajuda alimentar é interessante, no entanto, às vezes apresenta problemas quanto a qualidade dos produtos.” (Entrevista nº6).

“Tudo não pode ser financiado pelo Estado, se não vamos criar ‘guetos’, assim marginalizamos, criamos grupos que não estão dentro da sociedade. São necessárias ações que façam as pessoas serem autônomas e se relacionarem com o resto da sociedade. Permitir que sejam capazes de escolher, isto é ser autônomo. É preciso deixar ocorrer a mistura social. Se nos dirigimos especificadamente a uma população, nós a marginalizamos, isto é perigoso, isto é caritativo. Além do mais não é durável no tempo, pois programas políticos podem mudar.” (Entrevista nº3).

“Tenho visão crítica das políticas públicas, muitas vezes desenvolvimento tem a ver com querer impor um modelo de como as pessoas devem ser. E as políticas também têm isso, elas impõem como deve ser, quem deve estar dentro, quais são os beneficiários, como deve ser feito e isto é um problema. No entanto, o PAA e o PNAE são experiências positivas e bem desenhadas por várias razões. Pois envolvem participação da sociedade civil, pois levam a decisões e governança locais, pois criam sinergias entre produção e consumo, segurança e alimentação.” (Entrevista nº18).

“O PAA permitiu que pequenos produtores deixassem de trabalhar enquanto meeiros de grandes proprietários para produzir, mesmo que em menor quantidade, na própria propriedade. No entanto, só receber do governo não é uma boa estratégia.” (Entrevista nº16).

“As políticas públicas como PAA e PNAE vieram em boa hora e tendem a crescer. Esses programas beneficiam o produtor ao garantir o mercado (contrato fixo para o ano todo) e para a população beneficiária, pois são produtos, sem dúvida, de melhor qualidade, são produtos frescos.” (Entrevista nº20).

“Essas políticas trazem benefícios, porém, nem sempre eles mesmos produtores familiares conseguem elaborar os documentos necessários, então buscam auxílio. Além disso, problemas com gerentes de bancos por falta de informação ou falta de vontade, pois o dinheiro vem com juros muito baixos por ser do governo. Logo, o

não a uma crítica maior ao próprio modelo econômico, ao sistema de produção e a desigualdade existente.

Finalmente, em uma das entrevistas destacou-se a relevância dos produtores pensarem nos consumidores como alguém que vai trazer algo a mais que o dinheiro, pois nesta relação além da recompensa financeira, existe a criação de identidade e valorização do papel do agricultor na sociedade. Ele acrescenta ainda que a solidariedade alimentar “é uma questão de você ampliar seu conceito de família” (Entrevista nº16).

2. Diferentes iniciativas de cooperativas na França e no Brasil

A escolha dos três estudos de caso realizados na França foi baseada de acordo com diferentes fatores. Buscou-se a variedade de experiências e entre os fatores, os de maior importância foram:

- a. *O status do grupo.* Isto é, trata-se de diferentes exemplos entre cooperativa clássica, SCIC, SCOOP, associação;
- b. *O tipo de ação em direção ao consumidor.* Entre elas, trata-se, sobretudo, da questão da acessibilidade dos produtos às famílias pobres (venda das cestas de alimentos, venda a preços baixos, preços diferenciados de acordo com a renda da família, tarifas reduzidas, programas de ajuda alimentar).

Entretanto, não foi possível tratar no presente trabalho de todos os diversos tipos de ação mencionados acima. De fato, uma das dificuldades encontradas foi justamente pelo curto período do trabalho na França, realizado durante o mês de julho em que muitas associações/cooperativas interessantes para o estudo estavam com parte do quadro de trabalhadores em férias. Trata-se também de época de fechamento de contas e planejamento para o próximo ano, o que demandava muito serviço e, portanto, muitos profissionais não estavam disponíveis para entrevistas e visitas.

Já os três estudos de caso brasileiros foram escolhidos pelo prévio conhecimento das experiências, sendo duas delas muito próximas à ESALQ. O fato da dimensão territorial do país ser muito maior em relação à França e não existirem formas inovadoras de status cooperativos, semelhantes às SCIC e SCOOP, implicou em outra metodologia. Desta maneira, procurou-se estabelecer certa variedade quanto às características das cooperativas. Assim, apesar de todas serem da agricultura familiar, cada uma apresenta uma peculiaridade: produção convencional, produção agroecológica e produção agroecológica vinculada a um movimento social do campo.

Desse modo, os estudos de caso não compreendem todas as formas de ações inovadoras existentes hoje na França e no Brasil. Porém, os casos levantados são experiências

pertinentes a serem analisadas e discutidas em relação às questões como qualidade de produtos alimentícios, viabilidade social, econômica, ambiental de tais ações. Consideraram-se igualmente questões de governança e os impactos da ação cooperativa sobre a população visada e, sobre outros diferentes aspectos circundantes a fim de responder a nossa problemática e às hipóteses colocadas no início deste estudo.

Em seguida, são apresentadas as três experiências levantadas durante o estudo na França e no Brasil de forma resumida, para compreendermos cada caso visando a análise mais aprofundada e transversal.

2.1 ÉCOMIAM



Data criação	2009
Statuts	Empresa Familiar
Membros /parceiros	Grupos de produtores
Tipo de produto	Congelados, Carne e legumes
Ação	Boa relação qualidade/preço

A rede de distribuição alternativa Écomiam é uma empresa familiar criada em 2009, em Brest, cidade da região da Bretanha. Em parceria com os pecuaristas e grupos de produtores da região, Écomiam faz a venda direta de produtos congelados a preços verdadeiramente baixos e concorrenciais. A gama de produtos é caracterizada por uma oferta de « cœurdurepas » (coração da refeição), correspondente aos produtos de base. Entre os produtos ofertados, destaca-se carne de boi, de porco, de frango, de peru, de peixe, mas também legumes e sobremesa. Tal oferta evoluiu na medida em que o projeto foi se desenvolvendo. No começo tratava-se apenas da venda de frango congelado em caminhões itinerantes.

Hoje, Écomiam possui seis lojas espalhadas na região da Bretanha, demonstrando a ligação com o território através do mapa de origem presente na etiqueta de preço do produto. Écomiam leva em consideração a sazonalidade e apresenta uma gama de produtos permanentes e 15 outros que giram de acordo com a estação. O público consumidor não é específico,

as lojas locais são abertas e recebem uma variedade de perfis de clientes. Esta iniciativa se baseia em três constatações. Primeira, a crise econômica vivenciada na Europa, que pesa sobre o poder de compra e diminuiu a renda ligada à alimentação dos franceses, pois o consumidor prefere gastar com novas tecnologias; segundo, a dificuldade para a produção agrícola francesa em encontrar oportunidades; terceiro, a diversidade de marcas da grande distribuição que impede o consumidor de saber ao certo de onde vêm os produtos alimentares.

O princípio da Écomiam é aportar o preço justo a todos os atores da cadeia, isto é, produtores, distribuidores e consumidores. Então, na embalagem de cada produto está impresso como o valor foi dividido ⁸entre produtor, distribuidor e 'écomiam.com'. Eles defendem ainda que os produtos congelados distribuídos pela rede possuem a vantagem da qualidade, porque permite conservar as características organolépticas, as vitaminas e o

⁸ Disponível no site: <ecomiam.com>.

sabor, em razão sobretudo de um congelamento individual: cada peça é congelada no pacote próprio.

Os parceiros de Écomiam vêm de diferentes cadeias e são ora cooperativas agrícolas, grupos de produtores, ora pecuaristas e profissionais individuais. Sendo eles, *Groupement des Monts d'Arrée* (frango) ; *Coopérative Prestor* (suínos) ; criadores da raça *charolais de l'Allier, la Nièvre et la Saône et Loire au Nord du Massif Central* (bovinos) ; *ERIMER* (peixes) ; *Coopérative UKL-ARREE* (peru) ; *Bretagne Surgel* (legumes) ; *Visseyrias – artisan glacier* (sorvete).



2.2 CORALIS

O grupo Corallis é uma cooperativa agrícola com multi-atividades que gerencia toda a cadeia produtiva do leite de seus aderentes a fim de garantir a qualidade e rastreabilidade. Assim, eles decidiram englobar desde a nutrição animal, produção vegetal, atividade leiteira, até a transformação, logística, transporte e distribuição.

Situado em *Ille et Vilaine* na Bretanha, o grupo nasceu em 1994 da fusão entre duas cooperativas : *Coopérative Laitière d'Ille-et-Vilaine* (datada de 1965) e *Coopérative Agricole de Rennes* que por sua vez surgiu da fusão de outras cooperativas entre elas a *Coopérative Laitière de Rennes et ses environs* (datada de 1949).

