

O consumo alimentar como ato político: a experiência do Grupo de Consumo Responsável da Rede Espaço Agroecológico, Recife-PE¹.

Fabiana de Lima Sales, UFPE²

Palavras-chave: grupo de consumo responsável, antropologia da alimentação, consumo alimentar.

Introdução

O presente artigo, extraído de uma tese de doutorado em construção no Programa de Pós-Graduação em Antropologia da UFPE, pretende discutir a perspectiva política presente no consumo alimentar, a partir da experiência do Grupo de Consumo Responsável (GCR) da Rede Espaço Agroecológico (REA), localizado na cidade de Recife-PE.

Tendo como ponto de partida a preocupação com a qualidade do alimento e a consequente demanda por uma alimentação saudável e, adentrando o campo do consumo como ação política, os Grupos de Consumo Responsável se apresentam como iniciativas de comercialização de produtos orgânicos ou agroecológicos, nas quais os participantes acessam produtos de qualidade, produzidos sob a égide da economia solidária, agricultura familiar e agroecologia.

Apesar de poucas, em termos numéricos (cerca de 30 GCRs com registros na literatura consultada), as experiências dos Grupos de Consumo Responsável se alastram pelo Brasil, levando aos consumidores dos centros urbanos uma alternativa de comercialização de alimentos que foge dos circuitos convencionais beneficiadores das grandes cadeias da agroindústria, seja na produção ou na distribuição dos alimentos.

A metodologia utilizada neste trabalho se apoia em pesquisa bibliográfica e documental, de natureza exploratória, mas, principalmente, na prática etnográfica a partir do envolvimento pessoal da pesquisadora, enquanto consumidora, no Grupo de Consumo Responsável em análise. Esta participação, pela própria concepção do GCR, caracteriza uma participação ativa, colaborativa, que não se resume à mera compra semanal de produtos agroecológicos.

¹ Trabalho apresentado na 31ª Reunião Brasileira de Antropologia, realizada entre os dias 09 e 12 de dezembro de 2018, Brasília/DF.

² Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Antropologia da Universidade Federal de Pernambuco.

Além da participação no GCR, desde o início de suas atividades, entrevistas com consumidores estão sendo realizadas no intuito de captar suas percepções individuais não apenas em relação à sua participação no grupo de consumo, como também no que toca as relações estabelecidas entre o consumo alimentar e um possível posicionamento político que questiona os efeitos econômicos, sociais e ecológicos do modelo convencional de produção e distribuição de alimentos vinculados à agroindústria.

Os Grupos de Consumo Responsável

Os Grupos de Consumo Responsável (GCR) caracterizam-se como grupos de consumidores organizados para acessar produtos que estejam alinhados com seus valores. Uma das principais preocupações dos consumidores participantes de Grupos de Consumo Responsável consiste em responder a questão: “de onde vem e como é produzido o alimento que consumimos?”, um questionamento feito notadamente em grandes centros urbanos³.

Trata-se de uma iniciativa que busca oferecer uma alternativa aos canais convencionais de comercialização, viabilizar o acesso a alimentos saudáveis e ainda estimular o trabalho dos pequenos produtores, fortalecendo, com isso, toda uma cadeia produtiva apoiada na agricultura familiar e agroecológica:

O consumo responsável é o conjunto das práticas e reflexões que buscam transformar o ato de consumir em um ato político e cidadão. Estimula o consumidor a olhar para além do preço e se preocupar com as características do processo como um todo, desde a produção até o consumo. (CALABRÓ, 2016, p. 6)

A participação em um GCR demanda uma reeducação do consumidor que, normalmente acostumado com a comodidade dos meios convencionais de comercialização (tais como os supermercados), precisa se adaptar e adotar uma rotina diferenciada de compra de alimentos, tendo em vista que a logística de funcionamento (figura 1) do GCR envolve encomenda antecipada, possivelmente pagamento antecipado, retirada de produtos em dia e horários limitados, pré-estabelecidos, além de uma variação sazonal na oferta de produtos.

³ Levantamento feito pelo Instituto Kairós (2010) afirma que a maioria dos GCRs no Brasil estão localizados em cidades com mais de um milhão de habitantes.

Figura 1: Card do GCR da Rede Espaço Agroecológico para compartilhamento nas redes sociais



Fonte: Centro Sabiá

A atuação dos grupos de consumo responsável baseia-se na facilitação do contato direto entre produtores e consumidores de modo a promover a compra de produtos saudáveis por preços justos e ao mesmo tempo viabilizar a produção agroecológica e a economia solidária, tornando-se mais um canal de escoamento de produtos para aqueles produtores, dentro de uma cadeia curta de produção⁴.

