

Comunicação Oral

INFORMAÇÃO EM REDE NO CONSUMO RESPONSÁVEL: A EXPERIÊNCIA DA REDE ECOLÓGICA

Nadia Bernuci Santos - IBICT / UFRJ
Liz-Rejane Issberner - IBICT / UFRJ

Resumo

Esta pesquisa aborda a dinâmica dos fluxos de informação de uma rede organizada em torno do consumo responsável. Parte de uma perspectiva ampla onde a questão ecológica emerge evidenciando a insustentabilidade do sistema de produção e consumo ante o esgotamento de recursos naturais. A partir daí, o tema aproxima-se de aspectos associados ao consumismo enquanto importante operador desse modelo de crescimento capitalista, trazendo para o debate a constituição de movimentos que se opõem ao consumismo e buscam uma transformação por meio de uma práxis social que contraria a lógica de mercado dominante. A pesquisa selecionou para a elaboração de um estudo de caso um grupo de ativistas que se organizam num movimento denominado Rede Ecológica (RE). Para realização desta investigação foi empregada a Análise de Redes Sociais e elementos obtidos por meio de entrevistas e levantamentos *in loco*. A pesquisa mostrou que a RE adota em sua prática princípios ecológicos e de justiça social. Utiliza amplamente as TIC em seus processos diversos e segue princípios gestão participativa em suas atividades.

Abstract

This research focuses on the dynamics of information flows in a network organized around responsible consumption. Departing from a broad perspective where the ecological question emerges, this research points out the non-sustainability of the production and consumption system vis-à-vis the depletion of natural resources. The research criticized aspects associated of consumerism as a key-factor in the capitalist growth model. In so doing, it brings to the debate the emergence of movements opposed to consumerism that encourage the transformation through a social practice against the dominant market logic. The research conducted a case study with a group of activists who organized themselves in movement called Rede Ecológica (RE). To carry out this research we used the analysis of social networks and information obtained through interviews and surveys *in loco*. The collective buying is the operating strategy of this group and therefore demands work and information between internal members. The research point out that RE adopts in their current practices ecological ad social principles. It also makes extensive use os ICT in a variety of procedures and follows participative management in vast array of internal and external activities.

1 INTRODUÇÃO

A pesquisa traz para o debate a constituição de movimentos que se opõem ao consumismo e buscam transformação por meio de uma *práxis* social contrária à lógica de mercado capitalista, vista como grande propulsor da crise ecológica e social contemporâneas. Com o estudo de caso, evidencia-se a dinâmica comunicacional de um movimento social

organizado em torno do consumo responsável. Para isso, o presente trabalho adota a perspectiva das redes de informação e comunicação, de modo a identificar o *modus operandi*, do movimento, a partir do mapeamento dos canais e fluxos de informação e comunicação internos e externos envolvendo os seus membros. A ideia é avaliar se e como os grupos adotam princípios ecológicos e de justiça social nas suas práticas e, ainda, se utilizam formas democráticas de participação interna e externamente. Para isso foi desenvolvida uma pesquisa de campo numa organização, onde essas questões foram investigadas com base em um levantamento de sua dinâmica comunicacional.

A Rede Ecológica (RE), selecionada para o estudo de caso, é um grupo de consumidores responsáveis do estado do Rio de Janeiro. As operações da RE são vistas como ações de informação. Com isso, foi utilizado o modelo proposto por Wersig e Windel (1985) e posteriormente reformulado por Gonzalez de Gomez (1985), com o intuito valorizar os elementos cognitivos e sociais do processo, que pautam o modo de agir relativo às formas de produção, apropriação e compartilhamento da informação.

Para que seja efetiva a comunicação entre a sociedade civil e a esfera pública, acredita-se que os grupos organizados podem fortalecer sua argumentação crítica por meio de fluxos comunicativos, gerados pela troca de informações nos fóruns de discussão pública, em um processo de formação de discurso fortalecido pelas diferentes argumentações. Para a análise das trocas discursivas nos fóruns públicos, foi tomado como base o modelo de esfera pública de Habermas (1997), no qual os fluxos comunicativos do mundo da vida chegam às esferas de discussões mais amplas. A esfera pública que emerge deste cenário conforma a arena de discussão entre três atores principais: o Estado, o mercado e a sociedade civil.

Com a perspectiva da sociedade civil, a noção de Redes Sociais propicia um arcabouço teórico-metodológico para tratar da organização social em rede, forma predominante de organização dos movimentos sociais contemporâneos. Para isso, foram considerados autores que trabalham com a teoria das Redes Sociais em diferentes perspectivas, tais como Barry Wellman e Berkowitz (1991) e Diani (2003). O foco da ação coletiva neste trabalho exige que sejam considerados ainda os conceitos que envolvem os movimentos sociais. Segundo Diani (2003), a perspectiva das redes oferece o entendimento da multiplicidade dos níveis de experiência, normalmente encontrados nos processos de ação coletiva e mobilização popular.

Além da revisão bibliográfica, foi adotada uma abordagem qualitativa e quantitativa, no Estudo de Caso. Foram também utilizados fundamentos de Análise de Redes Sociais e instrumentos auxiliares, visando identificar as características essenciais das redes e, ainda, a

interação entre os atores que a compõem. A ideia foi conhecer as formas de atuação e mobilização adotadas pelo grupo estudado.

2 O CONSUMO NA PAUTA DOS MOVIMENTOS ECOLÓGICOS

Usamos os recursos planetários para produzir arados ou canhões? Essa indagação proposta por Georgescu-Roegen (apud ACSELRAD, 2010), revela, ainda que de modo muito rudimentar, a relação entre ecologia e a economia e seus possíveis desdobramentos políticos. Kempf (2012) estima que 20% a 30% de toda população mundial consome de 70% a 80% dos recursos extraídos anualmente da biosfera. Considerando os limites na utilização dos recursos planetários, a apropriação dos recursos e a forma como somos afetados pelo descarte dos resíduos produtivos, são pontos de conflitos que mobilizam grupos de interesse poderosos e, cada vez mais, a sociedade civil. Ecologia, para Georgescu-Roegen, “não se traduz apenas em quantidades escassas, mas na qualidade das relações sociais que fundam os usos sociais do planeta” (apud ACSELRAD, 2010). O embate entre forças sociais vão no sentido de maximizar o acesso aos recursos naturais (minerais, florestas, água potável, petróleo) e minimizar os efeitos danosos (poluição ambiental, doenças, perda de biodiversidade), seja dentro do modo de produção capitalista, seja contestando esse modelo produtivo.

