

Mauricio Serva, Carolina Andion

El papel de los consumidores en el fortalecimiento de la economía plural: el caso de las asociaciones de consumidores de productos orgánicos en el sur de Brasil

Cayapa. Revista Venezolana de Economía Social, vol. 7, núm. 14, julio-diciembre, 2007, pp. 5-36,

Universidad de los Andes

Venezuela

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=62271402>



Cayapa. Revista Venezolana de Economía Social,

ISSN (Versión impresa): 1317-5734

revistacayapa@cantv.net

Universidad de los Andes

Venezuela

¿Cómo citar?

Fascículo completo

Más información del artículo

Página de la revista

www.redalyc.org

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

El papel de los consumidores en el fortalecimiento de la economía plural: el caso de las asociaciones de consumidores de productos orgánicos en el sur de Brasil*

The Role of Consumers in Strengthening the Plural Economy: the Case of Organic Products Consumers Associations in the South of Brasil

Mauricio SERVA¹ y Carolina ANDION²

RESUMEN

El impacto ambiental de la producción de alimentos es una cuestión central de nuestra época. El desarrollo de una producción de alimentos orgánicos está despertando el interés de muchos investigadores. En este artículo se aborda una dimensión poco estudiada, el papel de los consumidores como actores sociales en el desarrollo de un mercado de productos orgánicos. A la luz del contexto socio-histórico de la sociedad civil, se analiza el funcionamiento asociativo y los desafíos enfrentados por cuatro organizaciones de consumidores en tres estados del sur de Brasil, y se concluye que las iniciativas de consumidores en el mercado de productos orgánicos puede constituir un importante motor de innovación y transformación frente a la crisis ambiental que vivimos.

Palabras clave: agricultura orgánica, consumidores, asociaciones, sociedad civil, Brasil.

ABSTRACT

The environmental impact of food production is a central problem in this time. There is an increasing interest for organic production, but researchers have studied almost exclusively the production dimension. This paper focuses on the organization of consumers as social actors in the organic market. It analyzes four consumers associations in three states of southern Brazil, in the light of the socio-historical context of civil society, and it concludes that the consumers initiatives in the organic market may represent an important factor of innovation and transformation in the contemporary environmental crisis.

Key words: organic agriculture, consumers, associations, civil society, Brazil.

RECIBIDO: 22/10/2006 / ACEPTADO: 15/03/2007

1)Universidad Federal de Santa Catarina (UFSC). Presidente del CIRIEC Brasil.

Correo electrónico: mserva@terra.com.br

2)Escuela Superior de Administración y Gerencia (ESAG) de la Universidad Estatal de Santa Catarina (UDESC). Investigadora del CIRIEC Brasil. Correo electrónico: carol.andion@terra.com.br

*Traducido del portugués por Lucelia Rodríguez y Madeleine Richer

Introducción

El impacto ambiental de la producción de alimentos es una cuestión central de nuestra época, y representa una problemática compleja tanto en la sociedad actual como para la sociedad futura. En el otro extremo de esta cadena de valor está la esfera del consumo y sus actores. En lo referente a las discusiones sobre alternativas al modelo producción-consumo de alimentos en Brasil, se percibe que la mayoría de los estudios prioriza el punto de vista de la producción, en detrimento de la dimensión dual producción-consumo que caracteriza la propia actividad económica (Ferreira y Brandenburg, 1998; Byé, Schmidt, Schmidt y Schmidt, 2003; Paulilo y Schmidt, 2003). Pero la gravedad del tema nos conduce a un punto en qué ya no podemos seguir tratando esa problemática desde una perspectiva unidimensional, como si solamente las acciones en la esfera de la producción pudiesen evitar o reducir los impactos socio-ambientales del modelo. Se percibe entonces una laguna en el tratamiento de este tema.

Por lo tanto, nuestro objetivo en este trabajo es ayudar a reducir esta laguna por medio del análisis de iniciativas organizativas de actores de la sociedad civil, tomando en consideración sus intereses como consumidores participantes del binomio producción-consumo en el campo de la economía de productos orgánicos. La repercusión socio-ambiental de la expansión del consumo responsable de productos orgánicos, cuando está apoyada por ideas y prácticas democráticas, es clara, pues el fortalecimiento de este movimiento en la economía significa el cuestionamiento de algunas creencias de la sociedad industrial contemporánea, donde el consumidor es considerado como un simple agente económico, que no tiene más que deseos e intereses por satisfacer.

La expansión de la agricultura orgánica en Brasil es relativamente reciente, se inició apenas a principios de los años 80 (Darolt, 2002). Sin embargo, experimenta un crecimiento acelerado, incrementando su mercado entre 10 y 20% al año, a partir de los años 90 (Muniz *et al.*, 2003). Se estima que el área de la agricultura orgánica en Brasil abarca unas 275 mil hectáreas, lo que genera un volumen de producción de alrededor de 300 mil toneladas anuales, lo que representa aproximadamente en R\$ 200 millones/anuales; la mayor parte de estos cultivos se encuentra en las regiones del sur y del sureste, y el 90% de los productores son pequeños agricultores familiares (Darolt, 2002). La creación de organizaciones de consumidores de productos orgánicos es un fenómeno aún más reciente.

La naturaleza de la agricultura orgánica, el perfil de sus productores y la expansión propia de este subsector de la economía vienen despertando el interés de los investigadores tanto de las ciencias agrarias como de las ciencias sociales, lo que se puede constatar en el número creciente de estudios realizados en los últimos años, conformando un campo de debate científico que se comienza a construir en el país, en torno al tema de la agricultura orgánica. Pero la acción de los consumidores como actores sociales en este terreno sigue siendo un

tema poco estudiado. Los trabajos se interesan más en el mundo de la producción, enfocando, sobre todo, las particularidades técnicas de la agricultura orgánica en oposición a la agricultura convencional, los aspectos sociales y técnicos de la organización de la producción, o el perfil e identidad de los productores. Incluso aquellos estudios que abordan la dimensión de la comercialización/distribución se concentran en su mayor parte en el análisis de las grandes variables del mercado, ya sea en el ámbito local, nacional o internacional, y no en la organización de los consumidores en sí. En estos estudios, el consumidor es considerado en su perfil socio-económico, o es objeto de investigaciones que buscan explicar las razones de su preferencia por productos orgánicos, pero no se considera como actor social.

Apoyándonos en la perspectiva de la sociología económica, examinaremos los factores que permiten y también los que dificultan la organización de los consumidores de productos orgánicos. Partimos del supuesto que los factores que afectan la problemática de la creación y desarrollo del tipo específico de organizaciones analizadas en este estudio, no están aislados de aquellos que interfieren en la acción colectiva, en la etapa de la organización de la sociedad civil en que encuentra el país. Entonces abordaremos esta temática a partir de un análisis socio-histórico.

En primer lugar, examinaremos el papel actual de estas organizaciones, insertándolas en la discusión sobre el nivel de madurez del proceso democrático del país, con un breve análisis del concepto de sociedad civil. Después, discutiremos la relación entre la economía y la política, que caracteriza la acción de las organizaciones estudiadas, utilizando las referencias complementarias de la economía plural (Sauvage, 1996; Laville, 1999) y de la sociedad multicéntrica (Guerrero Ramos, 1989). Luego analizaremos las trayectorias de cuatro iniciativas de consumidores de productos orgánicos situadas en el sur de Brasil, destacando los desafíos relacionados con los procesos de creación, desarrollo y expansión de estas iniciativas, a partir de nuestro marco teórico. Lo que pretendemos mostrar es que la acción de los consumidores es un motor importante de innovación social en el campo económico y político; conocer los límites y avances de esta acción se torna, entonces, imprescindible cuando se trata de pensar en nuevos sistemas de producción y consumo de alimentos, como es el caso de la producción orgánica.

1. Las organizaciones de la sociedad civil frente a la democracia

Antes de discutir el papel de las organizaciones de consumidores en el campo de la economía de productos orgánicos, quisiéramos delimitar claramente el concepto de sociedad civil al cual nos referimos en este estudio, pues consideramos que la comprensión de ese concepto y su construcción socio-histórica son elementos centrales para el análisis del papel que tienen estas organizaciones en la actualidad.

El concepto de sociedad civil asume diversos sentidos a lo largo de la historia, en muchos casos contrastantes entre sí. El significado del término

solamente puede ser entendido en relación con el contexto histórico correspondiente. Entretanto, se percibe a través del tiempo que la comprensión de la sociedad civil estuvo muchas veces ligada a la dicotomía entre sociedad y Estado: todo lo que no cabía en el sector estatal era entonces definido como componente de la sociedad civil. Como afirma Bobbio (1999), esta definición tiene una perspectiva negativa, ya que se hace en contraposición al concepto de Estado. Así, la sociedad civil se describe muchas veces como: «el campo de las relaciones sociales no reguladas por el Estado; este entendido restrictivamente y casi siempre también polémicamente como el conjunto de aparatos que, en un sistema social organizado, ejercen el poder coactivo» (Bobbio, 1999:34).

Como resalta Bobbio (1999), la dicotomía entre sociedad civil y Estado asume diversos significados en las principales corrientes que van a contribuir a delimitar el concepto de sociedad civil. Estas corrientes se refieren a la sociedad civil como Estado, como campo pre-estatal, como campo anti-Estado, como sinónimo de mercado, o aún como post-estatal:

- La concepción de la sociedad civil como Estado proviene de la tradición Aristotélica, donde la *societas civiles* se coloca como el espacio privilegiado de la acción política (comunidad) en oposición a la familia, a la sociedad natural o a la religión.
- La concepción de la sociedad civil como pre-estatal, se relaciona con la posición de los jusnaturalistas del siglo XVIII, especialmente Hobbes, Rousseau y Kant, para los cuales antes de la creación del Estado predominaba el «estado de naturaleza», donde coexistían varias formas de asociación que los individuos formaban entre sí para la satisfacción de sus diversos intereses. En la sociedad de naturaleza predomina la competencia entre los individuos, y el hombre egoísta es el sujeto principal.
- La concepción de la sociedad civil como anti-estatal, es decir como campo independiente del Estado, va a aparecer con Hegel y Marx. Para el primero, la sociedad civil representaba la primera fase en la formación del Estado, es decir, del Estado jurídico-administrativo cuya función era regular las relaciones exteriores, mientras que el Estado propiamente dicho representaba el momento ético-político, responsable por unir a los ciudadanos en la sociedad. La sociedad civil es concebida por Hegel como espacio social de regulación entre la familia y el Estado, siendo colocado como mediador entre estos dos campos (Scherer-Warren, 1999).
- Ya para Marx, la sociedad civil está constituida por el conjunto de las relaciones económicas (sociedad burguesa) que forman la base material de la sociedad. Esta instancia lucha por la emancipación del poder político, y así puede ser llamada un «contra-poder». Esta concepción se acerca a la visión liberal de los economistas escoceses clásicos tales como Smith y Ferguson, quienes atribuyen a la sociedad civil (concebida como sistema

económico) la capacidad de la auto-regulación del mercado, libre de la dirección del Estado (Scherer-Warren, 1999).