Um aspecto importante dentro dos circuitos curtos de comercialização é o fato de que a proximidade entre produtor e consumidor promove uma relação de reconhecimento e confiança recíprocos, de modo que os atores sociais acreditam participar de uma situação em que ambas as partes estão sendo beneficiadas numa

⁴ Gonçalves & Mascarenhas (2017) citam experiências, em todo o mundo, nas quais os indivíduos se organizam em formas alternativas de produção e consumo: Teikeis no Japão; GAS (Gruppi di Acquisto Solidari, ou Grupos de Compra Solidária) na Itália; AMAPs (Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne, ou Associação para a Manutenção de uma Agricultura Camponesa) na França; GCRs no Brasil; CSAs (Community Supported Agriculture) em diversos países. As relações e práticas que se estabelecem variam de acordo com especificidades culturais, geográficas, econômicas e políticas.

relação que é, ao fim e ao cabo, comercial. O produtor está cobrando um preço justo por um produto que, mesmo não apresentando certificação de produção orgânica⁵, por exemplo, possui qualidade garantida.

Os produtos são encomendados de forma antecipada a produtores locais, que, na maioria das vezes, estão organizados em associações ou cooperativas e são atuantes no campo da agroecologia e economia solidária. Nesse contexto, ocorre um maior contato entre produtores e consumidores, práticas de comercialização transparentes e preço justo (RETIÈRE, 2017, CALABRÓ, 2016).

O consumo responsável pode ser entendido como:

[...] um conjunto de hábitos e práticas que fomentam um modelo de desenvolvimento comprometido com a redução da desigualdade social. O consumo responsável visa melhorar as relações de produção, distribuição e aquisição de produtos e serviços, de acordo com os princípios da economia solidária, soberania alimentar, agroecologia e o comércio justo e solidário. É a valorização e a vivência de atitudes éticas para a construção conjunta de um novo panorama social e ambiental (INSTITUTO KAIRÓS, 2013, p. 103).

Para Gonçalves & Mascarenhas (2017), o consumo responsável em suas ações se insere no fluxo da cadeia produtiva, englobando produção, comercialização, consumo e seus impactos. Estes impactos perpassam não apenas o trinômio produção/comercialização/consumo, mas também as relações que se estabelecem entre os sujeitos e entre estes e o meio ambiente.

Reconhecendo a interdependência entre os sistemas de produção agroalimentares e as ações dos homens, o funcionamento dos Grupos de Consumo Responsável se compromete com a sustentabilidade ambiental, dá prioridade a uma cadeia curta de produção e à qualidade do alimento que vai chegar à mesa do consumidor. A produção agroecológica unida à comercialização local permite a prática de um melhor preço, visto que inexitem, ou são minimizados, os custos relativos à distribuição dos produtos.

⁵ No contexto dos Grupos de Consumo Responsável, trabalha-se com a perspectiva da produção agroecológica que, embora não faça uso de contaminantes ou aditivos químicos no seu processo produtivo da mesma forma que a produção orgânica, não tem a certificação necessária à designação do produto como orgânico. Não obstante, a possibilidade do contato direto entre consumidor e produtor cria um ambiente de confiança que coloca num plano secundário a inexistência da certificação. Tratando-se especificamente do GCR da Rede Espaço Agroecológico, objeto deste trabalho, todos os produtores familiares que oferecem sua produção ao GCR vem sendo acompanhados há cerca de 20 anos pelo Centro Sabiá, entidade que presta assessoria à agricultura familiar no Estado de Pernambuco.

Além da necessidade de certificação, em se tratando de produtos orgânicos, Azevedo (2012) reflete sobre as dificuldades impostas pelos grandes circuitos de comercialização aos pequenos agricultores. Trata-se da obrigatoriedade de adesão de determinados serviços aos produtos, tais como embalagens plásticas ou isopor; oferecimento de produtos padronizados; acordos de entregas regulares (o que nem sempre é possível quando se pensa na sazonalidade dos produtos produzidos respeitando os ciclos da natureza); a perda (em valores) dos produtos não vendidos; além da recorrente prática de preços altos que garantem a lucratividade das grandes cadeias (e não a do produtor) e acabam por elitizar o consumo de produtos orgânicos.

