

Globethics Repository

The logo for Globethics, featuring the word "Globethics" in white, sans-serif font centered within a solid blue rectangular background.

Do consumo responsável à responsabilidade no consumo [From responsible consumption to consumer responsibility]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository.
More information on Globethics see <https://www.globethics.net>. Data and content policy
of Globethics Repository see <https://repository.globethics.net/pages/policy>.

Item Type	Article
Authors	Wolfart, Grazele
Publisher	Instituto Humanitas Unisinos - IHU
Rights	With permission of the license/copyright holder
Download date	2026-06-26 16:14:58
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/159774

Do consumo responsável à responsabilidade no consumo

Julia Coelho de Souza considera que o consumo é um ato repleto de coletividades e permeado por emaranhados sociopolíticos. “Além do consumo responsável não ser sozinho, ele não é isento”, explica

POR GRAZIELA WOLFART

Você reflete antes de comprar ou consumir algo, no sentido da sua responsabilidade como consumidor, pensando em como aquele produto foi fabricado? Pois a ideia de consumo responsável, segundo a pesquisadora Julia Coelho de Souza, “traz a proposta de que o consumidor é responsável pelas desejadas mudanças e melhorias sociais e ambientais rumo a um planeta mais verde e a uma sociedade mais justa, isentando absolutamente todo o sistema institucional e político mais amplo (seja nos sistemas agroalimentares, no consumo de bens duráveis, de cultura, de informação, de viagens)”. Julia estará à frente do debate “Do consumo responsável à responsabilidade no consumo: reflexões sobre cadeias agroalimentares, slow food e mercados alternativos” na próxima quinta-feira, dia 29 de setembro, em mais uma edição do evento IHU ideias, promovido pelo Instituto Humanitas Unisinos - IHU, das 17h30min às 19h, na Sala Ignacio Ellacuría e Companheiros.

Na entrevista a seguir, concedida por e-mail à IHU On-Line, Julia destaca que “a construção e a distorção das imagens relacionando os aspectos saudável, ecológico, puro e sustentável a partir de uma matriz produtiva que se sustenta na pobreza, na desigualdade, na devastação da biodiversidade e da transgenia, realizada através das articulações de detentores de commodities, de sementes e do grande monopólio alimentar, é algo assustador”.

Julia Coelho de Souza possui formação acadêmica multidisciplinar, abrangendo estudos sobre mediações político-culturais no meio rural. Dedicou-se a projetos em gestão de empreendimentos associativos, cadeias agroalimentares, planejamento e organização territorial a partir de sistemas produtivos e redes socioeconômicas. Integra o Núcleo de Economia Alternativa e Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares da Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS, vinculado à Faculdade de Ciências Econômicas na qualidade de pesquisadora associada e membro da equipe técnica. Atualmente, tem se voltado a investigar, através de uma perspectiva culturalista, o papel das mediações político-sociais entre sujeitos sociais coletivos e instituições. É também tutora do Curso de Graduação Tecnológica em Gestão Rural (UAB/PGDR/UFRGS); colaboradora na Equipe Editorial da Revista Brasileira de Agroecologia e colaboradora no Projeto Pedagógico da 8ª Bienal de Artes Visuais do Mercosul. Confira a entrevista.

IHU On-Line - Que diferenças podemos estabelecer entre o consumo responsável e a responsabilidade no consumo?

Julia Coelho de Souza - O consumo responsável é entendido como “a forma comum” do papel político do consumidor. A forma como tem se visto o apelo midiático a uma atitude responsável por parte dos consumidores é muito mais um apelo ao consumo de classe média de “produtos verdes”, com foco no aspecto ecológico, justo, sustentável. É uma tendência de consumo, a moda do responsável, do papel

cidadão. A responsabilidade no consumo residiria num segundo olhar sobre essa responsabilidade e esse consumo, uma “segunda pele” ou mesmo níveis mais profundos de reflexão sobre esse papel do consumidor, responsável pela “cura” do planeta e pela justiça social através do ato de compra de produtos, bens, dos mais variados tipos. Na verdade, uma das questões-chave é: “em que tipo de produção esse consumo se insere”?