- La concepción de la sociedad civil como post-estatal aparece en las reflexiones de Gramsci. Para él, la sociedad civil correspondería a una etapa de la sociedad sin Estado; una esfera donde entran en acción los aparatos ideológicos que buscan ejercer la hegemonía y, a través de ella, conseguir el consenso. Por lo tanto, para Gramsci, la sociedad civil no coincide con la base material de la sociedad (como lo interpretado por Marx), sino con una superestructura, abarcando ideologías e instituciones.

Resumiendo, podemos afirmar que las definiciones señaladas tienen en común que definieron la sociedad civil a partir de una interrelación con el ámbito estatal, o en contraposición al Estado. En estas definiciones la sociedad civil no tiene un estatus propio; siempre está relacionada o involucrada en las acciones del Estado o del mercado.

Profundizando un poco más, constatamos que tal concepto de la sociedad civil tiene como telón de fondo el panorama moderno en donde se percibe, por un lado, el fortalecimiento de la individualidad y, por otro lado, un aumento exponencial de la conformidad de los individuos a los estándares sociales, en función de una forma de regulación social centrada en el trabajo. Como afirma Arendt (1991: 56): «la sociedad [moderna] es la forma en la cual el hecho de la dependencia mutua en pro de la subsistencia y más nada adquiere importancia pública y en la cual las actividades relacionadas con la mera sobrevivencia son admitidas en el espacio público». Esta forma de funcionamiento de la sociedad moderna ha llevado por un lado a una sobrevaloración del mercado (en el caso de los países capitalistas), y por otro lado, a una sobrevaloración del Estado (en el caso de los países anteriormente socialistas). En ambos casos, la sociedad civil asumió una función de poca importancia, teniendo en cuenta que la esfera pública se subordinaba a las cuestiones de la esfera privada o a la acción del Estado.

Bauman (2000) también denuncia el aumento del conformismo y la pérdida de importancia de la esfera política en la actualidad. Destaca que la política, para ser democrática, debe promover la libertad y, al mismo tiempo la igualdad, (estableciendo límites para la acción individual y colectiva). Esta capacidad de autolimitación de la política ha sido prácticamente perdida, según el autor, y esto tiene un costo alto. El aumento de las desigualdades, de la inseguridad, la falta de garantías y la incertidumbre son los síntomas principales de la poca importancia dada a la acción colectiva que tiende a la construcción del bien público y a la garantía de las libertades. Sin embargo, como lo destaca Bauman (2000: 15), «la libertad individual solamente puede ser producto del trabajo colectivo, sólo puede ser asegurada y garantizada colectivamente». De esta forma, la confrontación de las fisuras sociales de la modernidad presupone una acción unificada y la construcción de espacios públicos privados, en donde

la cuestión política puede nuevamente ser discutida por los actores sociales. Es en ese contexto que se rediscute la noción de sociedad civil en la actualidad.

El trabajo de Cohen y Arato (1997) es representativo de esa rediscusión, mostrando que la cuestión central del debate actual ya no es la delimitación del papel de la sociedad civil en relación al Estado o al mercado. Para estos autores, la pregunta más relevante es ¿cuál es la versión de la sociedad civil que irá a prevalecer, es decir, de qué tipo de sociedad civil estamos hablando? Ellos también constatan que la era del «desencanto» señalada por Weber es hoy una realidad. Las utopías políticas seculares tomaron el mismo camino que las visiones religiosas de las eras precedentes y están desacreditadas. Por otra parte, una sociedad sin una orientación política para la acción, una sociedad sin proyectos parece igualmente indeseable, recayendo en un individualismo desenfrenado, donde el egoísmo pasa a ser el motor central del funcionamiento de la sociedad.

Cohen y Arato (1997) interpretan el retorno actual de la noción de sociedad civil como una reacción a este proceso de desencanto. Para ellos «la sociedad civil emerge como utopía autolimitadora, que incluye una serie de formas complementarias de democracia y un complejo conjunto de derechos políticos, civiles y sociales que puede ser compatible con la moderna diferenciación de la sociedad». Por lo tanto, estos autores proponen una reconceptualización de la sociedad civil, a través de una concepción «positiva» del concepto, más acorde con el contexto histórico actual. Basándose en los trabajos de Gramsci, Habermas y Parsons, los autores buscan definir la sociedad civil y sus particularidades. Entonces, la sociedad civil se describe como:

La esfera de interacción social entre economía y Estado, formada sobre todo por la esfera íntima (especialmente la familia), por la esfera de las asociaciones (especialmente asociaciones voluntarias), por los movimientos sociales y por las formas de comunicación pública. La sociedad civil moderna es creada a partir de formas de auto-constitución y de auto-movilización. Está institucionalizada y generalizada a través de las leyes, especialmente los derechos subjetivos, que estabilizan la diferenciación social. Aunque las dimensiones de autocreación e institucionalización pueden existir por separado, a largo plazo, la acción independiente y la institucionalización son necesarias para la producción de la sociedad civil (Cohen y Arato, 1997: IX).

En este concepto de sociedad civil, esta esfera social no se considera como un todo unificado, sino como una diversidad de grupos caracterizados por su variedad, por su autocreación, automovilización e institucionalidad definidas en una articulación negociada con los demás sectores sociales. Cohen y Arato proponen un concepto de sociedad civil como el terreno donde puede surgir una pluralidad de democracias, y así la democracia pasa a ser un debate que concierne no sólo

las esferas gubernamental y económica, sino también los espacios públicos formados por la sociedad civil. Pero, que para que esto ocurra en la práctica, es necesario que la sociedad civil no renuncie a su papel ni a sus particularidades.

En el presente trabajo, utilizaremos este último concepto, interpretando la sociedad civil como una esfera social particular, con un papel específico, diferenciado del Estado y del mercado, pero que mantiene relaciones de interdependencia con los otros dos sectores. El concepto de sociedad civil asume entonces dimensiones específicas señaladas por Cohen y Arato (1997), tales como:

- ✓ Pluralidad: esta formada por una diversidad de colectivos auto-creados y auto-movilizados cuya autonomía permite una variedad de formas de organización. Para ser plural la sociedad civil debe ser un espacio donde los actores puedan relacionarse en espacios públicos de discusión y de transformación de su realidad;
- ✓ Publicidad: es una esfera pública, un espacio donde los individuos pueden problematizar sus cuestiones, siendo formada también por la opinión pública, incluyendo las instituciones culturales y de comunicación;
- ✓ Privacidad: contiene un dominio de desarrollo personal y de escogencia moral;
- ✓ Legalidad e institucionalización: incluye también estructuras de leyes generales y derechos básicos necesarios para su institucionalización y demarcación en su relación a los otros sectores sociales: el Estado y el mercado;
- ✓ Interfase: la sociedad civil se define a través de relaciones de mediación y de articulación negociada con el Estado y con el mercado, donde los conflictos y sinergias están presentes.

Además de estas características, podemos añadir dos contribuciones relacionadas con los temas de producción, consumo e intercambio mencionadas por Keane (1988). Según este autor, la sociedad civil no debe ser interpretada como económicamente pasiva, ya que varias de sus organizaciones también participan en la esfera del mercado, intercambiando bienes y servicios. Como consecuencia, no todas las organizaciones de la sociedad civil están fuera de la dimensión económica, y así concretizan los principios de la economía substantiva señalados por Polanyi (1975), teniendo su forma de regulación basada en la redistribución, el intercambio mercantil y la reciprocidad. Se puede entonces comprender mejor el papel de la sociedad civil en la actualidad en el contexto de la economía plural, donde diferentes formas de regulación socio-económicas están presentes. Volveremos a tratar este asunto de la economía plural más adelante.

Por lo tanto, a partir de esta delimitación conceptual deducimos que el término sociedad civil ha asumido diversos significados en el transcurso de la historia, los cuales se reflejan en los papeles y características particulares atribuidos a esta esfera social. En la actualidad, la capacidad de los ciudadanos para organizarse, para lanzarse al espacio público para la defensa de sus derechos y la concretización

de sus ideas, o aún para implementar proyectos que tienen por objetivo solucionar problemas socio-ambientales, es considerada por muchos analistas políticos como una expresión de la sociedad civil contemporánea. En la interpretación de Barthélemy (2000: 257), «el paradigma «de la ciudadanía asociativa» ha tomado, en los años 90, el lugar del modelo «post-68» de la sociedad civil». A continuación, sintetizaremos la argumentación presentada por algunos analistas a favor de esta concepción, resaltando el papel de las asociaciones¹ en el proceso democrático.

Buscando comprender el papel de las asociaciones en la sociedad contemporánea, Haeringer, Laville y Sainsaulieu (1997) plantean la existencia de cambios profundos en el campo de la sociología de las asociaciones. Para estos autores, es necesario un enfoque comprensivo del medio asociativo, que tome en consideración tanto el funcionamiento de las asociaciones como grupos formalizados e inmersos en las lógicas institucionales, así como también el papel de las asociaciones de la sociedad civil en el proceso democrático.

El primer objetivo del enfoque propuesto por Haeringer, Laville y Sainsaulieu se justificaría en razón de la complejidad que rodea casi siempre las asociaciones. Según los autores, las asociaciones están actualmente en el cruce de universos con referencias a veces antagónicas, y algunas de ellas corren el riesgo de ser absorbidas y tuteladas por el poder público, o de dejarse llevar por discursos románticos, o incluso de oscilar sin rumbo entre proyectos puramente militantes y la concentración excesiva en actividades monetarias. Estas realidades sociales complejas que se revelan frente a dispositivos temáticos centrados en grupos o territorios de acción, exigen que las asociaciones inventen nuevas construcciones para ocuparse de las referencias antagónicas, tomando en cuenta el desarrollo del proyecto asociativo. Para aquellos que plantean un cambio en la sociología de las asociaciones, «el desarrollo de la vida asociativa, su sustentación, pasa por el conocimiento de las condiciones que favorecen o neutralizan esta construcción y que escogimos llamar el funcionamiento asociativo» (Haeringer, Laville y Sainsaulieu, 1997:21). La comprensión del funcionamiento asociativo requiere realizar investigaciones de campo sobre la realidad cotidiana de las asociaciones.

El segundo objetivo en el enfoque presentado por estos autores se centra en la comprensión de la búsqueda de nuevas formas de organización que sean capaces de producir respuestas a las dificultades de nuestra época, la cual está marcada de un lado por el individualismo y de otro lado por fundamentalismos y

¹ El enfoque del nuevo asociacionismo será utilizado aquí como telón de fondo para comprender el fenómeno de las «nuevas organizaciones de la sociedad civil», creadas principalmente a partir de la década de los 80, las cuales poseen al mismo tiempo funciones sociales, económicas y políticas. La referencia al nuevo asociacionismo es utilizada en forma genérica y no excluye del análisis organizaciones que tienen otros formatos jurídicos, tales como las cooperativas o las OSCIPS (Organizaciones de la sociedad civil de interés público, figura jurídica creada por la ley 9790 de 1999).

sectarismos. En este sentido, la asociación no podría ser considerada como un fenómeno superado, pues forma parte de la esencia del hecho social en la actualidad. La originalidad fundamental de la asociación es su inscripción en el espacio democrático reivindicando la libertad e igualdad entre sus miembros. Así, según estos autores, es la profundización de la reflexión sobre la democracia la que nos llevaría a una mejor comprensión del hecho asociativo.