Bensadon *et al* (2014) afirmam haver coesão quanto aos princípios e valores que orientam os GCRs no Brasil, sempre relacionados a questões como proximidade entre produtores e consumidores, valorização da produção agroecológica e do fortalecimento da relação campo/cidade/hábitos alimentares, e possibilidade de participar e de intervir numa cadeia curta de produção. Os principais produtos ofertados nos GCRs são verduras e legumes. É possível também encontrar grãos, frutas e produtos beneficiados, além de produtos de higiene e limpeza, mudas, sacolas retornáveis, itens de papelaria, produtos fitoterápicos e cosméticos naturais.

No Brasil, o Instituto Kairós, informa a atuação de 31 Grupos de Consumo Responsável, estando apenas dois deles, localizados na Região Nordeste: Grupo de Consumidores Responsáveis do Benfica, em Fortaleza-CE e a Rede Moinho - Cooperativa de Comércio Justo e Solidário, em Salvador-BA.

Todavia, podemos acrescentar a essa lista as recentes experiências desenvolvidas na cidade de Recife-PE: o GCR da Rede Espaço Agroecológico, assessorado pelo Centro Sabiá, e o Grupo de Consumo Responsável Fruto da Terra, coordenado por professores da Universidade Federal Rural de Pernambuco, totalizando 33 experiências registradas de consumo responsável no território nacional, conforme mostra o Quadro abaixo:

Quadro: Grupos de Consumo Responsável no Brasil

	Nome	Cidade	Site / Contato
1	Cantasol	Sinop - MT	www.cantasol.org.br/sistema
2	CAOS Copan	São Paulo - SP	caus.republica@gmail.com
3	CAUS Bixiga	São Paulo - SP	incas@uol.com.br
4	CCRU – Coletivo de Consumo Rural Urbano	Diadema - SP	coletivocruabc.blogspot.com
5	CCRU – SOLO (Coletivo de Consumo Rural Urbano – Solidariedade Orgânica)	Santo André - SP	http://ccrusolo.wix.com/coletivocrusolo
6	Coletivo Trocas Verdes	Campinas - SP	www.trocasverdes.org
7	Comer ativamente	São Paulo - SP	comidascomerativamente@gmail.com
8	Compras Coletivas Ecosystemáticas	Florianópolis - SC	http://comprascoletivasecosystematicas.blogspot.com.br
9	Consumo Consciente ABC	Santo André - SP	http://consumoconscienteabc.blogspot.com
10	Consumo Responsável Amorim Lima	São Paulo - SP	ggramorimlima@gmail.com
11	CSA São Carlos	São Carlos - SP	www.csaocarlos.com.br
12	Direto da Roça	Piracicaba - SP	http://piracema.wix.com/diretodaroca
13	Feira Virtual Associação Bem da Terra	Pelotas - RS	www.bemdaterra.org
14	GIA – Grupo de Integração Agroecológica	Porto Alegre - RS	http://www.ufrgs.br/gia / https://www.facebook.com/Grupo-de-Integração-Agroecológica-355912614572693
15	Grupo de Consumidores Responsáveis do Benfica	Fortaleza - CE	www.feiraagroecologica.com.br
16	Grupo de Consumidores Responsáveis Tapiri	Manaus - AM	https://www.facebook.com/Rede-Tapiri-555279391161699/
17	Grupo de Abastecimento Araçá	Novo Hamburgo - RS	cirandas.net/nh
18	MICC	São Paulo - SP	www.micc.org.br
19	Rede Agroecológica Caiçara	Ubatuba - SP	https://www.facebook.com/groups/redecaicara/
20	Rede Agroecológica São Carlos	São Carlos - SP	https://www.facebook.com/Rede-Agroecol%C3%B3gica-Santa-Helena-1592412357679810/?fref=ts
21	Rede de Comercialização Solidária de Alegre (RCS-Alegre)	Alegre - ES	lucasmotte@hotmail.com
22	Rede Ecológica	Rio de Janeiro - RJ	redeecologicario.org
23	Rede Guandu	Piracicaba - SP	www.terramater.org.br/guandu
24	Rede Raízes da Mata	Viçosa - MG	https://www.facebook.com/rederaizesdamata/
25	Rede Terra Viva	Belo Horizonte - MG	https://www.facebook.com/feiraterraviva
26	Rede Trem Bão	Assis - SP	redetrembao@gmail.com
27	Rede Moinho	Salvador - BA	www.redemoinho.coop.br
28	Sistema de Comercialização solidária - SISCOS	Alta Floresta - MT	siscos.com.br
29	Uilikandé	Ubatuba - SP	https://cirandas.net/uilikande
30	GiraSol – Cooperativa de Consumo	Porto Alegre - RS	https://www.facebook.com/coopgirasol/
31	Grupo para consumo agroecológico - GRUCA	Belém - PA	consumoagroecologicobelem@gmail.com
32	Grupo de Consumo Responsável da Rede Espaço Agroecológico ⁶	Recife - PE	
33	Grupo de Consumo Fruto da Terra ⁷	Recife - PE	