Para a criação de demanda, a indústria passou a produzi-la antes mesmo do produto. (PORTILHO, 2007). Um dos pilares do modo de produção capitalista está na dependência do crescimento da produção e do consumo incessante como motores da acumulação. Bauman (2008) fala da “cultura consumista” e a define como:

um modo peculiar no qual os membros de uma sociedade de consumidores pensam em seus comportamentos, ou pelo qual se comportam de forma irrefletida” – ou, em outras palavras, sem pensar no que consideram ser seu objeto de vida e o que acreditam ser os meios corretos de alcançá-lo (BAUMAN, 2008, p.70)

Na percepção de Bauman, a “sociedade de consumidores”, alimentada pela cultura consumista é potencializada pelo papel da publicidade. Para Harvey, a publicidade é “a arte oficial do capitalismo” (Harvey, 2009 p. 65), introduzindo, principalmente a partir dos anos 1960, uma nova estética para produzir desejos e garantir a ampliação de mercados.

Ainda que marginais, as forças contrárias ao sistema hegemônico de produção e consumo, se mobilizaram no início dos anos 1960, antes mesmo da emergência da crise ecológica. O ativismo anti consumismo, ou por um consumo consciente, assume conotações diferenciadas, contrapondo-se a aquilo que Žižek (1998) denominou de consumismo apolítico passivo que é, segundo ele, um dos traços que caracterizam o capitalismo contemporâneo.

Kempf (2012) acredita que o sentimento de solidariedade, que motiva muitas organizações da sociedade civil, tem potencial de transformar o modelo cultural existente.

Gedron e Turcotte (2006) denominam de Novos Movimentos Sociais Econômicos as organizações típicas da sociedade mundializada. Inseridos nesta tipologia, estão os movimentos da Economia Solidária, Comércio Justo e Consumo Responsável. O comércio justo (*fair trade*) é um movimento que se iniciou nos Estados Unidos nos anos 50 e se estendeu para vários países da Europa, América Latina e Japão. (SCHNEIDER, 2007). Segundo os Nicholls e Opal (2006), nas rodadas multilaterais de negociação da Organização Mundial do Comércio em Doha, Seattle e Gênova, protestos chamaram atenção de alguns consumidores ocidentais desiludidos com a globalização, dando origem, assim a movimentos como *Fair Trade*.

Seguindo alguns dos princípios propostos pelo Comércio Justo, o Consumo Responsável, segundo o Instituto Kairós (2010), pode ser definido como “capacidade de cada pessoa ou instituição pública ou privada, escolher e/ou produzir serviços e produtos que contribuam, de forma ética e de fato, para a melhoria de vida de cada um, da sociedade e do ambiente”. A noção de consumo responsável tem origem em posições dos movimentos ecológicos e de defesa dos consumidores (MANCE, 2003; CORTEZ, 2009).

3 A PESQUISA DE CAMPO NA REDE ECOLÓGICA

A pesquisa de campo teve como objetivo elaborar uma análise crítica da dinâmica comunicacional da Rede Ecológica, à luz das tendências dos movimentos contemporâneos da sociedade civil, alinhados com a defesa de valores ecológicos e comprometidos com princípios democráticos.

Adotando abordagem qualitativa e quantitativa, a pesquisa tomou como base algumas fundamentações de Estudo de Caso com base em fundamentos de Análise de Redes Sociais, visando identificar as características essenciais de um movimento social e a interação entre seus atores. A ideia foi conhecer as formas e princípios de atuação e mobilização adotadas pelo grupo. A análise dos resultados foi realizada a partir da comparação das informações levantadas de três formas distintas:

- Observação presencial em atividades participativas da rede;
- Entrevistas não estruturadas com pessoas pré-determinadas e;
- Análise de respostas de um questionário aplicado a integrantes da RE.

4 METODOLOGIA DA PESQUISA

Identificar os tipos de ator participantes de uma rede é parte essencial para o estudo das redes sociais. Nesta forma de pesquisa, geralmente não há uma amostra e sim uma população identificada. (HANEMANN; RIDDLE, 2005). A identificação da população se deu a partir da indicação sucessiva de novos atores por membros da RE. Cada pessoa entrevistada, deveria indicar: *três pessoas com quem trocava informações dentro da RE; o tipo de conteúdo dessa troca e; os canais utilizados nessa interação*. Para coleta de dados, foram utilizados métodos complementares com duplo objetivo: levantar dados sobre os atributos e funcionamento da rede como um todo e da interação entre os atores que a compõem.

Para os dados sobre a interação entre os atores Haythornthwaite (2009) sugere a observação desses atores, seus papéis desempenhados e ainda os ‘produtos’ gerados. Para isso, são considerados os documentos produzidos em conjunto, atas e relatórios de eventos em que os atores estão presentes, redes maiores a que pertencem e outros dados coletados a partir de mensagens disponíveis em grupos ou fóruns virtuais. Em se tratando de um movimento que interage por meio de reuniões, encontros e de atividades relacionadas à compra coletiva, esta forma de coleta é adequada, principalmente para dados sobre quem participou dos eventos e quais foram as informações repassadas aos demais membros da rede. Essa técnica foi fundamental para identificação dos entrevistados, o funcionamento geral da rede e ainda auxiliou na elaboração dos instrumentos de pesquisa.

Para o levantamento dos atores que compõem a rede, a principal forma de coleta foi a entrevista não estruturada com um membro da “Comissão de Pesquisa”, que tem como finalidade apoiar e acompanhar os resultados de pesquisas acadêmicas. A entrevista buscou levantar dados sobre a rede em geral, incluindo seu histórico e evolução, assim como a relação dos atores e suas responsabilidades na RE. A partir daí, foram realizadas entrevistas com outras 5 pessoas indicadas por serem mais antigas na RE e atuarem a frente do movimento social.

O questionário foi o instrumento de pesquisa utilizado para mapear o fluxo de informações da RE. Como nos estudos de redes não há uma amostra e sim uma população identificada, os integrantes citaram outros e o tamanho da amostra corresponde ao número de membros trocava informações sobre os temas pertinentes no âmbito da RE.

Na fase de análise dos dados foram realizadas a codificação e tabulação dos dados coletados. Para preservar a identidade dos respondentes os nomes dos participantes foram substituídos por códigos. Os dados obtidos no questionário foram codificados da seguinte forma: Os nomes dos participantes e os indicados por eles receberam uma letra por ordem

alfabética e de ocorrência das respostas. Em relação à existência da relação informacional entre atores foi atribuído “1” e na falta dela, “0”. Quanto à frequência das interações, a codificação foi feita por valores numéricos de 1 a 3, em que “1” representou a mais baixa frequência sendo “Pelo menos uma vez por ano” e 3 para a mais alta, “diariamente”.