A questão da responsabilidade no consumo significa a compreensão do sistema onde se insere o consumo e

o produto consumido. Seria a capacidade crítica e reflexiva de contextualizar a produção e o consumo numa perspectiva de projetos e modelos de desenvolvimento que estão em questão: seja quando se opta, no ato de compra, por um ou por outro produto, ou mesmo no quanto essa opção de consumo efetivamente modifica todo um sistema de produção, ou ainda o quanto o ato do consumo, mesmo deste consumo crítico, é reflexo de quais políticas de desenvolvimento. Os questionamentos possíveis e pertinentes são muitos, pois me parece falaciosa a

ideia de que no consumo da classe média e alta existe um problema grave de (des) equilíbrio ambiental. Existem, sim, problemas sociais de desigualdade, exploração e diversas outras questões outrora abafadas que estão vindo à tona na sociedade de maneira geral hoje em dia (dentro de um longo contexto de lutas ambientais, de classe, etc.). E essa atitude de consumo “qualificado” talvez seja o impulso essencial para mudanças nesse equilíbrio, na natureza do planeta terra, na sociedade ou no que quer que seja que se deseje quando se compra um determinado produto nas prateleiras dos supermercados, ou nas feiras, nos restaurantes, nos sítios de compras, para além do próprio produto, como um objeto de consumo.

A ideia que está sendo construída, via de regra, traz a proposta de que o consumidor é responsável pelas desejadas mudanças e melhorias sociais e ambientais rumo a um planeta mais verde e a uma sociedade mais justa, isentando absolutamente todo o sistema institucional e político mais amplo (seja nos sistemas agroalimentares, no consumo de bens duráveis, de cultura, de informação, de viagens).

IHU On-Line - Que ações práticas caracterizam um consumidor responsável?

Julia Coelho de Souza - Sem estabelecer aqui “tipos” de consumidor (“o responsável” e “o que tem responsabilidade”), me parece que a prática da responsabilidade no consumo é, antes, uma atitude crítica e reflexiva para, a partir daí, pensar na materialidade do consumo ou de práticas que levem a um “consumo responsável”, crítico. Claro que, no âmbito das cadeias agroalimentares, atitudes como a escolha de mercados em que se consome, escolha de marcas, busca das informações de origem, procedências tidas pelos consumidores são atitudes importantes que, de certa forma, caracterizam um consumidor responsável. Parte dessa responsabilidade está na seleção que se faz no consumo, e isso em um espectro bem amplo de consumo, inclusive de informações, de cultura, de produtos e subprodutos das mais distintas indústrias.

Imagino que o que se consome em termos de conteúdo de imagem (de propagandas e campanhas, da história contada, de versões) se reflete em opções de consumo de grande parte da sociedade. Isso quer dizer, também, que tem uma grande e convincente “máscara” entre produtos, processos e mercados. Um exemplo bem elucidativo, nesse sentido, é o consumo de sucos e leites refrescantes e saudáveis, com “selos verdes” (pelo menos na embalagem, enquanto um elemento no *layout* do produto) em forma de folha, onde está escrito algo como “leve, saudável e natural”, quando são feitos a partir de um subproduto de soja transgênica. Existe aí uma contradição, uma confusão que é um divisor de águas para se definir as escolhas de consumo como responsáveis, críticas, reflexivas e claras quanto ao que se refere efetivamente a essa “escolha” individual (e porventura coletiva também) de consumo.

A construção e a distorção das imagens relacionando os aspectos saudável, ecológico, puro e sustentável a partir de uma matriz produtiva que se sustenta na pobreza, na desigualdade, na devastação da biodiversidade e da transgenia, realizada através das articulações de detentores de commodities, de sementes e do grande monopólio alimentar, é algo assustador. O problema é que, como são essas empresas que “organizam” a alimentação de grande parte dos países (diga-se, com base em poucas espécies animais e vegetais, desnutridas de conteúdo nutricional e cultural), existe um conflito de interesses e, como falamos antes, de projetos de sociedade.

IHU On-Line - Quais as principais reflexões que você trará para o debate sobre cadeias agroalimentares, *slow food* e mercados alternativos?

Julia Coelho de Souza - A reflexão é sobre os processos (políticos, econômicos, culturais) envolvidos no processo de produção, comercialização e consumo, com o foco nas cadeias agroalimentares. Para entender de forma mais clara a delimitação conceitual dessas cadeias, me apoio na reflexão de Terry Marsden, geógrafo holandês, sobre os sistemas agroalimentares e

as cadeias curtas e longas. A cadeia envolve todo o caminho e relações: a produção, os processos e beneficiamentos, a distribuição e suas redes, atores sociais individuais e coletivos. Nisso se insere a discussão dos mercados alternativos e, de certa forma, as cadeias que fomentam algumas das redes e grupos participantes das ações do movimento *slow food*. Aqui vale uma separação também, não para dividir, mas para explorar melhor cada um dos temas.

Como “mercado alternativo”, podemos entender diversas formas de mercado, de redes de compras por internet, passando pelo comércio informal nas cidades, até as feiras de trocas e boutiques especializadas de produtos com determinado atributo. Um “mercado alternativo” não existe sozinho; ele é alternativo em relação a algo. Então é preciso delimitar, ou pelo menos entender, com qual campo de forças se está lidando, quais são as disputas que estão envolvidas, a partir do alternativo em relação à estrutura ou as dinâmicas sociais atuais, colocadas à coletividade da sociedade como situação, como verdadeiras.

