



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΙΣΤΟΡΙΑΣ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΑΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΝΘΡΩΠΟΛΟΓΙΑΣ

ΜΤΠΣ ΔΙΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΙΣΤΟΡΙΚΕΣ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΕΣ ΚΑΙ  
ΑΝΘΡΩΠΟΛΟΓΙΚΕΣ ΣΠΟΥΔΕΣ



ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

«Βιολογικά τρόφιμα - Καταναλωτικές πρακτικές - Ρητορικές καταναλωτών: Μια  
ανθρωπολογική προσέγγιση της βιοκατανάλωσης στη Λάρισα.»

Επιβλέπουσες καθηγήτριες:

ΔΕΛΤΣΟΥ Ε. ΓΙΑΚΟΥΜΑΚΗ Β. ΜΑΤΘΑΙΟΥ Α.

Εισηγητής:

ΝΤΑΟΠΟΥΛΟΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ

ΒΟΛΟΣ 2011

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Εισαγωγή.....	3
<b>Κεφάλαιο 1</b> : Προσδι-ορίζοντας το «βιολογικό προϊόν» και τη βιολογική καλλιέργεια. Ιστορικό, θεσμικό και «ιθαγενές» συμφραζόμενο.....	13
1.α. Η διαδρομή ανάδειξης της βιολογικής γεωργίας.....	13
1.β. Θεσμική αναγνώριση και προδιαγραφές της βιολογικής γεωργίας.....	17
1.γ. Η προσαρμογή του Κοινοτικού κανονισμού στην Ελλάδα.....	25
1.δ. Το βιολογικό προϊόν μέσα από «ιθαγενή» μάτια.....	27
<b>Κεφάλαιο 2</b> : Οι καταναλωτικές πρακτικές και η ταυτότητα του Λαρισαίου καταναλωτή βιολογικών τροφίμων.....	42
2.α. Γνωρίζοντας το Λαρισαίο καταναλωτή βιολογικών προϊόντων.....	42
2.β. Περιγραφή των κυρίαρχων καταναλωτικών πρακτικών των βιοκαταναλωτών στη Λάρισα: Αναζητώντας το «βιολογικό» ανάμεσα στα «βιολογικά».....	44
2.γ. Η καχυποψία των βιοκαταναλωτών ως εργαλείο κατανόησης της ταυτότητά τους.....	51
2.δ. Η ταυτότητα του Λαρισαίου βιοκαταναλωτή και το συγκείμενο του νεοελληνικού πολιτισμικού δυισμού.....	57
<b>Κεφάλαιο 3</b> : Υγεία και βιολογικά προϊόντα: Ρητορικές πλαισίωσης και η κοινωνική της κατασκευή.....	63
3.α. Θέτοντας το συμφραζόμενο για την ανάδειξη των «υγιεινών» τροφών.....	63
3.β. Η παρουσία της «υγείας» στο πεδίο. Ρητορικές και λόγοι πλαισίωσης.....	65
3.γ. Κατασκευάζοντας την «υγεία» μέσα από τα βιολογικά τρόφιμα.....	68
<b>Επίλογος</b> .....	77
<b>Βιβλιογραφία</b> .....	80
<b>Παράρτημα εικόνων</b> .....	84

## **ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

### **Σύντομο χρονικό**

Η αρχή της ανθρωπολογικής «γνωριμίας» μου, με τα βιολογικά προϊόντα, ξεκινά την άνοιξη του 2008, περίοδο που αναζητούσα θέμα για την διπλωματική μου εργασία. Την εποχή εκείνη, έχοντας υπ' όψιν μόνο ένα γενικό προσανατολισμό που περιοριζόταν στους τομείς της ανθρωπολογίας που με ενδιέφεραν περισσότερο (ανθρωπολογία της κατανάλωσης και ανθρωπολογία της τροφής), αγνοούσα το σημείο που θα μπορούσε να επικεντρωθεί το ενδιαφέρον αυτό, και πολύ περισσότερο ότι θα έβρισκε εν τέλει την έκφρασή του μέσα από τη μελέτη της κατανάλωσης των βιολογικών τροφίμων. Μάλιστα, οι γνώσεις μου σχετικά με τα βιολογικά προϊόντα ήταν ελάχιστες έως μηδαμινές, σε βαθμό τέτοιο, ώστε με δυσκολία να μπορώ να δώσω με σιγουριά μια ικανοποιητική απάντηση στο υποθετικό ερώτημα «τι ακριβώς είναι τα βιολογικά προϊόντα». Ωστόσο σύντομα συνειδητοποίησα ότι αυτή μου η άγνοια λειτουργούσε πολλές φορές υπέρ της έρευνας μου, καθώς δεν υπήρχαν για μένα «αυτονόητα» ζητήματα, ούτε συγκεκριμένες προκαταλήψεις από προηγούμενες προσωπικές εμπειρίες, γεγονός που με βοήθησε να παρατηρώ πράγματα που κάποιος εξοικειωμένος με τα βιολογικά προϊόντα, ίσως και να θεωρούσε δεδομένα ή ασήμαντα.

### **Η επιλογή του θέματος της έρευνας, και οι πρώτες προσεγγίσεις με βιολογικά προϊόντα.**

Έχοντας λοιπόν αρχικά κατά νου, μόνο το ευρύτερο πλαίσιο που ήθελα να κινηθεί η εργασία, και συζητώντας με τις καθηγήτριες που στη συνέχεια θα επέβλεπαν την έρευνα και κατόπιν το σύνολο της διπλωματικής μου εργασίας, αναδύθηκαν μια σειρά από επίκαιρα ζητήματα προς μελέτη, που συνδύαζαν τους τομείς της ανθρωπολογίας της κατανάλωσης, και της τροφής. Ανάμεσά τους

αναδείχτηκε και η μελέτη σχετικά με την κατανάλωση των βιολογικών τροφίμων, στην οποία και τελικώς κατέληξα.

Η επιλογή αυτή έγινε λαμβάνοντας υπ' όψιν πολλές παραμέτρους. Έτσι, εξετάζοντας την περίπτωση για μελέτη της κατανάλωσης των βιολογικών τροφίμων στη Λάρισα (μια πόλη με κατ' εξοχήν δεσμούς με την γεωργία), διαπίστωσα ότι πρόκειται για μια διατροφική τάση που αποκτά ολοένα και μεγαλύτερο έρεισμα και εγγράφεται σε ένα, σχετικά νέο για την Ελλάδα, αφήγημα εναλλακτικής διατροφής και τρόπου ζωής. Συνεπώς, βασική αιτία για την επιλογή του συγκεκριμένου θέματος, ήταν η προσπάθεια να γίνει φανερός ο τρόπος με τον οποίο προσδιορίζονται τα βιολογικά προϊόντα, μέσα από την οικειοποίηση και την κατανάλωσή τους, και ποιες κοινωνικές σχέσεις, ρητορικές και κυρίαρχοι λόγοι συντελούν σε αυτό. Την ίδια στιγμή, το γεγονός ότι μέχρι τώρα η κατανάλωση των βιολογικών προϊόντων στην Ελλάδα δεν είχε απασχολήσει την ανθρωπολογική έρευνα, αποτέλεσε μια επιπλέον πρόκληση για την επιλογή αυτού του θέματος, καθώς πέρα από την πρόσθετη δυσκολία του εγχειρήματος, μου προσέφερε τη δυνατότητα να ασχοληθώ με ένα θέμα «παρθένο», μακριά από συνειδητές ή ασυναίσθητες προκαταλήψεις που θα μπορούσα να έχω γνωρίζοντας ήδη μια υποθετική έρευνα που θα είχε προηγηθεί.

Αμέσως μετά την απόφασή μου να ασχοληθώ με την μελέτη της κατανάλωσης των βιολογικών τροφίμων, συνειδητοποίησα ότι πλέον είχα ένα πολύ πιο οξυμένο αισθητήριο σχετικά με την παρουσία των βιολογικών προϊόντων μέσα στην κοινωνία της Λάρισας, κάτι που σε καμία περίπτωση δεν ίσχυε πριν. Κατά συνέπεια, άρχισε να ανοίγεται μπροστά μου, μια πραγματικότητα που τόσο καιρό εγώ αγνοούσα ότι υπήρχε δίπλα μου, στην ίδια πόλη με εμένα. Άρχισα λοιπόν, να εντοπίζω εξειδικευμένα καταστήματα βιολογικών τροφίμων μέσα στην πόλη, να προσέχω αναφορές για τα βιολογικά προϊόντα στον τοπικό τύπο και να ξεκινώ σχετικές συζητήσεις με το φιλικό περιβάλλον μου.

Μέσα από αυτή τη διαδικασία εξεπλάγην με την «κινητικότητα», τις απόψεις, και τις αντιδράσεις που εισέπραξα σχετικά με το θέμα. Η πρώτη μου έκπληξη, ήταν όταν συνειδητοποίησα τον αριθμό των εξειδικευμένων καταστημάτων που σχετίζονταν με τα βιολογικά προϊόντα και είχαν μόλις ανοίξει ή μετρούσαν ελάχιστα χρόνια, δίνοντάς μου την πρώτη εντύπωση ότι πετυχαίνω το φαινόμενο των βιολογικών προϊόντων στην ακμή του στη Λάρισα. Στη συνέχεια εντυπωσιάστηκα

από μια δημοσίευση έρευνας<sup>1</sup> στον τοπικό τύπο που επεσήμαινε ότι σημαντικό ποσοστό των Λαρισαίων αγοράζει έστω και περιστασιακά βιολογικά προϊόντα, και τέλος, διαπίστωσα μέσα από συζητήσεις, ότι η γνώση για την ύπαρξη και τον ορισμό των βιολογικών προϊόντων ανάμεσα στο περιβάλλον μου δεν βρισκόταν τόσο στο περιθώριο όπως αρχικά νόμιζα.

Παρ' όλα αυτά, οι αντιδράσεις που εισέπραττα από τον φιλικό και οικογενειακό μου περίγυρο κάνοντας λόγο για το αντικείμενο της εργασίας μου, ήταν ποικίλες. Τόσο σχετικά με τα ίδια τα βιολογικά προϊόντα, όσο και ως προς τη σχέση των σπουδών μου -που εν πολλοίς κατατάσσονταν ως θεωρητικές- με ένα αντικείμενο όπως τα βιολογικά προϊόντα που φάνταζε εκ πρώτης όψης ως άσχετο: *«Και πως συνδέεται η κοινωνία με τα βιολογικά προϊόντα;»* ήταν ένα ερώτημα που ερχόταν τακτικά στην επιφάνεια αναδιατυπωμένο, για ακολουθήσουν συχνά σχολιασμοί με ότι πληροφορία ή εντύπωση είχε καθένας για τα βιολογικά προϊόντα: *«Έχω ακούσει ότι είναι υγιεινά», «Αυτά δεν είναι που δεν έχουν λιπάσματα;», «Έχει τύχει να πάρω κι εγώ μερικές φορές, αλλά είναι ακριβότερα», «Εγώ δεν πιστεύω ότι είναι τίποτα ιδιαίτερο από τα απλά ζαρζαβατικά. Μάλλον είναι θέμα μόδας όλος ο ντόρος με αυτά».*

Την ίδια στιγμή, οι πρώτες αναζητήσεις μου για δημόσιες αναπαραστάσεις των βιολογικών προϊόντων δεν ξέφευγαν ιδιαίτερα από τις απόψεις που είχαν εκφράσει οι περισσότεροι γνωστοί μου. Άρθρα στον τύπο και το διαδίκτυο, συζητήσεις σε διαδικτυακά φόρουμ, αλλά και διαφημίσεις, επικέντρωναν είτε θετικά γύρω από τα βιολογικά τρόφιμα, κάνοντας λόγο για προϊόντα «υγιεινά» εξαιτίας του ξεχωριστού τρόπου παραγωγής τους, είτε αρνητικά μέσα από φωνές που μιλούσαν για ευκαιριακούς παραγωγούς που στρέφονται στα βιολογικά λόγω επιδοτήσεων, προϊόντα ακριβά, και τάση κατανάλωσης ωθούμενη από τη μόδα.