5 DINÂMICA COMUNICACIONAL DA REDE ECOLÓGICA

Rede Ecológica é o nome de um grupo organizado em torno do consumo responsável, localizada no estado do Rio de Janeiro, atuando por meio da compra coletiva de produtos orgânicos e/ou agroecológicos. A ideia é que os membros tenham contato direto com os produtores e participem da gestão da rede. Os membros se encarregam da interação com os produtores, do transporte, da distribuição, da gestão financeira e das demais ações, que envolvem tanto a parte operacional da compra coletiva, quanto a atualização no tema do consumo responsável.

Neste aspecto, é importante salientar que a compra coletiva não está dissociada dos problemas ecológicos e sociais gerados pelos padrões de consumo da sociedade contemporânea. O *site* da RE descreve atividades de reaproveitamento de embalagens, agroturismo, representação em campanhas, grupos de trabalho e organizações envolvidas com as temáticas de segurança alimentar, agricultura urbana, agroecologia e economia solidária. De acordo com Feiden, Fonseca e Assis (2002), a agroecologia se refere “uma ciência que procura compatibilizar ao máximo os objetivos da agricultura com as leis que regem o funcionamento da natureza, levando à conservação e ao uso sustentável dos recursos naturais”. Ainda segundo os autores, o uso de tecnologias que respeitam a natureza caracteriza os sistemas agroecológicos, sendo que suas práticas produtivas aliada à pesquisa científica demonstraram ser um sistema competitivo e sustentável ecologicamente, além de produzir alimentos mais nutritivos e saudáveis.

5.1 O PROCESSO DE COMPRA COLETIVA

A compra coletiva da Rede Ecológica envolve duas categorias de atores: os cestantes, que são os membros da rede que fazem as encomendas, e os produtores, aqueles que fornecem os produtos. O número de cestantes é em torno de 200, são basicamente membros associados à RE que compram os produtos agroecológicos e/ou orgânicos com preços abaixo do valor dos mercados tradicionais de orgânicos. Para isso, recebem uma planilha por e-mail com os produtos disponíveis, preenchem de acordo com suas preferências e retornam o documento

com o pedido. Os cestantes são também os organizadores (na forma de comissões) das atividades que envolvem toda a dinâmica da rede.

Há dois tipos de comercialização dos produtos: Os “secos”, que são entregues mensalmente e consistem em grãos, polpas de frutas congeladas, processados (palmito e geléias por exemplo.) e produtos não alimentares (de limpeza, higiene, cadernos de receitas etc.). Alguns são produtores ligados à economia solidária. O outro grupo de produtos refere-se aos chamados “frescos” (legumes, folhas, frutas *in natura*, pães etc.), que são entregues semanalmente. No total, são mais de 20 produtores que fornecem esses produtos.

Os produtos são destinados a um único local da região central da cidade do Rio de Janeiro, onde é organizado um mutirão entre os associados para que seja feita a separação e conferência dos pedidos para posterior entrega nos núcleos. Com esse sistema, a utilização de transporte é minimizada. A participação é facultativa. A responsabilidade para organização é rotativa entre os núcleos, ou seja, cada mês um núcleo é encarregado de organizar os voluntários, material e tudo o que for necessário para a separação dos produtos. Após o mutirão, os produtos são direcionados aos núcleos e no dia seguinte o cestoneiro retira suas mercadorias e faz o pagamento. Estes espaços são escolas, centros comunitários ou outros locais cedidos, gratuitamente, para a rede. A ajuda na entrega é realizada por membros do núcleo de maneira organizada.

5.2 PRINCÍPIOS E VALORES

Os princípios seguidos pelos membros da RE são divulgados ao público através de seu *site* e para os associados também por meio de emails periódicos com as cartilhas, e ainda, pelo termo de compromisso assinado na adesão à RE. Carneiro e Portilho (2012) apontaram a preocupação ambiental, associada ao combate do uso de agrotóxicos pela agroindústria, como o motivo maior para os membros da RE consumirem produtos orgânicos.

Os princípios que orientam as ações concretas da RE, segundo o *site* são:

1) Preservação ambiental e social – O chamado “3Rs” da ecologia – Reduzir, Reaproveitar e Reciclar – fundamenta as ações práticas desenvolvidas e incentivadas pela rede. A redução é a maior prioridade entre os 3Rs, já que consiste em reduzir ao máximo o consumo e assim, a geração de resíduos. O reaproveitamento confere um olhar atento ao que é consumido e reaproveitando embalagens de materiais como vidro e papelão. **2) Transparência** – Os associados recebem a carta semanal por email contendo a planilha para que façam o pedido dos produtos. Nesta correspondência são informadas as principais atividades e outras informações relacionadas ao consumo responsável. Da mesma forma são repassados a todos

os relatórios financeiros mensais. **3) Compromisso** – Tanto os pedidos de produtos, como a participação estão alinhados aos objetivos maiores da RE. Sobre isso, a Rede Ecológica (2011), afirma que “ao fazer a encomenda o consumidor se compromete com seu pedido e ajuda o produtor, que colhe sabendo que terá garantidos a venda e o pagamento de seu produto”. Além disso, o pagamento da mensalidade da associação garante que os produtos sejam repassados sem a margem de comercialização, o que também requer o compromisso de todos os envolvidos. **4) Participação** – Como o sistema está baseado na autogestão (princípio da economia solidária), os membros participam das atividades da rede. Para a RE essas atividades são o mutirão mensal e as comissões. Nota-se uma grande preocupação em torno dos processos de produção e consumo, tanto dos produtos disponíveis nas compras coletivas, quanto dos problemas referentes aos produtos convencionais das grandes lojas e supermercados. De uma maneira geral, faz parte dos valores do grupo a reflexão sobre os estilos de vida e consumo.

5.3 CARACTERIZAÇÃO DOS ATORES

Para caracterizar os atores foram coletadas as seguintes informações: Nome, início da associação, núcleo a que pertence e comissão que integra e/ou atividade principal. Com a finalidade de preservar as identidades, no lugar dos nomes foram atribuído códigos.

Com a análise dos atributos foram estabelecidas três categorias de acordo com o eixo definido pela própria RE, que considerou como objetivos as propostas das comissões da RE, a saber: Organização de compra coletiva, integração consumidores-produtores, comunicação e movimentos sociais. A divisão das respostas por tipo de atuação é apresentada na tabela 1.