Adaptado de: <https://institutokairos.net/2015/05/acervo-sobre-grupos-de-consumo-responsavel/>

^{6 e 7} Dados acrescidos pela pesquisadora. Não constam no mapa do Instituto Kairós.

Sobre a Rede de Grupos de Consumo Responsável no Brasil, organizada desde 2011, Gonçalves & Mascarenhas (2017) afirmam que cada grupo se organiza de forma autônoma, de modo que existe grande oscilação entre o número de produtores e consumidores: existem iniciativas com 10 e outras com 1000 consumidores, enquanto o GCR pode funcionar com apenas um produtor e ou com mais de 30 produtores. A estimativa é de que cerca de 14 mil pessoas consumam produtos adquiridos pela via do GCR no Brasil.

Em relação ao processo de comercialização dos produtos existem duas formas básicas de operação dos GCRs: a opção por cestas fechadas, em que os itens são previamente estabelecidos pelos produtores a partir da oferta do período⁷; e, a opção por cestas abertas, em que é disponibilizada uma lista de produtos para escolha dos consumidores (CALABRÓ, 2016). Existe, em número menor, os casos em que os consumidores compram os produtos diretamente numa loja. A combinação entre as possibilidades citadas também ocorre: “cesta e lista, loja e cesta ou loja e lista” (INSTITUTO KAIRÓS, 2010, p. 8).

Caracterizado como uma rede singular e construído a partir de reuniões periódicas realizadas entre os meses de maio e setembro, o Grupo de Consumo Responsável da Rede Espaço Agroecológico (REA) iniciou suas atividades em setembro de 2017, contando hoje com cerca de 73 participantes em sua rede social WhatsApp, 52 nomes na planilha de pedidos semanais⁸, mas, efetivamente, cerca de 16 consumidores comprando regularmente e oferecendo sua mão de obra para a organização dos produtos e, conseqüentemente, funcionamento do GCR aos sábados, dia de retirada dos produtos⁹.

Durante a fase de construção do GCR da REA, foram definidos oito princípios, dentre os quais destacamos a “gestão democrática, participativa e transparente, baseada na colaboração e solidariedade entre os participantes”; e a “conscientização do consumidor quanto ao caráter político presente nas suas opções de consumo e sobre o potencial do consumo crítico como meio para o alcance da justiça social”.

⁷ Segundo informação concedida em entrevista pelo articulador do Centro Sabiá e do Grupo de Consumo Responsável da Rede Espaço Agroecológico (Recife-PE), Davi Fantuzzi, essa modalidade é mais comum quando se tem apenas uma família disponibilizando todos os produtos para os consumidores.

⁸ Planilha de excel compartilhada via google.doc, ferramenta que possibilita a realização da compra antecipada dos produtos agroecológicos.

⁹ Dados referentes ao mês de outubro de 2018.

Dentro do rol de objetivos estipulados para o GCR da REA, destacamos “aproximar o produtor e o consumidor, visando a uma interação que promova a educação em relação aos processos de produção e ciclos da natureza” e “estimular a prática do consumo consciente e responsável”.

De forma geral, para participar de um GCR, os consumidores aderem com o pagamento de uma taxa fixa, o compromisso com um valor mínimo de compra regular pré-estabelecido ou com o trabalho voluntário nos pontos de compra/retirada de produtos.

O Instituto Kairós (2010) caracteriza as experiências dos Grupos de Consumo Responsável no Brasil de redes solidárias, construídas a partir do envolvimento dos atores sociais na cadeia produtiva, visando benefícios coletivos a partir de uma ação cooperativa. Do ponto de vista logístico, os GCRs se organizam em Rede Singular (distribuição direta) ou Rede Capilar (distribuição em núcleos).