En este punto, la noción de «espacios públicos autónomos», formulada por Habermas (1992) representa una contribución a esta reflexión. Estos espacios creados por los ciudadanos en el seno de la sociedad civil, objetivados en asociaciones de diversos tipos y orientados hacia la práctica dialógica, podrían contraponerse a los medios de «colonización» (poder y dinero) usados por el sistema (imposiciones normativas del Estado y presiones de la institución económica capitalista) para el control social. Al constatar el dominio de los medios de comunicación masivos en la sociedad, Habermas apuesta al potencial de las asociaciones para la construcción de espacios públicos diversificados y autónomos, independientes de los poderes instituidos. Estos espacios serían entonces propicios al desarrollo de la intersubjetividad necesaria para el florecimiento de relaciones de ciudadanía, ya que en ellos la libertad y la creación de formas igualitarias de sociabilidad favorecerían la toma de conciencia de la interdependencia mutua.

La participación, como proceso caracterizado por un grado razonable de complejidad inherente al hecho asociativo, aseguraría el paso de un nivel primario de sociabilidad - por ejemplo, la familia, la vecindad o el grupo de amigos - a un nivel secundario (institucional), al mismo tiempo que ella aun estaría marcada por la interacción directa y por la personalización propia del nivel primario. Así, la asociación se ubicaría en la frontera entre el sector privado y el sector público, siendo considerada entonces como una especie de «operador de conversión» entre los niveles de sociabilidad, pudiendo tender hacia uno u otro nivel según sus orientaciones y sus etapas de desarrollo (Laville, Evers, Poujol y Vaillancourt, 1997).

Estos autores proponen una visión normativa que ayuda al análisis crítico y a la comprensión prospectiva del papel de las organizaciones que surgen a partir de la sociedad civil; sin embargo, esta visión no debe confundirse con la realidad empírica, ni acarrear una visión romántica u idealizada de estas organizaciones².

² Aquí quisiéramos también contestar a algunos autores que interpretan erróneamente nuestros estudios sobre la racionalidad en organizaciones productivas. En la lectura de estos autores, nuestros estudios inducirían la creencia de que las organizaciones de la sociedad civil siguen necesariamente el modelo de las organizaciones substantivas. En cambio, la dimensión básica en todo nuestro esfuerzo en el estudio de la racionalidad en las organizaciones consiste en el análisis del predominio entre dos tipos de racionalidad (substantiva e instrumental), de las formas en que se da este predominio y en qué procesos está presente. Así, como muestra Serva (1996, 1997a, 1997b), los dos tipos de racionalidad coexisten en todas las organizaciones productivas –sean de la sociedad civil o no– siendo necesario un análisis exhaustivo de su proceso cotidiano de gestión para identificar el predominio de un tipo determinado de racionalidad en un período de tiempo dado.

La consideración del papel del nuevo asociativismo en el proceso democrático, percibido como espacio público autónomo, no debe ocultar su dimensión conflictiva y muchas veces precaria. La práctica dialógica en sí misma incluye el libre debate y la emergencia de conflictos, porque la autenticidad es uno de los criterios exigidos a los actores para la práctica de la acción comunicativa (Habermas, 1987). Laville (1997:57) reconoce que estos espacios públicos son marcados por confrontaciones y negociaciones entre clases y grupos sociales: «las asociaciones existentes en un momento histórico dado traducen bien el estado de las relaciones de fuerza y los conflictos sociales. Enraizadas en contextos culturales, sociales e ideológicos, difícilmente pueden ser comprendidas en forma apropiada sin relacionarlas con el conjunto de las tensiones existentes en el espacio público y en la sociedad civil». Estas tensiones trascienden las organizaciones de la sociedad civil, tanto en su dimensión externa de relación con los demás actores sociales, como en su dimensión interna de relación entre dirección, técnicos y usuarios.

La eliminación de una visión romántica también nos conduce a reconocer que el hecho de que las organizaciones estén ancladas en la sociedad civil no quiere decir que en su práctica ellas sean realmente portadoras de ideas y prácticas democráticas, aún cuando las defienden públicamente. Haciendo un paralelo con el análisis de Giddens (1996) sobre la contribución de los movimientos sociales y de los grupos de auto-ayuda en la construcción de una democracia dialógica, podemos colocar el tema en la misma perspectiva:

Es obvio que ni los movimientos sociales ni los grupos de auto-ayuda son necesariamente democráticos en sus objetivos; después de todo, algunos de estos movimientos y grupos se han dedicado a desacreditar toda la estructura de las instituciones democráticas. Los movimientos sociales son, algunas veces, conducidos por demagogos; estos líderes pueden crear una identificación emocional de masa que es la propia antítesis dialógica. Aún así, tiene sentido pensar en una conexión intrínseca entre democracia, movimientos sociales y grupos de auto-ayuda, originada en gran parte en el hecho de que (en principio) ellos abren espacios para el diálogo público (Giddens, 1996:138).

Combatiendo el riesgo de una visión disociada de la realidad factual, que podría resultar de la adhesión sin reflexión crítica a la idea de una «ciudadanía asociativa», Barthélemy (2000) reconoce que la politización de las formas de participación asociativa es inherente al proyecto de renovación de la democracia, pero indica algunos desafíos que deben ser superados. Uno de los desafíos más importantes se refiere a la superación del déficit de democracia interna presente en muchas asociaciones y cooperativas actuales: «se observan, en numerosos grupos, los fenómenos bien conocidos de escasa renovación de los responsables (que acumulan mandatos), rutina y relajación de las prácticas democráticas, aumento de la distancia entre la elite dirigente y la base» (Barthélemy, 2000:261). La autora afirma que a despecho del «deseo de democracia» expresado en los medios asociativos, muchas veces ellos no escapan de la contradicción que es inherente al sistema representativo, entre el

ideal republicano de la ciudadanía total y soberana, y las necesidades de la práctica y de la vida política (las cuales conducen a la substitución de la voluntad de los ciudadanos por la de sus representantes). Según Barthélemy, a esta contradicción se suman los factores sociológicos presentes en el contexto en que la adhesión y la participación en organizaciones de ese tipo se materializan, ya que estas acciones son tributarias de la lógica social general que rige el compromiso en el espacio público, la sociabilidad y las prácticas culturales. Estos factores sociológicos son cruciales para el análisis de los consumidores como actores sociales en el contexto brasileño.

Por consiguiente, las organizaciones aquí analizadas (las asociaciones y cooperativas de consumidores) se pueden concebir como una dimensión del espacio público y de la sociedad civil. Ellas conforman un conjunto de tensiones, donde coexisten e interactúan diversas expresiones y racionalidades, presentando como especificidad la presencia de un objetivo socio-económico, en la medida en que producen bienes, servicios y ayuda (Laville, 1997). Parte de este concepto tiene como telón de fondo la consideración de una economía plural. Si tomamos en cuenta la contribución de Keane (1988) para el delineamiento de la sociedad civil, nos encontraremos con la evidencia de la participación de muchas de esas organizaciones en actividades económicas. Es este tipo de organización que nos interesa en el presente estudio. El análisis de las iniciativas de consumidores, en el campo de la producción de alimentos orgánicos, nos conduce al examen de organizaciones reales creadas a partir de la iniciativa de individuos, con el propósito de lograr objetivos de carácter socio-económico. Por esta razón, el empleo de los conceptos de economía plural y de sociedad multicéntrica es importante para nuestro objetivo.

2. Las organizaciones de la sociedad civil entrelazadas con la economía y la política: la economía plural y la sociedad multicéntrica.

Al frente de un grupo de investigadores en la Universidad de Columbia, Polanyi (1975) profundizó sus investigaciones en el campo de la antropología económica y sentó las bases de la «concepción substantiva de la economía». Según esta concepción, es sólo en la sociedad moderna, con el advenimiento del capitalismo, que el mercado se convierte en el principio dominante de regulación de la economía. En etapas anteriores, el mercado nunca fue el principio dominante en las actividades económicas, pues otros principios subordinados a las instituciones sociales de la época guiaban la regulación económica. Para la concepción substantiva, la economía es entonces un proceso institucionalizado, sujeto a normas sociales; la idea de la economía de mercado como proceso de regulación autónomo, distinto del tejido social, es un rasgo de la sociedad moderna, y por lo tanto no puede servir de referencia para el análisis histórico de los procesos económicos. Otro punto resaltante en la concepción substantiva es que los diferentes principios de regulación económica, que ya no son dominantes en la actualidad, siguen siendo presentes y coexisten con el principio

de mercado. La concepción substantiva de la economía identifica la presencia de tres principios de regulación socio-económica a través de la historia, cada uno ocupando una posición dominante en función del contexto institucional de cada época:

- el principio de mercado, regulado por el ajuste de los precios y donde la relación entre el ofertante (productor o vendedor), y el demandante (cliente) está regulada por un contrato regido por el cálculo instrumental;
- el principio de redistribución, en el cual la responsabilidad por la repartición del agregado económico es regulada por una autoridad central (generalmente el Estado), que impone las reglas de esa repartición a los demás actores por medio de procedimientos legales fuertemente institucionalizados;
- el principio de reciprocidad, que regula la relación entre los actores que interactúan sobre todo con la intención de crear y mantener una relación social, donde las acciones económicas tienen un carácter subsidiario.

Teniendo como base la obra de Polanyi, la elaboración del concepto de economía plural proviene de la crítica al carácter reductor de la economía de mercado, la cual sólo valora las actividades caracterizadas por la hipermodernización tecnológica, la concentración y la competencia, haciendo énfasis en las economías de escala y la especialización, tan valoradas en el proceso conocido como globalización. Para Sauvage, «la complejidad de la sociedad actual, la necesidad de unir la economía a una perspectiva social y ecológica más amplia, vuelve inoperante una economía unidimensional que parece extremadamente eficiente en el plano micro económico, pero que, por su carácter exclusivo, tiende a esterilizar todo un potencial de creación de riquezas y de empleo de aquello que no corresponde a su lógica» (Sauvage, 1996). Como lo señala la propia expresión, la diversidad es una característica fundamental de esta economía: «la noción de economía plural remite a un enfoque abierto, no dicotómico, mientras la economía actual utiliza clasificaciones dualistas (economía mercantil/ no mercantil, formal/informal, público/privado, etc.). Así, la variedad en los tipos de actividades se suma a la variedad de combinaciones» (Sauvage, 1996). Siguiendo esta orientación, el autor enumera los tipos de actividades consideradas por la economía plural: la economía doméstica de producción; los intercambios no-monetarios de proximidad; las actividades mercantiles informales; las microempresas, individuales o colectivas. A cada tipo corresponde una forma de regulación específica. Según Sauvage, el mayor desafío es la promoción de una economía mixta, que comporta combinaciones diversas entre los tipos de actividades.

