

Alfio Brandenburg
Jeane Rucinski
Pedro Silva Junior

*Os novos atores e o consumo de alimentos ecológicos:
a associação de consumidores de produtos orgânicos
do Paraná –ACOPA*

Introdução

Este trabalho analisa a emergência de novos atores¹, tomando como referência o consumo de alimentos ecológicos² e a construção da Associação de Consumidores de Produtos Orgânicos do Paraná (ACOPA). A criação da Associação foi acompanhada, desde o seu início, nas suas diversas atividades por um dos pesquisadores, legitimando-se dessa forma a técnica de investigação observação-participante. Complementarmente, com o propósito de realizar a coleta de dados e informações, foram aplicados questionários e realizadas entrevistas com os associados, e feita uma análise documental de boletins informativos e panfletos utilizados nas campa-

Alfio Brandenburg é professor do Departamento de Ciências Sociais da UFPR (alfio@onda.com.br); Jeane Rucinski é mestre em sociologia, Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFPR (jeanerucinski@bol.com.br); Pedro Silva Junior é mestrando em sociologia, Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFPR (pedrojrslva@ig.com.br).

nhas da Associação. Merecem destaque as entrevistas com informantes qualificados, isto é, com aqueles que tiveram uma participação ativa na criação da associação. No entanto, para serem obtidas informações sobre o processo de participação na construção da associação foram entrevistados todos os associados que contribuíam com a anuidade, totalizando um universo de 31 informantes. Trata-se, pois, de um estudo de caso que alia um conjunto de técnicas de investigação, visando melhor apreender as diversas dimensões relacionadas com a mobilização dos atores.

O processo de formação desses novos atores da esfera do consumo foi analisado com base na perspectiva construtivista que busca compreender, segundo Hannigan (1995), como os problemas ambientais são reunidos, apresentados e contestados. Nesse sentido, foi fundamental para entender os processos de formulação e contestação dos problemas ambientais a idéia de rede (SCHERER-WARREN, 1999) e de atores sociais (TOURAINÉ, 1994). A associação, como ator, só adquire sentido contestatório quando articulada com um conjunto de atores na forma de rede. Assim sendo, duas unidades institucionais merecem destaque: de um lado, a Associação de Agricultores Orgânicos do Paraná, diretamente envolvida com a produção de alimentos e, de outro, a Associação de Consumidores. Isso nos levou igualmente a considerar aspectos da relação rural-urbano na análise da reconstrução das relações socioambientais. O consumo de alimentos ecológicos, ao mesmo tempo que reconstrói relações com o ambiente natural e promove a estratégia de sobrevivência de agricultores no espaço agrário, apresenta-se como alternativa para a segurança alimentar do consumidor e restabelece formas solidárias de relação entre agentes produtores e consumidores. Assim, outro aspecto deve ser ressaltado na análise das relações entre esses atores, qual seja, o nascimento de um ator que não apenas constrói novas relações socioambientais, mas ao mesmo tempo constrói-se como sujeito, que diante de sua experiência busca dar sentido a um projeto de vida que articula racionalidade e subjetividade, ou razão e identidade.

O mercado de alimentos na sociedade de consumo

Tornou-se senso comum o fato de que a moderna sociedade de mercado massificou-se, dando origem a condutas padronizadas de consumo, o que se poderia designar de consequência da indústria cultural. A industrialização, uma das quatro principais dimensões da modernidade conforme Giddens (1991), apropria-se gradativamente dos processos naturais, como por exemplo, o de produção de alimentos, até então reservada à atividade agrícola. Dessa forma, surge a indústria agroalimentar que produz maciçamente segundo padrões de qualidade, tornando o consumo mais atraente, do ponto de vista de sua apresentação, seguindo a lógica do conjunto de produção de mercadorias. Esse processo de agroindustrialização está fundamentado num modelo de produção técnico-científico que inclui sementes híbridas, enxertos, intervenções genéticas, agroquímicos, formas de cultivo e exploração e instrumentos técnicos, em que se pode identificar, dentre outros parâmetros da modernidade, a aparência do alimento: atenção dirigida e eleita como uma das favoritas da sociedade de consumo. Ao consumidor, diante da oferta do mercado, não haveria outra saída a não ser consumir o que for produzido pela indústria.

No entanto, se deixarmos de lado a visão clássica da sociedade de mercado, como se configura atualmente o mercado de alimentos? Para esclarecer esta pergunta, é preciso lançar um olhar sobre a realidade concreta, analisar a produção e oferta do mercado de alimentos e, conseqüentemente, como isso se reflete na sociedade, ou, mais apropriadamente, na atitude do consumidor.

Ao se pensar a questão do consumo, compreende-se a sociedade contemporânea articulada ao cotidiano do consumidor, pois, entre os consumidores, há diferenças no modo de consumir, seja quanto à maneira de satisfazer suas necessidades, seja quanto aos seus anseios e desejos. Observe-se, ainda, que a sociedade de consumo não está atrelada somente à simples relação de oferta e procura, mas também às visões de mundo, aquilo que é chamado de pecu-

liaridades culturais. “A tendência da cultura de consumo para diferenciar, para estimular o jogo das diferenças, precisa ser matizada pela observação de que as diferenças precisam ser reconhecidas e legitimadas socialmente.” (FEATHERSTONE, 1995: 125).

Entretanto, algumas vertentes que têm como objeto de análise a sociedade de consumo ou cultura de massa tendem a considerar todas as manifestações culturais como absolutamente padronizadas, reduzindo os indivíduos a seres passivos e conformistas. Touraine (1994) critica essas linhas teóricas que explicam o ator pelo sistema, dizendo que “o consumidor se desprende de seu lugar na ordem social, o ator se desprende do sistema. A entrada na sociedade de consumo significa, mais que qualquer outra mudança social, a saída da sociedade moderna, uma vez que o melhor que a define é que as condutas são determinadas pelo lugar dos atores no processo de modernização” (TOURAINÉ, 1994: 153).

Não há como conceber a sociedade agindo imperativamente sobre todos os comportamentos, todas as manifestações individuais como se supunha classicamente. Há movimentos e lógicas que não se correspondem entre si, e a realidade comporta conflitos e diversidades. As práticas de consumo estão inseridas nas sociedades sob várias manifestações. Mercados diferenciados, produtos artesanais e ecológicos são alternativas para o consumidor. Nessa perspectiva, ganha corpo o consumo do verde, quer na forma de produtos, quer na forma de imagens, ambientes ou espaços. Os alimentos ecológicos ganham lugares diferenciados e começam a disputar espaços de redes de mercado, até há pouco tempo de domínio exclusivo da agroindústria. Para um mercado diferenciado equivale dizer consumidor diferenciado e, no caso de alimentos, consumidor ecológico.