Όλα τα παραπάνω έθεταν ήδη ένα πλαίσιο με ερωτήματα που έπρεπε να απαντήσω και ζητήματα που όφειλαν να διερευνηθούν, δίνοντάς μου χωρίς αρχικά να

---

<sup>1</sup> Έρευνα που διεξήγαγε το Κ.Ε.Κ. Γεωργικής Ανάπτυξης με τίτλο «Βιολογικές Καλλιέργειες» τον Ιούνιο του 2008, τα αποτελέσματα της οποίας, δημοσιεύτηκαν στην τοπική εφημερίδα «Ελευθερία» στις 3-8-2008. Μεταξύ των άλλων τα αποτελέσματα της έρευνας αναφέρουν ότι το 60,42% των ερωτηθέντων στη Λάρισα, αγοράζει έστω και περιστασιακά, βιολογικά προϊόντα. Το ποσοστό αυτό, αν και υπερβολικό σε σχέση με την εικόνα που απέκτησα προσωπικά για την βιοκατανάλωση στη Λάρισα, την περίοδο εκείνη, με εντυπωσίασε, και ήταν ακόμη ένας δείκτης ότι τα βιολογικά τρόφιμα στην πόλη άρχιζαν να κερδίζουν περισσότερο έδαφος από ότι νόμιζα πριν ασχοληθώ με το συγκεκριμένο θέμα.

το συνειδητοποιήσω, και ένα αδρό πλαίσιο κατευθυντήριων γραμμών για τις θεματικές που θα εξέταζε η εργασία μου.

### **Κυρίαρχα ζητήματα της εργασίας, και η δομή του κειμένου**

Καθώς η εστίαση της ανθρωπολογικής ματιάς σε καθημερινές πρακτικές έχει εδραιωθεί ως ένα είδος έρευνας που φέρνει στο προσκήνιο την θέαση των ανθρώπων ως «χρηστών» μέσα από συγκεκριμένα πρότυπα δράσης (de Certeau 1988), αλλά και τρόπους με τους οποίους οι άνθρωποι διαχειρίζονται παγκόσμιες ροές διαμέσου της καθημερινότητά τους (Appadurai 2000), η μελέτη μου για την κατανάλωση των βιολογικών τροφίμων όφειλε να στηρίζεται αφενός στην ανάδειξη των ιδιαίτερων κοινωνικών και πολιτισμικών χαρακτηριστικών των βιοκαταναλωτών, και αφετέρου στα υπερεθνικά αφηγήματα που δείχνουν να θέτουν τους ευρύτερους όρους αυτής της κατανάλωσης. Έτσι, τα κύρια ζητήματα που προέκυψαν από το εθνογραφικό υλικό που συλλέχθηκε κατά τη διάρκεια της έρευνας, όπως ο προσδιορισμός του βιολογικού προϊόντος, η σκιαγράφηση του κοινωνικού προφίλ των βιοκαταναλωτών, και η κατασκευή της «υγείας» μέσα από την βιοκατανάλωση, προσπάθησα να στοιχειοθετούνται τόσο μέσα το συγκείμενο που παρέχει η ξεχωριστή πολιτισμική και κοινωνική ιδιαιτερότητα των Λαρισαίων βιοκαταναλωτών, όσο και μέσα από το πρίσμα ενός υπερεθνικού μπουκέτου επίσημων λόγων οι οποίοι στην ουσία είναι εκείνοι που φέρνουν εξαρχής στο προσκήνιο, πρακτικές όπως η βιοκατανάλωση.

Λαμβάνοντας υπ' όψιν τα παραπάνω, στο πρώτο κεφάλαιο της εργασίας επιχειρώ μια πρώτη προσέγγιση προσδιορισμού, ορισμού και κατανόησης των βιολογικών προϊόντων μέσα από ένα πλαίσιο παράλληλων συμφραζομένων. Προσπαθώ να αποδώσω μια περιγραφή κι έναν ορισμό των βιολογικών προϊόντων, μέσα την ιστορική τους ανάδειξη, και τον τρόπο που στοιχειοθετούνται σύμφωνα με διεθνείς οργανισμούς όπως το IFOAM, ο Κώδικας Τροφίμων, και η Ευρωπαϊκή Ένωση. Πέρα από την επίσημη όψη ωστόσο, επιχειρώ να φέρω στο προσκήνιο και την «ιθαγενή ματιά» σχετικά με τα βιολογικά τρόφιμα. Αναζητώ και προσπαθώ να καταγράψω τις ρητορικές που χρησιμοποιούν οι ίδιοι οι βιοκαταναλωτές, ενώ επιχειρώ να ερμηνεύσω εκείνα τα χαρακτηριστικά που οι ίδιοι προτάσσουν ως

κυρίαρχα της περιγραφής των βιολογικών τροφίμων. Τέλος, δοκιμάζω να αποδώσω αυτήν την «ιθαγενή» οπτική, μέσα στο κοινωνικό της συμφραζόμενο, κάνοντας μια συνοπτική πρώτη νύξη για την κοινωνική ιδιαιτερότητα των βιοκαταναλωτών, έχοντας κατά νου τις εκφράσεις και τις εννοιολογήσεις τους, ως απόρροια του συσχετισμού του πολιτισμικού και του οικονομικού τους κεφαλαίου, έτσι όπως αυτά εισάγονται από τον Bourdieu (1984) στην πολύ χρήσιμη έρευνά του στη Γαλλία για τις καταναλωτικές πρακτικές των Γάλλων με άξονα την οικονομικο-ταξική καταγωγή.

Στο δεύτερο κεφάλαιο, με αφετηρία την μελέτη των καταναλωτικών πρακτικών που ακολουθούν οι βιοκαταναλωτές, επιχειρώ να διευρύνω την συζήτηση ανάμεσα στον τρόπο που στοιχειοθετείται η βιοκατανάλωση μεταξύ των υπερεθνικών λόγων/επιταγών και της ιδιαίτερης πολιτισμικά τοπικής οικειοποίησής της. Έτσι, παρατηρώντας πως μέσα από όλο το φάσμα των καταναλωτικών πρακτικών προκύπτουν μια σειρά από εκφράσεις δυσπιστίας που εκκινούν από διαφορετικές αφετηρίες, χρησιμοποιώ την *δυσπιστία* ως συνδετικό κρίκο μεταξύ του προαναφερθέντος δίπολου και της θέασης της ταυτότητας του βιοκαταναλωτή. Κυρίαρχο ερμηνευτικό εργαλείο προσέγγισης του τρόπου με τον οποίο συγκροτείται αυτή η ταυτότητα, είναι τόσο η θεωρία του Herzfeld (1998) μεταξύ των προτύπων «Έλληνα» και «Ρωμιού», όσο και η θεωρία του Διαμαντούρου (2000) περί «μεταρρυθμιστικής» και «παρωχημένης» θεώρησης, που διαπιστώνω ότι αμφότερες διέπουν διαχρονικά την νεοελληνική κοινωνία.

Έχοντας δώσει ήδη το κοινωνικό στίγμα των βιοκαταναλωτών, στο τρίτο κεφάλαιο επιστρέφω σε ένα από τα βασικότερα ίσως χαρακτηριστικά πλαισίωσης των βιολογικών προϊόντων, την υγεία. Καθώς ο λόγος περί υγείας και υγιεινής υπόστασης των βιολογικών τροφίμων είναι διαρκώς στο προσκήνιο, επιχειρώ αρχικά να καταγράψω τις απεικονίσεις του στις ρητορικές που προέκυψαν από την έρευνα, και στη συνέχεια δοκιμάζω να ερμηνεύσω τον τρόπο με τον οποίο νοηματοδοτείται και συγκροτείται η υγεία μέσα από τη βιοκατανάλωση. Με άλλα λόγια, προσπαθώ να δείξω τον τρόπο που στοιχειοθετείται η υγεία, αφενός ως μια αξία η οποία τείνει να οριοθετεί το πεδίο της βιοκατανάλωσης, ενώ παράλληλα, επιχειρώ να φέρω σε πρώτο πλάνο τον τρόπο που σημασιοδοτείται και βιώνεται από τους ίδιους τους βιοκαταναλωτές ως προσωπικό και κοινωνικό κριτήριο αξιολόγησης. Συνεπώς, επιχειρώ να δείξω ότι η υγεία μέσα από τον τρόπο που κατασκευάζεται διαμέσου της

βιοκατανάλωσης, στην ουσία αποτελεί ένα μέσο κατανόησης και επιτέλεσης δίπολων που απασχολούν την βιοκατανάλωση αλλά διατρέχουν και την παρούσα εργασία όπως βιολογικό – συμβατικό, έξωθεν υπερεθνικό αφήγημα – τοπική οικειοποίηση, Έλληνας – Ρωμίος, κλπ.

Τέλος, στον επίλογο, κάνω μια σύνοψη των ζητημάτων που τέθηκαν κατά τη διάρκεια της έρευνας, και επισημαίνω τα κυριότερα σημεία κάθε κεφαλαίου της παρούσας εργασίας.

Από τα παραπάνω γίνεται φανερό, ότι στην παρούσα μελέτη, με ενδιαφέρει ο τρόπος με τον οποίο προσδιορίζεται και νοηματοδοτείται η βιοκατανάλωση στη Λάρισα. Καθώς πρόκειται για μια μεταμοντέρνα πρακτική αναστοχαστικής κατανάλωσης, το ενδιαφέρον μου επικεντρώνεται στις λεπτές πολιτισμικές ισορροπίες που ακολουθεί ένα τέτοιο σχήμα, όπως επίσης και στις ταυτότητες και τους μηχανισμούς κατανόησης που δημιουργεί, καθώς καλείται να έρθει σε επαφή με παγιωμένα αντιθετικά πολιτισμικά σχήματα που διαπερνούν το σύνολο της νεοελληνικής κοινωνίας.

### **Η μεθοδολογία, το πεδίο, και οι παρατηρήσεις κατά τη διάρκεια της έρευνας**

Η μέθοδος που ακολούθησα κατά τη διάρκεια της έρευνάς μου, στηρίζεται στο μοντέλο της επιτόπιας έρευνας με συμμετοχική παρατήρηση, σε μια σειρά συνεντεύξεων με παραγωγούς βιολογικών προϊόντων, καταστηματάρχες εξειδικευμένων καταστημάτων με βιολογικά, και βιοκαταναλωτές, καθώς επίσης στη μελέτη επιστημονικής βιβλιογραφίας. Στο κείμενό της παρούσας εργασίας, χρησιμοποίησα επίσης, υλικό από δημοσιεύματα στον Τύπο, τηλεοπτικά ρεπορτάζ, διαφημίσεις, αλλά και φωτογραφίες που συνέλεξα από το πεδίο.