Inspirándose también en la obra de Polanyi, Laville (1999) conceptualiza la economía plural a través de la correspondencia entre los principios de regulación y las áreas de actividad económica: el principio de mercado corresponde al área de la economía mercantil, el principio de redistribución corresponde al área de la economía no mercantil y el principio de reciprocidad al área de la economía no

monetaria. Como Sauvage, Laville indica que una economía plural implica el reconocimiento y la valoración social (con la consecuente dotación de recursos) del área regida por la reciprocidad, eliminando la legitimación exclusiva del binomio Estado-mercado. Esta valoración acarrea el incentivo a una economía caracterizada por la combinación entre los tres polos, resultando en una pluralidad de iniciativas sociales de carácter económico, que generan riqueza, empleos, y que fortalecen la cohesión social. En esta configuración, el papel de las asociaciones se destaca, en la medida en que los individuos se comprometen en una participación voluntaria en el espacio público, a partir de cuestiones de la vida cotidiana, y así, «personas se asocian libremente para emprender acciones que refuerzan la cohesión social a través de nuevas relaciones de solidaridad» (Laville, 1999:177). Analizando experiencias asociativas de carácter socioeconómico en curso en varias regiones (empresas de economía social en Québec, cooperativas sociales en Italia, asociaciones con el Estado en Bélgica), Laville y Nissen (2001) concluyen que las asociaciones, en una perspectiva de economía plural, son portadoras de innovaciones sociales significativas:

Si las primeras asociaciones se basaban principalmente en valores filantrópicos, hoy observamos iniciativas que surgen de una diversidad de actores locales, reflejando intereses múltiples y particularmente bien enraizados en comunidades locales. En efecto, estas iniciativas reúnen profesionales, usuarios, actores, del desarrollo local así como representantes de los poderes públicos [...] La filiación común de esa diversidad de actores está ligada a la búsqueda de beneficios colectivos, en términos de igualdad en el acceso, cohesión social o inscripción en el desarrollo local. [...] Si los actores implicados son diversos, las asociaciones son portadoras de una dinámica de innovación, particularmente vinculada a las realidades locales y orientadas hacia los asuntos colectivos (Laville y Nyssens, 2001:218).

En cuanto a los estudios de desarrollo territorial, varios son los autores que establecen conexiones entre las organizaciones de la sociedad civil y la economía plural, como por ejemplo Lévesque (2003), quien al analizar procesos exitosos de reconversión económica en las antiguas zonas industriales en Quebec, destaca el papel decisivo de las asociaciones. Lévesque llama la atención hacia un tipo particular de actor en esos procesos: el «empresario colectivo». Para el autor,

Por empresario colectivo, entendemos una asociación de personas que asume colectivamente la función del empresario, ya que el empresario puede ser un individuo que da a su empresa una finalidad social que confirman ciertas reglas de funcionamiento. El empresario colectivo y el empresario social se distinguen del empresario capitalista menos por el hecho que ellos alimentan sueños, que por

el contenido de sus sueños [...] Los sueños de los empresarios sociales y colectivos habitualmente estarían orientados hacia el mejoramiento social de su comunidad o alimentados por valores de justicia social, equidad y desarrollo sostenible (Lévesque, 2003:112).

Se observa también la participación de empresas privadas en estas experiencias de revitalización económica territorial, concretizando combinaciones previstas en un contexto de economía plural:

En la medida en que las empresas privadas son convidadas a suscribir objetivos generales de reconversión, ellas pueden igualmente inscribirse en el marco de una economía plural [...] de modo que en esta nueva economía mixta, la coexistencia de diversos tipos de empresas en un territorio dado debería dar lugar a interacciones sustentables, como también a hibridaciones. También se trata de un desafío considerable que podría introducirnos en el centro de una nueva economía basada en el conocimiento y también en la ciudadanía (Lévesque, 2003:113).

Otra elaboración teórica, que surge también de la concepción substantiva de la economía creada por Polanyi, y que se asemeja a la visión de economía plural, es la propuesta de «sociedad multicéntrica» de Guerreiro Ramos (1989). Partiendo de la crítica a la sociedad actual entendida como «sociedad centrada en el mercado», Guerreiro Ramos propuso un modelo de sociedad en el cual las dimensiones políticas y económicas no están separadas. En este sentido, el sociólogo brasileño, muerto en 1982, ya discutía, *avant la lettre*, temas que están en el centro de los debates actuales. El concepto de sociedad multicéntrica emerge en el seno de la teoría de la delimitación de los sistemas sociales, elaborada por el autor. Según esta teoría, la sociedad aparece formada por diversos enclaves, cada uno con su forma predominante de racionalidad, de concepción de la vida y del trabajo, propiciando estilos de vida conformes a los valores que guían libremente las decisiones de los individuos. Así, en cada enclave social se tiene un tipo general de modelo de producción y consumo que corresponde a los valores predominantes.

Según el autor, uno de los mayores problemas de la sociedad moderna es que el enclave de la economía de mercado acabó contaminando excesivamente a los demás con su lógica, prácticamente obligando a los individuos a ajustarse a ella, so pena de exclusión económica y social. De allí la expresión «sociedad centrada en el mercado». Una sociedad multicéntrica, por el contrario, sería aquella en que los diversos enclaves serían sistemáticamente delimitados e incentivados, ofreciendo plenas condiciones para el florecimiento responsable de la libertad, tanto política como económica. Por tanto, el enclave de la economía de mercado sería considerado legítimo, pero contenido dentro de sus límites, lo que impediría el predominio de su lógica

instrumental sobre las demás. Se requiere entonces un sistema de gobierno capaz de formular e implementar políticas y decisiones distributivas para la promoción del tipo óptimo de transacciones entre los enclaves sociales. Los diversos enclaves sociales generan formas de organización que los caracterizan:

- La «economía», tipo organizacional altamente ordenado en función de la razón instrumental, burocratizado y que busca la eficiencia y la eficacia como formas de maximizar el uso de recursos, inclusive «los recursos humanos». Ése es el tipo de organización característico de las empresas privadas;
- La «isonomía», tipo de organización marcado por relaciones interpersonales primarias (por lo tanto, de una extensión limitada), donde los miembros son iguales y la maximización de la utilidad es menos importante que la autorrealización de los individuos. Las asociaciones corresponden a este tipo.
- La «fenonomía», formada por un individuo o un grupo muy pequeño, que permite el máximo de opción personal y un mínimo de subordinación a prescripciones de carácter formal. Ese tipo es muy adecuado a la liberación de la creatividad, siendo característico de los talleres de artistas, artesanos, escritores.

Al examinar la concepción general de las actividades económicas y de su arraigo que surge de la dimensión política subyacente, se hace clara la correspondencia entre la formulación de una sociedad multicéntrica y la economía plural. Quisiéramos llamar la atención en la importancia concedida por el autor a las asociaciones, principalmente aquellas que discutimos aquí, al referirse a la isonomía:

Cada vez más, la *isonomía* está pasando a constituir parte del mundo social de hoy. [...] *Todo el mundo puede imaginar ambientes isonómicos* que ya funcionan en este país, por ejemplo, las asociaciones de padres y profesores, las asociaciones de estudiantes y de minorías, las comunidades urbanas, las empresas propiedad de los trabajadores, algunas asociaciones artísticas y religiosas, asociaciones locales de consumidores, (el subrayado es nuestro), grupos de ciudadanos interesados en asuntos y problemas de la comunidad, y muchas otras organizaciones recientemente constituidas, en las cuales, en última instancia, las personas buscan estilos de vida que trascienden los estándares normativos que predominan en la sociedad como un todo (Guerrero Ramos, 1989:151).

A pesar de que la mayoría de las organizaciones de la sociedad civil presentan una gran simplicidad en su forma aparente, especialmente aquellas que son objeto de este estudio, se percibe que en su esencia constituyen un fenómeno complejo, pues se ubican exactamente en la confluencia entre política

y economía, entre sociedad civil y mercado, y también, en algunos casos, con una fuerte participación en las políticas públicas, en un período histórico convulso donde la sociedad se ve frente a una transición necesaria y profunda. La breve discusión realizada anteriormente sobre dos conceptos, el de economía plural y el de sociedad multicéntrica, ilustran la complejidad del contexto en el cual se insertan estas organizaciones. En este contexto, ¿Cuáles son los desafíos que las organizaciones de consumidores enfrentan en su acción colectiva? ¿De qué modo pueden estas organizaciones hacer frente a estos desafíos? ¿Cuáles son los límites y los avances de su actuación en la promoción de innovaciones, tanto en el campo de la economía, como en el avance de la democracia?

3. Entre la economía y la política: la acción de clase de los consumidores de productos orgánicos en el sur del Brasil

Para responder las preguntas formuladas anteriormente, recogimos información en cuatro organizaciones de consumidores de productos orgánicos, situadas en los estados de Paraná, Santa Catarina y Río Grande do Sul. Seleccionamos la región del sur, en razón de que esta región, junto con la región del sureste, concentra la mayor parte del mercado de la agricultura orgánica en el país, y es la región donde las iniciativas organizativas de consumidores de estos productos son más numerosas y están más consolidadas. La investigación de campo fue realizada en algunos casos por medio de cuestionarios enviados a los miembros de las asociaciones y, en otros casos, fueron realizadas entrevistas de tipo semiestructurado. El foco del trabajo de campo reside en los procesos de construcción de la acción colectiva, haciendo énfasis en los desafíos enfrentados por los actores al lanzarse al espacio público, a partir de una actividad económica - con la creación de asociaciones de consumidores - y para el mantenimiento o el desarrollo de la entidad. Entre las asociaciones investigadas, tres de ellas tienen relación directa con la Red Ecovida de Agroecología. Esta red se creó en 1998 en el estado de Santa Catarina y está formada por agricultores familiares, técnicos y consumidores reunidos en asociaciones, cooperativas, ONGs y grupos informales. Actualmente la Red Ecovida se extiende a tres estados del sur del país, donde más de 1.500 familias forman parte de esta iniciativa, llegando a ser la mayor red de agricultura familiar agro-ecológica existente en Brasil. Entre los objetivos de la red, podemos destacar: «desarrollar y multiplicar las iniciativas en agroecología; estimular el trabajo asociativo en la producción y consumo de productos ecológicos, para tener una marca y un sello que expresan el proceso, el compromiso y la calidad» (Red Ecovida de Agroecología, 2005).