Quanto à atividade desenvolvida, a maior parte foi de Organização de Compras coletivas. Mas é importante assinalar que há integrantes que fazem parte de mais de uma comissão e outros que podem ter desempenhado outras atividades no passado. A categoria “Nenhuma” é representada pelos atores que não estavam envolvidos com atividades internas da RE, apenas adquiriam os produtos comercializados.

Tabela 1 - Eixo de trabalho dos atores da rede de informação

Eixo	Número de respostas
Interação consumidores-produtores	6
Compras Coletivas	8
Comunicação	2
Movimentos Sociais	2
Gestora	3
Nenhuma	2

Fonte: Elaboração própria

Considerando que a RE se formou em 2001, a maioria (cerca de 77%) dos que fazem parte da rede de informação são associados há menos de 4 anos, conforme tabela 2. Em 2009, particularmente, houve um aumento não só no número de novos cestantes, mas de pessoas que de envolveram efetivamente com a RE, segundo um dos entrevistados. Esses dados demonstram que no âmbito da rede dos núcleos analisados, a informação circula principalmente entre integrantes mais recentes.

Tabela 3 – Fonte de informação na RE

R	Ano de associação	Ocorrências
	2012	3
	2011	4
	2010	3
	2009	5
F	2008	2
	2007	1
	2004	1

Fonte: Elaboração própria

Tabela 2 – Entrada dos atores na RE

Como conheceu a RE	
Amigo ou parente	9
Internet	5
Outros	4
Jornais ou revistas	0

Fonte: Elaboração própria

A forma como os atores conheceram RE pode nos informar o seu grau de visibilidade. De acordo com as respostas, os laços mais próximos (ou seja, amigo ou parente) são os que mais levaram os respondentes à adesão e associação à RE (tabela 3). Sobre isso, Diani (2003) aponta que amigos pessoais, parentes, colegas e vizinhos influenciam decisões individuais de se envolver em um movimento.

Já a “*internet*” foi o segundo meio apontado e único meio indireto citado; para “jornais ou revistas” não houve respostas enquanto as respostas inseridas no campo “outros” indicavam meios diretos. Nessa última, foram inseridas meios como “passando em frente ao local de entrega”, o que pode indicar uma particularidade do núcleo, já que essa resposta (3) veio de membros do núcleo de Santa Teresa. A outra indicação na categoria “outros” se referiu à “pesquisa sobre comércio justo”, o que pode indicar meios indiretos, inclusive a própria *internet*.

5.4 CARACTERIZAÇÃO DOS TIPOS DE INFORMAÇÃO

Para a identificação dos tipos de informação que circulam na rede, foi considerado o conteúdo das cartas semanais, que são produzidas pelos membros da Rede Ecológica. As cartas semanais são informações contidas nos e-mails com anexo as planilhas de pedidos e

enviadas a todos os associados. Foram consideradas as cartas semanais e seu conteúdo dos meses de outubro e novembro de 2012 e foram identificadas em 5 tipos de informação.

O questionário permitiu múltiplas marcações sobre as informações trocadas para não desconsiderar possíveis contatos com objetivos diversos entre os participantes.

1) *Organização das atividades da compra coletiva;*

São informações relacionadas à viabilização de compras coletivas por meio de contatos que objetivam organizar os mutirões, entrega dos produtos, espaços físicos etc.

2) *Representação da RE em eventos relacionados ao tema.*

Os membros da RE participam de eventos relacionados a consumo responsável, como feiras agroecológicas ou orgânicas, oficinas temáticas, seminários, encontros com outros movimentos etc.. Quem vai participar, o que vai ser dito, apresentado ou enviado nos eventos são temas tratados por seus membros.

3) *Temas relacionados aos problemas ambientais/sociais do Brasil e do mundo;*

São temas que emergem na RE devido a alguma projeção local ou nacional que preocupam os participantes da rede. A discussão sobre a utilização de agrotóxicos na agricultura, das lutas por territórios indígenas e preservação de espécies ameaçadas são alguns destes temas.

4) *Informe sobre reuniões e/ou conselhos públicos sobre o tema;*

Considerando a representação da RE em fóruns de discussão pública como CONSEA-RJ e Rede de Agricultura Urbana, são temas de interesse de muitos integrantes os desdobramentos das atividades que acontecem neles.

5) *Práticas de consumo responsável*

A atividade de compra coletiva sugere que seus participantes se interessam por outras formas de consumir. Por isso, foi incluída essa categoria para abarcar as informações repassadas sobre maneiras de reutilização e reciclagem de produtos, assim como alternativas ao consumo massivo.

Tabela 4 – Tipo de informação trocada na rede

Tipo de informação	Número de menções
Organização das compras coletivas	36
Práticas de consumo responsável	26
Problemas ambientais / sociais do Brasil e do mundo	22
Informe sobre reuniões e/ou conselhos públicos que envolvem a RE	22
Representação da Rede em eventos relacionados	14
Total	120

Fonte: Elaboração própria

“Organização das compras coletivas” foi o mais discutido entre os atores da rede (tabela 4), pois representa 30% das indicações totais. Isso significa que entre os meios de

atuação da RE, a organização da compra coletiva requer maior grau de comunicação entre os integrantes como forma de operacionalizar seu propósito principal.

Segundo os dados analisados pode-se dizer que todas as pessoas, em algum momento, trocam informações sobre a organização das compras coletivas. Como em todas as categorias de atores houve troca deste tipo de informação, entende-se que há uma incidência maior desse tipo de informação em relação às outras.

O tipo de informação menos trocado é o “Representação da RE em eventos relacionados”. A ideia de “representação” já pressupõe poucas pessoas envolvidas para participar de eventos em nome da RE. Nestes casos, membros apontam um indivíduo com maior conhecimento de determinado assunto e sua relação com a RE.

“Problemas ambientais/sociais do Brasil e do mundo” foi o segundo item mais apontado, o que demonstra a preocupação com o tema. Informação referente a “Informe sobre reuniões e/ou conselhos públicos que envolvem a RE” teve 22 menções sobre intercâmbio de informação. Considerando que a representação nos fóruns públicos é restrita a poucos membros das comissões, tendo como finalidade participar de movimentos sociais, pode-se deduzir que há membros além da comissão específica, que se interessam pelo tema.

5.5 CANAIS DE INFORMAÇÃO

Seguindo os canais de informação utilizados na transferência de informações pré-identificados na fase da observação, os respondentes teriam que assinalar aqueles que faziam uso no contato com determinada pessoa. Os meios identificados para troca de informações entre os membros da RE foram: e-mails, presencial, telefone e redes sociais. Cada ator poderia selecionar até 3 canais de comunicação utilizados para os contatos. A tabela 5 resume os canais indicados pelos participantes.