As redes singulares são caracterizadas por grupos de consumidores que possuem um eixo central de gestão e local de entrega/retirada de produtos, além de comunicação direta com os produtores. As redes capilares, por sua vez, são formadas por coletivos de consumidores que se organizam em diferentes núcleos com gestão descentralizada, mais de um ponto de entrega/retirada e diferentes graus de autonomia entre si, a depender dos valores e princípios estabelecidos pelo GCR.

Levantamento do Perfil dos Grupos de Consumo no Brasil revela que os consumidores têm como principais motivações a busca por uma maior integração cidade/campo, através da aproximação com os produtores, o fortalecimento da agricultura local, a contribuição na construção de relações de comercialização mais justas e o consumo de alimentos saudáveis produzidos de forma sustentável (INSTITUTO KAIRÓS, 2010, 2011).

Nava & Olival (2017) lembram, contudo, ao se referirem ao perfil do público consumidor da rede SISCOS (MT), que existem aqueles que buscam, de fato, a experiência com uma nova relação de produção e consumo, como também aqueles que desejam apenas melhores preços para uma oferta de alimentos saudáveis e frescos.

O consumo alimentar como ato político

Em seu artigo sobre a atuação dos Grupos de Consumo Responsável no Brasil, Bensandon *et al* (2014) demonstram que, para além de questões relativas à comercialização e suas particularidades, existe um forte viés educativo voltado para o consumidor. Ele é convidado a participar tanto de atividades nas unidades produtivas quanto em eventos realizados nos centros urbanos que visem difundir algum aspecto ligado à produção agroecológica, sustentabilidade ambiental ou economia solidária.

Na experiência do GCR da Rede Espaço Agroecológico, no dia 26 de agosto de 2018, foi realizada a primeira visita a famílias produtoras que disponibilizam sua produção para o GCR. Seis consumidores visitaram duas das 117 famílias associadas à Agroflor¹⁰, na cidade de Bom Jardim, localizada a 100 km do Recife, no agreste do estado de Pernambuco, conforme a figura 2.

Figura 02: Visita a uma unidade produtiva em Bom Jardim/PE



Foto: Fabiana Sales

¹⁰ Associação dos Agricultores/as Agroecológicos de Bom Jardim.

Em uma das propriedades visitadas, havia produção de diferentes tipos de alfaces, couves, coentro, cebolinha, brócolis, cenoura, pimentão. Entre um produto e outro, o responsável pelo plantio e colheita, Nal, um jovem de 19 anos, explicava a diferença entre as folhagens, de que forma era feita a preparação do solo, o sistema de rega e colheita (figura 2), dando inclusive a oportunidade para que alguns dos consumidores presentes colhessem alguns alimentos, como se observa na figura 3.

Figura 3: Consumidora colhendo cenouras



Foto: Fabiana Sales

Nesta atividade promovida pelo GCR da Rede Espaço Agroecológico, os consumidores puderam conhecer as pessoas que ali vivem e produzem, bem como os respectivos produtos, tiraram dúvidas com os agricultores e técnicos sobre a produção agroecológica, experimentaram um almoço típico, preparado com insumos produzidos todos na localidade, dentro de um contexto que envolvia além da troca de conhecimento e experiências, conagraçamento e interação entre os consumidores e produtores participantes do GCR (figura 4).

Figura 4: Consumidores, técnicos e produtores na Comunidade Feijão



Foto: Davi Fantuzzi

Para o Instituto Kairós (2011), a comunicação e educação dos consumidores são essenciais para a consolidação do GCR como espaço de prática de sujeitos políticos comprometidos com a transformação social. O comprometimento com as atividades de gestão são importantes para o bom funcionamento do GCR, mas as atividades educativas mostram-se também como oportunidades de prática e reflexão para os consumidores (CALABRÓ, 2016; GONÇALVES & MASCARENHAS, 2017).

Essas atividades educativas se apresentam de várias formas:

Formações abertas ao público geral ou restritas aos consumidores participantes, oficinas práticas, mutirões, rodas de conversa durante o próprio momento da entrega, degustações de produtos ou projeção de filmes relacionados com debates, troca de receitas e preparo de pratos com os produtos do GCR, saraus culturais, participação em aulas de escolas agrícolas, cursos, visitas ao produtor e campanhas (BENSADON *et al*, 2014, p. 12).

Davi Fantuzzi, técnico do Centro Sabiá, reitera a importância do compromisso dos consumidores na caracterização de um Grupo de Consumo Responsável¹¹:

¹¹ Informação obtida em entrevista realizada com Davi Fantuzzi, no Centro Sabiá, em agosto de 2017.