Comenzaremos con el caso de la cooperativa ecológica *Terracolhe*, fundada el 18 de diciembre de 2002 en el municipio de Criciúma (SC), con el objetivo de viabilizar la adquisición y el consumo regular de alimentos orgánicos a precios justos. Para ello, la cooperativa estableció un almacén para que los miembros tuvieran acceso a los productos. Al comienzo, la cooperativa tenía 23

miembros, quienes en su mayoría ya estaban vinculados por relaciones de amistad. El proceso de formación de la asociación no tuvo en su origen ninguna influencia directa ni apoyo de otra organización preexistente, sólo la fuerza del tejido social primario, representado en este caso por las relaciones de amistad entre algunas personas. El hecho de compartir valores identificados con la agroecología fue determinante en la creación de la asociación, basada entonces en valores e intereses comunes. El grupo realizó visitas a otras asociaciones de la red Ecovida, verificando la posible viabilidad de la cooperativa, y decidió fundarla. Posteriormente a la fundación, algunos agricultores orgánicos también se asociaron a la cooperativa, formando parte de aquella red. El grupo fundador no encontró grandes obstáculos en la fase de creación de la entidad, aparte de algunas dificultades relacionadas con la burocracia oficial para la legalización de este tipo de empresa en el país. En aquella fase, existía un gran entusiasmo, que permitió superar las barreras impuestas por la burocracia. Algunos factores en la configuración socio-histórica de los actores habían facilitado la iniciativa: ya que ellos en el pasado habían sido involucrados en luchas populares, sindicales y partidistas. La diversidad presente en la membresía es otro factor considerado como importante por los fundadores: el grupo está formado por agricultores, amas de casa, ingenieros agrónomos, abogados, servidores públicos, administradores de empresas, entre otras categorías.

La cooperativa ecológica *Terracolhe* llegó a tener 78 asociados. Sin embargo, en el primer semestre de 2005 entró en un proceso de liquidación. Al inicio de las actividades, en el 2002, se había calculado que se necesitaban 100 socios activos para asegurar la viabilidad del emprendimiento, tomando en cuenta los costos operativos. Sin embargo, animado por el entusiasmo inicial, el grupo decidió crear la cooperativa con la esperanza de nuevas adhesiones y sobre todo contando con la participación de los miembros para hacer sustentable la empresa. Al pasar del tiempo, los problemas se fueron acumulando y, a finales de 2003 la dirección decidió mudar la sede de la cooperativa para otro inmueble alquilado más barato para reducir los costos fijos. Esta estrategia no dio el resultado previsto, pues el equilibrio financiero no fue alcanzado, no quedando más alternativa que proceder a la liquidación a comienzos de 2005. A partir de una reflexión colectiva realizada por los fundadores, se concluyó que:

El problema principal fue la falta de respuesta de los asociados. El empeoramiento de la situación financiera se ha mantenido por el distanciamiento de los socios. A pesar de que contábamos con 78 socios, sólo 18 participaban de manera constante en el consumo semanal; los demás no eran asiduos» (João Marino Vieira, tesorero).

No se recibió ningún apoyo de otras entidades para la solución de estos problemas, ni siquiera de la misma Red Ecovida. En este caso, el hecho de pertenecer a una red de agroecológica no significó ninguna diferencia para

enfrentar los desafíos. La interfase entre consumo, producción, técnicos y otros actores «del movimiento de agroecología» en este caso no fue observada.

Esta iniciativa, aunque haya fracasado, curiosamente dio origen a otra. Un nuevo esfuerzo asociativo, esta vez de carácter informal, surgió de la experiencia vivida por algunos de los miembros de *Terracolhe*. A partir del fracaso de la cooperativa, se mantuvo la confianza en la acción colectiva, y en 2004 se creó, en la misma ciudad, el Grupo de Consumidores Responsables. Cerca de veinte familias participaron en ese grupo, todas ellas residenciadas en la misma región. João Marino Vieira, tesorero de *Terracolhe*, resume el origen y el proceso de creación del grupo:

La idea del grupo de consumidores responsables nació en la búsqueda de soluciones para *Terracolhe*, que ya presentaba evidencias de fragilidad. Entonces se propuso el cierre de la tienda y la organización de grupos de consumidores vinculados con los productos locales. No convencí a nadie, pero me puse a trabajar para probar que esta era la salida y entonces organicé un grupo en la comunidad donde vivo.

En la fundación del nuevo grupo, no hubo apoyo de otra organización, ni afiliación a ninguna red de productores; la iniciativa fue una iniciativa personal, basada en relaciones personales de proximidad, centradas, por lo tanto, en relaciones sociales primarias, principalmente entre las familias de una determinada región de la ciudad de Criciúma. Debido a la opción por una asociación de carácter informal, no ha sido necesario enfrentar los requisitos burocráticos de los órganos oficiales. El mayor desafío presente en el período de la formación del grupo ha sido convencer a las familias de que los precios que se pagarían por los productos serían «buenos», en relación a la oferta de productos convencionales ofrecidos en el comercio tradicional. La conciencia de los consumidores en relación a la calidad superior de los productos orgánicos ya existía, y la pregunta inicial realmente se relacionaba con los precios. El funcionamiento del grupo es sencillo: se inició con dos productores familiares y se definieron de manera colectiva los procedimientos para los pedidos y el pago de los productos. No existe sede, ni costos fijos; pero alguien ejerce el papel de «administrador del grupo», desarrollando la comunicación con los productores e implementando las actividades de control financiero, la distribución de los productos, etc.

El papel de «administrador» implica una inversión considerable de tiempo para la persona que lo ejerce. La solución adoptada fue la rotación: cada seis meses una nueva persona asume este papel. Esta solución ha dado buenos resultados hasta el presente. Los desafíos señalados con respecto al desarrollo del grupo son la disponibilidad de las personas para asumir el papel de administrador, y también la regularidad en la oferta de productos orgánicos en la región. El modelo parece probar su viabilidad interna, una vez que otros grupos de familias en otras comunidades mostraron interés en replicar la iniciativa, a

pesar que existen problemas con la regularidad del abastecimiento, en la interfase entre producción y consumo. Se deduce que el mayor desafío, en este momento, no reside en la organización de los consumidores en sí misma, sino en la eficacia de los productores. Indagando sobre los factores que favorecen la continuidad del Grupo de Consumidores Responsables, conseguimos la siguiente respuesta:

Las personas están convencidas de los beneficios de una buena alimentación y de que los productos orgánicos son los mejores. Nuestra experiencia de consumo responsable probó que sin impuestos, sin empaque, con la certificación participativa y la entrega directa del productor al consumidor en un local designado para cada grupo, se consigue un mejor precio, así como disminuir el consumo de plástico y anímite.

La segunda organización analizada es *Coopervida* - Cooperativa de Consumidores del Valle del Mampituba, ubicada en el municipio de *Praia Grande* (SC). Como *Terracolhe*, *Coopervida* fue creada con el objetivo principal de facilitar el acceso y el consumo regular de alimentos orgánicos. La cooperativa creó entonces un almacén para hacer viables sus operaciones. La cooperativa se creó en noviembre de 2001 con 98 socios. La inspiración para la creación de la cooperativa partió de la experiencia de otras dos organizaciones (una de consumidores, y otra de productores) pertenecientes a la red *Ecovida*: la Cooperativa de Consumidores de Productos Ecológicos Tres Cascadas y la Asociación de Colonos Ecologistas del Valle del Mampituba. Según informaciones dadas por los miembros de *Coopervida*, no hubo grandes dificultades para su fundación, debido al hecho de que ya existía en la región una cooperativa de productores. Los vínculos con esta cooperativa también han permitido que *Coopervida* mantuviera por cuatro años el mismo tamaño que tenía en el momento de su fundación: para 2005, cuenta con 104 socios. En este caso se percibe una mayor interfase entre los consumidores y los productores, condición esencial para la supervivencia y el crecimiento de la cooperativa.

Los desafíos enfrentados por el desarrollo de la cooperativa son de orden interno y externo. Internamente, se observa una baja participación de algunos miembros, tanto en lo que se refiere a las actividades de gestión, como también a las actividades económicas, es decir poca asiduidad en las compras, lo que trae problemas de capital circulante. En el ámbito externo, la irregularidad de la producción local es un factor limitante, ya que la compra de productos de otras regiones significa precios más altos. Para los miembros de la asociación, los productores locales no diversifican la producción, entre otros problemas ligados a la irregularidad del abastecimiento. De modo general, se señalan como factores positivos para la expansión de la cooperativa, la aceptación de los productos orgánicos por parte de los consumidores y la mayor divulgación que se viene dando a la agroecología en la región.

La tercera organización es *Ecotorres* - Cooperativa de Consumidores de Productos Ecológicos, establecida a principio de 2000 en Torres (RS) por 75

socios. Según la coordinación de *Ecotorres*, su fundación se hizo posible en razón de la existencia de una producción orgánica en la región, fruto del trabajo realizado por la Pastoral de la Tierra y el Centro Ecológico, ONG ligada a la red *Ecovida*. Lo que motivó la creación de la cooperativa fue la dificultad que tenían los consumidores para adquirir productos orgánicos en la ciudad, pues la producción local era enviada a Porto Alegre. Un grupo de personas animadas por objetivos ecológicos, decidieron fundar la cooperativa, y abrir un almacén de productos orgánicos. No se señala la existencia de ningún apoyo para la creación de la cooperativa. La información sobre la existencia de otras cooperativas sirvió, en este caso, como fuente de inspiración y de motivación para establecer la asociación. El desafío principal identificado en la fase inicial fue la incertidumbre de los socios, y la falta de confianza en el éxito de la empresa.

Después de cinco años de funcionamiento, *Ecotorres* cuenta actualmente con 90 socios y está afiliada a la red *Ecovida*. Los desafíos actuales para su desarrollo fueron identificados como la falta de capital de trabajo y el peso de las cargas fiscales y tributarias. A largo plazo, la coordinación de la cooperativa considera que la falta de una conciencia ambiental generalizada, la insuficiencia de incentivos a la agricultura familiar ecológica y la imposibilidad de practicar precios más populares para los productos, son factores que limitan la expansión de la cooperativa, representando serios desafíos. Sin embargo, el número creciente de personas preocupadas por la calidad de vida, la preservación del ambiente y el consumo responsable, son factores considerados como positivos para el desarrollo de la asociación.