Η έρευνα πεδίου μου ξεκίνησε τον Ιούλιο του 2008 και ολοκληρώθηκε τον Δεκέμβριο του ίδιου έτους. Οι χώροι της έρευνάς μου, ήταν η λαϊκή αγορά βιολογικών προϊόντων στη Νεάπολη της Λάρισας και εξειδικευμένα καταστήματα βιολογικών προϊόντων μες την πόλη, όπως επίσης, και κάποιες επισκέψεις μου σε



σούπερ μάρκετ, όταν έπεφτε στην αντίληψή μου, ότι διατηρούν έστω και ένα υποτυπώδη τομέα με βιολογικά τρόφιμα.

Η πρώτη προσέγγιση του «πεδίου» είχε ξεκινήσει ήδη από τον Ιούνιο του 2008, όταν ήρθα για πρώτη φορά σε επαφή με βιοπαραγωγούς σε ένα περίπτερο ενημέρωσης για τα βιολογικά προϊόντα στο «Φεστιβάλ Πηνείου» που διοργανώνει ο δήμος Λαρισαίων. Εκεί, πληροφορήθηκα για την λαϊκή βιολογικών προϊόντων της Νεάπολης στη Λάρισα, και έκανα τις πρώτες γνωριμίες με βιοπαραγωγούς, γεγονός που με βοήθησε αρκετά στην πρώτη προσέγγιση της λαϊκής. Έτσι, για τους επόμενους μήνες, η Παρασκευή ήταν η ημέρα παρατήρησης της λαϊκής. Η συγκεκριμένη λαϊκή αγορά βιολογικών προϊόντων, διέφερε αρκετά από τις αναπαραστάσεις της λαϊκής που είχα στο μυαλό μου σε σχέση με τις συμβατικές λαϊκές. Επρόκειτο για ένα χώρο που καταλάμβανε ένα μικρό τμήμα της σκεπαστής αγοράς στη Νεάπολη της Λάρισας, με πολύ λιγότερους πάγκους συγκριτικά με μια συμβατική λαϊκή, και μακριά από τις επιτελέσεις, τις ρητορικές και τις αναπαραστάσεις που έχει κανείς στο νου του για μια συμβατική λαϊκή αγορά. Συνεπώς, δεν υπήρχαν ούτε φωνές που διαλαλούν τα προϊόντα, ούτε «παζάρια», ενώ η κινητικότητα παραγωγών και κόσμου ήταν σαφώς μικρότερη σε σύγκριση με μια αντίστοιχη συμβατική αγορά. Στον χώρο αυτό, είχα την ευκαιρία να συνομιλώ με βιοπαραγωγούς, να παρατηρώ τις διαδικασίες επιλογής και αγοράς των αγαθών από τους βιοκαταναλωτές, αλλά ταυτόχρονα, να προσέχω και τις ρητορικές που πλαισίωναν τη διαδικασία και τα προϊόντα. Την ίδια στιγμή, η λαϊκή άνοιγε μπροστά μου όλο το πλέγμα της βιοκατανάλωσης στη Λάρισα, καθώς αποτελούσε τόπο γνωριμιών και συστάσεων με τους πρωταγωνιστές της κατανάλωσης των βιολογικών προϊόντων και πέραν του χώρου της λαϊκής. Η συνεργασία και οι γνωριμίες των βιοπαραγωγών με βιοκαταναλωτές, και εξειδικευμένα καταστήματα βιολογικών προϊόντων στην πόλη, έκαναν πιο εύκολη την προσέγγισή μου μαζί τους, ενώ παράλληλα, η λαϊκή μου έδωσε την ευκαιρία να πληροφορηθώ για τη δράση του «Συνδέσμου Βιοκαλλιεργητών Θεσσαλίας»<sup>2</sup>, και του «Συλλόγου Βιοκαταναλωτών

---

<sup>2</sup> Ο «Σύνδεσμος Βιοκαλλιεργητών Θεσσαλίας», έχοντας ιδρυθεί το 1999, την περίοδο της επιτόπιας έρευνας αριθμούσε 90 μέλη – παραγωγούς. Σκοπός του, σύμφωνα με όσα μου είπε ο του πρόεδρος του, είναι η ενημέρωση των καταναλωτών σχετικά με τα βιολογικά προϊόντα. Κυρίαρχη δράση του η εποπτεία και η συμμετοχή στην οργάνωση των περισσότερων λαϊκών αγορών με βιολογικά είδη ανά τη Θεσσαλία.

Θεσσαλίας»<sup>3</sup>, δυο θεσμικών φορέων διαφορετικής βαρύτητας και δράσης εκείνη την περίοδο, που όμως αμφότεροι αποτελούσαν με την παρουσία τους και μόνο, δείκτες μιας αυξημένης κινητικότητας σχετικά με την βιοκατανάλωση στη Θεσσαλία και κατά συνέπεια και στη Λάρισα.

Πέρα από τη λαϊκή, το πεδίο της παρατήρησής μου, εκτεινόταν και στα εξειδικευμένα καταστήματα βιολογικών προϊόντων που υπήρχαν μέσα στην πόλη. Αν και ο αριθμός τους δεν ξεπερνούσε τα δέκα καταστήματα, η επαφή μου με αυτά, ήταν ιδιαίτερα χρήσιμη από πολλές απόψεις, καθώς μου αποκάλυπτε με πολύ απτό τρόπο ακόμη και σε επίπεδο αισθητικής, σημειολογίας, και «επίσημης ρητορικής του καταστήματος», ομοιότητες και διαφορές ως προς τον τρόπο προσέγγισης των βιολογικών προϊόντων. Οι επιγραφές, η αισθητική και το «στήσιμο» του κάθε καταστήματος σε συνδυασμό με τον λόγο που άρθρωναν οι έμποροι βιολογικών τροφίμων σχετικά με τη βιοκατανάλωση στη Λάρισα, προσέφεραν ακόμη περισσότερες αποχρώσεις στην οπτική που είχα για το φαινόμενο αυτό μέσα από την έρευνά μου. Αν και δεν υπήρξαν όλοι το ίδιο πρόθυμοι να μου μιλήσουν, αρκετές ήταν οι φορές που οι καταστηματάρχες πέρα από μια συζήτηση μαζί μου, με άφηναν να παρατηρώ και τον τρόπο που λειτουργεί το μαγαζί τους. Κατ' αυτόν τον τρόπο, είχα την ευκαιρία να παρατηρώ το πώς οι βιοκαταναλωτές προσέγγιζαν τα προϊόντα, τις ερωτήσεις που έκαναν στους καταστηματάρχες, αλλά και τις επιλογές στις οποίες κατέφευγαν. Τέλος, όπως και στη λαϊκή, κάποιοι πιο πρόθυμοι καταστηματάρχες με γνώριζαν σε γνωστούς τους βιοκαταναλωτές, οι οποίοι αρκετές φορές με τη σειρά τους με γνώριζαν σε άλλους γνωστούς τους, και έτσι σιγά σιγά διεύρυνα τον κύκλο των επαφών μου και ως προς τους βιοκαταναλωτές, πράγμα που έδωσε απάντηση σε ένα κυρίαρχο προβληματισμό μου στην αρχή της έρευνας, για το «πώς θα έρθω σε επαφή με τους βιοκαταναλωτές».

---

<sup>3</sup> Την περίοδο της έρευνας, ο «Σύλλογος Βιοκαταναλωτών Θεσσαλίας», δεν μετρούσε παρά ελάχιστους μήνες από την ίδρυσή του, και ως εκ τούτου, η δράση του και η οργάνωσή του την εποχή εκείνη ήταν περιορισμένες. Όπως αναφέρει το καταστατικό του συλλόγου, σκοπός του είναι να «...ενημερώνει τους βιοκαταναλωτές για θέματα ποιότητας προϊόντων, βελτίωσης υγείας, πρόληψης, υγιεινής διατροφής και διαβίωσης, θέματα που αφορούν το περιβάλλον, τον πολιτισμό, τον αθλητισμό κλπ.», να οργανώνει εκδρομές σε βιολογικά αγροκτήματα για καλύτερη γνωριμία των καταναλωτών με τις βιολογικές καλλιέργειες και τέλος να ενθαρρύνει πρόσθετους ελέγχους των βιολογικών τροφίμων. Την περίοδο της έρευνας, ο σύλλογος αυτός ήταν ελάχιστα γνωστός ακόμη κι ανάμεσα στους βιοκαταναλωτές, και πρακτικά υπήρχε μια ασάφεια ανάμεσά τους σχετικά με τους σκοπούς και τη δράση του.

Βασική πρακτική μου, πέρα από την παρατήρηση, κατά τη διάρκεια της έρευνας ήταν η διενέργεια συνεντεύξεων, τόσο από βιοκαταναλωτές, όσο και από εμπόρους και καλλιεργητές βιολογικών τροφίμων. Αφού ερχόμουν σε επαφή με τους ανθρώπους αυτούς και επιχειρούσα να τους εξηγήσω ότι με ενδιέφερε η γνώμη τους για την εργασία μου, τους ζητούσα αν συμφωνούν να κάνουμε μια «κουβέντα» ή «συζήτηση» την οποία αν φυσικά μου επέτρεπαν, μαγνητοφονούσα. Ιδιαίτερη εντύπωση μου έκανε, ότι αρκετοί πληροφορητές / συνομιλητές μου, απέφευγαν να μου μιλήσουν με το μαγνητόφωνο ανοιχτό, και προτιμούσαν να κρατάω σημειώσεις. Μια τέτοια αντίδραση ενώ στην αρχή με παραξένεψε, καθώς επρόκειτο για μια ανώνυμη διαδικασία χωρίς φαινομενικά «ευαίσθητα» σημεία, στην συνέχεια επιχείρησα να την δικαιολογήσω μέσα στο ευρύτερο πλαίσιο δυσπιστίας που είδα να διατρέχει την βιοκατανάλωση, και αναπτύσσω αναλυτικά στο δεύτερο κεφάλαιο. Απέφευγα την χρήση του όρου «συνέντευξη», γιατί θεώρησα ότι έχει μια πιο «επίσημη» απόχρωση ως όρος, και δεν ήθελα να προδιαθέσω τους συνομιλητές μου να μου πουν πράγματα που «ήθελα να ακούσω». Αντίθετα, επεδίωκα να τους κάνω να νιώθουν άνετα τόσο απέναντι στις ερωτήσεις όσο και απέναντι στη θέα του μαγνητόφωνα, με σκοπό να είναι όσο το δυνατόν πιο αυθόρμητοι και πηγαίοι. Φυσικά, υπήρξαν και στιγμές που δεν τα κατάφερα και τόσο καλά, όπως στην πρώτη μου συνέντευξη όταν έκανα το «λάθος» να εξηγήσω σε κάποιον βιοπαραγωγό, τι ακριβώς μελετούσα και από ποια σκοπιά. Σε εκείνη την περίπτωση, είδα ότι ο συνομιλητής μου, από μόνος του άρχισε να βάζει συχνά τις παραμέτρους της «κοινωνίας», του «πολιτισμού» και της «κουλτούρας» στην κουβέντα ακόμη και σε περιπτώσεις που δεν υπήρχε τέτοια ανάγκη, στην προσπάθειά του να «είναι στο θέμα». Το γεγονός αυτό, με έπεισε να μην μιλάω ιδιαίτερα για την ιδιότητά μου ως ανθρωπολόγου, αλλά να προτιμάω την ταυτότητα του φοιτητή που κάνει μια εργασία. Η επιλογή αυτής της ταυτότητας, αφαίρεσε αρκετές από τις προκαταλήψεις και τις απορίες των συνομιλητών μου απέναντί στην ιδιότητά μου και με έκανε πιο οικείο τους ώστε συχνά να γινόμεν το «παιδί» στο οποίο θα έλεγαν δυο λόγια.