A Corallis possui a marca “*Agrilait*” no leite, na manteiga e no *crème fraîche*. A proximidade faz com que o leite seja coletado no máximo há 40 km ao redor do laticínio, o que garante a proximidade geográfica: “o caminho mais curto do produtor ao consumidor”. Além da busca pelo elo com o território, Corallis

também se insere na cadeia *bleu-blanc-coeur*, associação cujo objetivo é difundir a alimentação saudável e desenvolver conceitos como saúde e meio ambiente. Tal cadeia caracteriza-se por uma produção em que as vacas possuem um regime restrito e a nutrição com linho proporciona um leite rico em ômega 3 e menor emissão de gás metano na atmosfera.

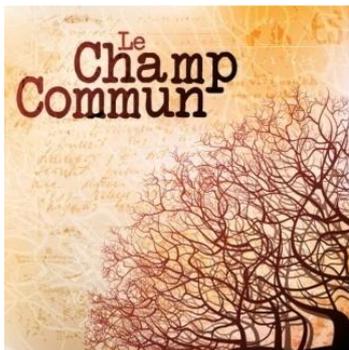
Por outro lado, a Corallis produz também o leite « *j'aime le lait d'ici* » cujo *marketing* da marca diz ser “o mais barato dos leites da França”. Os pecuaristas devem seguir um manual de boas práticas de pecuária. Existem vários laticínios que produzem tal marca espalhados pela França, onde se observa também a conduta da proximidade (300 km no máximo entre laticínio e consumidor), em que a redução dos custos com transporte reflete no preço baixo apresentado ao consumidor. A marca é reconhecida por ser ecológica devido ao menor uso de transporte, menor poluição e por ser cidadã pelo ato de ser uma compra do leite local “*made in França*”. O consumidor assim apoia a agricultura francesa e seus agricultores. Entre as motivações para a produção do « *j'aime le lait d'ici* » encontra-se a vontade de vender um leite barato às pessoas que não possuem condições e também em resposta à concorrência

Data criação	1994
Statuts	Cooperativa agrícola
Membros /parceiros	2500 membros, dos quais 700 leiteiros; 600 assalariados
Tipo de produto	Leite e derivados
Ação	Leite de primeiro preço

problemática com os leites da Alemanha, Polônia e Bélgica evitando o “afogamento” da agricultura francesa.

Para a Corallis, seu tipo da clientela é caracterizado em relação às duas marcas: quem compra o leite « *j’aime le lait d’ici* » é um consumidor preocupado com a origem e a qualidade do produto, mas também interessado por seu preço baixo, tratando-se de um público principalmente de menor renda. Em seguida, quem compra o leite “Agrilait” é militante, pois mais do que comprar o leite francês, ele compra o leite bretão e *bleu-blanc-cœur*. Porém, também revela ser um público mais favorecido, já que não deixa de ser um produto mais caro.

A cooperativa responde também às chamadas de programas de ajuda alimentar, constituindo um mercado institucional, no qual não há uma relação particular entre a cooperativa e os beneficiados. Este mercado público, formado pelo banco alimentar, o seguro popular e os restaurantes caritativos “*resto du cœur*”, representaria pouco volume e não promoveria de fato uma ligação entre a cooperativa e esses consumidores. Quanto à participação dos membros na cooperativa, são feitas várias assembléias de sessão que votam por um representante; cada representante forma um conselho, composto de 15 pessoas, democraticamente. O leite “*j’aime le lait d’ici*” necessita de uma discussão mais ampla com participação das outras diversas cooperativas, dentre elas a Coralis.



2.3 CHAMP COMMUM

A Sociedade Cooperativa de Interesse Coletivo (SCIC) Champ Commum foi criada em quatro de dezembro de 2009 com o status de Sociedade Anônima de Responsabilidade Limitada (SARL, lei 1947), em 2012 passaram para o status de SCIC. No começo, as atividades eram em torno da manutenção de um bar com eventos culturais (café-concerto). Depois, foi criada uma mercearia, em 2010, e uma cervejaria, em 2012. Possuem também atividades com vistas à instalação de um albergue em 2014.

Data criação	2009
Statuts	SCIC
Membros/Parceiros	Assalariados, beneficiários, produtores, financiadores solidários e voluntários
Tipo de produto	Produtos alimentícios variados
Ação	Mercearia local; reforço coletividade

A SCIC tem três categorias de associados: os assalariados, os beneficiários, (usuários que compram e/ou apoiadores do projeto) e os outros que são ora produtores ora os financiadores solidários. Os associados são agrupados, por categorias de interesse: a mercearia, o albergue, a cervejaria e a “La vie Coop” (vida da cooperativa – transversal a todos os outros, responsáveis pela comunicação, gestão e mobilização). Cada um dos colegiados possui a missão de refletir suas próprias questões.

Nas mercearias de proximidade, não raro, os preços são mais caros. No entanto, mesmo que não seja possível de concorrer com os baixos preços da grande distribuição, Champ Comum

busca ser mais acessível e trabalhar com o meio em que estão inseridos. Ofertam produtos ecológicos, éticos e locais.

A SCIC fez a escolha de mesclar a oferta em orgânicos com convencional e local, para privilegiar a proximidade geográfica. Além disso, buscam a proximidade intelectual a fim de compartilhar valores e ofertar produtos e serviços de forma mais abrangente possível. Sendo visada uma oferta de comércio local, que seja prática e não seja cara. É possível encontrar com frequência legumes orgânicos mais baratos que os convencionais. A Champ Commum defende o papel das mercearias: locais onde existe maior familiaridade, informação sobre os produtos e valorização dos mesmos.

Na SCIC, eles proporcionam também formações em educação popular, sobre economia social e solidária. A Champ Commum busca atingir ao conjunto da população local e promover encontros e trocas entre membros, usuários e comunidade. Entre os membros estão produtores de pão, queijo, legumes que estão associados à SCIC de modo individual. Isto é, não estão agrupados entre eles, porém alguns trabalham juntos e se associaram à cooperativa.



2.4 COOPAMSP

A Cooperativa dos Produtores Agropecuários de São Pedro é formada em sua maior parte de membros da agricultura familiar (85% do total de aderentes). Além do laticínio para produção do leite integral pasteurizado e dos iogurtes nos sabores abacaxi, coco e morango, possuem um barracão para armazenamento de insumos. A cooperativa nasce em 2001, mas antes os produtores faziam parte da associação APAMSP, criada em 1989. A organização dos produtores do Alto da Serra de São Pedro foi fruto de várias conversas em parceria com a ESALQ, em torno de compromissos com a Legião Brasileira de Assistência (LBA), entidade beneficente que havia aplicado recursos na área rural de São Pedro em favor de seus agricultores.

A missão da cooperativa é promover a união e o fortalecimento dos produtores, o desenvolvimento do espírito de cooperação, o desenvolvimento sócio econômico humano e a integração comunitária. Além de ser um produto da agricultura familiar, o “Leite do Campo” (marca da cooperativa) possui certa garantia de qualidade: os produtores são pagos a partir de parâmetros ligados aos

Data criação	2001
Statuts	Cooperativa agrícola
Membros/ parceiros	117 cooperados (85% agricultores familiares)/ ESALQ e Rede Guandu
Tipo de produto	Leite e iogurte
Ação	Venda direta: mercados institucionais e grupo de consumo/venda em mercados locais a preços acessíveis

teores de proteína, de gordura e aos índices de células somáticas e bactérias. Ademais, garantem não haver mistura com leite desnatado, água ou soro. Os iogurtes também seguem este padrão de qualidade, são produzidos do leite integral e da polpa da fruta, sem adição de corantes nem aromatizantes.

Entre as ações frente aos consumidores, a COOPAMSP vende para pequenos estabelecimentos a um preço acessível, participam da Rede Guandu (rede de consumo solidário com pedidos via internet) e das chamadas públicas do PNAE. É com este meio que atinge as crianças da rede pública cuja maior parte dos alunos é de famílias de menor renda dos municípios de São Pedro, Piracicaba e Rio das Pedras. O preço relativamente barato dos produtos da cooperativa possibilita o acesso amplo aos consumidores de diferentes níveis de renda. Possuem enquanto perspectivas a compra de maquinário para produção de queijos e a criação da loja da COOPAMSP onde venderiam de forma direta, além dos produtos da cooperativa, verduras, legumes, pães e doces caseiros dos próprios cooperados. Convém lembrar que estes agricultores se localizam no circuito turístico de São Pedro e Brotas.