O consumidor ecológico crítico pode ser definido como aquele que, além da relação qualidade/preço, inclui, em seu “poder” de escolha, os critérios ambiental e social. Ele seria a mola propulsora para o uso e desenvolvimento de tecnologias limpas, se exigisse o aten-

dimento a suas preferências na hora da compra e boicotasse os produtos que degradam o meio ambiente. Mediante sua atitude individual, o consumidor pode ser o responsável pelas mudanças nas matrizes energéticas e tecnológicas do sistema de produção.

Complementando essa lógica, vale destacar que o consumo tem sido visto como lugar, por excelência, de exercício de cidadania. Canclini (1995) ressalta que as mudanças na maneira de consumir vêm alterando as formas de exercer a cidadania, surgindo uma cumplicidade entre consumo e cidadania. Vale lembrar os códigos de defesa do consumidor e as associações de consumidores de determinados produtos, como, por exemplo, a Associação dos Consumidores de Produtos Orgânicos do Paraná (ACOPA). Entidades como esta, que lutam para difundir novas alternativas de consumo, podem reforçar o surgimento de um consumidor que seja também cidadão (PORTILHO, 2005). Assim, consumir torna-se sinônimo de participar, assumindo uma conotação não apenas de um dever e obrigação cívica, mas de um ação contestadora, de uma reivindicação, uma reação em que a cidadania passa a ser exercitada mediante novos padrões.

O consumidor ecológico tem na sua escolha a responsabilidade ambiental que é evocada nesse tipo de agricultura e simultaneamente mostra-se crítico quanto ao consumo massificado e desmedido que provoca a degradação do meio ambiente. Visto dessa maneira, tal consumidor também se vê entre as contradições do mercado e opta por consumir alimentos ecológicos primordialmente para precaver-se de riscos com relação à sua saúde.

Novos atores na esfera do consumo de alimentos

Diante das contradições da sociedade de mercado, o consumidor ecológico surge como um crítico ou um contestador das práticas de produção agroindustrial. Uma contestação que nasce dos efeitos implícitos dessas práticas, as quais passam a ser percebidos como “de risco” para a saúde e para a qualidade de vida. Os indi-

cadadores de risco alimentar, tais como o mal da vaca louca e a morte por intoxicações, que proliferam nessa etapa da modernidade, constituem os chamados efeitos colaterais de que fala Beck (1995). Eles seriam, juntamente com outros indicadores de caráter ambiental e social, resultantes de uma construção social que nos conduzem a uma sociedade de riscos. Nesse contexto, não há mais como ter uma confiança cega, passiva e plena nas instituições, empresas e na própria ciência. Faz-se necessário estabelecer uma confiança ativa, ou seja, uma confiança que esteja sempre regenerando sua crença perante os fatos (GIDDENS, 1991).

Diante de tal problemática, existem consumidores que se negam a consumir produtos da agroindústria e encontram na agricultura orgânica uma opção segura, como indicou a pesquisa realizada por Rucinski (1999), na qual 94% dos consumidores de alimentos orgânicos apontam a saúde como o principal motivo para comprarem produtos orgânicos.

Essa reconstrução de padrões de confiança significa, no caso da segurança alimentar, uma opção por alimentos livres de agrotóxicos e resíduos químicos. Essa opção leva os consumidores a se organizarem e a se posicionarem como atores sociais que reivindicam a consolidação de suas escolhas, visando a manutenção de uma alimentação saudável.

No entanto, esse processo de conquista de alternativas e opções de alimentos oriundos de diferentes modelos de produção implica a ação de diferentes atores de forma articulada. É dessa forma que a atuação em rede permite que a ação possa ser organizada de forma complementar pelos diferentes atores que dela participam. Assim, na perspectiva construtivista de tratamento das questões ambientais, a primeira etapa relativa à construção social do problema é aquela formulada, nesse caso, pelos consumidores dispersos na sociedade de consumo e que começam a perceber riscos para a saúde nos produtos industrializados. Essa percepção, contudo, passa ao mesmo tempo pela formulação de certas exi-

gências que encontram legitimidade na esfera dos especialistas, ou seja, nos resultados de pesquisa dos profissionais da ciência.

Na sua primeira fase, a da construção do problema ambiental, é importante destacar o conjunto de dados e indicadores que sustentam as reivindicações. Nesse sentido, deve-se destacar o Primeiro Encontro de Consumidores Orgânicos, realizado em novembro de 2001, na Casa do Estudante Luterano Universitário em Curitiba. Nessa oportunidade, especialistas das áreas médica, alimentar e agrônoma apresentaram dados de pesquisa indicando que, de fato, o uso indiscriminado de agrotóxicos afeta o meio ambiente, agricultores e consumidores.

Os resíduos de agrotóxicos em vegetais e frutas cada vez mais são motivos de preocupação da população em geral, sendo de conhecimento da sociedade que alguns agrotóxicos podem causar câncer. A literatura científica apresenta também muitos trabalhos de mutagenicidade dos agrotóxicos (GRISOLIA, 2005). Os riscos desses efeitos adversos dependem da quantidade e da variedade das formulações utilizadas, isto é, o nível de risco está associado à dose da intensidade de exposição.³ Estudos realizados no sentido de avaliar a qualidade de hortícolas convencionais, orgânicas e hidropônicas identificaram índices de resíduos tóxicos em alimentos, superiores aos permitidos pela legislação brasileira. A análise de diversos produtos cultivados na Região Metropolitana de Curitiba mostrou que, entre as hortícolas, a alface, o espinafre, o agrião e a cenoura foram as que apresentaram maior risco ao consumo humano. Ainda segundo este estudo, o uso de aditivos químicos muda estruturalmente os alimentos e interfere em sua composição nutricional (STERTZ, 2004).

Os anabolizantes, bem como os hormônios artificiais, antibióticos, tranqüilizantes e demais compostos químicos que são usados na criação de animais, atuam como agentes transformadores, desequilibrando o organismo. Segundo o médico Cláudio Paciornick,⁴ os compostos organoclorados e organofosforados, quando ingeri-

dos, alteram 510 sistemas no ser humano, entrando em uma cadeia de combinação química sem que se saiba quais serão as conseqüências. Nessa mesma perspectiva, o estudo do médico e pesquisador Higashi (2002), que acompanhou 124 pacientes, identificou em 100% deles a presença de algum tipo de agente químico, conforme indica a tabela 1.

Tabela 1 – Distribuição de agentes químicos (agrotóxicos) em 124 pacientes, analisados entre jan. e set. de 2000, Londrina, PR

Agente químico (agrotóxico)	Frequência (n. de pacientes)	Distribuição
Lindane	81	73,63
Piretróide	64	58,18
Methanmidophos	63	57,27
Permetrin	63	57,27
2,4 - D	59	53,63
Acilurédia	53	48,18
Metoxiacrilato	49	44,54
Acephates	45	40,90
Atrazina	41	37,27
Parathion metílico	31	28,18
Grupo Glifosate	30	27,17
Organofosforados	29	26,36
Grupo triazol	28	25,45

Fonte: HIGASHI (2002).