Uma coisa que eu tenho muita clareza nessa condução é que se as pessoas não constroem, mesmo que a construção seja difícil... É muito melhor quando alguém decide: “Vai ser assim! Pronto! Acabou!” Mas se as pessoas não constroem, não é um grupo de consumo responsável e as pessoas não vão se sentir parte disso. Vai virar uma empresa que vende alimento orgânico, agroecológico [sic].

Embora haja consenso e pactuação em relação à proposta do GCR, especialmente no que toca à prioridade da qualidade do alimento, podem ser observados diferentes níveis de engajamento e politização por parte dos consumidores, razão pela qual são organizadas as atividades de cunho educativo. Espera-se que os consumidores consigam não só adotar os valores compartilhados no GCR como também expandi-los aumentando o quadro de consumidores envolvidos e número de pessoas efetivamente tocadas pelas atividades e necessidades da agroecologia e da economia solidária.

A participação no GCR é entendida como um exercício de cidadania à medida que os consumidores optam por direcionar suas despesas, principalmente no campo da alimentação, para um modo de produção que foge aos moldes da indústria agroalimentar tradicional. O fato de poderem participar ativamente da dinâmica de comercialização e, sobretudo, da transparência na elaboração dos preços, empodera esse consumidor, retirando-lhe da condição de passividade face aos métodos de compra convencionais:

“[...] os participantes estão organizados como sujeitos coletivos para o exercício da cidadania ativa, discutindo e construindo ações conjuntas que viabilizem o acesso à alimentação saudável e de qualidade, produzida e comercializada de maneira transparente e sem exploração do trabalho” (BENSANDON et al, 2014, p. 17)

Na realidade do GCR da REA, pode-se perceber, de forma clara, o compromisso político dos seus participantes e o desejo de mudar um determinado estado de coisas, no momento em que eles apontam os motivos¹² pelos quais se engajaram num Grupo de Consumo Responsável:

É, primeiramente não passar pela indústria ... é meu consumo não passar pela indústria. É eu ter o contato com o produtor. Acho que na questão da alimentação a gente ter a informação da onde tá saindo é importante. O ativismo em si ... é .. eu dedico minha vida a essa

¹² Relatos obtidos por meio de entrevistas realizadas no ponto de retirada dos produtos do GCR no sábado.

temática da agricultura familiar então essa afinidade já existia. A qualidade do produto que é visível, você nota a diferença, o produto é mais fresco, o produto de origem animal é mais sadio, digamos assim, e tem mais vigor. Então a qualidade da alimentação e voltando à questão do ativismo de saber que eu tou consumindo um alimento que não explora as pessoas, que não passa pela exploração. [...]A questão social é o principal, a questão da qualidade do alimento ela vem quase igual mas ainda me motiva mais a questão social [sic]. (Depoimento de uma consumidora).

Bom, pra mim são várias coisas. É uma opção de saúde, é uma opção política e eu diria até ideológica mesmo, né, que é de consumir produtos, né, da agricultura familiar, da agricultura familiar agroecológica. É ... produtos que passam por uma cadeia curta, então é menos combustível que se usa, é menos combustível fóssil, é... você também apoia agricultores e agricultoras que tão produzindo, né, sem destruir o meio ambiente, muito pelo contrário, recuperando biodiversidade, recuperando nascentes, água, né, não tão com processo de poluição do solo com agroquímicos, esses tipo de coisa e também fazem um tipo de produção, porque tem vários dos produtores aqui que trabalham com sistemas agroflorestais, quer dizer, ainda tem uma ação, né, de mitigação do efeito das mudanças climáticas e tudo, né, porque são sistemas que tem uma capacidade de captação de carbono grande. Então tem esse lado ecológico e tem o lado político também de não tá fortalecendo essas corporações, seja de sementes, seja de veneno, seja desse sistema agroalimentar, né, dos supermercados e tudo, então é uma forma de você mostrar que é possível consumir, mas consumir de uma maneira diferente [sic] (Depoimento de uma segunda consumidora).

Eu tenho conhecimento de que alimentação com agrotóxico é uma alimentação extremamente danosa pras pessoas, pra terra, pros animais, pras plantas, pra tudo. E eu tá, aqui, nesse grupo é ... é o querer de que as coisas se modifiquem ... assim ... de que a gente acabe com essa produção de alimentos com agrotóxico. E aqui, eu acho que é uma coisa assim que tem tudo pra se expandir e também melhorar a questão da comercialização dos produtos pros agricultores, até pra incentivar eles a produzirem mais e quanto mais a gente tem mais produtos orgânicos, mais melhora a qualidade de vida, né? [sic] (Depoimento de uma terceira consumidora).