Entre as dificuldades apontadas, pela representante da cooperativa entrevistada, foram citadas a falta de divulgação da marca, a falta de estrutura para atender à demanda, em particular do PNAE. Assim, estão investindo no maquinário e estrutura para consolidar a oferta, ao mesmo tempo em que pretendem iniciar um estudo de mercado a fim de estreitar a relação com o consumidor.

Por fim, o envolvimento dos membros nas decisões da cooperativa ocorre por meio das assembleias. A participação no programa de alimentação escolar é bem vista, pois representou um ganho significativo para a cooperativa e conseqüentemente um aumento na renda dos produtores. No entanto, não há muito envolvimento na tomada de decisões acerca da comercialização “Todos querem receber mais, mas como vamos fazer para a cooperativa pagar mais aos produtores, eles não se preocupam muito não” (Entrevista nº 22).



2.5 COOPERACRA

A Cooperativa da Agricultura Familiar e Agroecologia (COOPERACRA) possui um reconhecimento de produção orgânica: Organização de Controle Social (OCS) e comercializam uma grande diversidade de produtos hortifrutí. No início, em 1987, foi criada a Associação Comunitária Rural Alvorada (ACRA), uma associação de moradores do bairro Jardim Alvorada no município de Americana, que produzia hortaliças com trabalho coletivo em um terreno ocupado do Instituto de Zootecnia de Nova Odessa. Com o aumento da produção, a comercialização se tornou cada vez maior. Assim, houve a mudança para o status de cooperativa em 2008 a fim de solucionar a questão do acesso ao mercado, tendo em perspectiva o aumentar da renda dos agricultores.

Data criação	2008
Statuts	Cooperativa agrícola
Membros/ parceiros	34 agricultores familiares e orgânicos / ESALQ, CATI, SENAR
Tipo de produto	Hortifrutí
Ação	Venda direta: mercados institucionais e na sede

Atualmente, além dos agricultores moradores do bairro, participam da COOPERACRA outros agricultores familiares da região (Limeira, Cordeirópolis e Piracicaba). A venda dos produtos é destinada principalmente para os programas PNAE e PAA (desde 2011), mas uma parte é comercializada de forma direta na própria sede. Por meio do PAA, atingem em torno de dez entidades sociais locais. No caso do PNAE, a representante da cooperativa entrevistada

afirma a satisfação, por parte dos beneficiados, com a qualidade do produto. Manifestou-se também que as pesquisas feitas com as merendeiras tiveram retorno positivo para o trabalho que desenvolvido na cooperativa. As políticas públicas, no entanto, apresentam muitos entraves burocráticos.

Ademais, a cooperativa faz doações semanais para pastoral da criança, creche e igreja do bairro. Também participa de eventos em agroecologia e agricultura familiar, recebe estagiários e visitas de escolas. A propósito, foi realizado um curso de turismo rural a fim de aperfeiçoar a acolhida na sede.

Quanto aos produtos comercializados, existe grande diversidade: rúcula, alface, couve, mamão, quiabo, acerola, seriguela, manga, banana, abacate, morango; além de temperos, rabanete, taioba, milho verde, mandioca, feijão cariocinha, entre outros.

O ponto de venda que tinham no mercado foi fechado, pois tinham muitas perdas, a localização era desfavorável e alguns consumidores questionavam a estética do produto

orgânico. Porém, a cooperativa visa inaugurar outra área de venda, onde além dos produtos in natura, venderá lanches orgânicos e alimentos processados, como pão. Os membros da COOPERACRA consideram importante a inserção nos circuitos curtos, pois o maior contato com o consumidor proporciona reconhecimento.

As assembleias da cooperativa são mensais: todos os membros participam, discutem e tomam as decisões de modo coletivo. Por fim, os cooperados gostariam de futuramente contar com um selo para identificar o produto. Nesta ótica, desejam se tornar uma OPAC (Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade) para poder certificar inclusive outros agricultores orgânicos.



2.6 COPAVI

A Cooperativa de Produção Agropecuária Vitória foi criada em 1993 a partir da luta pela reforma agrária do MST (Movimento Sem Terra) e o estabelecimento do Assentamento Santa Maria em Paranaciti, município do estado do Paraná. Os assentados são agricultores familiares agroecológicos que hoje produzem de forma coletiva na área de um antigo arrendamento de cana-de-açúcar para usina (aproximadamente 236 hectares). Entre os produtos encontrados na COPAVI, estão o açúcar mascavo, o melado e a cachaça, que são o carro chefe da cooperativa. Ademais, podemos citar o leite e seus derivados, panificados e as hortaliças, sendo estas últimas para o consumo próprio dos assentados.

O assentamento é formado por áreas de produção, uma agrovila, um refeitório onde servem café da manhã e almoço coletivos, um laticínio, um barracão e uma pequena usina de processamento da cana. A remuneração é por horas trabalhadas a partir do adiantamento das sobras do balanço anual da cooperativa. Sua produção é destinada em parte para o comércio (derivados da cana, leite, iogurte, padaria) e parte para consumo doméstico (queijo, frutas, hortaliças, doce de leite). Nota-se grande preocupação com bem-estar animal e a produção orgânica.

Data criação	1993
Statuts	Cooperativa agrícola
Membros/ parceiros	32 agricultores familiares e orgânicos do MST / Via campesina
Tipo de produto	Cana e derivados, leite e derivados, panificados
Ação	Venda direta: mercados institucionais/ Preços acessíveis

Desde o início, a cooperativa buscou se aproximar da cidade com as vendas a domicílio e as feiras, mas depois se especificaram nos produtos da cana para venda em mercados locais, empresas de produtos naturais (monopólio das marcas) e uma pequena parcela para os

parceiros do MST no exterior. Ademais, com a entrada nos mercados institucionais em 2010 (PNAE e PAA) deixaram a feira e terceirizaram a entrega nas casas. Convém destacar que esta modalidade de comercialização permitia atender em grande medida a população desfavorecida do município, como os cortadores de cana. Os alimentos de qualidade orgânica possuem preços não abusivos, bem acessíveis. Contudo, a cooperativa acredita que, participando do programa de alimentação escolar, pode oferecer às crianças da rede pública uma alimentação de qualidade.

A venda para o PNAE e PAA proporcionou um salto no ganho da cooperativa, porém certas exigências e burocracias são fatores dificultadores. Por exemplo, a produção agroecológica supõe o respeito da sazonalidade das culturas, exigindo um planejamento de oferta que respeite as épocas de plantio e a estação. No entanto, nas escolas e entidades sociais, às vezes, a lista de produtos solicitados não condiz com o que será colhido naquele período. Outro ponto é a aquisição do melado e açúcar mascavo por algumas prefeituras. Algumas merendeiras demonstraram resistência, mas outras já aceitaram e valorizaram estes produtos. Portanto, o diálogo e a conscientização são muito importantes nesse processo de mudança de hábitos.

Na COPAVI, funcionam dois núcleos de conselho deliberativo, espaços onde os assentados membros da cooperativa dialogam e as decisões são tomadas por consenso. A participação no PNAE e PAA, por exemplo, foi discutida em reunião e decidida de forma consensual. A cooperativa acredita que o ideal seria evitar a venda para marcas de empresas de produtos naturais, como acontece com o açúcar mascavo. É preferível vender mais da marca própria a fim de divulgar o produto da cooperativa, oriundo da reforma agrária e agroecológico.

3. Discussão Transversal: qualidade e aspectos sociais, econômicos e ambientais em questão

Inicialmente, convém discutir que o conceito « qualidade » alimentar é plural, isto é, há várias maneiras de defini-lo. Pode-se observar que o discurso sobre a qualidade muda de acordo com o perfil daquele que o anuncia. Assim, Écomiam se posiciona sobre a qualidade organoléptica, no sentido que os alimentos congelados são mais seguros do ponto de vista sanitário. Aqui o discurso é de segurança alimentar. No entanto, a qualidade pode ser vista de maneira mais abrangente, ou seja, ligada às condições de produção, tais como a raça, no caso de produção animal, a nutrição, a duração de cria ou o modo de abater. Estes fatores repercutem sem dúvida sobre a qualidade da carne. Quando analisamos amplamente as dimensões, por exemplo, da procedência da ração que alimenta os animais e das condições econômicas, sociais e ambientais do sistema de produção, é possível realizar certos questionamentos. Neste sentido:

As medidas com vistas à segurança alimentar são concebidas de forma indissociável da modernização da agricultura, sob uma ótica claramente industrial e mercantil de como obter eficácia produtiva e regular a oferta alimentar. A garantia propriamente dita de acesso aos alimentos pelos cidadãos europeus dependeu menos das políticas de segurança alimentar e mais daquelas de bem-estar social, que em boa medida são impregnadas de valores cívicos de justiça (MORUZZI MARQUES, 2014).