Muitos desses princípios ativos são encontrados nos agrotóxicos (HIGASHI, 2002). Sabe-se que há quadros agudos de intoxicação, identificados nos agricultores que manipulam agrotóxicos, e que apresentam problemas gastrointestinais, no aparelho respiratório e no sistema nervoso central que podem levar à incapacidade e à morte. Há também o problema de intoxicação crônica, que se dá por meio da ingestão diária de pequenas ou médias quantidades desses produtos e que com o passar dos anos acumulam-se no organismo.⁵

Os dados e informações aqui citados referendam a conduta de consumidores céticos, não apenas quanto ao consumo de alimentos de origem industrial, mas também em relação ao conhecimento que orienta a sua produção. Desse modo é possível entender como a sabedoria popular e o saber científico tendem a complementar-se resultando em novas condutas e práticas cotidianas. Identificam-se, assim, outros saberes que, em conjugação com a ciência,⁶ apontam para a busca de alternativas para determinado(s) público(s), resultando em um microcomponente transformador de condutas sociais, mesmo que de maneira aparentemente incipiente. Nesse sentido, Morin (1994) afirma que o conhecimento científico comporta um eixo na razão, mas também é composto por outras facetas da racionalidade não-científica.

Há registros do cotidiano que provêm do senso comum e auxiliam na legitimação dos riscos advindos de alimentos contaminados por agrotóxicos, como nos seguintes depoimentos:

A partir da idéia de que o produto com agrotóxico vem embalado naquelas condições e com todas aquelas advertências, leva a crer que ele tem um poder ofensivo. Eu acredito que o alimento orgânico é melhor. Eu peguei o fim de uma época que o comércio de frutas e verduras era feito de uma forma bem rudimentar, nas portas das casas, que alguns ainda vinham com suas carroças vender na cidade. Existia a tarefa de escolher o alimento com aparência melhor, mas é algo que saiu da terra e foi para a carroça. Ou a mudança da forma de comercialização de frutas

e verduras com introdução dos supermercados, a própria mudança de mentalidade que as pessoas começaram a exigir frutas e verduras bonitas, escovadas e perfeitas, é lógico que existe a demanda, a ponta da oferta vai procurar montar aquele produto e para fazer isso de uma forma rápida e produtiva atendendo o capitalismo, sem nenhum agrotóxico na cadeia de produção ... no começo todo mundo achava ótimo e o coitado que estava com frutas que não eram bonitas foi tendo que sair do mercado ou passar a comprar os agrotóxicos para poder sobreviver que demorou esta retomada de consciência da população ... durante muito tempo se você quisesse encontrar algo diferente, não encontrava diferente daquilo que o mercado oferecia (associado da ACOPA).

Ou então:

Minha filha quando criança manifestou alergia à uva, que é uma de suas frutas prediletas. A cada vez que comia, o corpo dela ficava repleto de feridas. Certa vez, quando fui à feirinha de orgânicos, trouxe alguns cachos de uva, ela não resistiu e comeu. Para nossa surpresa não surgiu nenhuma ferida sequer. Então o que ela tem não é alergia à uva, mas sim à quantidade de agrotóxicos que é absorvida pela uva (associada da ACOPA).

Como esses, há vários relatos relacionados a outras frutas, verduras, grãos e demais alimentos, informando que, após um *check-up* médico, a orientação clínica recaiu na mudança de hábitos alimentares e que, ao transformar a alimentação e torná-la orgânica, os sintomas desapareceram.

Aqui fica notório que é nas percepções e apreensões dos fatos que se inicia o processo de reconstrução da realidade social. Essa percepção não se restringe somente à saúde humana, mas abrange a saúde do planeta, referindo-se a uma produção que envolve o solo, os lençóis freáticos, os animais, a vegetação.

Os riscos dos agrotóxicos estão contaminando toda a natureza, começa pela natureza, pelo ar, pelo mar e o corpo humano, é um dos maiores agressores. Se você tem uma plantação de batatas no morro, o agrotóxico vai estar correndo pelo rio, não tem como dimensionar os estragos. Na agricultura orgânica não

se corta árvore para se fazer o plantio, vai ser em meio às árvores, não se desfaz das ervas daninhas, tudo na natureza há uma finalidade (associada da ACOPA).

Apesar do malefício do produto em si, há a falta de critério no uso. Existe a forma de produção sem a utilização de equipamentos de proteção como máscaras e luvas. O agricultor não tem conhecimento e preparo [muitos são analfabetos e não conseguem ler e interpretar o modo de usar descrito nos rótulos das embalagens]. Precisaria haver uma reformulação geral, até pelo restrito mercado, não uma gama de produtos, não uma fonte orgânica que alcance a totalidade (associado da ACOPA).

A Associação dos Consumidores de Produtos Orgânicos do Paraná (ACOPA)

A ACOPA congrega cerca de 260 simpatizantes, ou seja, são pessoas que podem aderir aos propósitos da Associação. Aproximadamente, estão cadastrados 35 associados. Nosso estudo constatou duas categorias de associados: os “atuantes”, que seriam aqueles que, além de pagar anuidade, participam ou participaram efetivamente de alguma maneira na atuação da ACOPA, e os “não-atuantes”, que apenas contribuem com a anuidade e têm uma participação que poderia ser considerada “passiva” perante a Associação, pois não se articulam com os demais integrantes.

Entre os associados atuantes, o número de mulheres e homens é equivalente, e todos possuem nível superior de ensino. Com relação aos associados não-atuantes, com exceção de um, todos têm terceiro grau completo.

Os riscos dos alimentos que os associados da ACOPA mais percebem estão relacionados com o meio ambiente, responsabilizando por eles o Estado, o industrialismo, o consumismo exacerbado, ou ainda a falta de informação. Entre os tópicos mais citados como problema ambiental estão: o lixo, a água, o ar, o solo, os alimentos, a falta de educação ambiental.

O comportamento que um número crescente de cidadãos assume é exigir mais informação, tentando escapar do *status* incômodo de leigo, fazendo, de forma competente ou não, propostas para melhorar o sistema social e produtivo. Esses personagens agem no nível da probabilidade e querem diminuir o risco de uma falha no sistema que possa afetar sua saúde.

Os modos como os associados apreendem os riscos não ocorrem de forma isolada, há sempre relações que lhes são conferidas. É importante saber como o problema é absorvido no cotidiano para que se possa entender como o processo de construção de exigências é realizado pelo grupo em questão (HANNIGAN, 1995).