La cuarta organización donde se recolectó información de campo es ACOPA - Asociación de Consumidores Orgánicos del Paraná, establecida en la ciudad de Curitiba en abril de 2000. En sus estatutos, ACOPA se define como una «asociación civil de propósito social, sin fines de lucro». Según Karam (2002), los orígenes de la asociación se remontan a la creación en 1999 del CEAO - Consejo Estadual de Agricultura Orgánica del Paraná, y también a la primera feria libre regular de productos orgánicos del centro de Curitiba (creada en la Plaza de la Orden a finales de los años 80, y luego mudada para el Paseo Público, donde funciona actualmente). El CEAO, formado por representantes de instituciones públicas y de entidades de la sociedad civil, entendió que en aquel momento era importante contar entre sus integrantes con una instancia que representase a los consumidores de productos orgánicos. Tal hecho es considerado por Karam (2002) como relevante para dar inicio a las primeras articulaciones de la asociación. Por consiguiente, algunos consumidores que ya frecuentaban la feria libre desde su instalación, habían aceptado el desafío de iniciar un proceso de organización. Este proceso fue desarrollado por medio de sucesivas reuniones en el espacio de la feria. Algunas acciones incidieron positivamente en la formación posterior de la iniciativa: la creación de un boletín informativo («*El Consumidor Orgánico*») distribuido en la feria, la organización

de visitas a las propiedades de los agricultores feriantes y una experiencia interesante de «crédito solidario»:

En este primer año de articulación para la creación de ACOPA, se vivió otra experiencia inusitada: la del crédito solidario. A pesar de haber sido una iniciativa aislada, la lógica que la orientó está inserta en el establecimiento de vínculos y relaciones de cooperación entre los actores sociales del medio rural y urbano. A partir de una situación de endeudamiento bancario de una familia agricultora, un grupo de consumidores rápidamente aportó los recursos necesarios para la cancelación de la deuda. La forma de pago para los consumidores fue en productos: cada semana el valor de la compra era deducido del monto prestado por cada uno de los consumidores (Karma, 2002).

Con la continuidad de las actividades, se produjo la formalización de la asociación civil en abril de 2000. Según la dirección actual de ACOPA, no hubo grandes dificultades en el período de fundación, salvo las exigencias burocráticas para el registro. En aquel momento, se destaca el apoyo técnico dado por el IDEC - Instituto Brasileño de Defensa del Consumidor - para la formalización de la iniciativa. De acuerdo con sus estatutos, los objetivos de ACOPA son: «la promoción de la relación entre consumidores y productores orgánicos, la divulgación de la importancia de la producción orgánica con el objetivo de lograr una mayor conciencia y participación del consumidor, y el aumento de los patrones de calidad de vida de los consumidores a través de la mejora de la calidad de los productos y servicios ofrecidos». En este sentido, ACOPA se diferencia de las asociaciones mencionadas anteriormente, puesto que no ejecuta directamente las actividades de comercialización o la distribución de productos.

Todo el trabajo desarrollado por ACOPA es de naturaleza voluntaria. Las actividades se concentran más en el campo de la educación ambiental, y principalmente, en el acercamiento y la integración entre consumidores y productores. Siguen realizándose visitas programadas de grupos de consumidores a las propiedades de los agricultores, y han demostrado ser un vector importante para el alcance de estos objetivos. La entidad está iniciando la ejecución de un proyecto de educación ambiental en escuelas básicas, enfatizando la producción y consumo de alimentos orgánicos. En paralelo con estas actividades, la acción de representación en el espacio público inicia una nueva fase con la inserción reciente en el Foro Nacional de Defensa del Consumidor. Aquí es interesante notar que la relación con los consumidores no se limita a la acción económica (de compra-venta), sino que incluye otros aspectos, por ejemplo, la educación ambiental.

Actualmente, ACOPA cuenta con cerca de 450 «simpatizantes contabilizados», de los cuales alrededor de 80 son miembros que pagan regularmente sus cuotas anuales. Sin embargo, según sus directores, la participación efectiva de los socios es muy pequeña, pocos son los que

contribuyen realmente con el trabajo de la asociación. Para su presidente, «se trata de una cuestión cultural en Brasil: las personas no tienen el hábito de asociarse, y el cambio de esta costumbre requiere esfuerzos a largo plazo. Otro problema es que el trabajo voluntario tiene que ser agradable, mientras que la formalización de la asociación requirió el cumplimiento de procedimientos poco placenteros, lo que ha dificultado la participación». Uno de los grandes desafíos señalados por la dirección es justamente el incremento de la participación efectiva de los socios en las actividades de la asociación; sin este incremento la asociación no podrá fortalecerse. La sustentabilidad financiera constituye otro desafío significativo. La dirección entiende que la sustentabilidad de la entidad depende de la capacidad de intensificar la participación de los miembros y la consolidación de la cooperación con otras entidades y grupos. Estas relaciones de cooperación han avanzado, principalmente con los agricultores participantes en la feria y con los órganos de la prefectura municipal de Curitiba, con el objetivo de mejorar cada vez más el funcionamiento de la feria y de otros canales de comercialización. En 2005, como fruto de estas relaciones, ACOPA comienza a contar con un espacio propio en la principal feria de productos orgánicos de Curitiba, donde se divulgan las actividades de la asociación, se atiende a los consumidores, se ofrecen los servicios de nutricionistas profesionales, y también se realizan conferencias y actividades culturales así como presentaciones musicales.

4. Desafíos e innovaciones en la acción colectiva de las organizaciones investigadas

El análisis de la trayectoria de las organizaciones investigadas nos permite realizar algunas inferencias y deducciones, en relación a los desafíos enfrentados por ellas, y a las innovaciones sociales generadas en su actuación. En relación a los desafíos, en primer lugar resaltamos, de acuerdo con Barthélemy (2000), la importancia del contexto en que ocurre la participación de los individuos en estas organizaciones. A la vez que coincidimos con la autora en que esta participación es tributaria de la lógica social general que rige el compromiso en el espacio público, constatamos que este compromiso es aun muy tímido, pues la organización de la sociedad civil en Brasil todavía se encuentra en un proceso de consolidación³. Apenas veinte años han transcurrido desde el fin de un periodo

³ Es importante destacar que solamente en la década 80, con el debilitamiento de la dictadura militar y el surgimiento de nuevos movimientos sociales, asistimos a la formación de las bases de la sociedad civil brasileña en un sentido positivo (no en contraposición al Estado o mercado). Tales movimientos tienen como foco en su génesis la ampliación de lo político y su revalorización en las últimas dos décadas pasan por un proceso acelerado de institucionalización, acompañado por una multiplicación de entidades y de redes, por un aumento de la profesionalización y por el cambio en términos de sistema del financiamiento. Todo esto también influyó en la redefinición del papel que las organizaciones de la sociedad civil asumen en la actualidad. Para una mayor profundización ver ANDION, C. y SERVA, M. (2004).

de veintiún años de interrupción del régimen democrático. Las instituciones políticas en general pasan por una transición profunda, las crisis se suceden, como expresión del intenso proceso de cambio, haciendo que se confronten nuevas y antiguas configuraciones de gobernanza⁴.

Al analizar la sociedad civil bajo la dimensión socio-histórica, verificamos que estamos actualmente en plena fase de aprendizaje democrático en el país, lo que se refleja en la institucionalización de la esfera de la sociedad civil. Con este telón de fondo, la sociedad civil asume nuevos papeles, ocupa nuevos espacios, se remodela, en un espacio donde lo viejo y lo nuevo se confrontan permanentemente. A pesar de esta ebullición, la práctica del nuevo asociacionismo y del cooperativismo se encuentra aún muy lejos del potencial que la sociedad civil representa, debido al corto tiempo de la redemocratización. Esta práctica, como cualquier otra práctica cultural, se construye en el largo plazo, en generaciones sucesivas, transmitiendo las enseñanzas que van a consolidar sus bases y al mismo tiempo van generando nuevas dinámicas. Las organizaciones de la sociedad civil en Brasil, principalmente las más recientes, como es el caso de las iniciativas de consumidores que aquí examinamos, son afectadas por las condiciones que caracterizan el momento histórico de la sociedad civil, aún en formación, en busca de identidad y reconocimiento.

Se agrega a este factor la constatación de que en una sociedad como la brasileña, caracterizada por un proceso acelerado de modernización, en oposición a los valores y costumbres tradicionales, el individualismo es estimulado y crece vertiginosamente, y así se delinea un cuadro donde la actuación en el espacio público a través de la participación activa en organizaciones es una acción que no está inscrita en las prioridades de la gran mayoría de los individuos. Esto es un obstáculo enfrentado por tres de las organizaciones analizadas en este estudio, las cuales reconocen claramente la magnitud de este desafío, siendo como fue señalado la causa principal del cierre de *Terracolhe*. Una organización de este tipo obtiene justamente su mayor fuerza del potencial que la unión de sus miembros representa para lograr los objetivos que el grupo se propone alcanzar. Sin la participación intensa de sus miembros, la organización corre el riesgo de no poder superar los retos de la supervivencia material o de la sustentabilidad— denominación muy empleada actualmente —además del riesgo de volverse inoperante, incluso si su supervivencia no está inmediatamente amenazada.

La sustentabilidad de una organización de la sociedad civil, además de ser vista desde una óptica económico-financiera, es también social. Según Pinheiro(2003), en un estudio que toma como base la concepción substantiva

⁴ Los patrones de gobernanza democrática, exigidos por las nuevas políticas públicas que se implementaron, sobre todo a partir del proceso de descentralización y democratización, luego de la constitución de 1988, coexisten con patrones autoritarios, clientelares y paternalistas típicos del proceso de creación y consolidación del Estado brasileño.

de la economía, en una asociación civil la sustentabilidad social subyace a la sustentabilidad económico-financiera, creando las condiciones para la viabilidad de esta última, y constituyendo su soporte. Por lo tanto, el desafío del compromiso real de los miembros es fundamental para el enfrentamiento de los demás desafíos en la trayectoria de las organizaciones investigadas.

En el subsector de la economía de los productos orgánicos, las dificultades de organización y compromiso en la acción colectiva parecen ser más agudas en la asociación de consumidores que en la asociación de productores. Con eso no queremos decir que los problemas estarían resueltos en el ámbito de la producción, pero es evidente que del lado de la producción, principalmente en la agricultura familiar, la sociedad civil avanzó mucho más en organización. Varios factores se podrían enumerar para explicar este desequilibrio, pero éste no es el objetivo del presente trabajo. Sin embargo, si consideramos algunos factores como la historia de los movimientos sociales, las luchas desarrolladas en el sector rural a través del tiempo, el hecho de que la producción esté, quizás, más directamente ligada a la supervivencia, la diferencia de clases sociales implicadas en el esfuerzo asociativo de la producción en relación al esfuerzo asociativo del consumo, entre otros, estaríamos confirmando la importancia de tomar en cuenta la «lógica social general que conduce la inscripción en el espacio público», en una visión socio-histórica.

La creación de la organización, el momento crítico donde los individuos se lanzan como actores al espacio público, también parece tener relación con los «factores sociológicos presentes en el contexto», según lo señala Berthélemy (2000). Queremos hacer referencia a la existencia anterior de otras instituciones que defienden intereses relacionados con los de la nueva organización y que están situadas en territorios contiguos a los lugares donde las iniciativas están por nacer. En las asociaciones investigadas, constatamos que algunas de ellas fueron apoyadas o influenciadas por otras organizaciones que actuaban en campos de interés próximos. Incluso en los casos en que no se concretó el apoyo, la existencia de otras organizaciones con intereses convergentes representó una fuente de inspiración para que los actores se lanzaran al espacio público. Se constató entonces que una aproximación entre consumo y producción, que permita un fortalecimiento real del subsector de la economía de productos orgánicos, también depende de la influencia de otros actores sociales, además de los productores y los consumidores, como los técnicos, los medios, las ONGs y el propio Estado. En las organizaciones investigadas, esas interconexiones aún no son fuertes ni suficientes, a pesar de la existencia de redes de apoyo local. Verificamos que, a veces, la participación en una red no significa necesariamente un apoyo real, y no se consiguen siempre los beneficios de sinergia y solidaridad. Así, el fortalecimiento de las redes y su funcionamiento efectivo se presentan como un desafío.