Para Azevedo (2017), o ativismo alimentar surge como uma variação do ativismo político nascido na década de 1960, o qual está associado frequentemente a causas progressistas e à promoção da equidade e dos direitos, visando à transformação da realidade social. Essa atuação ganha força a partir de ações coletivas e participativas

que englobam a defesa e propagação pública de ideias, boicote no comportamento de consumo, organização de manifestos públicos (protestos, marchas, etc.), panfletagem, entre outras práticas de comportamento coletivo.

O ativismo alimentar surge como um guarda-chuva interdisciplinar que abriga diferentes movimentos e discussões de amplo alcance nas sociedades, nos quais a comida aparece como elemento transversal, como a Agroecologia e a Agricultura Familiar; o movimento de Segurança Alimentar e Nutricional; a Agricultura Orgânica e outros sistemas agroalimentares sustentáveis; o Comércio Justo (*Fair Trade*); o *Slow Food*; o Locavorismo; o Vegetarianismo; o Veganismo; o Freeganismo, entre os mais conhecidos. (AZEVEDO, 2017, p. 296-97).

De acordo com o Instituto Kairós (2011), na experiência nos Grupos de Consumo Responsável, os consumidores assumem um compromisso social ao transformarem o seu ato de compra em um ato político que visa à sustentabilidade da vida dos homens e do planeta. Dessa forma, o consumo, no contexto dos GCRs, é compreendido enquanto uma ação não institucionalizada que leva as discussões no campo da sustentabilidade ambiental, produção alimentar, agricultura familiar, economia solidária, entre outros pontos, para o cotidiano destes consumidores, ressaltando a dimensão política da alimentação.

O Poder Público, nos termos da Política Nacional de Alimentação e Nutrição (BRASIL, 2013, p. 65), concorda que o consumidor desempenha papel importante no sentido de protagonizar um exercício consciente e ativo, atuando com responsabilidade na cadeia produtiva agroalimentar:

Por isso, é interessante o conceito de ‘consumo responsável’, uma vez que reanalisa os papéis tradicionais estabelecidos na cadeia de produção, distribuição e consumo”.

[...]

O consumo responsável estabelece outra relação no universo da cadeia de produção, circulação e consumo, ressignificando e conferindo outro sentido ao consumo de alimentos, rompendo com os atravessadores e promovendo um comércio mais justo, no qual os verdadeiros produtores tenham um ganho maior. O estímulo à produção orgânica também ajuda a reduzir os custos de produção, uma vez que, na agricultura ecológica, os insumos em regra são de menor custo e não implicam dependência econômica.

Besandon *et al* (2014) concordam que, a partir das suas escolhas no campo alimentar, o sujeito se enxerga em posição de contribuir para uma transformação social ou favorecer a manutenção de práticas de mercado já consolidadas que beneficiam os grandes conglomerados agroalimentícios. A autora enfatiza a agência do consumidor bem como o processo de aprendizagem presente na sua participação no GCR:

Do lado do consumidor, a ação coletiva para organizar as compras transforma o ato do consumo em ato político, na medida em que promove o transbordamento da noção de política para a esfera da participação coletiva. O grupo passa a agregar preocupações sociais, ambientais, econômicas, além da preocupação com a saúde na definição de critérios de compra. A relação direta com o produtor muda a perspectiva sobre o produto: aprende-se sobre a sazonalidade; as propriedades, variedades e estética dos alimentos e modo de produção, o que caracteriza essa relação como experiência de educação para o consumo, na medida em que colabora para promover a reflexão crítica das pessoas envolvidas acerca dos atuais padrões de consumo adotados em nossa sociedade. (BENSADON *et al*, 2014, p. 6).

Na experiência dos Grupos de Consumo Responsável, os consumidores vivenciam a organização das suas próprias alternativas de abastecimento. Trata-se de pequenas iniciativas com grande potencial para a transformação da dinâmica de várias famílias em uma determinada área e com grande poder de multiplicação (RETIÈRE, 2017).