O espaço da feira ecológica e um novo ator coletivo

A posição dos novos atores diante dos produtos da agroindústria é contestatória; logo, as condições para a criação de uma associação perpassam pela vontade política que repercute em formas associativas de organização social. A ação dos atores aponta para o desejo de conquistar um objetivo, pela força da união dos indivíduos, associada ao projeto de querer legitimar a sua identidade perante a sociedade. Essa busca está presente por parte tanto daqueles que estão diretamente envolvidos no consumo como dos agricultores que se organizam em associações, ou que buscam o apoio de ONGs, institutos ou outras instituições que visam contrapor-se à agroindústria e fazer com que a agroecologia se legitime e cresça.

A Acopa surge como um elo da Associação de Agricultores Orgânicos do Paraná (AOPA), que, por meio da estratégia das feiras de produtos orgânicos, busca, na relação direta com o consumidor, atender às suas necessidades econômicas.

A feira ecológica que se realiza por um grupo de agricultores filiados à AOPA ocorre em dois espaços públicos, duas vezes por semanas, na cidade de Curitiba, no Paraná. No entanto, esses es-

paços não constituem apenas alternativas de relação com o mercado ou de comercialização direta. Eles também se traduzem em espaços de sociabilidade, de reeducação de sabores, de troca de informações, de encontros informais, de reconhecimento e, assim, de afirmação da identidade de um personagem que sabe mais do que somente plantar e cultivar: o agricultor agroecológico.

A “atmosfera” criada pela feira é caracterizada pela descontração que propicia conversas, constrói relações de confiança e uma sociabilidade comunitária que parece estar extinta nos diversos ambientes urbanos. É um ambiente que dá vida a uma economia mais solidária ou, segundo Morin (1997), “uma economia mutualista”, que inclua iniciativas que apóiem solidariedades locais para formar cooperativas e associações sem fins lucrativos, para prestar serviços sociais de proximidade. Sob essa perspectiva solidária uma ligação próxima entre consumidor e agricultor se estabelece.

Eu gosto de fazer amigos entre os feirantes, alguns eu visito como amiga. Como participante da ACOPA, não conheço todos, mas me sinto muito bem de saber que quem vende é o mesmo que planta. Eu percebi que, mesmo que os produtores não tendo um nível de escolaridade alto, é possível conversar longamente com eles sobre questões ambientais, sociais, eles têm uma consciência interessante. Esta opção por trabalhar com agricultura orgânica não é isolada, pois já tem consciência de outros aspectos. Isso foi para mim uma descoberta muito gratificante. (associada da ACOPA).

É uma experiência reveladora para alguns consumidores, pois boa parte dos agricultores não possui alto grau de instrução, mas mesmo assim detém saberes e conhecimentos relacionados com o processo da produção orgânica. Os consumidores reconhecem ainda que as feiras orgânicas são distintas das convencionais (onde o contato é somente de compra e venda), pois ali o vendedor é também aquele que produziu, portanto sabe informar a origem do produto, quais são os ciclos dos alimentos, sob que condições climáticas a produção se desenvolveu etc.

Eu acho excelente, vamos comparar a feira verde com a convencional: aqui você está realmente comprando com o produtor, ele sabe como é produzido, então se tem algum problema com o produto, se o tomate está furado, se a batata ficou pequena ele terá as explicações para estas questões: porque choveu muito, porque teve seca, não consegui plantar ou plantei numa terra que não era muito boa. Isso não acontece na feira convencional, porque os feirantes que estão nestas feiras convencionais compram tudo no CEASA e não sabem a procedência do produto, então não tem esta rastreabilidade daqui, onde você sabe que está comprando daquele produtor e mesmo que ele tenha pego de outro produtor vizinho dele, ele irá falar da origem do produto, sabe de onde vem e se der algum problema, você chega no problema. Agora este vendedor da feira que compra no CEASA, você nem sabe de onde vem o produto, de onde ele comprou, o risco de você estar comprando um alimento contaminado é bem maior. Então eu acho que a relação aqui é muito boa, então é uma relação bem direta consumidor-produtor. Antigamente a feira era assim como a orgânica, mas hoje em dia já descaracterizou (associado da ACOPA).

O espaço da feira livre funciona como uma espécie de ponto de acesso ao conhecimento de como se produz e também de relacionamento com o profissional da produção, no caso o agricultor ecológico. Pode ainda ser identificado como ponto estratégico de reconquista de confiança, como indica Giddens (1991), num contexto de uma sociedade em que os modernos processos produtivos e de relações sociais distanciam o produtor do consumidor.

A confiança é o elemento fundamental nesse relacionamento de aproximação. Todo início pressupõe uma espécie de confirmação da noção de confiabilidade específica de cada grupo e de rituais sem formalidades que ocorrem num encontro aproximado e que é social. Essa interação entre comprador e produtor enseja um reconhecimento do trabalho deste último, bem como a compreensão das razões de o produto ecológico ser um pouco mais caro que o convencional.⁷

Essa relação faz um circuito adverso ao cenário marcado pela individualização estabelecida na era da globalização, que serve de palco de incertezas, de relações frias e impessoais que destroem a segurança e que conseqüentemente ativam e disseminam carências individuais que acabam sendo compensadas pelo consumismo desmedido. O que parece vital aqui são as premissas fraternas de um clima informal que colabora para uma maior proximidade e não se rende a relações fragmentadas, distantes e frias.

A feira proporciona um lugar para conhecer a vida do agricultor na área rural, suas dificuldades, seus limites, suas apreensões, como também suas singularidades. Enfim, todo o seu contexto é absorvido pelo associado que não o vê como um vendedor de mercadorias, mas sim como alguém que lhe é familiar.

Eu vejo um amigo, é uma relação diferente de outras feiras convencionais que eu freqüentava e nunca fiz amizade. Agora na feira, eu gosto de tantas pessoas lá da feira, mas é um gostar mesmo. Se me chamar para tomar um café eu vou com o maior prazer e eu sei que ela vai estar me convidando de coração. Conseguimos estabelecer uma relação naturalmente e eu percebo que isso ocorre com a maioria dos consumidores, é uma relação de amizade (associada da ACOPA).

Outro ponto a destacar é a troca de experiências. Há um encontro de conhecimento, uma mescla de saber científico e popular que se comunga e se dissemina.

Quando você vai à feira se vê nitidamente pela feição do rosto do agricultor que ele tem uma outra vibração, não é como na feira convencional. São pessoas que estão de bem com a vida, são cultas, tem engenheiro agrônomo; mesmo outros que não tenham o ensino formal têm princípios pela própria escola da vida, fora o que você aprende com eles que nenhum graduado poderia proporcionar. O relacionamento é ótimo, é um prazer ir à feira encontrar aquelas pessoas. Outra coisa que eu percebo é que sempre que eu precisei de alguma informação nunca me foi sonegada. O objetivo do conhecimento é transmitido, existe uma solidariedade fora do lugar comum que procura se ajudar (associado da ACOPA).