Tabela 5 – Canais de informação utilizados pela rede de informação da Rede Ecológica

	Emails	Tel.	Presencial	Redes Sociais	Skype
Total	37	23	32	6	1

Fonte: Elaboração própria

A seguir serão descritos os canais considerados para esta pesquisa e algumas observações pertinentes a cada um.

Troca de informações por **telefone** - O telefone foi citado sempre ao lado de outro meio de comunicação, o que indica não ser este o canal principal para a troca de informações. É preciso considerar que este é um meio com tempo de resposta imediato e, por isso, utilizado em assuntos mais urgentes ou pontuais, como durante a realização de eventos.

E-mails – Com o e-mails a expectativa de resposta não é imediata. É um meio adequado para transferência de mensagens associadas ao envio de arquivos. Esta parece ser a via prioritária da compra coletiva. Os membros da RE recebem uma planilha anexada, que é preenchida com os pedidos e depois reenviada ao núcleo correspondente. As cartas semanais com os comunicados são divulgadas via e-mails, a todos os membros.

Troca de informações presenciais: Ocorre necessariamente na entrega de produtos nos núcleos, mas também em mutirões, reuniões e passeios onde os membros podem se encontrar e até se conhecer. Segundo os entrevistados, o encontro presencial já propiciou a introdução de novidades na RE, como a indicação de novos produtos ou produtores. Nos encontros presenciais são criados e estreitados laços o que tende a aumentar a confiança entre os membros.

Redes Sociais online – Consideraram-se os contatos realizados via perfis em *sites* de redes sociais como *Facebook* e *Twitter*. Não foi solicitada a especificação deste contato. Segundo Recuero (2011, p.102), “não são exatamente um elemento novo, mas a consequência da apropriação das ferramentas de comunicação mediada pelo computador pelos atores sociais”. É o meio menos utilizado pelos atores da rede (6 menções). Segundo os dados levantados esses recursos não foram absorvidos pelos membros no contexto da RE. Os dados demonstram ainda que apenas contatos individuais se fazem por esse meio.

A partir da observação, foram identificados meios utilizados para divulgar a informação da RE junto aos membros e ao público externo. No que se refere à produção de informações eletrônicas, a ideia da colaboração está presente. O site da RE¹ foi desenvolvido em uma plataforma que permite alimentação por vários usuários. O *blog* “Ecos da Rede” segue a mesma proposta, e os membros são livres para trabalhar com esses recursos. Foram identificados dois núcleos que mantêm *blogs* próprios: Santa Teresa e Humaitá. Com característica mais local, nesses canais são repassados informes, atas de reuniões e outras comunicações sobre o funcionamento da RE.

5.6 FLUXOS DE INFORMAÇÃO

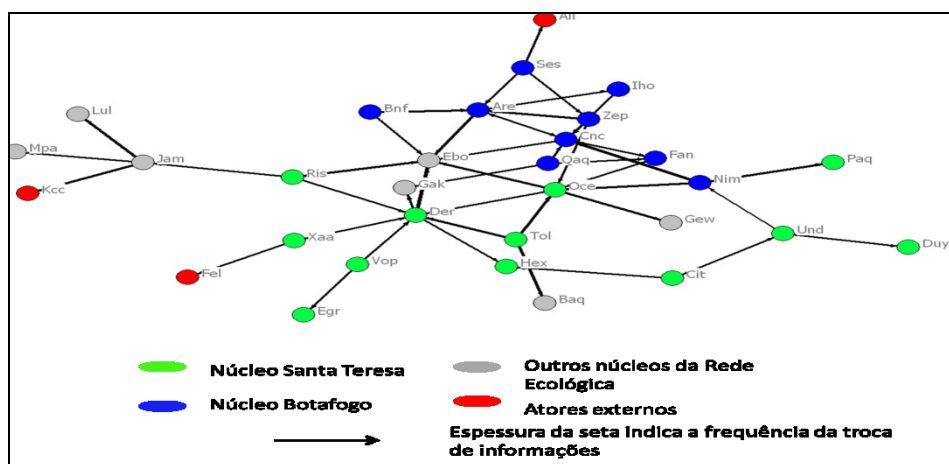
As interações envolvendo troca de informações entre os membros estão identificadas na figura 4. Conforme assinalado anteriormente, 76% dos respondentes quando solicitados a

¹ Site oficial da Rede Ecológica: <http://www.redeecologicario.org/>

informar três membros com quem interagem, indicaram duas pessoas pertencentes ao seu núcleo e uma pertencente a outro núcleo ou rede externa.

Cabe ressaltar que cada núcleo representa o local das entregas dos pedidos e também uma sub-organização em relação ao total da Rede Ecológica. A circulação da informação na rede depende de atores que se articulam com outros com abrangência maior.

Figura 4 – Fluxo entre os atores da rede de informação da Rede Ecológica



Fonte: Elaboração própria

Pode-se dizer que o ator com código “Ebo” é central no que se refere aos contatos fora do núcleo a que pertence o respondente, pois teve 5 menções, das 15 indicações de contatos. Um dos problemas nesse tipo de estrutura é que as possíveis falhas de um ator central podem refletir em toda a circulação da informação, sem contar com sua possível saída, que poderia afetar o fluxo.

No que se refere à frequência de troca de informações na RE, representada pela espessura das linhas que conectam os atores, a média de menções foi para a opção “pelo menos 1 vez por mês”, independente do núcleo ou ordem dos outros atores indicados. Segundo Haythornthwaite (2009), a força das relações se refere à frequência, intensidade e a importância da troca entre os pares envolvidos.

6 QUESTÕES E DESAFIOS DA REDE ECOLÓGICA

A Rede Ecológica iniciou suas atividades bem no início século XXI, em plena “Era da Informação”. A atuação deste grupo como movimento social se configura como parte das transformações no âmbito da ação coletiva deste período apontadas por Melucci (1996).

De acordo com os entrevistados, o objetivo das ações da RE é a propagação de novos valores, principalmente os que estão associados à relação justa entre produtor e consumidor e o respeito à questão ecológica. Esse objetivo maior é colocado em prática por meio da compra coletiva. Os membros da rede estabelecem relações com os produtores, diferentemente do que acontece nas relações comerciais convencionais, em que há um distanciamento da realidade socioeconômica da produção de determinado produto e a substituição do mercado enquanto lugar de encontro de compradores e vendedores pelo *marketing*.