Mais precisamente sobre tal discussão, em uma das entrevistas com os atores sociais envolvidos, recolhemos o ponto de vista de um profissional de um organismo de extensão rural francês: “eles (Écomiam) dizem possuir qualidade, mas por detrás desta palavra ‘qualidade’ existem ambiguidades em que os componentes como o meio ambiente, a qualidade de trabalho, o emprego; não aparecem necessariamente. É uma visão unidimensional da qualidade, no sentido de que as pessoas vão comer e não vão ficar doentes” (Entrevista nº5). Ecomiam se apoia no *label rouge* para o frango, certificado que possui uma normatização precisa e com diversos critérios para duração do período de engorda maior, sem confinamento e com alimentação precisa. Porém, não conseguimos maiores informações sobre as outras filiais, nem sobre quantos produtores participam desta iniciativa.

A Coralis acompanha de perto 100% da cadeia de leite de seus produtores a fim de garantir a qualidade a partir do rastreamento. Assim, possui o domínio do conjunto de atividades e processos, desde a produção até a entrega do leite que será disponibilizado ao consumidor.

Ainda sobre a qualidade outra questão seria “qual qualidade? E para quem?” o leite “Agrilait” produzido pela Coralis possui qualidade reconhecida devido ao Omega 3 do certificado *bleu-blanc-cœur* que atesta as condições de nutrição específicas com impactos positivos para a qualidade do leite e meio ambiente. Entretanto, como seu documento de regras é rigoroso, a produção custa mais, o preço é então mais caro, acessível somente, portanto, a um público favorecido.

Ao lado desta produção, a Coralis produz o leite “j’aime le lait d’ici” que não possui o mesmo acompanhamento, nem a mesma carta e, portanto não possui a mesma qualidade, mas seu preço mais baixo é acessível à população de menor renda. Esse direcionamento de públicos mostra uma visão, sobretudo estratégica do ato de abastecer a população: o consumidor é separado por tipo em razão de sua renda. Assim, a oferta é direcionada de acordo com as diferentes vantagens possíveis de se obter de cada um. O público de maior renda deseja um produto saudável (rico em Omega 3), tendo poder aquisitivo para tal; enquanto o público de menor renda não pode pagar caro. Aqui o que conta é a escala, o leite mais barato permite para a cooperativa um escoamento maior do produto, o que no final oferece bom retorno econômico.

De encontro a isso, em uma das entrevistas com o profissional de um organismo de extensão rural francês sugeriu que as grandes cooperativas internalizaram que existem famílias muito desfavorecidas, no entanto, numerosas o bastante para criar um mercado em potencial, então, ao colocar o preço baixo o suficiente eles atendem esta demanda. Porém não haveria uma mudança fundamental das práticas dessas cooperativas. Ele acrescenta ainda que não acredita que abaixar o preço, abaixando também a qualidade em relação ao ambiente, às condições de trabalho e à transparência, seja a solução.

No Champ Commum vê-se a questão da qualidade além do produto, nas relações e nos serviços fornecidos, no conjunto das atividades e na preocupação com os usuários dos espaços, como a mercearia e o bar em relação ao ambiente agradável e ao convívio. Tal constatação aparece na manifestação de um dos cooperados: “fazemos as coisas sem desequilibrar a economia do projeto e sua rentabilidade, não tiramos aquilo que proporciona qualidade como, por exemplo, a condição de trabalho dos nossos assalariados, a beleza e a qualidade de nossos serviços acessíveis a todos” (*Entrevista nº 27*).

A COOPAMSP, ao cobrar dos cooperados que atendam as normas de produção do leite e praticar o pagamento segundo os critérios normativos que devem ser atingidos, busca estabelecer uma melhor qualidade do leite. Também há a responsabilidade em fazer o iogurte da melhor forma com a polpa da fruta e sem adição de corantes e outros produtos como é feito normalmente na indústria láctea. Por fim, nas hortaliças procuram ofertar um produto fresco e saboroso. Então, a cooperativa demonstra esforço para oferecer um produto de qualidade em termos de segurança alimentar. Entretanto, o modo de produção da maior parte dos cooperados ainda é convencional, ou seja, com o uso de adubação química nas pastagens, nas culturas e aplicação de remédios não homeopáticos nos animais.

Por outro lado, tanto a COOPERACRA quanto a COPAVI são cooperativas em que a produção é agroecológica, assim além da preocupação em ofertar produtos de qualidade, no sentido, que são frescos no caso das hortaliças e que atendem às normas sanitárias, no caso do leite e iogurte. Também possuem a inquietação tanto em produzir de forma a respeitar o meio ambiente, sem uso de agrotóxicos, entre outras práticas ecológicas, como em estar atento às questões socioeconômicas envolvidas na produção, transformação e comercialização.

Portanto, a COOPERACRA e a COPAVI são cooperativas que se posicionariam a favor da soberania alimentar, uma vez que “valorizam em especial as tradições alimentares, a produção local e a agricultura familiar camponesa, subordinando os dispositivos de justiça dos mundos mercantis e industriais a uma justiça socioambiental” (MORUZZI MARQUES, 2014).

Além disso, segundo Moruzzi Marques (2014) a soberania alimentar está vinculada aos “princípios alternativos de justiça no campo das escolhas agroalimentares”, como exemplo a

proximidade, a confiança entre pessoas para garantia de qualidade, a família enquanto base produtiva e a participação nas decisões políticas, isto é, na soberania compartilhada.

Os impactos das ações citadas ao nível socioambiental são diversos. Se considerarmos a SCIC Champ Commum, o discurso mostra uma forte convivência, na qual encontramos relações positivas entre assalariados, produtores, consumidores, membro da SCIC ou apenas um usuário da mercearia ou do bar.

Foi observada também a importância dada ao espaço, no que toca o senso de criatividade e estética justificada pela vontade de oferecer beleza e ambiente agradável. O que juntamente com a oferta de produtos variados desde convencional, até orgânicos ou ainda com certificação origem controlada, com preços também variáveis, proporcionaria um ambiente democrático no sentido em que todos que vão até a SCIC podem dele usufruir, desde os funcionários até os beneficiados.

A fim de somar a esse debate o funcionário da organização das novas formas de cooperativa francês cita a necessidade de realizar essa mistura social, isto é, encontrar lugares em que se tem a oferta de produtos baratos e outros um pouco mais caros. Na opinião do entrevistado, isto faz com que os consumidores de diferentes níveis de renda compartilhem o mesmo espaço, reencontrando assim valores como dignidade.

Entre os circuitos curtos, o exemplo da loja da cooperativa poderia ser uma alternativa para atingir os consumidores, a um preço mais acessível uma vez que não teria intermediários. Entretanto, como dito por um membro de organismo de apoio rural francês, é necessário estar atento para que a iniciativa não fique apenas entre o público mais conscientizado, majoritariamente das classes média e alta. Ainda cita que, na França, este modelo apresenta “dificuldades em tocar famílias desfavorecidas, as quais procuram menos esse modo de comercialização” (Entrevista nº6).

Portanto, sugere-se a importância da educação e conscientização dos consumidores, a exemplo do que é feito na SCIC Champ Commum, onde oferecem espaços para debates e formações tanto para membros quanto para demais interessados da comunidade. Outro aspecto é refletir a localização das lojas para que não aconteça como no caso da COOPEACRA que entre as dificuldades, fora a falta de conhecimento sobre os alimentos orgânicos, foi o local que era pouco atrativo aos consumidores.

Outra modalidade de venda direta, a mais antiga provavelmente, é a feira do agricultor, também é, não raro, a que oferece produtos alimentares mais acessíveis. Segundo extensionista rural francês entrevistado “os produtos alimentares quando comprados na feira durante a estação correspondente (haja vista a sazonalidade) são mais baratos que nos outros locais de venda” (Entrevista nº5). Contudo, é notável que a participação das cooperativas em feiras é menos expressiva que a participação individual dos agricultores, como exemplo a COPAVI que antes participava de feiras, mas devido a demanda em outras

frentes de venda ter aumentado, acabaram orientando o mercado para elas e parando com a feira.