Παρ' όλα αυτά, η ταυτότητα του «φοιτητή» ενδέχεται να συνέβαλε και σε τρία αμήχανα για εμένα περιστατικά. Η πρώτη περίπτωση είχε να κάνει με την παντελή αδιαφορία που εισέπραξα από κάποιους θεσμικούς παράγοντες του χώρου που αν και τους προσέγγισα πολύ διακριτικά δεν έμπαιναν καν στον κόπο να απαντήσουν στις ερωτήσεις μου ή δεν εμφανίζονταν σε προκαθορισμένες

συναντήσεις μας. Η δεύτερη περίπτωση σχετίζεται με την προσωρινή αρπαγή των σημειώσεών μου με τις κατευθυντήριες γραμμές των συνεντεύξεων, από κάποιον βιοπαραγωγό με σκοπό να δει «τι γράφω», και η τρίτη με την άρνηση που εισέπραξα ως προς το να φωτογραφίσω κάποιους πάγκους με βιολογικά προϊόντα σε γνωστό σούπερ μάρκετ.

Ωστόσο, η συντριπτική πλειονότητα όσων ήρθα σε επαφή, με δέχτηκαν χωρίς πρόβλημα, στάθηκαν πρόθυμοι να μου λύσουν ακόμη και τις πιο αυτονόητες για εκείνους απορίες μου, και δεν ήταν λίγες οι φορές που με προσκάλεσαν στο σπίτι τους ή στο κατάστημά τους, προκειμένου να μου μιλήσουν με ακόμη μεγαλύτερη άνεση. Όπως θα φανεί και μέσα στο κείμενο της εργασίας οι ρητορικές οι γλωσσικές πρακτικές και οι ταξινομήσεις των ανθρώπων αυτών, διατηρούνται αναλλοίωτες ακριβώς με τον τρόπο που αρθρώθηκαν σε μια προσπάθεια αρμονικής σύνθεσης των λόγων του πεδίου και του ερμηνευτικού πλαισίου που προκύπτει από την βιβλιογραφία. Εξάλλου, συχνά αυτές οι φωνές του πεδίου, ήταν εκείνες που μου έδειχναν την κατεύθυνση που θα έπρεπε να κινηθώ ως προς τη δομή της εργασίας.

Οφείλω λοιπόν να ευχαριστήσω όλους εκείνους τους βιοπαραγωγούς, τους εξειδικευμένους εμπόρους, και τους καταναλωτές βιολογικών τροφίμων που δέχτηκαν να με βοηθήσουν, να μου μιλήσουν και να μου παράσχουν με κάθε τρόπο βοήθεια και συμπαράσταση για την ολοκλήρωση αυτής της έρευνας.

Τέλος, πρέπει να ευχαριστήσω τις επιβλέπουσες καθηγήτριές μου Ελευθερία Δέλτσου και Βασιλική Γιακουμάκη, για την καθοδήγηση, την επιστημονική τους εποπτεία και την υποστήριξή τους, ακόμη και σε περιστάσεις που δεν έδειχναν ευνοϊκές για το μέλλον της εργασίας μου.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1**

### **ΠΡΟΣΔΙ-ΟΡΙΖΟΝΤΑΣ ΤΟ «ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ» ΚΑΙ ΤΗ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ: ΙΣΤΟΡΙΚΟ, ΘΕΣΜΙΚΟ ΚΑΙ «ΙΘΑΓΕΝΕΣ» ΣΥΜΦΡΑΖΟΜΕΝΟ**

Προτού γίνει εκτενέστερη αναφορά στο εθνογραφικό παράδειγμα και την επιμέρους ανάλυσή του, θεωρώ αναγκαίο να σταθώ στους παράγοντες εκείνους που διαμόρφωσαν και συνεχίζουν να διαμορφώνουν το περιεχόμενο του όρου «βιολογικό προϊόν», όπως αυτό χρησιμοποιείται για να περιγράψει τρόφιμα. Συνεπώς, στο κεφάλαιο αυτό, θα επιχειρήσω να σκιαγραφήσω έναν ορισμό του βιολογικού προϊόντος μέσα από την μορφή που παίρνει όταν προσδι-ορίζεται μέσα από την ιστορική του διαδρομή, από επίσημους φορείς (Διεθνείς οργανισμούς, Ευρωπαϊκή Ένωση), από τη μία, και μέσα από την εννοιολόγηση που του αποδίδεται από τις ρητορικές των ίδιων των βιοκαταναλωτών, από την άλλη.

Για την οικονομία της ανάγνωσης αυτού του κεφαλαίου, οφείλω να σημειώσω ότι σε γενικές γραμμές μιλώντας για «βιολογικό προϊόν», γίνεται λόγος για ένα παράγωγο γεωργίας ή κτηνοτροφίας, το οποίο συντελέστηκε από την φυσική καλλιέργεια ή την φυσική εκτροφή ζώων, χωρίς τη χρήση χημικών ή άλλων τεχνητών ενισχυτικών ουσιών, προκειμένου να διατηρήσει τη φυσική του σύσταση και τα φυσικά του θρεπτικά συστατικά. Ωστόσο, όπως θα φανεί στη συνέχεια, το περιεχόμενο του όρου αποκτά πτυχές οι οποίες βαρύνουν ή όχι, ανάλογα με τον προσδιοριστικό παράγοντα ο οποίος καλείται να μιλήσει για το «βιολογικό προϊόν», για αυτό και οι επιμέρους ορισμοί, συχνά δεν ταυτίζονται απόλυτα.

#### **1.α. Η διαδρομή ανάδειξης της βιολογικής γεωργίας**

Παρά το γεγονός ότι σήμερα στις περιπτώσεις που γίνεται λόγος, για «βιολογικά προϊόντα» αναφερόμαστε και σε φυσικά προϊόντα κτηνοτροφίας και

διάφορες άλλες φυσικές μεταποιήσεις τους, είναι γενικά παραδεκτό, πως κύριο όχημα στην ανάδειξη του χαρακτηρισμού «βιολογικό» στα τρόφιμα αποτέλεσε και συνεχίζει να αποτελεί η βιολογική γεωργία.

### Τα πρώιμα κινήματα βιολογικής καλλιέργειας.

Οι πρώτες σκέψεις που εισάγουν μια πρώιμη λογική βιολογικής καλλιέργειας, ανήκουν στον γερμανό φιλόσοφο Rudolf Steiner, καθώς σε ένα από τα σεμινάρια του σχετικά με την γεωργία το 1924, εισήγαγε τις αρχές της λεγόμενης «βιοδυναμικής» γεωργίας (Paull 2011). Σύμφωνα με την θεώρηση του Steiner, προκειμένου να αντιμετωπισθούν οι ασθένειες και η μη αποδοτικότητα της γης, απαιτείται μια ιδιαίτερη προσέγγιση της γεωργικής διαδικασίας μακριά από τεχνητά λιπάσματα και γεωργικά φάρμακα. Ο Steiner προτείνει την θέαση του εδάφους, και γενικότερα του συστήματος που συνυπάρχει μαζί του (φυτά, ζώα, φυσικό λίπασμα), ως ένα έμβιο οργανισμό ο οποίος προκειμένου να ευδοκιμήσει και να αποδώσει, θα πρέπει όλα τα περιεχόμενα μέλη του, να αλληλεξαρτώνται αρμονικά και σε αυτό να συνεπικουρούν και δυνάμεις εξωτερικές του αγροκτήματος (Reed 2010) , όπως η επίδραση του φεγγαριού (τόσο μέσα από τη βαρύτητα που ασκεί κατά περιόδους στην επιφάνεια της γης, όσο και μέσα από την εναλλασσόμενη φωτεινότητά του) (Koerpf 2009).

Ωστόσο, πέρα από το φιλοσοφικό περίβλημα των αρχών που εισάγει ο Steiner, είναι εμφανές ότι για πρώτη φορά αρθρώνεται ένας λόγος που συσπειρώνει γύρω του, καλλιεργητές, σχετικά με την παύση της χρήσης τεχνητών χημικών λιπασμάτων και την στροφή προς φυσικές πρακτικές τόνωσης του εδάφους όπως για παράδειγμα η ανακύκλωση και στη συνέχεια η κομποστοποίηση φυτικών απορριμμάτων και τροφών. Συνεπώς, το γεγονός αυτό, αποτελεί αφενός ένα χρονικό δείκτη για το πότε αρχίζει να εγείρεται το αίτημα προς μια φυσική μέθοδο καλλιέργειας, αφετέρου, θέτει μια σειρά συλλογιστικών, που κάποιες από αυτές αργότερα, θα οικειοποιηθεί και η σύγχρονη βιολογική γεωργία.

Το επόμενο αξιοσημείωτο χρονικό σημείο, κατά το οποίο έρχεται και πάλι στο προσκήνιο ένας πρώιμος λόγος περί βιολογικής γεωργίας, είναι στις αρχές της δεκαετίας του 1940, όταν ο Sir Howard εκδίδει στην Αγγλία, το έργο του «Γεωργική

Διαθήκη» (Φωτόπουλος – Κρυστάλλης 2003). Στο πλαίσιο των απόψεων του, δίδεται και πάλι έμφαση στη συνολική προσέγγιση του εδάφους, των φυτών και των ζώων που ανήκουν σε μια καλλιεργήσιμη περιοχή, χωρίς τη χρήση τεχνητών χημικών ουσιών, με τον Howard να αναφέρει χαρακτηριστικά, πως «η υγεία του εδάφους, των φυτών, των ζώων και του ανθρώπου είναι μία και αδιαίρετη»<sup>4</sup>. Παράλληλα, αφετηρία για τις θέσεις του Howard, δεν ήταν κάποια φιλοσοφική θεώρηση όπως στην περίπτωση του Steiner, αλλά οι παραδοσιακές πρακτικές μέθοδοι καλλιέργειας της Ινδίας με κυριότερη, την μέθοδο κομποστοποίησης, γνωστή ως «Indore method». Η στροφή προς τέτοιες φυσικές πρακτικές καλλιέργειας, σε συνδυασμό με την ολοένα και περισσότερο αναδύομενη ρητορική του Howard που συσχετίζει την υγεία με την τροφή και τις φυσικές καλλιέργειες, δεν άργησαν να αναδείξουν τον Sir Albert Howard ως έναν από τους πρώτους πατέρες της βιολογικής γεωργίας.