Essa relação, que se construiu e se constrói no espaço da feira, prolonga-se e ultrapassa a dimensão comercial.⁸ Foi o prolongamento dessa relação que proporcionou o surgimento da Associação dos Consumidores, pois foi mediante o convívio que os consumidores se conheceram e gestaram o propósito de contribuir de alguma forma com o crescimento da agricultura ecológica e, conseqüentemente, com o fornecimento de um alimento de qualidade. No início, alguns consumidores tomaram a iniciativa de informalmente promover visitas às propriedades agrícolas e elaborar boletins informativos sobre a alimentação com produtos ecológicos. Simultaneamente ao surgimento deste primeiro núcleo organizacional do consumidor, a AOPA propõe aos consumidores ocuparem uma vaga no Conselho de Agricultura Orgânica do Estado do Paraná⁹. A participação no Conselho pesou substancialmente na criação da Associação dos Consumidores, que surge impulsionada por agentes ligados à Associação de Agricultores e desta forma fortalece a rede de relações que envolvem a produção e o consumo de produtos ecológicos.

A construção social da ACOPA

A partir da idéia dos riscos que os alimentos industrializados representam para os consumidores, o foco principal da ACOPA passa a ser a mobilização dos seus associados no sentido de apresentar para a sociedade as diversas implicações relacionadas com a produção de alimentos. Corresponde, na abordagem construtivista de Hannigan (1995), ao processo de criação das exigências. O pressuposto dessa ação está fundamentado na seguinte formulação: com o domínio de informações, o consumidor passa a demandar produtos que, segundo sua avaliação, correspondem aos seus interesses de atenuar riscos e obter alimentos que assegurem a qualidade nutricional. Dessa forma, são as atividades de disseminação de informações propriamente dita que predominam nas ações desses novos atores. São ações que se situam numa rede de entidades que

reconstróem novas condutas em relação à sociedade de consumo e em relação à natureza.

Dentre as atividades para alcançar a meta de construir-se como ator, estão: visitas às unidades de produção; criação e distribuição de boletins informativos (com o intuito de esclarecer sobre os diferentes alimentos, dicas para uma vida mais saudável, alguns tópicos para vivenciar práticas ecológicas etc.); participação no Conselho Estadual de Agricultura Orgânica do Paraná; campanhas para angariar novos associados; campanha dos reciclados (sensibilização dos consumidores para a retornarem os recipientes utilizados pelos feirantes, beneficiando o agricultor e o meio ambiente); realização do primeiro Encontro de Consumidores de Alimentos Orgânicos;¹⁰ criação da logomarca; confecção de cartazes sobre alimentação orgânica, pôster e filipeta para livros; e de camisetas e bonés com a logomarca da ACOPA¹¹ (RUCINSKI, 2003).

Entre as estratégias elaboradas por esse grupo de consumidores para atingir seus propósitos, merecem ainda destaque as visitas às unidades de produção agrícola, pois proporcionam o fortalecimento da relação produtor-consumidor. Ao entrar em contato direto com as condições de origem do produto, o consumidor reaviva sua confiança na agricultura ecológica e, simultaneamente, passa a valorizar mais o trabalho do agricultor. Constata-se *in loco* a prática de uma experiência cuja informação foi inicialmente obtida na feira ou em conversas informais, conforme já mencionado.

A ACOPA não desenvolve estratégias agressivas nem uma luta demasiado conflituosa para consolidar sua legitimidade perante a sociedade. É preciso deixar claro que os associados atuam de maneira quase “subterrânea” na sociedade, ou melhor, atuam como “obreiros” ou artífices no sentido de construir uma obra, levando sempre em consideração que é um trabalho voluntário situado no âmbito de um microcosmo social que pode ter um maior ou menor grau de ressonância na sociedade ao longo do tempo. A tarefa de disseminar informações tendencialmente tem efeitos

multiplicadores, ao que tudo indica, nos elos da rede de produção de alimentos ecológicos em que a agroecologia é sublinhada.

A formação do ator em rede

Como no Brasil não há um forte apoio político que fomente a produção ecológica¹² nem existe um marco referencial nas políticas de desenvolvimento que a impulsione, é por meio das ONGs, associações, institutos e cidadãos organizados voltados para essa questão que novos caminhos para a expansão desse movimento podem ser criados. As novas vias de comercialização que viabilizam a economia agroecológica são constatadas em feiras, disk-orgânico, armazéns, exposições, convenções com bancas para degustação ou venda nas próprias propriedades, como já foi dito.

No âmbito do mercado convencional, há alguns anos eram poucos os supermercados que vendiam alimentos ecológicos. Atualmente, tais produtos estão presentes na maioria das grandes redes de supermercados. No entanto, o que se constata é que, em geral, os alimentos ecológicos são postos em meio a outros produtos denominados “selecionados”, alimentos advindos da agricultura convencional ou hidropônica, embalados com pacotes plásticos ou colocados em uma bandeja de isopor. Isso leva a constatar que há certo aproveitamento do apelo ecológico, pelos supermercados, pois há uma confusão das terminologias e marcas, e por vezes a mesma fonte comercializa ambos os tipos de produtos: convencional e ecológico. Daí a importância de realizar ações por parte das organizações dos consumidores para que seja informada com clareza a diferença entre os diversos tipos de produtos como *diet*, *light*, natural, de qualidade, ecológico etc. Essa “explosão” de diversidade de produtos agroindustriais que ocorreu nos últimos anos não fala por si só; ao contrário, são produtos com embalagens e rótulos de difícil distinção pelo público leigo. Seja como for, trata-se de esclarecer as derivações que surgem de acordo com o próprio crescimento do mercado de ecoprodutos.

Se pensarmos na atuação da ACOPA isoladamente, constata-se que em princípio não há confrontos oriundos do âmbito da subpolítica, não se configurando uma contestação explícita. No entanto, se for pensada como uma conduta que se alia ao movimento da rede da agricultura ecológica,¹³ sua importância assume outra dimensão.

Antes de tudo, está em jogo o próprio consumo, pois sem demanda não há oferta, isto é, se não houvesse consumidores, a agricultura ecológica não existiria. Um dos objetivos principais da ACOPA é aumentar não só o número de associados, mas também o número de consumidores e, assim, fazer com que aumente a comercialização mediante os meios de divulgação que elabora e, desta forma, torná-la compreensível, desmistificando-a.

A ACOPA, em seu micromovimento, realiza-se como um ator que se integra na rede agroecológica. Seu apoio se faz, mesmo que indiretamente, mediante interferências que tornam possível o amplo movimento da agricultura ecológica. Este movimento no contexto atual já encontrou legitimidade social, proporcionou mudanças no sistema legal, contestou a agricultura convencional e fez com que o agricultor familiar encontrasse na agroecologia uma oportunidade de permanecer no campo. A maior sustentabilidade nas suas dimensões sociais, econômicas e técnicas da agricultura ecológica foi demonstrada por Darolt (2002), ao estudar os agricultores orgânicos da Região Metropolitana de Curitiba.