As vendas pela internet ou nos grupos de consumo são interessantes do ponto de vista que são uma alternativa de mercado para a cooperativa e para o consumidor. Há a questão de muitas vezes facilitar por um lado e por outro de ser locais de encontro entre consumidores e, ocasionalmente entre produtores. Porém, como foi o caso da COOPERACRA o volume de venda era muito pequeno, tornando inviável para a cooperativa como um todo participar do grupo, assim pararam, mas individualmente um dos membros continuou fornecendo seus produtos. No caso, da COOPAMSP a participação é considerada interessante, uma vez que também divulga a marca da cooperativa, mas em relação ao contato mais próximo entre consumidores e agricultores, este não acontece obrigatoriamente, pois foi relatada apenas uma visita do grupo de consumidores ao local da cooperativa. Somado a isso, se ainda é o caso do pedido ser feito apenas pela internet, essa ligação se encontraria menos presente ainda.

A partir disso, surgem questionamentos inevitáveis quanto aos verdadeiros impactos dos diferentes tipos de venda direta. Assim como as lojas das cooperativas, os grupos de consumo e os pedidos por internet colocariam de fato produtores e consumidores mais próximos? Qual é verdadeiramente o público atingido por essas ações? Não seriam ainda essas iniciativas restritas a coletivos engajados e possuidores de níveis de instrução mais altos, como universitários, professores ou ainda de aposentados? A fim de somar a essa reflexão, foi observado que “às vezes em relação aos circuitos curtos não há o questionamento, nem a visibilidade dos efeitos dessas ações localizadas. É preciso realocar, sem prejudicar os agricultores de regiões próximas. Portanto, os circuitos curtos pelos circuitos curtos, sem isso, em termos de justiça social, não levariam a nada” (Entrevista nº15).

Os mercados institucionais brasileiros, no ponto de vista do professor de economia brasileiro entrevistado, “têm potencial grande, pois de certo modo fazem uma crítica ao que é o próprio mercado” (Entrevista nº18). Ele acrescenta ainda que, as cooperativas vivem um momento importante de possibilidade de reflexão, crítica e participação na gestão das políticas públicas, sendo que o governo deveria escutar e as cooperativas poderiam ajudar no sentido de construção conjunta de tais programas. Por conseguinte, as cooperativas COPAVI, COOPERACRA e COOPAMSP participam em alguma medida desses programas e foi observado que de fato a entrada nas chamadas de tais políticas gerou impactos econômicos positivos para as cooperativas e para os cooperados.

Os impactos positivos foram observados também pelo público beneficiado das entidades sociais no caso do PAA e das escolas da rede pública no caso do PNAE de acordo com que foi visto no diálogo com o extensionista rural brasileiro ao afirmar que “tanto na merenda quanto no PAA a qualidade do alimento é primordial, produto sem qualidade não entra, uma

vez que o beneficiário receptor do alimento o controla ao ter o poder de reclamar do fornecedor à prefeitura, a qual pode cortar o contrato” (Entrevista nº19).

Contudo, foi possível analisar algumas dificuldades referentes à burocracia dos programas e à ocorrente falta de conhecimento das especificidades de produtos da estação e orgânicos por parte dos recebedores. Assim a inserção de produtos agroecológicos, por exemplo, dependem muito da pessoa responsável pelo cardápio em questão, no caso as merendeiras e as nutricionistas, bem como as próprias prefeituras. Desse modo, foi visto a aceitação dos produtos orgânicos da COOPEACRA inclusive com demonstração de satisfação por parte das merendeiras, enquanto a COPAVI enfrentou resistência em incluir o açúcar mascavo orgânico junto às escolas. Portanto, mecanismos como a premiação de prefeituras que comprem orgânicos para a merenda talvez sejam uma parte da solução, por outro lado seria interessante trabalhar a questão da educação alimentar junto a nutricionistas e merendeiras desses programas, bem como promover o diálogo mais próximo entre as cooperativas participantes e as instituições beneficiadas.

Entretanto no que se refere à autonomia das pessoas beneficiadas por essas políticas, a questão da autonomia não estaria presente, mas como sugere o extensionista rural brasileiro entrevistado elas “podiam lutar para melhorar o grau de autonomia a partir da vinculação direta”, ou seja, por meio da organização da própria entidade em estabelecer uma relação com a cooperativa que entrega os produtos, porém sem a necessidade do governo enquanto intermediário dessa relação, eliminando inclusive as dificuldades com prazos, editais e documentos (Entrevista nº19).

No caso francês da cooperativa Coralis, como se trata de doação para as entidades sociais pôde-se notar que a ação não é representativa para a cooperativa, sendo questionável inclusive a durabilidade de tal ação, uma vez que depende da iniciativa do produtor em querer doar parte da produção.

Por fim quanto à questão da produção orgânica, no Brasil, a fim de diminuir os custos com a certificação de produtos orgânicos vendidos de forma direta, foram instituídas as Organizações de Controle Social (OCS), sendo que a COOPERACRA faz parte de uma OCS. Conforme a cartilha ‘Mecanismos de controle para a garantia da qualidade orgânica’ realizada pelo Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento (MAPA) a OCS “pode ser formada por um grupo, associação, cooperativa ou consórcio, com ou sem personalidade jurídica, de agricultores familiares. Mas para que a organização seja reconhecida pela sociedade e ganhe credibilidade, é preciso que entre os participantes exista uma relação de organização, comprometimento e confiança” (BRASIL, 2008).

Afirma-se que “apesar do trabalho em combinar interesses, as relações na OCS tendem a enriquecer através das trocas de experiências, insumos, entre outros” (Entrevista nº16). Entretanto, foi observada a divergência em relação a OCS, uma vez que outro entrevistado

contesta “a OCS é muito difícil de por em prática, é uma contradição, pois você coloca o vizinho pra ser fiscal do vizinho. Todo o trabalho para praticar solidariedade ou segurança se perde nessa relação” (Entrevista nº21).

No entanto, o exemplo estudado da COOPERACRA demonstra que esse mecanismo tem sido uma experiência positiva, tanto do ponto de vista sócio econômico, quanto do ponto de vista ambiental, uma vez que é possível diminuir custos com a certificação privada, promover espaços de proximidade entre os agricultores do grupo e também ao seguir as diretrizes da produção orgânica, estão reduzindo os impactos sobre a natureza.

Existe ainda, a iniciativa paranaense de certificação pública em orgânicos, o programa foi criado em 2009 pelo governo do estado (Michellon et al, 2011). Ainda em fase de experiência no Paraná, o programa pode vir a ser um exemplo a aplicar-se a nível nacional, uma vez que o governo estatal realizaria a certificação gratuitamente.

Quanto às ações cujos preços dos produtos ofertados são baixos, como o caso da cooperativa Coralis, a fim de possibilitar o acesso do maior número de consumidores, em uma das entrevistas com profissional de extensão rural francês chamou-se a atenção para “a fábula de que os produtos da agricultura agroindustrial são mais baratos”, ou seja, da falsa ideia que se constrói em torno do produto barato, pois, na verdade, não quer dizer que este mesmo produto seja barato para sociedade, uma vez que todas as externalidades muitas vezes não são consideradas.

Deste modo, fica o questionamento para as cooperativas que estudamos e cuja ação face ao consumidor de menor renda é oferecer produtos alimentares a preços razoáveis. Qual o modo de produção dos cooperados? Qual relação estabelecida entre cooperativa e membros? Há transparência e democracia de fato? Como estão os agricultores em termos de respeito à legislação ambiental? E a cooperativa em relação às leis trabalhistas? Por meio dos estudos de caso foi possível sugerir algumas reações, no entanto, seria interessante, em trabalhos futuros, aprofundar estas questões, inclusive com entrevistas não só à administração da cooperativa, mas também com diferentes membros, assalariados, prestadores de serviços e pessoas da comunidade local.

Outrossim, o professor de desenvolvimento rural francês faz uma crítica ao “modelo fascista dos corporativistas, os quais são diferentes do cooperativismo” (Entrevista nº2), afirmando que os corporativistas se basearam no modelo cooperativo, no entanto, com desvios dos verdadeiros conceitos e valores. Assim, as grandes cooperativas que estão no processo de concentração, de fazer alianças, muitas vezes deixam de representar seus próprios cooperados se distanciando inclusive da base daquilo que fundamenta o cooperativismo.

Logo, em termos de governança o que se percebe na maioria dos casos analisados é que existe o espaço ainda democrático de representação, discussões e tomada de decisão. As assembleias foram mencionadas nos casos analisados e segundo as cooperativas as

diferentes opiniões são consideradas. No entanto, é perceptível que há distinções entre os diferentes modos de funcionamento entre elas. Consequente, há aquelas mais tradicionais baseadas nas assembleias gerais em que não há obrigatoriamente o envolvimento de todos nas discussões e debates em torno dos rumos da cooperativa, há não ser por meio de votação. Por outro lado, há aquelas como a COPAVI em que além das assembleias, realizam outros espaços para o diálogo e as decisões não são somente pelo voto, mas sim pelo debate até o consenso.