A RE expõe a preocupação ecológica dos movimentos de consumidores responsáveis, conforme apontou Cortez (2009). As premissas que indicam a convergência entre o consumo responsável e o movimento ecológico são apontadas por Cortez (2009, p.56): “(...) horizonte na justiça social e na sustentabilidade e o poder político adquirido pelos indivíduos seja consumidores, cidadãos ou pequenos produtores”.

Isso pode ser notado com o processo de entrada de um produto novo na planilha de pedidos, que pode levar algum tempo, pois são debatidos os aspectos ecológicos e sociais de sua produção e a relação com a RE. Para a inclusão de novos produtores, alguns critérios pré-definidos pela RE são avaliados pelos membros. Devem ser de agricultura familiar, orgânica e/ou agroecológica, e há certa preferência por coletivos, ou que sigam os princípios da Economia Solidária. Os assentamentos rurais do MST são valorizados, porém, existem alguns entraves para que o fornecimento de produtos ocorra sem problemas, pois não têm apoio governamental, são de localização difícil e por isso sua organização é mais complicada. Segundo uma entrevistada, “*Há uma simpatia por assentamentos, mas tem muitos problemas de organização para venderem para a RE*”.

A RE pode ser caracterizada como atividade informal, pois os entrevistados declaram que em suas rotinas não assumem contratos formais e modelos de ação legal. A questão da informalidade tende, segundo declarado, a gerar debates entre os membros. Alguns entrevistados consideram que o caráter informal impede a ampliação da comercialização pelos produtores, já que não podem emitir nota fiscal, o que faz com que os produtos (principalmente hortaliças ou os “frescos”), não possam ser vendidos aos estabelecimentos que necessitam desse documento fiscal. Por outro lado, alguns entrevistados sinalizaram que o fato de a RE ser informal, é que garante o apoio à agricultura familiar. Para isso, são apontados os meios da auto-certificação das fontes produtoras, sem a necessidade de passar por métodos institucionalizados de certificação e autorização de comercialização.

A certificação de produtos é apontada por Gedron (2004) como um dos grandes temas focados pelos NMSE. No entanto, a partir desta pesquisa, foi identificado que esse tema não é

consensual na RE. Por um lado, para os consumidores, os selos dão credibilidade quanto à origem dos produtos, mas por outro, podem acabar os excluindo produtores que, mesmo produzindo de forma orgânica, não estão capacitados a arcar com custos para atender as exigências legais. Na RE, alguns membros defendem a adoção do Sistema Participativo de Garantia (SPG), enquanto outros preferem que os esforços sejam voltados para visitas informais, baseada na confiança na origem agroecológica/orgânica alegada pelos produtores.

Um desafio observado na pesquisa se refere à expansão da RE. Uma estrutura muito grande não seria desejável, pois poderia comprometer a operacionalização dos mutirões e entregas, sobrecarregando a “central” que recebe e organiza os pedidos. A RE preza uma esfera presencial e participativa para as compras coletivas que são, de fato, princípios da rede.

Nesse ponto, a RE parece se distanciar da finalidade básica de um movimento social que, é o de propagar suas causa em meio à sociedade e atrair novos adeptos. Mas essa impressão, segundo as entrevistas, não é verdadeira, pois a RE se organiza de modo que a propagação aconteça de maneira descentralizada, fomentando a autonomia dos novos grupos.

Com aproximadamente 200 associados, observou-se a dificuldade em envolver os integrantes com as atividades para o bom funcionamento da RE, o que requer um incentivo constante vindo dos membros mais ativos. Alguns entrevistados afirmam que acompanham a participação dos membros, para evitar que se associem apenas para comprar os produtos orgânicos/agroecológicos, sem um comprometimento com as causas defendidas pela RE.

6.1 CONSUMO RESPONSÁVEL NA DISCUSSÃO PÚBLICA

Para Scherer-Warren (1996), os coletivos em rede e as redes de movimentos sociais se destacam como configurações propositivas de políticas públicas. A atuação política é também um objetivo da RE. Foi declarado nas entrevistas que a RE mantém contato com outros movimentos sociais que ao mesmo tempo abastecem a RE de informações e captam, também, informações da RE. Conforme Melucci (1996), a estratégia de redes faz parte da ação dos movimentos sociais. O ambiente de atuação da RE é constituído de várias redes interligadas pela questão da agricultura urbana e agroecológica no Rio de Janeiro. Nas entrevistas foi enfatizada a articulação em torno da agricultura familiar, agroecologia cultivo de orgânicos, que envolvem outras redes e associações.

A *internet* foi citada por 5 membros como o meio inicial de contato com a RE; foi o que mais levou os respondentes a se associarem à RE. Com suas ferramentas associadas a *internet*, desempenha na esfera pública o papel de mediadoras, que Melucci (1996) atribui às TICs. Passaram a ser ferramentas de articulação entre os atores e mais um elemento que

contribui para a opinião pública. Informações que dizem respeito às questões internas da RE também são disponibilizadas na *internet*. São priorizadas as ferramentas existentes na nuvem, ou seja, recursos *online* que permitem acesso dos membros de qualquer lugar, já que a RE não dispõe de um espaço físico próprio que todos os participantes tenham acesso. Os documentos gerados pela RE são abertos aos membros e as planilhas referentes à organização das atividades da compra coletiva são editáveis e compartilhadas entre os envolvidos na atividade.

Para Habermas (1997) a influência pública deve passar por formas institucionalizadas de formação de opinião e vontade. A participação da RE no CONSEA-Rio acontece desde 2010, sendo uma forma de influenciar a esfera pública. O CONSEA – Conselho de Segurança Alimentar e Nutricional – instalado em nível nacional no ano de 2003 é de caráter consultivo e não deliberativo. Segundo seu *site*², este conselho

É um instrumento de articulação entre governo e sociedade civil na proposição de diretrizes para as ações na área da alimentação e nutrição (...) o Consea acompanha e propõe diferentes programas, como Bolsa Família, Alimentação Escolar, Aquisição de Alimentos da Agricultura Familiar e Vigilância Alimentar e Nutricional, entre muitos outros”.

Segundo Habermas (1997), as trocas discursivas entre os participantes permitem que os argumentos e suas forças possam ser melhorados por serem submetidos a avaliações e críticas uns dos outros. As comissões existentes na RE formam os espaços de debate interno antes de serem levados aos outros participantes e dependendo da natureza da comissão, aos níveis externos à RE, com é o caso das comissões ligadas aos movimentos sociais.