Por enquanto, a ACOPA está restrita à Região Metropolitana de Curitiba, mas isso não impede que avance em outros pólos e que estabeleça novas alianças nesta rede, mesmo porque pode abranger o Estado do Paraná, uma vez que já foi solicitada a atuar em outros núcleos.

Sublinha-se aqui que é na relação com o outro que o ator é reconhecido, portanto é no contato direto entre consumidor e produtor que os elos são reforçados. Então, conviver revitaliza a solidariedade que corresponde ao elemento construtor e mediador de

novas relações sociais. A ACOPA foi fundada sob esses princípios e em tais circunstâncias os elos se confirmam, se articulam e se alastram pela rede que configura o movimento ecológico.

O que se pode considerar hipoteticamente é que a atuação da ACOPA junto com o movimento de agricultores ecológicos, em escala maior, tem perspectivas de consolidar outros elos. Há novos pólos surgindo, como é o caso da própria rede ECOVIDA, formada por 21 núcleos constituídos por 180 grupos de famílias. Ao todo participam 2 mil famílias, portanto cada grupo possui cerca de 11 famílias. A rede tem 100 feiras cadastradas, cinco cooperativas de consumo, oito empresas de alimentos e conta com o apoio de 21 ONGs. É assim que a ACOPA torna-se mais um elo no movimento orgânico em geral.

Há uma comunicação informal que se institui entre todos os pontos que formam a rede do movimento agroecológico, ainda que se possam estabelecer outras comunicações. Possivelmente a própria noção de rede induz a pensar em algo semelhante à idéia de que tudo ocorre de maneira sincrônica. Dessa forma, o aumento do consumo de alimentos ecológicos aproxima-nos do pensamento de Giddens (1991) à medida que contribui com feixes de princípios de “políticas de vida”. Por isso, é salutar identificar de que modo os atores conduzem suas iniciativas, que destacam seu modo de construir o mundo, bem como as alianças que poderão se formar no âmbito local e no regional.

Ressalta-se que a religação do urbano com o rural via consumidor impulsiona a rede, pois, ao se relacionar com o agricultor, o consumidor absorve um pouco do universo rural presente em suas raízes. Esse reencantamento das relações sociais permite pensar o rural no urbano e vice-versa. É uma integração que viabiliza o resgate de identidades rurais muitas vezes apagadas da memória dos cidadãos que não questionam como se dá o percurso dos alimentos desde a sua produção até a chegada aos pontos de venda. A relação direta entre consumidor e produtor reconstrói saberes que

apontam dimensões rurais que resistem ao processo de industrialização da agricultura. O consumo de alimentos ecológicos se faz socialmente relevante ao possibilitar ao agricultor sua permanência nas atividades rurais e ao mesmo tempo revigora a dimensão natural da produção agrícola valorizando saberes e modos de vida construídos e concebidos no meio rural.

Entretanto, é necessário dizer que criar condições para a sobrevivência do espaço rural é uma tarefa árdua. É um desafio que o agricultor não consegue enfrentar sozinho, daí a importância de uma ação societária, como a da ACOPA, que faz com que se expanda o mercado de produtos agrícolas e se dinamize a produção. Se a demanda é crescente, como constatado em dados recentes sobre a evolução da agricultura orgânica no Paraná (DAROLT, 2002), é por obra da sociedade, de consumidores e de produtores.

O consumo de produtos ecológicos pode redefinir, em certa medida, a lógica produtiva, pois nessa perspectiva se inserem uma reorganização do sistema produtivo e a emergência de um agricultor e de um consumidor que, contrapondo-se à lógica agroindustrial, constroem relações socioambientais. Dessa forma, é possível elaborar um conceito de consumidor que simultaneamente reconhece a lógica da produção e redefine relações sociais dominantes.¹⁴

O consumo desse ator emergente é considerado um “mecanismo principal de legitimação, de controle social e de formação de identidades nas sociedades modernas avançadas no final do século” (SORJ, 2000: 45). Então, segundo essa análise, o consumo tem a capacidade de integrar fenômenos sociais, articular valores do rural e do urbano e mediar relações que permitem que o processo de intensificação e institucionalização da agricultura agroecológica se organize progressivamente.

No contexto das relações contruídas pela ACOPA está a procura da cidadania, tanto do consumidor como do produtor. Assim, o mercado passa a ter um outro peso social, valoriza saberes e práti-

cas que até então pareciam estar ultrapassadas. Verifica-se o resgate de particularidades rurais, como um estilo de vida possível, mesmo com todas as interferências das diferentes dimensões da modernidade.

O perfil e a subjetividade dos atores

Os consumidores associados são críticos à cultura de massa ditada pela sociedade de consumo. À medida que buscam divulgar um determinado tipo de alimentação, cujo padrão não é homogêneo, posicionam-se como diferentes quanto aos hábitos alimentares, mas também se apresentam como interlocutores de uma nova maneira de estar no mundo e de responsabilizar-se por ele.

O consumidor como ator social não quer ser somente resultado da ditadura formada pela escolha da maioria. Ele quer sobressair como minoria, fazer valer sua escolha por uma alimentação saudável, por uma vida distinta da que é posta pela conduta padronizada, que sufoca a liberdade de criar, de tentar ser indivíduo, de conseguir expressar sua vitalidade, sua arte.

Portanto, a ACOPA, como ator social, constrói um microuniverso que resiste aos imperativos ditados pelo sistema. É preciso ter claro que “durante muito tempo a modernidade foi apenas definida pela eficácia da racionalidade instrumental, a dona do mundo que se tornou possível pela ciência e técnica” (TOURAINÉ, 1994: 219). Hoje, no entanto, os novos atores redefinem a modernidade. O mundo subjetivo permaneceu ignorado, relegado pelo império da razão e da objetividade absoluta, e a subjetividade muitas vezes resultou em irracionalidade. A força da subjetividade faz ver hoje o quanto o seu movimento é inseparável da racionalidade.

É possível estabelecer novas formas de viver que se fundamentam em elementos da subjetividade. Esse grupo tem como premissas o respeito pelo meio ambiente, a busca de sentido para suas vidas ou uma nova prática civilizatória, como defendida por Guatarri (1991).

Ao analisar os integrantes da ACOPA, vê-se que se trata de um grupo diferente, mais solidário, cuja preocupação se desprende do foco inicial, que seria sua própria saúde, para se estender à busca de um mercado justo, da preservação do meio ambiente, como também contribuir para que o agricultor continue com seu trabalho rural.

O anseio pela qualidade de vida perpassa pela interação com outros saberes, “traduz-se por bem-estar no sentido existencial e não apenas no sentido material. Incluiu a qualidade das comunicações com os outros e das participações afetivas e afetuosas” (MORIN, 1997: 153). Assim, o consumo ecológico evoca uma dimensão que transcende o produto em si, pois nele estão subsumidos elementos que têm uma significação própria para esses associados.