Aqui estamos pensando nas dinâmicas dos mercados que envolvem alimentação, buscando observar alguns desdobramentos das dinâmicas de produção, distribuição e consumo de alimentos e entendendo alimentação como um produto de consumo e como um bem simbólico. Tudo isso na intenção de identificar alguns dos tantos processos políticos diretamente envolvidos nas dinâmicas de distribuição de alimentos, talvez fator primeiro na relação com o consumo e a produção.

IHU On-Line - O que faz parte do conceito de *slow food* hoje?

Julia Coelho de Souza - Meu envolvimento com o *slow food* aconteceu durante os anos de 2008 e 2009 e, desde então, não tenho me envolvido tanto com os grupos *slow food* a ponto de poder situar o debate atual conceitual no âmbito dessa organização. O que posso é buscar alguns fios de relação entre os debates que estão sendo colocados e algumas linhas de ação puxadas por essa organização, essa rede formada por sujeitos sociais individuais e coletivos.

A ideia de alimentos como fortaleza e comunidades do alimento me parecem riquíssimas para relacionar o tema da biodiversidade (agrobiodiversidade, sociobiodiversidade) e dos processos culturais envolvidos na produção, comercialização e consumo de alimentos, com a grande campanha, ou mesmo essa busca contemporânea, por um papel político do consumidor e dos atores sociais envolvidos. Aí se unem de maneira interessante o consumidor final e, seguindo a cadeia, os distribuidores de produtos agroalimentares (que podem ser o supermercado, loja especializada ou mesmo o restaurante gerenciado por chefes de cozinha), envolvendo os diferentes elos destas amarras, com o produtor, seu meio produtivo (ambiental, cultural). A iniciativa desta organização de identificar alimentos como fortalezas traz consigo uma ideia e ação de salvaguarda em relação a determinados alimentos, o que é muito importante e interessante. Esta pauta se organiza através de estímulo a projetos concretos de desenvolvimento e fomento à produção (seja agrícola ou mesmo extrativista) em relação à territorialidade (contexto socioeconômico, espacial e cultural) onde se insere esse produto. É uma importante “lembran-

ça” que muitos processos produtivos estão diretamente relacionados com comunidades, com culturas, com saberes e sociabilidades através de um bem de consumo é um gancho interessante para o debate do consumo e do fomento de cadeias produtivas inseridas em modelos e paradigmas de desenvolvimento social e econômico.

O que é importante colocar nesse momento é que existem referências para o *slow food* em Porto Alegre e no Rio Grande do Sul. A indicação que tenho é o e-mail de um grupo local de articulação da organização *slow food* com a pesquisa acadêmica e os saberes locais em cima do que se conceitua como “produtos da terra”. O contato com esse grupo é produtosdaterra@slowfoodbrasil.com

IHU On-Line - Qual o papel da economia solidária neste contexto de consumo responsável?

Julia Coelho de Souza - A economia solidária é outro conceito que tem que ser trabalhado com a atenção de atribuir sentido a esse tema, situando-se, primeiramente, o que se entende como economia solidária, ou em ter-

mos práticos, como tenho buscado trabalhar com esse tema no âmbito do coletivo em que me insiro hoje. Como política pública, efetivamente não se está avançando muito no sentido da aposta no debate político entre economia solidária e consumo. O tema da economia solidária (assim como o *slow food*), como um “movimento”, não é facilmente aceito e digerido de maneira consensual, clara, o que para além de ser simplesmente uma posição teórica, reflete-se em diversas instâncias políticas, de legitimação, de articulação e de fomento. Na UFRGS estamos experimentando o fomento a circuitos de informação, estímulo para a formação de redes que se direcionem à formação de atores sociais coletivos. Esse sentido de coletividade, inserido na ideia de solidariedade (que está tão gasto), de economia solidária (que está tão turbulento), parece ser uma ideia-força fundamental para pensar os temas que se relacionam com o consumo. Porque, por mais individual(ista) que o consumo possa ser, ele é um ato repleto de coletividades e está permeado por emaranhados sociopolíticos. Além do consumo responsável não ser sozinho, ele não é isento.

CICLO DE PALESTRAS: ECONOMIA DE BAIXO CARBONO. LIMITES E POSSIBILIDADES

PROF. DR. SERGE LATOUCHE, PROFESSOR DE ECONOMIA NA UNIVERSIDADE
DE PARIS XI,
SCEAUX / ORSAY

SOCIEDADE CONVIVIAL E ECONOMIA DE BAIXO CARBONO: UMA RELAÇÃO CONVIVIAL?
DATA: 23/11/2011

INFORMAÇÕES EM [HTTP://MIGRE.ME/5FWYL](http://MIGRE.ME/5FWYL)