Otro aspecto relevante en el análisis de los casos se refiere a la forma en la cual ocurre el paso de un nivel de sociabilidad a otro nivel. En tres de los cuatro grupos aquí presentados, podemos constatar que las relaciones de

sociabilidad de tipo primario - las relaciones de amistad, la pertenencia a una misma comunidad, la convivencia en la ferias - estaban presentes en su origen, y así, en todos estos casos la organización ha representado un «operador de conversión» entre el nivel de sociabilidad primaria y el nivel institucional (Laville, Evers, Poujol y Vaillancourt ,1997). Sin embargo, estos autores reconocen que el proceso de la «conversión» es complejo, ya que la acción colectiva se desenvuelve en la frontera entre espacio privado y espacio público. Esta posición, en la cual el actor se ve en el límite de dos sectores, es en sí misma una contradicción en razón de la diferencia de lógicas predominantes en cada sector. Para el Grupo de Consumidores Responsables, por ejemplo, la falta de formalidad es, por lo menos hasta el presente, la solución para su supervivencia en las condiciones existentes. A su vez, la dirección del ACOPA reconoce que con la formalización de la asociación, el grupo fue obligado a asumir una serie de actividades «no agradables», que hace difícil la participación activa de las personas en una acción permanentemente voluntaria. Sea en razón de la viabilidad económica, sea en función de las características de la actividad, placentera o no, la formalización que acompaña el paso de un nivel de sociabilidad social primario a un nivel institucional se ve positivamente como un mecanismo de inclusión en la «comunidad política», pero como contrapartida puede causar nuevos desafíos para los agentes implicados. La dicotomía se presenta bajo preguntas que no son nuevas, pero que parecen ser recurrentes: ¿formalizar o no el grupo? ¿Institucionalizar o no la acción colectiva? ¿Hasta qué punto?

No creemos tener respuestas «correctas» y soluciones replicables a tales preguntas. En el mundo burocratizado de las grandes organizaciones gubernamentales y empresariales, frente a la incertidumbre provocada por las preguntas que se originan en contradicciones y producen dicotomías, se reacciona casi siempre a través de la búsqueda de soluciones que puedan replicarse. El combate contra la incertidumbre es la regla, el riesgo es cada vez más objeto de cálculo matemáticamente elaborado. Pero, tales organizaciones son casi siempre traducidas y replicadas de la razón instrumental que fundamenta el «sistema», como lo concibe Habermas (1987). Por esa razón, en ellas las relaciones que caracterizan la sociabilidad primaria desaparecen a favor de aquellas que marcan la sociabilidad secundaria, con la institucionalización.

Éste no parece ser el caso de las organizaciones de la sociedad civil tratadas aquí. En estas organizaciones, la incertidumbre es intensamente vivenciada, la fragilidad económica también profundiza y actualiza cotidianamente esa incertidumbre. Las contradicciones y las opciones en las dicotomías que se presentan son enfrentadas de manera cotidiana a través de la confrontación de las lógicas de acción, «pudiendo ir para uno u otro lado según sus orientaciones y su etapas de desarrollo», como afirman Laville y sus colaboradores. En esta confluencia de lógicas tan diversas reside la fragilidad y, al mismo tiempo, la fuerza de estas organizaciones. ¿Por cuánto tiempo el grupo de consumidores responsables continuará al margen de la institucionalización? ¿Cómo ACOPA hará, en la práctica cotidiana, la síntesis

entre actividades «placenteras» y «no placenteras»? Solamente la trayectoria - incierta, llena de avances y retrocesos, pero portadora del potencial creativo - de estos grupos aportará las respuestas. Al examinar su trayectoria hasta el presente, deducimos que cuanto más centrada en la creatividad, más formas de concretización de su potencial la organización podrá vislumbrar, cada grupo encontrando su propia síntesis en la confrontación de lógicas, en medio de la presión que esta confrontación genera. Y es justamente por el hecho de no apostar a la institucionalización máxima que tales organizaciones, en principio, pueden ser más creativas y sobrevivir a pesar de los conflictos que marcan la zona de tensión en qué se sitúan. A pesar de las dificultades para la obtención de recursos materiales y financieros, las asociaciones continúan su marcha, aun transformándose en otra asociación como en el caso del Terracolhe.

Otro desafío común a todas las asociaciones de consumidores que colaboraron para la realización de este estudio es la relación con la burocracia oficial. Todos los grupos investigados han experimentado el desafío de hacer frente a la burocracia gubernamental: sea en el momento de la formalización, sea en las relaciones a lo largo de la existencia de la asociación, en la falta de incentivos del gobierno o en el peso de los tributos. Estas organizaciones participan del espacio público caracterizado por las confrontaciones y negociaciones entre clases, grupos y sectores sociales. La búsqueda de reconocimiento y legitimación por parte del Estado es, en sí misma, parte de la lucha confrontada por las organizaciones de la sociedad civil y podrá o no ser fortalecida en su proceso de institucionalización dependiendo del avance de la práctica democrática en el país.

A pesar de la existencia de una serie de desafíos y fragilidades en las organizaciones investigadas, la constatación de que las organizaciones de consumidores están siendo creadas y están participando del juego institucional en el espacio público puede indicar el reconocimiento de la sociedad multicéntrica (Guerrero Ramos, 1989). Como analistas de lo social emergente, podemos constatar que estas organizaciones son portadoras de procesos de innovación en el ámbito de la economía, en la medida en que hacen convivir (sin establecer una dicotomía) el principio de reciprocidad y el principio de intercambio mercantil. Una de las dimensiones principales de la innovación reside en el acercamiento entre consumidores y productores, relaciones poco presentes y valoradas en la economía de mercado. En este sentido, detectamos señales de la construcción de un proceso que puede hacer repensar a la «sociedad centrada en el mercado». Para ello, es esencial que este movimiento no se limite a la actividad económica del intercambio en sí mismo, sino que contenga otras dinámicas (como se observa en el caso de ACOPA), creando un movimiento que inspire a nuevos actores, nuevas instituciones e influencie el imaginario social, generando nuevas prácticas y comportamientos. El enfoque socio-histórico de un fenómeno no puede prescindir de la dimensión imaginaria como categoría del análisis. Esta dimensión, de acuerdo a Castoriadis (1982), constituye un nivel importante de la realidad de los grupos, en la medida en que la inscripción de significados en

el imaginario social instituye y da sentido a las acciones de los individuos, impulsando así la acción colectiva.

Ya en el campo de la acción política, podemos afirmar que la innovación consiste en la acción del consumidor no sólo como «agente económico» sino como actor social, que se desenvuelve en el espacio público, junto con otros actores, buscando transformar su realidad. Al aproximarse productores y consumidores, promover visitas a las propiedades, implementar proyectos de educación ambiental, negociar los precios y demás condiciones del intercambio comercial y hasta practicar el crédito solidario, las organizaciones de consumidores insertan la acción económica en un proceso de regulación que va mucho más allá de la economía de los intercambios convencionales del mercado. La combinación de diversas lógicas y principios de regulación crea condiciones propicias para las innovaciones sociales, no sólo en la economía, sino también en la acción política. Según Muniz y otros (2003: 314), «el mercado de productos orgánicos revela a la sociedad civil, nuevas mediaciones, nuevos intereses, nuevos actores, conformando nuevos mecanismos de regulación. Los autores analizan el mercado de productos orgánicos y concluyen que «no es el mercado el factor principal para el desarrollo de la agricultura orgánica, sino la capacidad de organizarse para la producción y el procesamiento de los productos» (Muniz *et al.*, 2002:329).

Darolt (2002) también resalta que uno de los mayores impedimentos actuales de la dimensión político-institucional en campo de la producción orgánica reside en la ausencia de una metodología adecuada de difusión del sistema orgánico que refuerce el acercamiento entre el agricultor y el consumidor. Considera que el diálogo directo entre productores y asociaciones de consumidores es una de las condiciones de éxito de la agricultura orgánica, y que la organización de los circuitos de comercialización constituye un desafío. La principal estrategia para enfrentar este desafío está basada en la organización de los agricultores para la comercialización.

Sin embargo, al examinar la acción de las organizaciones de consumidores estudiadas, percibimos que estos actores contribuyen directamente en atenuar las trabas en la dimensión política-institucional, cuando se proponen crear canales de comunicación y interacción entre la producción y el consumo, involucrando escuelas, medios de comunicación, ONGs, el Estado, entre otros actores. De este modo, creemos que el fortalecimiento de los circuitos de comercialización y la relación consumidor-productor, pasan no sólo por una estrategia de organización de los agricultores, sino también por la organización de los consumidores, vistos como ciudadanos y actores protagonistas en el proceso de difusión de nuevos valores y comportamientos en lo referente al consumo de alimentos.

Además, creemos que la concepción de una economía plural nos parece más adecuada para el análisis de esta problemática. Este concepto revela y hace emerger inagotables posibilidades de innovación social: hibridaciones, combinaciones de recursos incluyendo conocimiento, energía, creatividad,

prácticas de reciprocidad, recursos monetarios y no monetarios, disminuyendo la distancia entre los actores que producen y consumen. Este punto de vista busca integrar análisis y elaboración de propuestas que permean toda la cadena de valor, responsabilizando a los actores implicados y al mismo tiempo, reconociendo su papel político en las soluciones a los problemas generados por la actividad económica. Las combinaciones entre diferentes polos de la actividad económica, materializada en las interacciones negociadas entre organizaciones de la sociedad civil, el Estado y el sector privado buscando implementar proyectos de interés común, son portadoras de innovación y demuestran la validez de la idea de una economía plural (Sauvage, 1996; Laville, 1999; Lévesque, 2003). De este modo, la responsabilidad de la buena marcha del proceso en su conjunto pasa a ser compartida, lo que se ajusta mucho más a una perspectiva socio-ambiental que confiere sentido a la economía de productos orgánicos, e se inserta en una concepción ecosistémica.

Conclusiones

La decisión de emprender un estudio sobre la organización de consumidores confrontados a las cuestiones ambientales, nos hizo dar un pequeño paso hacia la reducción de nuestra ignorancia sobre una importante dimensión de estas cuestiones. El enfoque por el cual optamos, nos permitió la inserción en un espacio poco visitado por los colegas investigadores que parecen estar iniciando un nuevo campo de estudios en la producción-consumo de los productos orgánicos. Como la dimensión de la producción es objeto de estudios que se multiplican rápidamente, la dimensión del consumo, notablemente en la óptica del consumidor, como actor social, parece no estar muy valorizada. Partimos del punto de vista que al asumir el desafío de analizar el consumidor como actor, podríamos dar una contribución al conocimiento sobre la acción colectiva, tanto en el campo económico, como político, mostrando así que esa acción es un motor importante de innovación y transformación frente a la crisis socio ambiental que vivimos.