O CONSEA monitora o Programa Nacional de Alimentação Escolar, que determina que 30% da merenda escolar provenha de iniciativas da agricultura familiar. Um dos desafios futuros da RE é o de incluir nesta “cota” não apenas a produção familiar, mas também agroecológica. Conseguir que essa meta dos 30% se cumpra e depois, que seja agroecológica, é a principal motivação da inserção da RE no conselho.

Avritzer e Costa (2004) afirmam que em espaços como os conselhos, os temas são consolidados e então, construído um discurso comum para atingir os poderes deliberativos. Uma das lutas dentro do CONSEA, apontada em entrevista, se dá em torno dos dispositivos burocráticos e de legislação, considerados um dos principais entraves para o apoio maior à agricultura familiar. No âmbito do CONSEA foi realizado um mutirão para auxiliar os produtores a conseguir a documentação necessária para obter esse apoio governamental. A simplificação desta e outras leis é uma das aspirações da RE, pois ampliaria a venda pelos

² Mais informações em: <http://www4.planalto.gov.br/consea>

produtores familiares e agroecológicos, disseminando a cultura de consumo responsável em níveis mais abrangentes.

Segundo Habermas (1997) as estruturas comunicativas são capazes de institucionalizar os ecos captados do mundo da vida pela sociedade civil e transmitidos para a esfera pública. Sendo o CONSEA representado tanto pelo governo, quanto pela sociedade civil, onde a RE se inclui, a expectativa detectada nas entrevistas é a de ampliar o espaço no debate público.

Para além do município do Rio de Janeiro, existe o projeto de um núcleo da RE chamado “Quintais que produzem” que é uma das primeiras iniciativas de Agricultura Urbana em Niterói. Como muitas pessoas residem em casas nessa região, alguns integrantes cultivavam produtos em seus quintais o que acabou dando origem a esse projeto experimental com as trocas destes produtos. Já foi realizado um levantamento das iniciativas de agricultura urbana no município, o que permite que esses produtores se conheçam e se tornem conhecidos pelos consumidores, aumentando assim as possibilidades de trocas e geração de renda.

Foi observado a partir de entrevistas, que outra maneira de atuar a favor da Agricultura Familiar se materializa com o incentivo ao consumo de certos produtos que apresentam dificuldades de serem comercializados em função de determinados contextos restritivos, como é o caso dos queijos artesanais não-pasteurizados, impedido de ser comercializado formalmente no Brasil por não atender toda a legislação sanitária. Aproveitando a conexão de um dos membros com o movimento *Slow Food*³, realizaram-se campanhas de incentivo ao consumo desses queijos, esclarecendo que provém de produções ecológicas, em que o processo produtivo segue parâmetros “naturais” e de respeito ao ambiente natural. Para atender aos ditames da legislação, seriam perdidos os seus valores culturais de produção, sendo que, foram essas características que levam o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, a declarar os queijos mineiros Serro da Canastra e Alto Paranaíba como patrimônio imaterial do Brasil.

A articulação entre diferentes tipos de saber no ecologismo é tratada por Leff (2001) e Aguiar (2007) que destacam a importância da interação entre o saber prático e o especialista. A aprendizagem em torno do consumo responsável é uma característica fundamental que se conforma a partir do intercâmbio de informações entre os integrantes. A RE se faz representar em muitos eventos com o intuito de repassar suas experiências e também aprender com outros

³ O Slow Food é uma associação internacional sem fins lucrativos fundada em 1989 como respostas aos efeitos padronizantes do *fast food*; ao ritmo frenético da vida atual; ao desaparecimento das tradições culinárias regionais; ao decrescente interesse das pessoas na sua alimentação, na procedência e sabor dos alimentos e em como nossa escolha alimentar pode afetar o mundo. Acessível em <<http://www.slowfoodbrasil.com>>

grupos. Essa foi a motivação da participação na Cúpula dos Povos, na Rio+20, onde apresentou a experiência do Grupo de Consumo Responsável em palestras e no seu *stand*.

Considerando a forma de atuação em rede da RE, Scherer-Warren (1996), aponta que as redes de movimentos sociais fazem com que haja um diálogo entre movimentos dos sem-terra, indígenas, camponeses, feministas, ecologistas, economia solidária etc., “traduzindo suas especificidades em sentidos comuns da luta de resistência antisistêmica”. Com essa perspectiva, é possível verificar que, em que pesem as questões específicas de diferentes movimentos, eles apresentam áreas de convergência para uma visão de mundo mais igualitário, mais saudável e mais justo.

Nessa direção, a questão do consumo responsável na RE é uma tentativa de propagação de um modelo também de produção, baseado na justiça social e ecológica e na solidariedade. Em paralelo, há ainda articulações com outros movimentos alinhados às questões como a defesa da agricultura familiar, urbana, orgânica e agroecológica, segurança alimentar, pelo acesso à terra e ecogastronomia (com o *Slow Food*).

A partir da pesquisa, é possível entender que além de consumir de outra maneira, os membros da Rede Ecológica se alinham a outros movimentos da sociedade civil organizada que pressionam por políticas que limitem o uso de agrotóxicos, que favoreçam a agricultura urbana, a agroecologia e a produção de orgânicos. Além disso, a RE afirma sua posição em questões que vão desde as lutas dos sem-terra até a solidariedade urbana.

Cabe também destacar que internamente o modo de ação é pautado por um modelo participativo, onde a tomada de decisões é um processo derivado do debate entre diferentes atores. A forma de propagação do movimento é a de replicagem das iniciativas e não de expansão e crescimento do mesmo grupo. A ideia é estimular e colaborar para que outras redes se organizem e criem suas dinâmicas próprias.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na sociedade atual alimentada pela insatisfação e busca incessante da felicidade por meio do consumo, novos grupos se mobilizam para a construção de uma sociedade com valores diferentes, como os movimentos do consumo responsável. O consumismo contemporâneo baseia-se em uma linguagem carregada de símbolos, que permeiam as relações sociais. Os movimentos anti-consumo, desconstruem os valores constituintes dessa linguagem, propondo formas alternativas de consumir.

As práticas de consumo responsável estão orientadas à reflexão sobre a influência do consumo no contexto ecológico, social e econômico. Mas não é só isso, os movimentos de

consumo responsável propagam novos tipos de organização participativa, onde o valor democrático se alia ao ecológico e ao social.