A partir disso, podemos questionar qual tamanho da cooperativa viável para que, de fato, a maior parte dos membros de fato contribua nos rumos da cooperativa, inclusive no que diz respeito às estratégias de mercado. Como foi visto anteriormente, as cooperativas menores estariam mais coerentes com os princípios e, portanto, possuiriam maior atenção com a questão da acessibilidade alimentar. Neste sentido, é possível sugerir que ao continuarem pequenas, quanto ao número de membros, também favoreceriam a implicação eficaz dos cooperados nas tomadas de decisão.

Conclusão

Historicamente, as cooperativas agrícolas desde sua criação trazem fortes valores sociais, além da função de unir, organizar e fortalecer os agricultores, em especial os pequenos agricultores familiares. Ademais, as cooperativas guardam grande vínculo ao território e à comunidade local. A solidariedade está presente na base do movimento e pode ser vista por um lado, entre cooperados e, por outro, da cooperativa para com a sociedade como um todo.

Entretanto, no decorrer do desenvolvimento das cooperativas ao longo da história, é notório o distanciamento das motivações iniciais do movimento, fundado no discurso de focalizar as relações humanas e não o lucro. Neste sentido, o crescimento das cooperativas voltado para a lógica produtivista e mercantil acarretou em diversas insatisfações em meio aos próprios membros cooperados que, não raro, perderam a possibilidade de participação em espaços que fossem verdadeiramente democráticos. Outros, diferentes atores da sociedade civil se preocupam com os impactos negativos de ordem social e ambiental destas mudanças no sistema cooperativo. Entre esses impactos é possível citar o distanciamento com as questões sociais como a pobreza e a fome, dos problemas de condições de trabalho, do desemprego e do bem-estar da comunidade local, bem como a negligência que se operou frente às questões ambientais. Aqui, convém realçar que o modelo produtivista adotado por muitas cooperativas é responsável em muitos casos pela degradação ambiental ao não se atentar para aspectos que vão desde o uso de agrotóxicos, passando pelo não tratamento de resíduos até a não conservação adequada da vegetação nativa.

Contudo, frente aos escândalos acerca da qualidade de produtos, bem como as catástrofes ambientais, a constatação de crescentes desigualdades e exclusão social, percebe-se uma mudança de algumas cooperativas, associada à emergência da economia solidária. Certas alterações se resumem à lógica de atender demandas de mercado, como a busca pela certificação de qualidade ou de alimento orgânico, seguida de forte investimento no marketing, sem necessariamente levantar o questionamento da acessibilidade dos produtos alimentares a todos.

De todo modo, observa-se transformações visando o resgate dos valores do cooperativismo, entre eles a solidariedade. Portanto, tal tendência favorece uma busca por aproximar a cooperativa do consumidor e do território. Entre as iniciativas desta natureza, é possível citar as SCIC, SCOP na França, e as cooperativas da agricultura familiar, da reforma agrária ou ainda da economia solidária, no Brasil.

Logo, aquelas cooperativas, cuja orientação se funda na retomada dos princípios do cooperativismo, da proximidade com a comunidade e da responsabilidade ambiental e social para além de uma estratégia comercial, encontram nos circuitos curtos a possibilidade de ganho econômico e de fornecimento de seus produtos a um maior número de pessoas, com uma lógica de comércio justo. Além disso, os agricultores organizados em cooperativas têm o potencial evidente de, por meio da inserção nas diferentes formas de venda direta, favorecer o acesso alimentar, inclusive da população de menor renda.

Os circuitos curtos, em suas diversas modalidades - apesar das potencialidades observadas como a redução de custos ao reduzir os intermediários, o estreitamento das relações entre consumidores e produtores, o maior conhecimento acerca da origem dos produtos e, portanto de sua qualidade - ainda apresentam limitações que os tornam uma alternativa vista como pouco viável para as cooperativas, notadamente com vistas a uma maior solidariedade alimentar.

Com efeito, muitas ações dentro dos circuitos curtos se restringem frequentemente ao público elitizado e intelectualizado sem realmente atingir as famílias desfavorecidas. Do mesmo modo, o reconhecimento entre produtores e consumidores é pequeno, a decisão é pouco participativa e justa, as práticas da cooperativa muitas vezes tendem a desprezar o meio ambiente. Muitos entrevistados sugerem a importância da educação e conscientização dos consumidores. As mudanças para modelos mais justos e ecológicos dependem de toda maneira de uma crítica muito bem fundamentada ao modelo de agricultura convencional e produtivista.

Então, a análise dos estudos de caso e a decorrente troca de olhares entre as experiências brasileiras e francesas sugerem que as cooperativas dependendo do tamanho, status e/ou natureza estão mais ou menos preocupadas com as questões em torno de uma solidariedade alimentar. É plausível sugerir que na França as ações que visam facilitar o

acesso alimentar estão mais relacionadas a implicação de diferentes atores sociais em iniciativas próprias da sociedade civil organizada, como é o caso das AMAP, SCIC, SCOOP por meio da oferta de produtos mais baratos, locais, ecológicos ou ainda de cestas com preços diferenciados de acordo com a renda do consumidor. Enquanto no Brasil há maior ação do governo por meio das políticas públicas alimentares que visam por um lado favorecer a compra de produtos dos agricultores organizados, da agricultura familiar, de assentamentos, de populações tradicionais, agroecológicos e por outro lado beneficiar com esses produtos as famílias desfavorecidas abastecendo seja as entidades sociais, seja as escolas públicas.

Portanto, este trabalho sustenta que as cooperativas possuem nos circuitos curtos de proximidade uma alternativa importante para facilitar o acesso a alimentos de qualidade a todos, tendo em vista as peculiaridades históricas e socioeconômicas de cada país e os ensinamentos trazidos pelo cruzamento de olhares entre França e Brasil.

Futuros trabalhos sobre o tema serão muito bem-vindos. A intenção deste trabalho consiste agora na elaboração de documento sobre os exemplos estudados na França e no Brasil, que possa ser publicado e difundido entre cooperativas a fim de colaborar com a reflexão sobre o tema da solidariedade alimentar.

Referências Bibliográficas

ASSOCIAÇÃO ACTEURS POUR UNE ECONOMIE SOLIDAIRE. *Etude: Circuits Alimentaires coopératifs et consommateurs*. França 2010.

BIALOSKORSKI NETO, S. (Ed.) *Política institucional de monitoramento da autogestão das cooperativas do estado de São Paulo: uma proposta preliminar de metodologia, pesquisa e implantação*. São Paulo: s. ed. 2000. 127p

BIOCABAS. Disponível em <<http://www.biocabas.com/>>. França. Acesso em 13 de julho 2013.

BRASIL. Instituto de Teconologia Social. Disponível em <[http://www.itsbrasil.org.br/sites/itsbrasil.w20.com.br/files/Sistema Cooperativista dos Assentados.pdf](http://www.itsbrasil.org.br/sites/itsbrasil.w20.com.br/files/Sistema_Cooperativista_dos_Assentados.pdf)>. Acesso em 8 de julho de 2014.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. *Mecanismos de controle para a garantia da qualidade orgânica* / Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Coordenação de Agroecologia. – Brasília : Mapa/ACS, 2008. 56 p.ISBN: 978-85-99851-48-7.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. Disponível em <http://www2.mte.gov.br/ecosolidaria/ecosolidaria_oque.asp>. Acesso em 02 de julho de 2014.

Certificação pública de produtos orgânicos: a experiência paranaense/ [organização] Ednaldo Michellon, Geovani Marx Rosa, Jackson Kawakami, Kemely Bruna Z.F. Branco, Tânia Maria Mello de Carvalho. – Maringá: Clichetec, 2011. 145 p.

CHIFFOLEAU, Y. et al. Qualité et solidarité dans les coopératives viticoles. In : TOUZARD, J.M.; DRAPERI, J.F. (Org). *Les coopératives entre territoires et mondialisation*. [s.l.] INRA; Conseil général de l'Hérault, 2003.

CHIFFOLEAU, Y. ; DREYFUS, F. ; TOUZARD, J.-M. *L'éthique, signe de qualité: perspectives pour les coopératives viticoles*. In: Actes du colloque international SFER-ENITA Clermont : Au nom de la qualité, quelle(s) qualité(s) demain, pour quelle(s) demande(s) ? Clermont-Ferrand, 05-06/10/2005 (p. 209-216).