A visão do produto ecológico atinge outros patamares que são revitalizados por ideais solidários. Ao mesmo tempo que a solidariedade é regeneradora, ela é reveladora da identidade da ACOPA. Ela pode ser decodificada como uma vertente principiante da “economia ecológica”, visto que se desenvolvem ações socioambientais coletivas de interesses mútuos. Consiste em um grupo pequeno de consumidores que elaboram conhecimentos subjetivos que não anulam suas análises objetivas, examinando criticamente os produtos sob a ótica da qualidade e dos efeitos que podem desencadear. Nesta experiência, pode-se afirmar que os consumidores se reeducam, se auto-regulam e se auto-organizam com a intenção de estabelecer e rever práticas mais equilibradas em relação ao meio ambiente.

Então, verificamos, por meio desta pesquisa, que se constrói uma nova cultura de consumo, alternativa aos padrões convencionais, em que o elemento subjetividade tem papel relevante, especificamente como ressignificador da racionalidade, pois aciona ações reais da vida diária, do cotidiano. São significados, valores, ideais, crenças que compõem as decisões destes associados, ou seja, princípios constituintes da subjetividade que reavivam o exercício da

cidadania, que fazem valer suas opções e convicções, reafirmando o pensamento de Touraine (1984) quando define que “o ator é o desejo de ser indivíduo”, de explorar a vida segundo suas experiências individuais com o universo social. Existe o desejo de elaborar práticas objetivas calcadas em vivências subjetivas, isto é, ao se consumir, prima-se por elementos da subjetividade que são resgatados e passam a ter sentido no cotidiano. Como afirma Souza Santos (1997: 235), é uma “relação complexa entre cidadania e subjetividade” construída na vida diária, por isso mais uma vez é preciso ressaltar a importância de estudar casos que adquirem sentido no âmbito local.

Finalizando, poder-se-ia perguntar: qual é o principal foco a ser atingido por esses associados mediante esta junção racional e subjetiva, detectada pelas análises realizadas? Tendencialmente, diríamos que é construir relações socioambientais, tanto no plano ideológico quanto no plano prático, tendo em vista que se trata de um consumo ecológico que visa diminuir a pressão sobre os ecossistemas e, concomitantemente, preza não somente por sua geração, como também pelas futuras.

Considerações finais

Este trabalho procurou entender como uma questão ambiental é apresentada socialmente na forma de um problema e como se realiza o encaminhamento de busca de alternativas conjuntas de solução. O problema em questão são os alimentos agroindustriais, tidos pelos consumidores como produtos que apresentam riscos para a saúde.

A ACOPA emerge como um ator que busca construir estratégias com a finalidade de difundir informações relacionadas com alternativas ecológicas de alimentação. Surge num espaço de comercialização de produtos ecológicos organizado pela Associação de Agricultores Orgânicos do Paraná (AOPA): a feira municipal de produtos orgânicos. Nesse sentido, a feira proporciona re-

lações diretas entre produtor e consumidor, estimulando a construção de relações sociais que extrapolam a dimensão econômica e ultrapassam o seu âmbito de comercialização. Pode-se afirmar, assim, que os consumidores que irrompem na forma de atores sociais encontraram nas relações interpessoais de sociabilidade, que se construíram na feira, forças para construir um projeto coletivo de mobilização social. Um dos principais motivos que levaram esses atores a se organizar foi a idéia de risco dos alimentos agroindustriais.

A associação é construída mediante diversas atividades informativas, tendo como eixo a divulgação da forma de produção, de comercialização e de componentes dos alimentos. A aproximação dos consumidores com os produtores, inicialmente na feira e depois nas unidades de produção agrícola, forma pontos de ligação entre consumidor e produtor e, dessa forma, se restabelece a confiança entre profissionais da produção de alimentos ecológicos (agricultores) e consumidores. Esse processo de reaproximação envolve dimensões subjetivas e objetivas na análise de produção dos alimentos.

A contestação das formas convencionais de produção de alimentos, contudo, não ocorre apenas no âmbito restrito da Associação dos Consumidores, como em princípio se poderia supor. A ACOPA representa uma das unidades de uma rede de atores, e é nesse conjunto articulado que a contestação é realizada na sua prática, vale dizer, mais diretamente no âmbito da organização das relações sociais e técnicas de produção.

A rede de produção-consumo de alimentos ecológicos reconstrói, assim, relações entre o rural e o urbano, em que, de um lado, o agricultor revitaliza o campo, mediante relações socioambientais, e, de outro, o consumidor, ao demandar produtos ecológicos que lhe conferem maior segurança alimentar, constrói-se como um ator social e como um novo cidadão.

Referências bibliográficas

- BECK, U. A reinvenção da política: rumo a uma teoria de uma modernização reflexiva e autodissolução e auto-risco da sociedade industrial : o que isso significa? In: BECK, Ulrich, Giddens, Anthony e Lash, Scott. *Modernização reflexiva*. São Paulo: Ed. Unesp, 1995.
- CANCLINI, N. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.
- DAROLT, Moacir Roberto. *Agricultura orgânica: inventando o futuro*. Londrina: IAPAR, 2002
- FEATHERSTONE, M. *Cultura de consumo e pós-modernismo*. São Paulo: Studio Nobel, 1995.
- GIDDENS, A. *As conseqüências da modernidade*. São Paulo: Ed. Unesp, 1991.
- GRISOLIA, Cesar Koppe. *Agrotóxicos: mutações, reprodução e câncer*. Brasília: EdUnB, 2005.
- GUATARRI, F. *As três ecologias*. São Paulo: Papirus, 1991.
- HANNIGAN, J. *Sociologia ambiental: a formação de uma perspectiva social*. Lisboa: Perspectivas Ecológicas, 1995.
- HIGASHI, T. Agrotóxicos e a saúde humana. *Agroecologia*, dez 2001/jan 2002, p. 5-8.
- MORIN, E. *Ciência com consciência*. Apartado 8, Lisboa: Europa-América, 1994.
- _____. *Uma política de civilização*. Lisboa: Instituto Piaget, 1997.
- PORTILHO, Fátima. *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania*. São Paulo: Cortez, 2005
- RUCINSKI, Jeane. *Consumidores de alimentos orgânicos em Curitiba*. Curitiba, Setor de Ciências Humanas, UFPR. Monografia de graduação em Ciências Sociais. 1999.
- _____. *ACOPA: uma associação em construção*. Curitiba, Setor de Ciências Humanas, UFPR. Dissertação de mestrado, 2003.
- SCHERER-WARREN, Ilse. *Cidadania sem fronteiras: ações coletivas na era da globalização*. São Paulo: Hucitec, 1999.
- SORJ, B. *A Nova sociedade brasileira*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.
- SOSA SANTOS, B. *Pela mão de Alice: o social e o político na pós-modernidade*. São Paulo: Cortez, 1997.
- STERTZ, Sonia Cachoeira. *Qualidade de hortícolas convencionais, orgânicas e hidropônicas produzidas e/ou comercializadas na Região Metropolitana de*

- Curitiba, Paraná. Curitiba. Universidade Federal do Paraná, Setor de Tecnologia. Tese de doutorado, 2004.
- TOURAINÉ, A. *O retorno do actor*. Lisboa: Instituto Piaget. 1984.
- _____. *Crítica da modernidade*. Petrópolis: Vozes, 1994.