Κλείνοντας αυτήν τη συνοπτική αναφορά στις μεθόδους καλλιέργειας που υπήρξαν οι προπομποί της σημερινής βιολογικής γεωργίας, οφείλω να αναφερθώ στο μοντέλο βιολογικής καλλιέργειας που αναπτύχθηκε κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1950, από τους Hans Peter Rusch και H. Muller στην Ελβετία. Στην συγκεκριμένη περίπτωση, η πορεία προς μια φυσική μέθοδο καλλιέργειας ήρθε ως αποτέλεσμα της ανάγκης που ένιωθαν οι Rusch και Muller για μία αντιπρόταση στη βιομηχανοποιημένη καλλιέργεια. Ο Rusch όντας μικροβιολόγος, είχε την θεωρία ότι στο πλαίσιο της φυσικής καλλιέργειας, υπήρχαν ανέκαθεν αιώνια βιολογικά σύνολα που χαρακτήριζε ως «ζώντα τμήματα» (“living particles”) και τα οποία συνεχώς ανακυκλώνονται. Η ανακύκλωση αυτή αποτελούσε για τον Rusch τον «κύκλο της φύσης». Στο πλαίσιο αυτού του κύκλου, τα επιμέρους τμήματα (particles) με βάση την μικροβιολογία τους, μπορούσαν να βρίσκονται είτε σε υγιή κατάσταση είτε σε ασθενή. Συνεπώς η γονιμότητα του εδάφους, η ποιότητα της τροφής και η υγεία των οργανισμών, ήταν σε συνάρτηση με το πλήθος των υγιών και ασθενών τμημάτων (Reed 2010). Αυτά τα επιστημονικά συμπεράσματα του Rusch, αποτέλεσαν το θεωρητικό υπόβαθρο ενός μοντέλου φυσικής καλλιέργειας που εισήγαγε ο H. Muller, το οποίο ονόμασε «οργανική – βιολογική καλλιέργεια». Σύμφωνα με τον Muller, η οργανική – βιολογική καλλιέργεια ενσωμάτωνε τον προαναφερθέντα «κύκλο της φύσης» μέσα από πρακτικές κομποστοποίησης και η υγεία των επιμέρους τμημάτων ήταν επακόλουθο των φυσικών και παραδοσιακών διαδικασιών που έπρεπε να

---

<sup>4</sup> [http://www.ifoam.org/growing\\_organic/definitions/pioneers/sir\\_albert\\_howard.php](http://www.ifoam.org/growing_organic/definitions/pioneers/sir_albert_howard.php)

ακολουθηθούν προκειμένου αυτή η γεωργική μέθοδος να συμπυκνώσει μέσα της τον υπαίθριο τρόπο ζωής ως αντίσταση στην βιομηχανοποιημένη γεωργία. Η θέση αυτή αποτελούσε και την βασική αρχή ολόκληρης της οργανικής – βιολογικής προσπάθειας του Muller (Reed 2010).

### Ο δρόμος προς τη θεσμοθέτηση

Όπως έγινε σαφές από τα παραπάνω, αν και υπάρχουν σημαντικές διαφοροποιήσεις, στα προαναφερθέντα πρώιμα ρεύματα βιολογικής καλλιέργειας, εν τούτοις παρατηρούμε ότι κύριο χαρακτηριστικό και στις τρεις περιπτώσεις, είναι η σχέση της φύσης με την γεωργία, και η προσπάθεια διατήρησης της φυσικής ισορροπίας, μακριά από τεχνητές χημικές προσθήκες. Ωστόσο μια τέτοια βασική αρχή είχε ως συνέπεια την απομάκρυνση από την τότε κυρίαρχη λογική της μαζικής παραγωγής και των μέγιστων αποδόσεων. Συνεπώς παρά το γεγονός ότι είχαν κάνει ήδη την εμφάνισή τους τα πρώτα κινήματα βιολογικής καλλιέργειας, μέχρι και τα τέλη της δεκαετίας του 1960, η πλειονότητα της γεωργικής κοινότητας ανά την Ευρώπη, είχε σαν προτεραιότητα να αυξάνει τον βαθμό αυτάρκειας και να καλύπτει τις ανάγκες σε τρόφιμα, γεγονός που δεν άφηνε περιθώρια στη βιολογική γεωργία να βρει μια ευρύτερη απήχηση.

Οι πρώτες ενθαρρυντικές, για τη βιολογική καλλιέργεια, τάσεις, κάνουν την εμφάνισή τους στην αρχή της δεκαετίας του 1970. Την περίοδο αυτή, παρατηρείται μια ευρύτερη ανάπτυξη της συνείδησης σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος και μέσα σε αυτό το πλαίσιο πολλοί είναι εκείνοι που βλέπουν στη βιολογική γεωργία μια λύση τόσο προς την αποφυγή μόλυνσης του περιβάλλοντος όσο και ως προς την υγιεινή διατροφή. Ταυτόχρονα αυτό το αυξανόμενο οικολογικό ρεύμα σιγά σιγά συσπειρώνει σε συλλόγους, συνδέσμους και συνεταιρισμούς, παραγωγούς και καταναλωτές οι οποίοι αρχίζουν να συντάσσουν κανόνες παραγωγής που οφείλουν να τηρήσουν (Φωτόπουλος – Κρυστάλλης 2003).

Τη δεκαετία του 1980, το φαινόμενο της βιολογικής γεωργίας αναπτύσσεται ακόμη περισσότερο. Το ενδιαφέρον των καταναλωτών είναι ακόμη πιο έντονο, και τα βιολογικά προϊόντα πέρα από την Ευρώπη, αρχίζουν να αφορούν τις Η.Π.Α. την



Αυστραλία και την Ιαπωνία. Ο αριθμός των παραγωγών αυξάνει, και ο τομέας του marketing αρχίζει να εστιάζει για πρώτη φορά στα βιολογικά προϊόντα και τις μεταποιήσεις τους. Κύρια αιτία για αυτήν την άνθιση, είναι η σταθερά κοινή συνισταμένη των απαιτήσεων των καταναλωτών για προϊόντα υγιή και φιλικά προς το περιβάλλον. Παρ' όλα αυτά όμως, η βιολογική γεωργία παραμένει ελλειμματική εξαιτίας της χαμηλής της αναγνωρισιμότητας, καθώς και της σύγχυσης που προκαλούν στους καταναλωτές οι διάφορες «φιλοσοφίες» που υπάρχουν στο χώρο, η άγνοια των προδιαγραφών των βιολογικών τροφίμων και η έλλειψη εναρμονισμένων όρων στην παρουσίαση αυτών των προϊόντων. Έτσι, η ανάγκη για θεσμική αναγνώριση και κατάρτιση συγκεκριμένων προδιαγραφών και όρων σχετικά με την βιολογική καλλιέργεια αρχίζει να γίνεται επιτακτική.

### **1.β. Θεσμική αναγνώριση και προδιαγραφές της βιολογικής γεωργίας**

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, η συνεχής ζήτηση των καταναλωτών για βιολογικά προϊόντα είχε ως αποτέλεσμα, ήδη από τη δεκαετία του 1970, την σύσταση φορέων καταναλωτών και καλλιεργητών οι οποίοι μεταξύ των άλλων είχαν ως προτεραιότητα τη κατάρτιση κανονισμών, προκειμένου το παραχθέν προϊόν να έχει ιδιαίτερες προϋποθέσεις καλλιέργειας και κατά συνέπεια, συγκεκριμένα χαρακτηριστικά. Με την πάροδο του χρόνου όμως και την ολοένα και αυξανόμενη ζήτηση, τη σκυτάλη των μικρών συλλόγων και σωματείων, πήραν διεθνείς ομοσπονδίες και οργανισμοί, καθώς και επίσημα νομικά διατάγματα σε εθνικό και διεθνές επίπεδο.

Ειδικότερα, το 1972, δημιουργείται η Διεθνής Ομοσπονδία Κινημάτων Βιολογικής Γεωργίας (IFOAM)<sup>5</sup>, η οποία αποτελεί μια σύνθεση από ενδιαφερόμενες οργανώσεις παγκοσμίως, σχετικά με την παραγωγή, την πιστοποίηση, την έρευνα και την προώθηση της βιολογικής γεωργίας. Σκοπός της όπως αναφέρει στην επίσημη ιστοσελίδα της<sup>6</sup> είναι «να ενώσει, να καθοδηγήσει και να βοηθήσει το βιολογικό κίνημα στην πλήρη του ποικιλομορφία, όπως και να βοηθήσει στην υιοθέτηση

---

<sup>5</sup> International Federation of Organic Agriculture Movements

<sup>6</sup> <http://www.ifoam.org>

οικολογικών κοινωνικών και οικονομικών υγιών συστημάτων τα οποία βασίζονται στις αρχές της βιολογικής γεωργίας».

Παράλληλα, μια σημαντική κίνηση προς τη θεσμοθέτηση της βιολογικής καλλιέργειας, γίνεται στις αρχές της δεκαετίας του 1990, όταν εισάγεται ο κοινοτικός κανονισμός (ΕΟΚ) 2092/91, ο οποίος αναγνωρίζει, όπως θα δούμε και παρακάτω, τη βιολογική καλλιέργεια, στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Κοινότητας, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στα ποιοτικά χαρακτηριστικά της, με βάση τα οποία, ανοίγονται νέες δυνατότητες οικονομικής στήριξης.

Τέλος, ότι το 1999, η επιτροπή του Κώδικα Τροφίμων (Codex Alimentarius) ενέκρινε ένα πλαίσιο αρχών της βιολογικής καλλιέργειας, σχετικά με την παραγωγή, τη σήμανση, την εμπορία, και την γενικότερη εκμετάλλευσή της, και μέσω αυτής της πρακτικής έδωσε μια ακόμη πιο σαφή κατευθυντήρια γραμμή προς τις χώρες – μέλη του. Εξάλλου, την ίδια χρονιά, ο Οργανισμός Επισιτισμού και Γεωργίας του ΟΗΕ (FAO)<sup>7</sup> εισήγαγε ένα πρόγραμμα εργασίας στον τομέα της βιολογικής γεωργίας με σκοπό την ανάπτυξή της στις αναπτυσσόμενες χώρες.

Από τα παραπάνω, προκύπτει ότι το βασικό διακύβευμα των φορέων αναγνώρισης της βιολογικής γεωργίας είναι αφενός η ουσιαστική κατάληξη σε εκείνα τα χαρακτηριστικά που θεωρούνται θεμελιώδη προκειμένου ένα προϊόν να μπορεί να χαρακτηριστεί βιολογικό, αφετέρου, είναι η προσπάθεια δημιουργίας συγκεκριμένων θεσμικών συνθηκών που διευκολύνουν την ανάπτυξή αυτού του είδους της καλλιέργειας. Κατά αυτόν τον τρόπο, στο πλαίσιο ορισμού της βιολογικής γεωργίας από εξειδικευμένους φορείς αναγνώρισης παρατηρούμε συνεχείς προσπάθειες τόσο άμεσης περιγραφής αυτού του είδους καλλιέργειας, όσο και προσπάθειες πρόνοιας σχετικά με τις περιφερειακές προϋποθέσεις που πρέπει να ληφθούν υπ' όψιν προκειμένου τα αποτελέσματα να είναι τα προσδοκώμενα. Παρακάτω θα επιχειρήσω να σημειώσω τις σημαντικότερες από αυτές τις προσπάθειες που επιχειρούν να δώσουν το στίγμα της βιολογικής γεωργίας διεθνώς.

---

<sup>7</sup> Food and Agriculture Organization

## Ορίζοντας τη βιολογική γεωργία σύμφωνα με την IFOAM

Ένα από τα κύρια ζητήματα που κλήθηκε να αντιμετωπίσει η IFOAM ήταν το γεγονός ότι στους κόλπους της, συμμετείχαν ποικίλες αποχρώσεις προσπαθειών βιολογικής γεωργίας, και θα έπρεπε με κάποιον τρόπο να μπορέσει να αποδώσει νοηματικά την κοινή συνισταμένη αυτών των πρακτικών.