CHIFFOLEAU, Y.; PREVOST, B. *Agriculture Paysanne, circuits courts, territoires périurbains: Les circuits courts, des innovations sociales pour une alimentation durable dans les territoire*. *NOROIS*, 224 - mar/2012.

CHIFFOLEAU, Y ; PATUREL, D. *Les circuits courts alimentaires : entre réseaux et cohésion sociale*. *Reseau Rural*, 2010.

DAROLT M. R.; LAMINE, C.; BRANDEMBURG, A. Junho, 2013. *A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês*. Revista Agriculturas: experiências em agroecologia, v.10, n.2, 2013.

DOCUMENT CUMA: Coopératives et circuits courts. Fédération nationale des Cuma et Confédération générale des Scop. [s.l. ; s.d.]

DRAPERI, J.-F. La coopération face aux nouvelles attentes de la société. In : TOUZARD, J.M.; DRAPERI, J.F. (Org). *Les coopératives entre territoires et mondialisation*. [s.l.] INRA; Conseil général de l'Hérault, 2003.

FEDERAÇÃO DAS COOPERATIVAS DA FRANÇA (2013). Solidaires, Performantes, Innovantes : En avant les coopératives ! Disponível em <<http://www.coopdefrance.coop/fr/2/qu-est-ce-qu-une-coop/#specificite-cooperative>>. Acesso em 18 de abril de 2013

FONTAINE, J. L'insertion des principes de la coopération dans le droit cooperative agricole en France. In : TOUZARD, J.M.; DRAPERI, J.F. (Org). *Les coopératives entre territoires et mondialisation*. [s.l.] INRA; Conseil général de l'Hérault, 2003.

FRANCISCO, E. R. *RAE-eletrônica: exploração do acervo à luz da bibliometria, geoanálise e redes sociais*. Rev. adm. empres. [online]. 2011, vol.51, n.3, pp. 280-306. ISSN 0034-7590. Disponível em <<http://dx.doi.org/10.1590/S0034-75902011000300008>>. Acesso em 9 de julho de 2014.

KLEIN, Thomas. (2013) Circuits courts et coopératives. Disponível em <<http://www.alter-conso.org/2013/03/circuits-courts-et-cooperatives/>>. Acesso em 6 de maio de 2013.

LAMINE, Claire. *Les AMAP : um nouveau pacte entre producteurs et consommateurs?*. Saint-Etienne. Editora Yves Michel, 2008. 163p. ISBN 9782913492561

LAMINE, C.; CAMBIEN, L. "L'art multiple Du circuit court". SILENCE nº371. setembro, 2009.

MAUGET; KOULYTCHIZY. Un siècle de développement des coopératives agricoles en France. In : TOUZARD, J.M.; DRAPERI, J.F. (Org). *Les coopératives entre territoires et mondialisation*. [s.l.] INRA; Conseil général de l'Hérault, 2003.

MARQUES-MORUZZI, P. E. *Críticas e justificativas em torno de alternativas agrícolas no estado de São Paulo*. Piracicaba, 2013. 164p. Livre-Docência - - Escola Superior de Agricultura "Luiz de Queiroz", 2013.

MARQUES-MORUZZI, P. E. *Críticas e justificações em torno da soberania alimentar: fundamentações com vistas a um sistema agroalimentar justo*. Revista da Associação Brasileira de Reforma Agrária – ABRAA, nº 35, Vol. 01, nº 01. Edição maio/outubro 2014. ISSN:0102-1184

PIRES, M. L. L. S. *O cooperativismo em questão: a trama das relações entre projeto e prática em cooperativas do Nordeste do Brasil e do Leste (Quebec) do Canadá*. Recife: Fundação Joaquim Nabuco, Editora Massangana, 2004. 318p. ISBN 8570194102

PURSEIGLE, F.; POUPART, P.; COMPÈRE, P. (2013) *L'agroécologie, une ambition pour les coopératives agricoles*. Disponível em <<http://www.revue-projet.com/articles/l-agroecologie-une-ambition-pour-les-cooperatives-agricoles/>>. Acesso em 17 de abril de 2013.

RUEDA, D. (2014) “Unicafes, Concrab e Unisol lançam frente pelo cooperativismo solidário”. Disponível em <http://www.fbes.org.br/index.php?option=com_content&task=view&id=8087&Itemid=62>. Acesso em 25 de junho de 2014.

SANTOS Boaventura S. (org.). (2002) *Produzir para viver. Os caminhos da produção não capitalista*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

SINGER, P. A construção da economia solidária como alternativa ao capitalismo. Disponível em <<http://portal.mte.gov.br/data/files/8A7C812D3ADC4216013AFAE0D6A81487/A%20CONSTRU%3%87%3%83O%20IDEOL%3%93GICA%20E%20POL%3%8DTICA%20DA%20ECONOMIA%20SOLID%3%81RIA%20COMO%20ALTERNATIVA%20VI%3%81VEL%20AO%20CAPITALISMO%20E.pdf>>. Acesso em 9 de julho de 2014.

SOCIETES COOPERATIVES ET PARTICIPATIVES. Qu'est-ce que c'est une SCOP. Disponível em <<http://www.les-scop.coop/sites/fr/les-scop/qu-est-ce-qu-une-scop.html>>. Acesso em 19 de abril de 2013.

THEODORE M., WILLOT M., LABRIET J. *Circuits de proximité à dimension sociale en Agriculture Biologique* : intégrer une dimension sociale à un projet collectif de commercialisation en circuits courts : Boite à outils à destinations des producteurs, Fédération National d'Agriculture Biologique. França, 2012. Disponível em <www.fnab.org>. Acesso em 10 de junho de 2013.

UNISOL. Disponível em <<http://www.unisolbrasil.org.br/historico/>>. Acesso em 8 de julho de 2014.

UNICAFES. Disponível em <<http://unicafes.org.br/quem-somos>>. Acesso em 8 de julho de 2014.

UNICAFES. **Estratégias de mercados para agricultura familiar**. Brasília, junho de 2013.

VALORGE, F. *Organiser des circuits courts agricoles en SCIC: une solution adaptée, mais exigeante*. França, 2010.

APÊNDICES

I - Guia de entrevista: Atores sociais envolvidos

Data : __/__/__

Nome :

Profissão /Área de atuação:

Apresentação:

Bom dia; sou estudante de engenharia agrônoma na ESALQ/USP e esta entrevista se insere no projeto de iniciação científica que desenvolvo em parceria com o instituto de pesquisa francês INRA, sendo orientada por Paulo Moruzzi e Yuna Chiffolleau. O objetivo da entrevista é recolher informações sobre as relações entre as cooperativas e os consumidores, tendo em vista levantar, em meio ao contexto de crise, cooperativas de produtores que buscam facilitar o acesso a todos a uma alimentação saudável, como por exemplo, através dos circuitos curtos de comercialização.

Nós nos interessamos também ao desenvolvimento de novas formas de associação entre produtores e consumidores. Um trabalho equivalente foi realizado semestre passado na França para favorecer as trocas de experiências entre os dois países. Os resultados serão sintetizados no documento do projeto de pesquisa, bem como em uma cartilha que será divulgada às cooperativas e demais atores envolvidos. A duração será de aproximadamente 40 minutos. Você se incomodaria se registrássemos e eu anotasse durante a entrevista?

Questões :

- 1) Como você enxerga a evolução histórica das cooperativas no Brasil e a relação das mesmas com seus consumidores?

Relances possíveis :

- E entre esses consumidores, existe a preocupação com as populações carentes ?
- Tendo em vista os princípios fundadores do cooperativismo, sempre houve proximidade entre as cooperativas e as classes populares?
- O que você entende por solidariedade alimentar?

- 2) Face às crises e aos problemas alimentares, você vê/viu uma mudança de comportamento das ações de cooperativas?

Relances possíveis :

- Em sua opinião como as cooperativas poderiam tocar as famílias de menor renda? (CC, outras modalidades)
- Como você vê a inserção das cooperativas nos circuitos curtos de comercialização (venda direta)? (CC=imagem/marketing ou ação popular → diferentes estratégias)
- Conhece exemplos práticos ? (coops/associações de produtores engajados na economia solidária)
- Qual sua opinião sobre as políticas públicas como PAA, merenda escolar, OCS? (concorrência, questões de autonomia)
- Em que medida as cooperativas se envolvem com tais políticas?