A partir dos dados analisados, foi evidenciado que na Rede Ecológica, o processo de consumir não é um ato isolado e sim uma ação coletiva. No caso analisado, A RE trata de formular estratégias para a prática do consumo responsável e sua difusão para outros públicos. A Compra Coletiva é a forma como estas estratégias se materializam. Por meio dela, os membros se organizam em um sistema que forja um mercado alternativo aos convencionais das grandes redes de supermercados abastecidas pelo agronegócio. É também a partir das compras coletivas que a RE é reconhecida enquanto grupo de consumidores nos fóruns de discussões públicas, nos quais disseminam suas práticas e valores.

A análise do fluxo de informações entre integrantes de um núcleo da RE permitiu identificar os atores e traçar o caminho percorrido pelas informações. Foram destacados os atores-chave que fazem com que a informação circule mais facilmente na rede, evitando que fiquem restritas a um círculo social. Como observado, a conexão dos núcleos da RE é facilitada pelas TICs, sendo que estas ferramentas são fundamentais na operacionalização da compra coletiva na efetiva integração entre os membros. Ficou evidente ser possível a organização e interação mesmo com atores fisicamente distantes (considerando que são vários bairros da cidade do Rio de Janeiro e de dois outros municípios, Niterói e Seropédica).

Foram identificadas representações da Rede Ecológica em conselhos, comissões e eventos sobre temas de interesse, como grupo de consumidores críticos em relação ao contexto de produção dos produtos comercializados. A pesquisa mostrou que a RE atua e colabora junto a outras organizações e movimentos com temas próximos, de modo a propiciar a propagação e circulação de informação entre os integrantes da RE e o ambiente externo.

Como futuros desdobramentos dessa pesquisa sugere-se a ampliação para um número maior de redes e movimentos de consumo no Brasil, bem como maior aprofundamento das relações entre os diversos grupos organizados em torno do anti-consumismo.

REFERÊNCIAS

ACSELRAD, Henri, *Ambientalização das lutas sociais – o caso do movimento por justiça ambiental*. São Paulo: Estudos Avançados 24 (68), 2010;

AVRITZER, Leonardo; COSTA, Sérgio. Teoria crítica, democracia e esfera pública: concepções e usos na América Latina. **DADOS – Revista de Ciências Sociais**, Rio de Janeiro, V. 47, n. 4, p. 703-728, 2004.

CAPURRO, Rafael. Pasado, presente y futuro de la noción de información. In: CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

CORTEZ, A.T. Consumo e desperdício: as duas faces da desigualdade. In: ORTIGOZZA, S.A.; CORTEZ, A.T (Orgs). **Da produção ao consumo**: dinâmicas urbanas para um mercado mundial. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009

DIANI, Mario. Social movements, contentious actions, and social networks: "From metaphor to substance?". In: Diani, Mario; McAdam, Doug (Ed.). **Social movements and networks**: relational approaches to collective action. Oxford: Oxford University Press, 2003.

GEDRON, C; TURCOTTE, M-F. **Mouvements sociaux économiques et gouvernance** : une nouvelle structuration du marché? [Montréal]: Chaire de responsabilité sociale et de développement durable, ESG, UQÀM, 2006.

GONZÁLEZ DE GÓMEZ, María Nélide. Desafios contemporâneos da Ciência da Informação: as questões éticas da informação. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIENCIA DA INFORMACAO, 10, 2009, João Pessoa. **Anais...** João Pessoa: ANCIB; UFPG/PPGCI, 2009.

HABERMAS, Jürgen. **Direito e democracia**: entre facticidade e validade. Rio de Janeiro : Tempo Brasileiro, 1997.

_____. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1984.

HAYTHORNTHWAITE, C. Social networks and information transfer In: BATES, M.;

INSTITUTO KAIRÓS. **Consumo como intervenção**: um olhar sobre as experiências de consumo coletivo no Brasil. São Paulo: O instituto, 2010.

_____. **Organização de grupos de consumo responsável**. São Paulo: O instituto, 2011. (Caminhos para prática de consumo responsável, n.1)

KEMPF, Hervé. As desigualdades, motor da crise ecológica. In: LENA, Philippe; NASCIMENTO, Elimar Pinheiro (Org). **Enfrentando os limites do crescimento**: sustentabilidade, decrescimento e prosperidade. Rio de Janeiro: Garamond, 2012. p.229-234

MANCE, E. Consumo solidário. In: CATTANI, Antonio David. **A outra economia**. Porto Alegre: Veraz, 2003. p.44-49.

MARTELETO, R.; RIBEIRO, L.B.; GUIMARÃES, C. Informação em movimento: produção e organização do conhecimento nos espaços sociais. **Civitas** Revista de Ciências Sociais, junho, v.2, n.1, p-68-80, 2002.

MARTELETO, Regina Maria. Redes Sociais, mediação e apropriação de informações: situando campos, objetos e conceitos na pesquisa em Ciência da Informação. **Pesq. Bras. Ci. Inf.**, Brasília, v.3, n.1, p.27-46, jan./dez. 2010.

MELUCCI, Alberto. **Challenging codes**: collective action in the Information Age. Cambridge: Cambridge University Press, 1996.

NICHOLLS, A.; OPAL, C. **Fair Trade**: market-driven ethical consumption. Londres: Sage, 2006.

SCHERER-WARREN, I. **Redes de movimentos sociais**. São Paulo: Edições Loyola, 1996.

SCHNEIDER, J.W. **Pesquisa mundial de comércio justo**. Brasília: SEBRAE, 2007.

SUSTAINABLE EUROPE RESEARCH INSTITUTE (SERI); GLOBAL 2000; Friends of the Earth Europe. **Overconsumption?: Our Use of the World's Natural Resources**; Janetschek: Heidenreichstein, Austria, 2009.

VEIGA, José Eli da; ISSBERNER, Liz-Rejane. Decrescer crescendo. In: LENA, Philippe; NASCIMENTO, Elimar Pinheiro (Orgs). **Enfrentando os limites do crescimento: sustentabilidade, decrescimento e prosperidade**. Rio de Janeiro: Garamond, p. 107-134. 2012.

WELLMAN, Barry; BERKOWITZ, S.D. (Org). **Social structures: a new approach**. Cambridge: Cambridge SCHNEIDER University Press, 1991.

WERSIG, G.; WINDEL, G. Information Science needs a theory of "Information Action". **Social Science Information Studies**, v.5, p.11-23,1985.

ŽIŽEK, S. Multiculturalismo o la lógica cultural del capitalismo multinacional In: Jameson, Fredric y Zizek, Slavoj (Org). **Estudios Culturales**. Reflexiones sobre el multiculturalismo. Buenos Aires, Paidós, pp. 137-188 1998.