Η πρώτη της κίνηση σε αυτήν την κατεύθυνση, ήταν να κατασταλάξει στις βασικές αρχές που διέπουν όλο το φάσμα της βιολογικής γεωργίας. Έτσι, το Σεπτέμβριο του 2005 η IFOAM υιοθετεί ως βασικές αξίες<sup>8</sup> της βιολογικής γεωργίας:

α) την αρχή της υγείας (health) σημειώνοντας ότι η βιολογική γεωργία θα πρέπει να στηρίζει και να ενισχύει την μια και αδιαίρετη υγεία του εδάφους των φυτών, των ζώων, του ανθρώπου και του πλανήτη

β) την αρχή της οικολογίας (ecology) υποστηρίζοντας ότι η βιολογική γεωργία οφείλει να βασίζεται σε ζωντανά οικοσυστήματα , να δουλεύει με αυτά, να μιμείται τις πρακτικές τους και να βοηθά στη στήριξή τους

γ) την αρχή της δικαιοσύνης (fairness) με τη λογική ότι το μοντέλο της βιολογικής καλλιέργειας πρέπει να δομείται πάνω σε σχέσεις που εξασφαλίζουν τη δικαιοσύνη , το σεβασμό και την ισότητα των όλων επιμέρους συμβαλλόντων με συνείδηση ευθύνης απέναντι στο περιβάλλον

δ) την αρχή της φροντίδας (care) κάνοντας λόγο για την ανάγκη διαχείρισης της βιολογικής γεωργίας με τέτοιο προστατευτικό και υπεύθυνο τρόπο ώστε να διαφυλάσσεται η υγεία και η καλή κατάσταση της τρέχουσας γενιάς αλλά και όσων τη διαδεχτούν.

Το επόμενο βήμα στην προσπάθεια της Διεθνούς Ομοσπονδίας Κινημάτων Βιολογικής Γεωργίας, να περιγράψει το βιολογικό μοντέλο γεωργίας, ήρθε το 2008, όταν ύστερα από διαβουλεύσεις χρόνων κατέληξε με βάση τις προαναφερθείσες αρχές, σε έναν ορισμό. Σύμφωνα με αυτόν :

---

<sup>8</sup> Οι βασικές αξίες της βιολογικής γεωργίας, όπως τις αναφέρει η επίσημη ιστοσελίδα της IFOAM : [http://www.ifoam.org/about\\_ifoam/principles/index.html](http://www.ifoam.org/about_ifoam/principles/index.html)



*« Η βιολογική γεωργία είναι ένα σύστημα παραγωγής που στηρίζει την υγεία των οικοσυστημάτων των εδαφών, και των ανθρώπων. Στηρίζεται σε οικολογικές διαδικασίες, τη βιοποικιλότητα και σε μεθόδους προσαρμοσμένες στις τοπικές συνθήκες, παρά στη χρήση των διαφόρων προσθηκών, με αρνητικές επιπτώσεις. Η βιολογική γεωργία συνδυάζει την παράδοση, την καινοτομία και την επιστήμη προς όφελος του κοινού περιβάλλοντος, την προώθηση δίκαιων σχέσεων και μια καλή ποιότητα ζωής για όλους τους εμπλεκόμενους.»<sup>9</sup>*

Μέσα από την κατάληξη στις παραπάνω θέσεις λοιπόν, παρατηρείται ο τρόπος με τον οποίο επιλέγει να περιγράψει την βιολογική γεωργία ο μεγαλύτερος οργανισμός που επιχειρεί να συντονίσει το «βιολογικό κίνημα». Δίνοντας πρωτίστως έμφαση στο περιβάλλον και την υγεία, αλλά κάνοντας λόγο και για σχέσεις μεταξύ των εμπλεκόμενων στη λειτουργία αυτού του τύπου καλλιέργειας σημείο ιδιαίτερα σημαντικό όπως θα φανεί στη συνέχεια.

#### Ορίζοντας τη βιολογική γεωργία σύμφωνα με τον Κώδικα Τροφίμων

Προκειμένου να γίνει καλύτερα αντιληπτή η όποια σύγκλιση ή διαφοροποίηση των προτεραιοτήτων και των θέσεων που εκφράζουν διεθνείς φορείς στην προσπάθειά τους να αναγνωρίσουν την βιολογική γεωργία, παραθέτω τις κατευθυντήριες γραμμές που θεωρεί ο Κώδικας Τροφίμων ότι το βιολογικό μοντέλο καλλιέργειας οφείλει με τη λειτουργία του, να συμβάλλει (CAC/GL 32,1999,σημείο 7, στο Φωτόπουλος – Κρυστάλλης 2003) :

- στην αύξηση της βιοποικιλότητας στο σύνολο του συστήματος
- στην αύξηση της βιολογικής δραστηριότητας των εδαφών
- στην διατήρηση της γονιμότητας των εδαφών μακροπρόθεσμα

---

<sup>9</sup> «Organic agriculture is a production system that sustains the health of soils, ecosystems and people. It relies on ecological processes, biodiversity and cycles adapted to local conditions, rather than the use of inputs with adverse effects. Organic agriculture combines tradition, innovation and science to benefit the shared environment and promote fair relationships and a good quality of life for all involved.»  
Όπως αναφέρεται στο [http://www.ifoam.org/growing\\_organic/definitions/doa/index.html](http://www.ifoam.org/growing_organic/definitions/doa/index.html)

- στην ανακύκλωση των αποβλήτων φυτικής και ζωικής προέλευσης προκειμένου να αποκατασταθούν τα στοιχεία που είναι θρεπτικά για τη γη, μειώνοντας έτσι, όσο είναι δυνατό, τη χρήση μη ανανεώσιμων πόρων
- στην προσφυγή στους ανανεώσιμους πόρους στα γεωργικά συστήματα που είναι οργανωμένα τοπικά
- στην προώθηση της ορθής χρήσης των εδαφών, του νερού και του αέρα και μείωση όλων των μορφών μόλυνσης που θα μπορούσαν να προκαλέσουν οι καλλιεργητικές πρακτικές και οι πρακτικές εκτροφής
- στο χειρισμό των γεωργικών προϊόντων, προσέχοντας ιδίως τις μεθόδους μεταποίησης, προκειμένου να διατηρηθεί η βιολογική ακεραιότητα και οι ουσιαστικές ποιότητες του προϊόντος σε όλα τα στάδια
- στην πρόβλεψη σε μια υπάρχουσα εκμετάλλευση (μετά από μια περίοδο μετατροπής, η διάρκεια της οποίας καθορίζεται από ειδικούς παράγοντες του τόπου όπως, για παράδειγμα του ιστορικού της γης) των τύπων καλλιέργειας και εκτροφής προς πραγματοποίηση.

Με βάση τις παραπάνω υποδείξεις του Κώδικα Τροφίμων αν και παρατηρείται μια σχετική συνέπεια ως προς τις βασικές θέσεις σε σχέση με την IFOAM, (όπως για παράδειγμα την ολιστική προσέγγιση του βιολογικού συστήματος παραγωγής, την προστασία του περιβάλλοντος, και την μακροπρόθεσμη αντιμετώπιση του βιολογικού τρόπου καλλιέργειας), εν τούτοις μπορεί να διακριθεί μίαν απόσταση ως προς την φιλοσοφία των δύο ορισμών. Προτού όμως αναλύσω διεξοδικά τους επιμέρους ορισμούς της βιολογικής καλλιέργειας, οφείλω να συμπληρώσω το συμφραζόμενο μέσα στο οποίο γίνεται αντιληπτή σφαιρικά η βιολογική καλλιέργεια, παραθέτοντας τόσο το θεσμικό πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης όσο και την νοηματοδότηση που αποδίδουν οι άμεσα εμπλεκόμενοι με τα βιολογικά προϊόντα (βιοκαλλιεργητές, καταναλωτές και έμποροι βιολογικών τροφίμων).

## Η βιολογική καλλιέργεια μέσα από τη θεσμική και νομική πρόνοια της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Πέρα από το εννοιολογικό στίγμα που δίνουν για την βιοκαλλιέργεια, διεθνείς φορείς, μέσα από τις προσπάθειες να ορίσουν αυτό το μοντέλο γεωργίας, την διάδοση και την καθιέρωσή της στην πράξη, βοηθά η δημιουργία θεσμικών συνθηκών που την διευκολύνουν να αναπτυχθεί. Την σκυτάλη σε αυτόν τον τομέα, παραλαμβάνει η Ευρωπαϊκή Ένωση η οποία έχει προβεί σε σημαντικά βήματα προς αυτήν την κατεύθυνση, ήδη από τις αρχές της δεκαετίας του 1990.

Έτσι το θεσμικό και νομοθετικό πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την βιολογική γεωργία συσπειρώνεται γύρω από τρεις βασικές νομοθετικές ρυθμίσεις: τον κανονισμό (Ε.Ε) 2092/91<sup>10</sup> *«περί του βιολογικού τρόπου παραγωγής γεωργικών προϊόντων και των σχετικών ενδείξεων στα γεωργικά προϊόντα και στα είδη διατροφής»* που αποτελεί τον ακρογωνιαίο λίθο στην τοποθέτηση κοινών κανόνων στην κοινοτική παραγωγή βιολογικών προϊόντων φυτικής προέλευσης, τον κανονισμό (Ε.Ε) 1804/99 ειδικά για τα βιολογικά προϊόντα ζωικής προέλευσης και τέλος τον κανονισμό (Ε.Ε) 331//2000 που εισάγει τη δημιουργία του λογότυπου βιολογικών προϊόντων με σκοπό την αύξηση της αξιοπιστίας τους στα μάτια των καταναλωτών και να τα κάνει πιο ευδιάκριτα στην αγορά.

Με εξαίρεση τον τελευταίο κανονισμό που αναφέρθηκε, οι δύο πρώτοι καθορίζουν τις βασικές προδιαγραφές της βιολογικής γεωργίας και κτηνοτροφίας, τονίζοντας τις αναγκαίες προϋποθέσεις που οφείλουν να τηρούν οι γεωργοί στις καλλιεργητικές τους πρακτικές, ώστε να παραμένουν εντός των πλαισίων της βιολογικής γεωργίας όπως αυτή ορίζεται από την Ε.Ε.. Επίσης, οι συγκεκριμένοι κανονισμοί αξιολογούν τη λειτουργία συστημάτων ελέγχου και πιστοποίησης βιολογικών προϊόντων στις χώρες της Ε.Ε, με την λογική ότι κάθε κράτος-μέλος

---

<sup>10</sup> Ο ευρωπαϊκός κανονισμός 2092/91 με διεργασίες που έλαβαν χώρα το 2007, αντικαταστάθηκε από τον κανονισμό 834/2007. Ωστόσο ο κανονισμός 834/2007 δεν προβλεπόταν να τεθεί σε εφαρμογή πριν τον Ιανουάριο του 2009, και μερικά άρθρα του δεν είχαν ενεργοποιηθεί μέχρι τον Ιούνιο του 2010. Συνεπώς κατά τη διάρκεια της ερευνάς μου, ο ισχύον κανονισμός ήταν ο κανονισμός 2092/91. Εξάλλου το γενικότερο περίγραμμα και το βάθος των πραγματολογικών στοιχείων που χρησιμοποιούνται για την παρούσα εργασία απαντάται και στους δύο κανονισμούς. [http://europa.eu/legislation\\_summaries/agriculture/food/f86000\\_el.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/agriculture/food/f86000_el.htm)

οφείλει να ορίσει σε εθνικό επίπεδο μια αρμόδια αρχή<sup>11</sup> ελέγχου, η οποία επιβλέπει τη διαδικασία πιστοποίησης βιολογικών προϊόντων.