El enfoque socio-histórico está centrado en el funcionamiento asociativo, en conformidad con la propuesta de Haeringer, Laville y Sainsaulieu (1997), que nos ayudó a conocer un poco más de cerca la realidad de las organizaciones de consumidores de productos orgánicos. El análisis del funcionamiento asociativo de cuatro experiencias desarrolladas en los estados de del Paraná, Santa Catarina y Río Grande do Sul, a la luz del contexto socio-histórico de la sociedad civil, nos hizo constatar que experiencias de ese tipo revelan nuevas posibilidades para el reconocimiento de una economía plural, una sociedad multicéntrica y para el fortalecimiento de la democracia.

Al acercarnos a la acción colectiva, percibimos que enfrenta diversos desafíos, pues los actores que se ven examinados en todo momento cuando van del sector privado al sector público. Los desafíos van surgiendo desde la fase inicial, cuando las organizaciones son creadas, y continúan haciendo parte

de su trayectoria. La selección entre lógicas de acción diversas, algunas veces hasta conflictivas entre sí, exige creatividad, tenacidad y una capacidad de esos actores para «navegar» en la frontera entre esfera privada y pública. Frontera compleja, vivida como zona de tensión, muchas veces difusa, pero presente en problemas cotidianos concretos, afectando la sustentabilidad de las organizaciones y haciendo surgir varios conflictos. La magnitud de estos desafíos es ampliada debido al momento histórico por el cual pasa la sociedad civil en Brasil, un momento de reorganización, en el cual muchas incertidumbres y trazos de autoritarismo colocan en jaque el reconocimiento de la sociedad civil y su legitimación como sector de acción política relativamente independiente frente al Estado y al mercado. En ese contexto se manifiesta la fragilidad de estas organizaciones, que enfrentan exigencias y desafíos que siempre están amenazando su continuidad; sus recursos materiales muchas veces no permiten superar los desafíos que se le presentan. La baja intensidad de la participación de parte de sus miembros, en algunos casos no permite identificar esta participación como «activa». La participación activa es vista por los propios actores como fundamental para el éxito de las organizaciones, pero ella constituye un desafío más que se instala desde el momento de la creación de la asociación. En una sociedad civil en reorganización, la participación en asociaciones aún no parece ser atractiva para muchos individuos.

Si el contexto trae enormes desafíos que acaban por revelar la fragilidad de estas asociaciones, por otro lado ellas continúan su marcha. El hecho de ubicarse en la frontera compleja entre dos esferas ofrece una gama de posibilidades y revela la capacidad de esas organizaciones para superar aquellos desafíos. La frágil institucionalización de esta acción colectiva le confiere movilidad y condiciones favorables para establecer alianzas, que desdibujan la separación entre los papeles de consumidores y productores, separación impuesta por la economía de mercado mediante la inscripción de significados en el imaginario social que prescriben a priori los guiones que los actores deben desempeñar en la escena de las actividades económicas. Los consumidores-actores se vuelven así «emprendedores colectivos» innovando en la escena socio-organizacional mediante la combinación de diversas lógicas de acción, delineando así algunos contornos de una sociedad multicéntrica. Para comprender mejor su contribución, es necesario acompañar más de cerca la actuación de esas organizaciones a largo plazo, ellas merecen la inversión en investigaciones de campo que traten de «sorprender a los actores en acción.»

En este trabajo, hemos explorado un nuevo enfoque sobre un viejo actor, el consumidor, como protagonista del binomio producción-consumo. Estamos convencidos que el estudio del sector del consumo, enfocado en los procesos de la acción colectiva democrática y portadora de posibilidades de transformación social, puede ayudar a aclarar los procesos de inscripción social de la economía. Por lo eso, convidamos a colegas investigadores interesados en tales cuestiones a ayudarnos en esta caminata.

Referencias

- ANDION, Carolina y SERVA, Mauricio (2004), «Por uma visão positiva da sociedade civil: uma análise histórica da sociedade civil organizada no Brasil». *Cayapa. Revista Venezuelana de Economía Social*. Año 4, no 7, p.9-26.
- ARENDT, Hanna. (1991), *A condição humana*. Forense Universitária, Rio de Janeiro.
- BARTHÉLEMY, Martine (2000), *Associations : un nouvel âge de la participation ?* Presses des Sciences Po, Paris.
- BAUMAN, Zygmunt (2000), *Em busca da política*. Jorge Zahar, Rio de Janeiro.
- BOBBIO, Norberto (1999), *Estado, Governo e Sociedade*. Paz e Terra, Rio de Janeiro.
- BYÉ, Pascal, SCHMIDT, V. e SCHIMIDT, Wilson (2002), «Transferência de dispositivos de reconhecimento da agricultura orgânica e apropriação local: uma análise sobre a Rede Ecovida», *Desenvolvimento e Meio Ambiente*, no. 6, julho-diciembre, p.11-28.
- CASTORIADIS, Cornelius (1982), *A instituição imaginária da sociedade*. Paz e Terra, Rio de Janeiro.
- COHEN, Jean L. y ARATO, Andrew (1997), *Civil Society and Political Theory*. MIT Press, Cambridge.
- DAROLT, Moacir (2002), *Agricultura orgânica: inventando o futuro*. IAPAR, Londrina.
- FERNANDES, Rubem (1994), *Privado, porém público: o terceiro setor na América Latina*. Relume-Dumará, Rio de Janeiro.
- FERREIRA, Angela Duarte, y BRANDEMBURG, Alfio (orgs.) (1998), *Para pensar outra agricultura*. Editora da UFPR, Curitiba.
- GIDDENS, Anthony (1996), *Para além da esquerda e da direita. O futuro da política radical*. UNESP, São Paulo.
- GUERREIRO RAMOS, A. (1989), *A nova ciência das organizações – uma reconceitualização da riqueza das nações*. 2a ed. FGV, Rio de Janeiro.
- HABERMAS, Jurgens (1987), *Teoria de la acción comunicativa*. Vols. I e II. Taurus, Madrid.
- HABERMAS, Jurgens (1992), «L'espace public, 30 ans après», *Quaderni*, no 18, automne, 1992.

- HAERINGER, J., LAVILLE, J.-L., SAINSAULIEU, R. Penser l'association : du projet au fonctionnement, in : L'association : une liberté propre à la démocratie, in : Sociologie de l'association : des organisations à l'épreuve du changement social. Paris : Desclée de Brouwer, 1997.
- KARAM, K. O consumo de alimentos saudáveis: a experiência da Associação de Consumidores de Produtos Orgânicos do Paraná – ACOPA, in: V Encontro da Sociedade Brasileira de Sistemas de Produção e V Simpósio Latino-americano sobre Investigação e Extensão em Sistemas Agropecuários Latinos. Florianópolis, maio, 2002.
- KEANE, J. Democracy and civil society. London: Verso, 1988.
- LAVILLE, J.-L. L'association : une liberté propre à la démocratie, in : Sociologie de l'association : des organisations à l'épreuve du changement social. Paris : Desclée de Brouwer, 1997.
- LAVILLE, J.-L. Une troisième voie pour le travail. Paris : Desclée de Brouwer, 1999.
- LAVILLE, J.-L. e NISSEN, M. Une analyse économique du rôle des associations, in : L'association : des services sociaux entre associations, État et marché. Paris : La Découverte, 2001.
- LAVILLE, Jean-Louis, EVERS, Adalbert, POUJOL, Geneviève y VAILLANCOURT, Yves (1997), «Association et société», en LAVILLE, Jean-Louis y SAINSAULIEU, Renaud (dir.), *Sociologie de l'association : des organisations à l'épreuve du changement social*. Desclée de Brouwer, Paris.
- LÉVESQUE, Benoît (2003), «Reconversion industrielle et société civile – principaux défis», en FONTAN, Jean-Marc, KLEIN, Juan Luis, LÉVESQUE, Benoît (dir.), *Reconversion économique et développement territorial*. Presses de l'Université du Québec. Sainte-Foy.
- LAPIETZ, Alain. *Audácia, uma alternativa para o século 21*. Nobel, São Paulo.
- MUNIZ, José *et al.* (2003), Mercado de produtos orgânicos: além do natural, in: Stringheta, Paulo y Muniz, José. (orgs.) Alimentos orgânicos: produção, tecnologia e certificação. Viçosa: UFV,.
- NETO, A., STEFANI, M. e PEZZI, S. (2003), Gestão de marketing para organizações do Terceiro Setor. Modigraf, Londrina.

- PAULILO, Maria Ignez y SCHMIDT, Wilson (orgs.) (2003), *Agricultura e espaço rural em Santa Catarina*. Editora da UFSC, Florianópolis.
- PINHEIRO, D. (2003), *Sustentabilidade de ONGS: um estudo de caso na organização AFECE - Associação Franciscana de Educação ao Cidadão Especial*. Dissertação de mestrado em administração. UFPR, Curitiba.
- POLANYI, Kart (1975), «L'économie en tant que procès institutionnalisé», en Polanyi, Karl e Arensberg, Conrad (orgs.) *Les systèmes économiques dans l'histoire et dans la théorie*. Librairie Larousse, Paris.
- REDE ECOVIDA de AGROECOLOGIA. Disponible en : <<http://www.ecovida.org.br>>. Consultado el 25 de septiembre de 2005.
- SACHS, Ignacy (2000), *Caminhos para o desenvolvimento sustentável*. Garamond, Rio de Janeiro.
- SAUVAGE, Patrice (1996), «Synthèse», en *Réconcilier l'économie et le social – vers une économie plurielle*. OCDE, Paris.
- SERVA, Mauricio (1997^a), «A racionalidade substantiva demonstrada na prática administrativa», *Revista de Administração de Empresas*, v. 37, n. 2, abr/jun., p. 18-30.
- SERVA, Mauricio (1997^b), «Abordagem substantiva e ação comunicativa: uma complementaridade frutuosa para a teoria das organizações», *Revista de Administração Pública*, 31(2):108-34.
- SERVA, Mauricio (1996). *Racionalidade e organizações - o fenômeno das organizações substantivas*. Tese de doutorado, EAESP-FGV.
- SCHERER-WARREN, Ilse (1999), *Cidadania sem fronteiras: ações coletivas na era da globalização*. Hucitec, São Paulo.
- SCHERER-WARREN Ilse y KRISCHKE Paulo (orgs.) (1987), *Uma revolução no cotidiano? os novos movimentos sociais na América do Sul*. Brasiliense, São Paulo.
- TELLES, Vera da Silva (1987), «Movimentos sociais: reflexões sobre a experiência dos anos 70», in Scherer-Warren I. e Krischke P. J. (orgs.) *Uma revolução no cotidiano? Os novos movimentos sociais na América do Sul*. São Paulo: Brasiliense, 1987.