II - Guia de entrevista: estudos de caso

Data: __/__/__

Nome:

Cooperativa/ Posto de trabalho:

Apresentação :

Bom dia; sou estudante de engenharia agrônoma na ESALQ/USP e esta entrevista se insere no projeto de iniciação científica que desenvolvo em parceria com o instituto de pesquisa francês INRA, sendo orientada por Paulo Moruzzi e Yuna Chiffolleau. O objetivo da entrevista é recolher informações sobre as relações entre as cooperativas e os consumidores, tendo em vista levantar, em meio ao contexto de crise, cooperativas de produtores que buscam facilitar o acesso a todos a uma alimentação saudável, como por exemplo, através dos circuitos curtos de comercialização.

Nós nos interessamos também ao desenvolvimento de novas formas de associação entre produtores e consumidores. Um trabalho equivalente foi realizado semestre passado na França para favorecer as trocas de experiências entre os dois países. Os resultados serão sintetizados no documento do projeto de pesquisa, bem como em uma cartilha que será divulgada às cooperativas e demais atores envolvidos. A duração será de aproximadamente 40 minutos. Você se incomodaria se registrássemos e eu anotasse durante a entrevista?

Questões:

- 1) Para melhor compreender o contexto, você poderia contar brevemente o histórico da cooperativa?

-Como você descreveria as atividades da coop ?
-Como e qual atividade você desempenha?

- 2) Você poderia falar sobre as ações desenvolvidas pela Coop em relação aos consumidores?

Relances possíveis:

-Como você vê a inserção da cooperativa nos circuitos curtos de comercialização?
-Quais dificuldades associadas ?

- 3) Vocês possuem ações específicas para os consumidores de menor renda? Poderia comentar mais, por favor?

Relances possíveis:

-Como começou a ação?
(relação com qual contexto, problemas alimentares?)
-Quais dificuldades/bloqueios encontrados?
-Poderia precisar o período e a evolução do estabelecimento de tal ação?
-Quais foram as discussões surgidas durante o processo?
-Os membros da coop se envolveram neste processo ?
-Quais outros atores/parceiros envolvidos na ação?
-Face às dificuldades mencionadas, quais as soluções propostas?
-Como você as políticas públicas como PAA, PNA, OCS? (papel : democratizar/criar oportunidades ?)

III – Lista dos entrevistados (atores sociais e estudos de caso):

Número	Profissão/Ocupação	Data entrevista	País	Sexo
1	tesoureiro sindicato de produtores	10/06/2013	França	Masculino
2	professor desenvolvimento rural	18/07/2013	França	Masculino
3	funcionário organização representativa de novas formas de cooperativa	03/06/2013	França	Masculino
4	membro união de cooperativas	09/07/2013	França	Masculino
5	extensionista rural	16/07/2013	França	Masculino
6	extensionista rural	19/06/2013	França	Masculino
7	Pesquisadora	15/07/2013	França	Feminino
8	membro cooperativa	21/06/2013	França	Masculino
9	funcionário organização representativa de novas formas de cooperativa	04/06/2013	França	Masculino
10	membro união de cooperativas	23/06/2013	França	Masculino
11	funcionária federação de cooperativas	14/06/2013	França	Feminino
12	funcionária federação de cooperativas	02/07/2013	França	Feminino
13	diretor geral escola cooperativismo	03/06/2013	França	Masculino
14	Doutoranda	14/05/2013	França	Feminino
15	Pesquisadora	20/06/2013	França	Feminino
16	engenheiro agrônomo/ secretário órgão governamental agrícola	09/05/2014	Brasil	Masculino
17	funcionário organização representativa de cooperativas	08/05/2014	Brasil	Masculino
18	professor economia	26/11/2013	Brasil	Masculino
19	médico veterinário/ extensionista rural	31/03/2014	Brasil	Masculino
20	agrônoma/ apoio técnico agrícola	23/04/2014	Brasil	Feminino
21	professor sociologia rural	23/05/2014	Brasil	Masculino
22	administração cooperativa	13/05/2014	Brasil	Feminino
23	membro cooperativa	26/05/2014	Brasil	Feminino
24	administração cooperativa	24/04/2014	Brasil	Feminino
25	comunicação/ marketing cooperativa	18/07/2013	França	Masculino
26	diretor geral empresa familiar	16/07/2013	França	Masculino
27	sociólogo/ gestor de cooperativa	19/07/2013	França	Masculino

IV - Grade de Análise dos estudos de caso para a França

ETUDE DE CAS	statuts	région/type de territoire	type action vers consommateur	subvention/aides	partenariats	adhérents	année démarrage action
<u>Solid'Ariès</u>	groupement des différents associations	Rhone Alpes	tarif réduit (système double tarif appliqué à la caisse + bons alimentaires)/ présence en quartiers classes prioritaires	financement dégressif 3 ans par le région, loyer du droit par l'aglo	CCAS, Conseil Régional, Général, secours sociale, secours catholique	producteurs, consommateurs et partenaires	2008
<u>Alter Conso</u>	SCIC	Lyon	frais de fonctionnement en fonction de leur revenu	financements pour démarrage: fonds Social Européen, Ministère de la jeunesse et des sports, ville de Lyon et Fondation de France	épiceries solidaires	association des consommateurs, salariés, producteurs, partenaires/sympathisants	2006 (SCIC: 2009)
<u>SICA SELI (Fermes de Figeac)</u>	coopérative agricole	Figeac/ pas des produits far	Proposition d'une alimentation quotidienne avec prix accessibles en CC + ateliers cuisine			producteurs, surtout éleveurs bovins lait et viande	
<u>BioCABas</u>	coopérative Norbio + groupement d'agriculteurs Bio	Lille - Nord Pas de Calais/ marqué pour grandes cultures et peu de maraichage	panier à motié du prix à familles à bas revenu	Conseil général finance une partie du panier	conseil général du Nord + structures sociales	producteurs norbio + producteurs bio (gabnor)	2006
<u>Ferme au quartier</u>	association pour la vente direct des produits alimentaires	Saint Etienne - Rhones Alpes	participation aux frais de fonctionnement échelonnés selon revenu 0 à 20%/ présence en quartiers prioritaires	fond FSE + aide de la ville pour louer endroit + subvention d'un appel à projet de la région	associations de quartier, Chambre régionale, la ville, la région, l'ADEAR	paysans, responsables d'associations et consommateurs.	2009
<u>Eco Miam</u>	réseau distribution alternatif	Bretagne/territoire marqué pour le modèle agroindustriel	Une offre de QUALITE à prix inférieurs aux « premiers prix » concurrents		différents filières: poulet (groupement des Monts d'arrée), porc (coopérative PRESTOR), poisson, légumes (bretagne surgel)	consommateurs, groupements producteurs, coopératives	début 2009
<u>ACT'terre solidaire</u>	association	Caen, Basse-Normandie	produits locaux au plus grand nombre + création monnaie solidaire		ARDES	Obs.: pas bcp d'info	
<u>Arternis</u>	coopérative	Castelnaudary, Sud France	?			producteurs	
<u>Coop Ouveilan</u>	coopérative	Narbonne	approvisionnement resto du coeur			producteurs	
<u>CROC'éthique</u>	associatif	Lyon	tarif réduit du panier (minimas sociaux, chômeurs indemnisés de moins de 30 € par jour, étudiants de moins de 26 ans, non-imposables) + projets		ADDEAR, Alter Conso, centres sociaux	paysans, consommateurs et salariés	2007
<u>Solarenn</u>	coopérative de tomates	Bretagne				producteurs de tomate	
<u>Triballat</u>	entreprise familiale (variété des métiers et marques)	Bretagne	donation excédent à des organismes caritatifs		Restauration collective	producteurs laitiers biologiques (marque vrai)	
<u>Coralis</u>	coopérative de tomates	Bretagne	commandes groupées et en stock des produits bio et paysans (action?)			éleveurs consommateurs et producteurs, jouisseurs et militants, salariés	
<u>Coopérative Atanka</u>	SCOP ARL		CC avec produits naturels qui concilie, qualité, impact écologique, et économie solidaire. (prix sont affichés avec le prix de production et le coût de distribution.)				
<u>Terroir Cathare</u>	coopérative	Pays du Cathare			produits du sud, consommateurs		
<u>Saveurs du Vexin</u>	coopérative (SCCC)	Vexin (Val-d'Oise)	vente des produits au prix le plus juste possible (sans intermédiaire)		Fondation Charles-Léopold-Mayer pour le progrès de l'homme (FPH)	consommateurs + producteurs locaux	2001
		restauration collectif	magasin/prix juste	vente type panier	tarifs différenciés	autres	