Σύμφωνα με το άρθρο 1 του κανονισμού 2092/91 οι αξιώσεις του κανονισμού εφαρμόζονται σε :

α) «μη μεταποιημένα γεωργικά φυτικά προϊόντα όπως και σε ζώα και μη μεταποιημένα κτηνοτροφικά προϊόντα στο μέτρο που προβλέπονται αρχές παραγωγής και ειδικοί κανόνες επιθεώρησης για αυτά»

β) «μεταποιημένα γεωργικά φυτικά και κτηνοτροφικά προϊόντα που προορίζονται για ανθρώπινη κατανάλωση και έχουν παρασκευαστεί κυρίως από ένα ή περισσότερα συστατικά φυτικής ή /και ζωικής προέλευσης»

γ) «ζωοτροφές, σύνθετες ζωοτροφές και πρώτες ύλες ζωοτροφών» που καλύπτονται από τις απαιτούμενες προδιαγραφές ελέγχου

Επιπλέον, καθορίστηκε για κάθε γλώσσα ο όρος που θεωρείται ως χαρακτηριστικότερος για τον καθορισμένο τρόπο παραγωγής στον κανονισμό και ο οποίος προβλέπεται να τυγχάνει ειδικής προστασίας από τον κανονισμό. Έτσι, για την Ελλάδα ο όρος που προτιμήθηκε είναι «βιολογικό» ενώ ο αντίστοιχος όρος στα Αγγλικά είναι «organic». Παράλληλα με την έκδοση του κανονισμού 1804/99 η προστασία αυτή επεκτάθηκε στα πιο συνηθισμένα παράγωγα των όρων όπως και τα υποκοριστικά τους σύνθετα ή όχι.<sup>12</sup> Στο σημείο αυτό πρέπει να επισημανθεί ότι οι κανόνες που ορίζονται από αυτή τη νομοθεσία δεν επιβάλλονται, παρά μόνο στο βαθμό που ο παραγωγός επιθυμεί να ανακοινώσει για το προϊόν του αυτές τις ενδείξεις.

Το εύρος του κανονισμού 2092/91 είναι τέτοιο ώστε να περιλαμβάνει κανόνες σχετικά με τις γεωργικές εκτάσεις, όπως είναι υποδείξεις για φυσική φυτοπροστασία, πρόβλεψη και προϋποθέσεις για τον ελάχιστο χρόνο μετατροπής μιας συμβατικής καλλιέργειας σε βιολογική, έμφαση στη διαβίωση των ζώων και ιδιαίτερη προσοχή στην εναρμόνιση των βιολογικών πρακτικών με τις ιδιαιτερότητες του τύπου που εφαρμόζονται. Την ίδια στιγμή, διασαφηνίζονται οι όροι διακίνησης των βιολογικών

---

<sup>11</sup> Οι αρμοδιότητες αυτής της ελεγκτικής Αρχής μπορούν να ανατεθούν σε δημόσιες υπηρεσίες ή ιδιωτικούς φορείς εγκεκριμένους από την Εθνική Αρχή Ελέγχου, και είναι γνωστές ως «εταιρίες πιστοποίησης»

<sup>12</sup> Ενδεικτικά αναφέρω τα προθέματα «bio» και «eco»

προϊόντων ανάμεσα σε χώρες - μέλη της Ε.Ε. , αλλά και οι προϋποθέσεις με βάση τις οποίες πρέπει να γίνονται οι εισαγωγές και εξαγωγές με τις υπόλοιπες χώρες διεθνώς.

Το 1995<sup>13</sup> μια από τις σημαντικότερες τροποποιήσεις του κανονισμού 2092/91 προβλέπει την ανάπτυξη ενός ειδικού λογότυπου σχετικά με τον τρόπο βιολογικής παραγωγής καθώς και μια ένδειξη ελέγχου με απώτερο σκοπό την διευκρίνιση ότι το προϊόν που φέρει το συγκεκριμένο σήμα έχει υπαχθεί στο καθεστώς ελέγχου. Έτσι το 2000<sup>14</sup> δημιουργείται το εν λόγω λογότυπο προκειμένου να αυξήσει την αξιοπιστία των βιολογικών προϊόντων στα μάτια των καταναλωτών και να διευκολύνει τον εντοπισμό τους στην αγορά, παρά το γεγονός ότι η χρήση του δεν είναι υποχρεωτική.

Τέλος, προκειμένου ένα προϊόν να φέρει το κοινοτικό λογότυπό πέραν των προϋποθέσεων του κανονισμού 2092/91 πρέπει να ανταποκρίνεται και στους παρακάτω όρους:

- να περιέχει τουλάχιστον 95% συστατικά τα οποία έχουν παραχθεί με τον βιολογικό τρόπο
- να έχει υπαχθεί στη διάρκεια της διαδικασίας παραγωγής και παρασκευής στο καθεστώς προβλεπόμενου ελέγχου από τον κανονισμό. Αυτό συνεπάγεται ότι οι ενδιαφερόμενοι συναλλασσόμενοι από την γεωργική παραγωγή, τη μεταποίηση, τη συσκευασία και τη σήμανση του προϊόντος υπόκεινται σε αυτό το καθεστώς ελέγχου
- να πωλείται κατευθείαν σε σφραγισμένη συσκευασία ή να τίθεται στην αγορά ως προσυσκευασμένο τρόφιμο
- να φέρει επί της ετικέτας την ονομασία και /ή την εμπορική επωνυμία του παραγωγού, παρασκευαστή ή πωλητή, καθώς και τον αριθμό κωδικού του οργανισμού ελέγχου.

---

<sup>13</sup> Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1935/95

<sup>14</sup> Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 331/2000



Κλείνοντας την αναφορά σχετικά με την θεσμική πλαισίωση της Ε.Ε. για τη βιολογική γεωργία, θα πρέπει να αναφέρω ότι το συγκεκριμένο νομοθετικό πλαίσιο εντάσσεται σε μία γενικότερη κοινοτική πολιτική με κατεύθυνση τα υψηλής ποιότητας γεωργικά προϊόντα. Έτσι, τα προϊόντα βιολογικής καλλιέργειας υπάγονται στην ίδια λογική προστασίας όπως τα προϊόντα με Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης (ΠΟΠ) και τα προϊόντα με Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη (ΠΓΕ) που είναι κατηγορίες πιστοποίησης της εντοπιότητας και της παραδοσιακής μεθόδου παραγωγής τους. Το γεγονός αυτό έχει ως συνέπεια, πέρα από τις υψηλές προδιαγραφές που πρέπει να πληροί ένα βιολογικό προϊόν, τη δυνατότητα οι παραγωγοί να μπορούν να επιδιώξουν μια ανώτερη τιμή πώλησης καθώς τα προϊόντα τους υπαγόμενα σε αυτό το καθεστώς, κρίνονται ανταγωνιστικότερα στις αγορές.

### **1.γ. Η προσαρμογή του Κοινοτικού κανονισμού στην Ελλάδα**

Η Ελλάδα, σε αντίθεση με άλλα κράτη-μέλη της Ε.Ε (όπου το νομοθετικό πλαίσιο για τη βιολογική γεωργία απλά έδωσε περαιτέρω ώθηση στις ήδη υπάρχουσες προσπάθειες για βιολογική καλλιέργεια), αποτελεί ιδανικό παράδειγμα όπου το προαναφερθέν θεσμικό πλαίσιο της Ε.Ε, επέβαλε στην κυριολεξία την καθιέρωση της βιολογικής γεωργίας και την άρση της από το περιθώριο. Με εξαίρεση το γεγονός ότι υπήρξαν πρώιμες ατομικές προσπάθειες βιοκαλλιέργειας ή ακόμη και προσπάθειες ομάδων παραγωγών (κυρίως σταφιδοπαραγωγών/ ελαιοπαραγωγών στην Αιγιάλεια και ελαιοπαραγωγών στη Μεσσηνιακή Μάνη), οι υπηρεσίες του Υπουργείου Γεωργίας<sup>15</sup> δεν είχαν ασχοληθεί καθόλου με το θέμα της βιολογικής γεωργίας πριν εκδοθεί ο Καν. (Ε.Ε) 2092/91. Παρ' όλα αυτά, η καθιέρωση του θεσμικού πλαισίου της Ε.Ε ανάγκασε τις ελληνικές αρχές σε μια διαδικασία προσαρμογής στα όσα αυτό προέβλεπε. Έτσι, το θεσμικό πλαίσιο που διέπει τη βιολογική γεωργία στην Ελλάδα ταυτίζεται με την εφαρμογή (υποχρεωτική άλλωστε) των σχετικών κανονισμών, χωρίς κάποια ειδικότερη στρατηγική για την ανάπτυξη του εγχώριου τομέα της βιολογικής γεωργίας. Συγκεκριμένα:

---

<sup>15</sup> Πρόκειται για την παλαιότερη ονομασία του σημερινού Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης & Τροφίμων.

Σε εφαρμογή του Καν.(Ε.Ε) 2092/91 συστήθηκε το *Γραφείο Βιολογικών Προϊόντων Φυτικής Προέλευσης* στην κεντρική υπηρεσία του Υπουργείου Γεωργίας, ως η αρμόδια αρχή για την εφαρμογή του εν λόγω κανονισμού στην Ελλάδα. Κύρια αρμοδιότητα του Γραφείου είναι “ο έλεγχος και η εποπτεία του εθνικού συστήματος έλεγχου και πιστοποίησης βιολογικών προϊόντων”. Το σύστημα ελέγχου-πιστοποίησης βιολογικών προϊόντων καθορίστηκε με υπουργική απόφαση το 1993, με την οποία “εγκαθιδρύεται σύστημα έλεγχου και πιστοποίησης των βιολογικών προϊόντων, το οποίο διαχειρίζονται εγκεκριμένοι ιδιωτικοί φορείς, οι οποίοι επιβλέπονται από την αρμόδια κεντρική υπηρεσία του Υπ. Γεωργίας, ως αρμόδια εθνική αρχή...”.

Με βάση αυτό το πλαίσιο, σήμερα λειτουργούν στην Ελλάδα οκτώ ιδιωτικοί πιστοποιητικοί οργανισμοί<sup>16</sup>, οι οποίοι ασκούν τεχνικούς ελέγχους και παρέχουν πιστοποίηση στο σύνολο των Ελλήνων βιοκαλλιεργητών.

Σε εφαρμογή του Καν. (Ε.Ε) 2078/92, η Διεύθυνση Χωροταξίας και Προστασίας περιβάλλοντος του Υπουργείου Γεωργίας (ως υπεύθυνη αρχή για την εφαρμογή του κανονισμού αυτού στην Ελλάδα) έχει καταρτίσει και εφαρμόζει από το 1995 πρόγραμμα στρεμματικών επιδοτήσεων των βιοκαλλιεργητών. Η χρηματική ενίσχυση των βιοκαλλιεργητών διαφοροποιείται ανάλογα με το είδος της καλλιέργειας και με την τοποθεσία της εκμετάλλευσης (σε περιοχή οικολογικά ευαίσθητη ή όχι), ωστόσο η δεύτερη διάκριση είναι μάλλον συμβολική, αφού η διαφορά στο ύψος της επιδότησης μεταξύ οικολογικά ευαίσθητων και λοιπών περιοχών είναι αμελητέα. Παράλληλα, ο τρόπος υπολογισμού της επιδότησης γίνεται ανά στρέμμα καλλιέργειας, σύμφωνα με τη γενικότερη κατεύθυνση της ΚΑΠ<sup>17</sup>, για άμεσες ενισχύσεις στους παραγωγούς και με στόχο τον περιορισμό της εντατικοποίησης, των πλεονασμάτων και των υπερβάσεων στο κόστος της ΚΑΠ. Έτσι, η βιοκαλλιέργεια επιδοτείται ως εναλλακτικός τρόπος παραγωγής ανεξάρτητα από την απόδοσή της και την ποιότητα των προϊόντων της (Φωτόπουλος και Κρυστάλλης 2003).