Reflexões Preliminares

Com isto, destacamos algumas características que marcam o perfil do consumidor dos Grupos de Consumo Responsável por todo o Brasil, tais como: a preocupação em conhecer a trajetória percorrida pelo alimento até chegar a sua mesa; a busca por uma alimentação de qualidade livre de aditivos e contaminantes químicos; o contato direto com quem produz aquele alimento; a participação em atividades de formação e de construção de acordos de comercialização e de precificação de produtos; e, o compartilhamento das responsabilidades inerentes ao funcionamento do GCR.

A experiência nos Grupos de Consumo Responsável vem mostrando que os consumidores assumem um compromisso social ao transformar o seu ato de compra em um ato político que visa à sustentabilidade da vida dos homens e do ambiente em que se

encontram. O consumo, no contexto dos GCRs, pode ser compreendido enquanto uma ação não institucionalizada que leva as discussões no campo da sustentabilidade ambiental, produção alimentar, agricultura familiar, economia solidária, entre outros pontos, para o cotidiano destes consumidores, ressaltando a dimensão política da alimentação.

REFERÊNCIAS

AZEVEDO, Elaine. Alimentação, sociedade e cultura: temas contemporâneos. **Revista Sociologias**. Porto Alegre, ano 19, n. 44, jan/abr 2017, p. 276-307.

AZEVEDO, Elaine. **Alimentos orgânicos**: ampliando os conceitos de saúde humana, ambiental e social. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2012.

BENSANDON, Lígia Scarpa; GONÇALVES, Juliana; MASCARENHAS, Thais Silva. A atuação dos grupos de consumo responsável no Brasil: expressões de práticas de resistência e intercâmbios em rede. Anais do VII Encontro Nacional de Estudos do Consumo. Mercados Contestados: As novas fronteiras da moral, da ética, da religião e da lei. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. 2014. Disponível em <https://institutokairos.net/wp-content/uploads/2014/10/AtuacaodosGruposdeConsumoResponsavel.pdf>. Acesso em 30/03/2018.

BRASIL. Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República. **Direito à alimentação adequada**. Brasília: Coordenação Geral de Educação em SDH/PR, Direitos Humanos, Secretaria Nacional de Promoção e Defesa dos Direitos Humanos, 2013.

CALABRÓ, Guilherme. Criando um Grupo de Consumo Responsável: um passo a passo para começar a estabelecer um GCR. Piracicaba: Insituto Terra Mater: 2016.

GONÇALVES, Juliana; MASCARENHAS, Thais Silva. Fome de mudança: os desafios da alimentação saudável e de sua democratização. In: GONÇALVES, J.; MASCARENHAS, T.S. (Orgs.). **Consumo responsável em ação**: tecendo relações solidárias entre o campo e a cidade. São Paulo: Instituto Kairós, 2017. p. 27-42. Disponível em https://institutokairos.net/wp-content/uploads/2017/04/Consumo_Responsavel_Em_Acao.pdf. Acesso em 30/03/18.

INSTITUTO KAIRÓS. Levantamento do Perfil dos Grupos de Consumo no Brasil. Consumo como intervenção: Um olhar sobre as experiências de consumo coletivo no Brasil. 2010. Disponível em <https://institutokairos.net/2012/03/levantamento-do-perfil-dos-grupos-de-consumo-no-brasil-2/>. Acesso em 30/03/2018.

INSTITUTO KAIRÓS. Organização de grupos de consumo responsável.. São Paulo: Instituto Kairós, 2011.

INSTITUTO KAIRÓS. Práticas de comercialização: uma proposta de formação para a economia solidária e a agricultura familiar. São Paulo: Instituto Kairós, 2013.

RETIÈRE, M. Alimentos sem veneno são sempre mais caros? Uma pesquisa da Rede Brasileira de Grupos de Consumo Responsável. In: GONÇALVES, J. R.; MASCARENHAS, T.S. (Orgs.). **Consumo responsável em ação**: tecendo relações solidárias entre o campo e a cidade. São Paulo: Instituto Kairós, 2017. p. 43-65.

NAVA, Aline Olivia Paglioco; OLIVAL, Andrezza Alves. Integração produtores e consumidores: uma nova relação de consumo. In: GONÇALVES, J.; MASCARENHAS, T.S. (Orgs.). **Consumo responsável em ação**: tecendo relações solidárias entre o campo e a cidade. São Paulo: Instituto Kairós, 2017. p. 27-42.

Disponível em https://institutokairos.net/wp-content/uploads/2017/04/Consumo_Responsavel_Em_Acao.pdf. Acesso em 30/03/18.