Notas

¹ Noção definida por Alain Touraine, conforme se explicitará ao longo do texto.

² A expressão alimentos ecológicos refere-se a produtos alimentares de diversas correntes da agricultura ecológica (orgânica, agroecológica, biodinâmica e outras), embora este texto trate da construção de uma associação de consumidores que se identificam como orgânicos.

³ Na maioria dos países, existe uma política de proteção ao consumidor que estabelece limites máximos de resíduos de agrotóxicos nos alimentos, de acordo com uma série de parâmetros toxicológicos. Aqui no Brasil, foi editado em 4 de janeiro de 2002, o Decreto n.º 4.074, que regulamenta a Lei n.º 7.802 (Lei dos Agrotóxicos), dispondo de modo muito mais amplo as instruções sobre pesquisa e experimentação, produção, embalagens e rotulagem, transporte e armazenamento, comercialização, propaganda comercial, importação, exportação e destino final dos resíduos e das embalagens dos agrotóxicos. Nesse decreto, está previsto o estabelecimento de postos de recebimento para armazenamento provisório das embalagens vazias de agrotóxicos, com o objetivo de reciclagem, incineração ou destinação adequada. O abandono das embalagens no campo e o seu reaproveitamento para outros fins sempre foram um problema toxicológico e ambiental no país. Esse decreto define com maior clareza as atribuições de cada órgão federal responsável, quer sejam os Ministérios da Agricultura e da Saúde (Agência Nacional de Vigilância Sanitária), quer seja o Ministério do Meio Ambiente (Ibama), visando manter atualizados e aperfeiçoados os mecanismos destinados a garantir a qualidade dos agrotóxicos, tendo em vista sua eficácia agronômica e a segurança à saúde humana e à proteção ambiental.

⁴ Cf. palestra proferida no Primeiro Encontro de Consumidores Orgânicos do Paraná, realizado em novembro de 2001, na Casa do Estudante Luterano, em Curitiba.

⁵ Anotações de palestra do Primeiro Encontro dos Consumidores Orgânicos do Paraná, realizado em novembro de 2001, na Casa do Estudante Luterano, em Curitiba.

⁶ Evidencia-se aqui uma crise paradigmática decorrente das falhas da ciência moderna, dentre as quais a recusa em admitir o caráter racional de outras formas de conhecimento (senso comum, arte, filosofia, literatura, religiosidade etc.), determinando-se detentora da verdade absoluta.

⁷ Segundo agricultores e analistas, a produção ecológica requer mais mão-de-obra e ainda perde em produtividade.

⁸ Essa relação diferenciada no tocante ao consumidor tradicional é fruto de uma fidelidade na transação comercial atestada pela frequência constante dos feirantes. Segundo a pesquisa realizada, 58% dos frequentadores são consumidores permanentes da feira orgânica. Nesse caso, pode-se afirmar que a alimentação orgânica tornou-se hábito na dieta alimentar, incorporando-se na composição do estilo de vida desses consumidores (RUCINSKI, 1999).

⁹ O Conselho de Agricultura Orgânica do Estado do Paraná é composto por órgãos do Governo do Estado e representantes da sociedade civil.

¹⁰ Ciclo de palestras que envolveram profissionais pesquisadores na área de saúde.

¹¹ Todas essas atividades podem ser muito importantes para despertar o público para a problemática ambiental (HANNIGAN, 1995: 63).

¹² No entanto, deve-se observar que na atual política de apoio à agricultura familiar (o PRONAF) já existe incentivo à agricultura ecológica.

¹³ A rede de agricultura ecológica ECOVIDA abrange os Estados do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul e, além de uma atuação em rede, inovou na forma de certificação dos agricultores: implementou um processo de autocontrole da produção ou fiscalização participativa.

¹⁴ O fato de constatar-se que estão ocorrendo mudanças nas lógicas de produção e nas relações de consumo não significa dizer que estas redefinições se tornarão hegemônicas no contexto da sociedade atual.

Alfio Brandenburg, Jeane Rucinski & Pedro Silva Junior, Os novos atores e o consumo de alimentos ecológicos: a associação de consumidores de produtos orgânicos do Paraná –ACOPA. *Estudos Sociedade e Agricultura*, abril 2008, vol. 16 no. 1, p. 54-82. ISSN 1413-0580.

Resumo. (Os novos atores e o consumo de alimentos ecológicos: a Associação de Consumidores de Produtos Orgânicos do Paraná – Acopa). Este texto trata da emergência de novos atores na socieda-

de de consumo. Mediante um estudo de caso, analisa-se como um grupo de consumidores de alimentos ecológicos se mobiliza no sentido de construir uma associação de consumidores: a Associação de Consumidores de Produtos Orgânicos do Paraná-Acopa. Trata-se de um estudo orientado pela abordagem construtivista, segundo Hannigan(1995). Nesse sentido, apresentam-se as condições para o surgimento de novos atores na esfera do consumo de alimentos, bem como analisa-se como os consumidores articulados em rede constroem-se enquanto ator coletivo. O estudo mostra que a relação entre a Rede Ecovida de Ecologia e a Associação de Consumidores-Acopa constitui uma forma de relação rural-urbano em que dois tipos de atores instituem-se: o agricultor socioambiental e o consumidor-cidadão.

Palavras-chaves: atores consumidores; organização do consumidor; abastecimento alimentar; consumo de alimentos ecológicos

Abstract. (*New Actors and the Consumption of Ecological Food: The Paraná Organic Products Consumers' Association*). This text deals with the emergence of new actors within the context of consumer society. I use a case study to analyze how a group of consumers of organic agricultural products get together to build a consumer's association: the Paraná State Association of Consumers of Organic Products (Associação de Consumidores de Produtos Orgânicos do Paraná-ACOPA.) My study uses a constructivist approach, as suggested by Hanigan (1995). Following in this vein, I discuss the conditions in which new actors in the sphere of food product consumption have emerged. I then go on to analyze how consumers put networks together and thus become a collective actor. The study specifically demonstrates how the relations established between the Ecovida Ecology Network and the ACOPA constitute a type of rural-urban relationship within which two types of actores come into existence: the socio-environmental farmer and the citizen-consumer.

Key words: consumer actors; consumer organization; food supply; consumption of organic food products.