---

<sup>16</sup> Οι οργανισμοί αυτοί είναι : «ΔΗΩ», «BIO-Hellas», «Φυσιολογική», «Qways», «aCert-European Organization for Certification» , «Iris-A.Χατζηδάκη & ΣΙΑ Ε.Ε.», «Πράσινος Έλεγχος – Green Control», και «Γεωτεχνικό Εργαστήριο Α.Ε»

<sup>17</sup> Κοινή Αγροτική Πολιτική

### 1.δ. Το βιολογικό προϊόν μέσα από «ιθαγενή» μάτια

Η προσπάθεια για την δημιουργία ενός σφαιρικού συμφραζομένου μέσα από το οποίο γίνεται αντιληπτή η βιολογική γεωργία και κατ' επέκταση το βιολογικό προϊόν, ολοκληρώνεται με την ανάδειξη ενός ερμηνευτικού πλαισίου όπως αυτό προκύπτει από τους άμεσα εμπλεκόμενους με τον χώρο. Από την επιτόπια έρευνα, έγινε φανερό ότι μέσα από καθημερινές ρητορικές και πρακτικές, η νοηματοδότηση που αποδίδουν οι ίδιοι οι βιοκαλλιεργητές, οι βιοκαταναλωτές και οι έμποροι του χώρου, στο «βιολογικό προϊόν», περιστρέφεται γύρω από συγκεκριμένους άξονες και ιδιαίτερα χαρακτηριστικά. Έτσι, η νοηματοδότηση της τιμής, της κοινωνικής και οικονομικής προσβασιμότητας και η περιγραφή του βιολογικού προϊόντος από τους ανθρώπους του χώρου, συμπληρώνει μια γενική πρώτη θέαση ως προς τη βιολογική γεωργία.

#### Η τιμή

Ξεκινώντας την έρευνά μου, από τις πρώτες κιόλας επαφές που είχα με ανθρώπους που ασχολούνται με τα βιολογικά προϊόντα, το ζήτημα της τιμής τους έναντι των αντίστοιχων συμβατικών, ήταν κυρίαρχο, και σίγουρα ένα από τα πρώτα θέματα για τα οποία ένιωθαν ότι έπρεπε να κάνουν λόγο. Μια και η τιμή εκ των πραγμάτων, τις περισσότερες φορές, είναι από τα πρώτα χαρακτηριστικά που παρατηρεί κάποιος όταν έρχεται σε επαφή με ένα προϊόν, και δημιουργεί τις πρώτες εντυπώσεις ενθαρρύνοντας ή αποτρέποντας τον καταναλωτή σχετικά με κάποια αγορά. Ιδιαίτερα, στην περίπτωση των βιολογικών προϊόντων, αν η πρώτη ματιά του καταναλωτή εστιάζει καθαρά μόνο στο αναγραφόμενο αντίτιμο, τότε δεν είναι δύσκολο να διαπιστώσει πως τα βιολογικά προϊόντα είναι σχεδόν πάντα ακριβότερα έναντι των συμβατικών, παρά το γεγονός ότι σε αρκετές περιπτώσεις οι τιμές βιολογικών και συμβατικών προϊόντων τείνουν να συγκλίνουν. Αυτή η διαφορά στην τιμή, είναι εξάλλου κάτι που και οι ίδιοι οι έμποροι και οι βιοκαλλιεργητές δεν κρύβουν: *«Τα βιολογικά είναι ακριβότερα» «Ναι, τα βιολογικά είναι ελαφρώς πιο πάνω»*. Μάλιστα, ο πρόεδρος της ομοσπονδίας «Ένωση Βιοκαλλιεργητών Ελλάδας»,

Χ. Τσοκανής, δεν κρύβει ότι σε κάποια βιολογικά είδη, η διαφορά της τιμής τους με αντίστοιχα συμβατικά μπορεί να αγγίζει και το 30%<sup>18</sup>. Παρ' όλα αυτά, οι βιοκαλλιεργητές και οι έμποροι βιολογικών προϊόντων, συχνά μπαίνουν στη διαδικασία να εξηγούν σε καινούργιους καταναλωτές οι οποίοι δεν έχουν ιδιαίτερη επαφή με τον χώρο, τους λόγους της ακριβότερης τιμής των ειδών τους. Το ίδιο επιχειρήσαν να μου εξηγήσουν κι εμένα, τόσο οι βιοκαλλιεργητές στη βιολογική αγορά, όσο και οι έμποροι στα καταστήματά τους.

Ανάμεσα στα επιχειρήματα που αφορούσαν την ακριβότερη τιμή των βιολογικών τροφίμων, διέκρινα δύο αλληλοσυμπληρώμενες κατευθύνσεις επεξήγησης. Η πρώτη κατεύθυνση των επιχειρημάτων, εστίαζε στις αντικειμενικές δυσκολίες της βιολογικής παραγωγής, και τη δυσκολότερη διανομή αυτών των προϊόντων. Σε αυτή την λογική ο Κώστας που ασχολείται με τις βιοκαλλιέργειες, μου επισημαίνει:

*« Στην βιολογική γεωργία τα πράγματα είναι διαφορετικά απ' ότι στους συμβατικούς καλλιεργητές. Δεν συγκρίνεται ούτε η έκταση της παραγωγής, ούτε η ποσότητα ούτε η ποιότητα, ούτε τίποτα. Εμείς (οι βιοκαλλιεργητές) ας πούμε, δεν έχουμε ούτε τα ίδια μέσα φυτοπροστασίας, ούτε μπορούμε να παράγουμε τις ίδιες ποσότητες με έναν άλλο (συμβατικό) γεωργό. Και πληρώνουμε κι από πάνω για την πιστοποίησή μας. Ε, όλα αυτά δεν θα αυξήσουν κάπως την τελική τιμή; »*

Ενώ σε άλλη συνομιλία, ο συνάδερφός του, ο Δημήτρης, στο ίδιο μήκος κύματος, υπογραμμίζει το ζήτημα της μικρής παραγωγής:

*« Κοίταξε τώρα να δεις, εγώ από την πατάτα μου, θα βγάλω ένα με ενάμιση τόνο το στρέμμα, με πολύ περισσότερα μεροκάματα. Ο συμβατικός ο καλλιεργητής θα βγάλει τέσσερις τόνους το στρέμμα. Δηλαδή την τριπλάσια και πολλές φορές τετραπλάσια παραγωγή που θα βγάλω εγώ. Έ κάποια στιγμή αυτά ας πούμε πρέπει να πληρωθούν. Είναι πολύ χαμηλή η παραγωγή και πολύ περισσότερα τα έξοδα. Αυτή η μικρή διαφορά που έχουμε στην τιμή – γιατί είναι μικρή – είναι γιατί δεν βγαίνουμε. Εντάξει. Καλή είναι η βιολογία, καλά είναι να κάνεις αυτό που σου αρέσει ας πούμε, αλλά κάποια στιγμή και το οικονομικό είναι μέσα στη ζωή. »*

---

<sup>18</sup> Συνέντευξη στην εκπομπή της NET «Χθες, Σήμερα, Αύριο», επεισόδιο 22, τηλεοπτική σεζόν 2009 - 2010

Παράλληλα, στο πλαίσιο της δικαιολόγησης της ακριβότερης τιμής με βάση τους αναπόφευκτους παράγοντες και αντικειμενικές δυσκολίες, ο Γιώργος, γνωστός έμπορος βιολογικών τροφίμων της περιοχής, επιχειρεί να μου περιγράψει το πώς καταλήγουν ακριβότερα τα βιολογικά προϊόντα ως το κατάστημά του:

*«...πολλά λεφτά ξοδεύονται, και αυξάνουν την τιμή του προϊόντος, από παροχές υπηρεσιών και από μεσάζοντες. Δηλαδή, ένα προϊόν βιολογικό, το οποίο κάνει ένα ευρώ, έχει κόστος παραγωγής ένα ευρώ. Έχει 10λεπτά πιστοποίηση, για να χριστεί "βιολογικό προϊόν". Πάει στον μύλο, να αλέσει. Ο μύλος πρέπει να έχει πληρώσει πιστοποίηση, για να μπορεί να αλέσει βιολογικό προϊόν. Άλλα 10 λεπτά. Φεύγει από κει, πάει στην εταιρία που το συσκευάζει. Άλλα 10 λεπτά. Φεύγει από κει, πάει στο κατάστημα. Άλλα 10 λεπτά, για να χαρακτηριστεί βιολογικό και από το κατάστημα. Άρα η τιμή του προϊόντος δεν είναι ότι.... κάποιος κάνει....εε είναι πολύ ακριβό. Είναι κοίταξε....10 και 10 και 10 και 10. Αν βάλεις αυτά, είναι μισό ευρώ στο (αρχικό) ένα ευρώ. Είναι 50%. Αν βάλεις και το ΦΠΑ εδώ πάνω, δηλαδή πάει 100% η τιμή παραπάνω ας πούμε. Κι εδώ δεν είναι θέμα ούτε καλλιεργητή, ούτε καταστήματος ας πούμε, γιατί το κατάστημα..... θα 'ρθει με 2 ευρώ τελικά, θα το πουλήσει 2 και 30. Θα βάλει το νόμιμο κέρδος»*

Τέλος, ο Νίκος, επίσης έμπορος, δικαιολογεί μέρος της αυξημένης τιμής των βιολογικών προϊόντων επισημαίνοντας το κόστος της διανομής που επιβαρύνει κάποια τρόφιμα:

*«Αυτό που λένε και λίγο παραπάνω καμιά φορά (εννοεί στην τιμή), είναι εξαιτίας του κόστους. Το πορτοκάλι που πουλάω ας πούμε, και έχει δύο μεταφορικές. Θα το στείλει από Χανιά στον Πειραιά, και ο Πειραιάς στη Λάρισα. Δύο μεταφορικές ξέρεις τι σημαίνει;»*

Οι παραπάνω ενδεικτικές θέσεις βιοκαλλιεργητών και εμπόρων, συνοψίζουν εν ολίγοις τους «αντικειμενικούς» ή αναπόφευκτους λόγους της ακρίβειας των βιολογικών έναντι των συμβατικών προϊόντων. Έτσι τονίζεται η κατά πολύ μικρότερη παραγωγή των βιοκαλλιεργητών, το γεγονός ότι οι βιοκαλλιέργειες είναι σαφώς πιο ευάλωτες σε σύγκριση με τις συμβατικές, γιατί δεν χρησιμοποιούνται οι αποτελεσματικότερες αλλά χημικές μέθοδοι φυτοπροστασίας, και τέλος επισημαίνεται ότι το τελικό κόστος των προϊόντων έχει επιβαρυνθεί πρόσθετα με τα

έξοδα για την πιστοποίηση, τόσο στο στάδιο της παραγωγής, όσο και στο στάδιο της διανομής και της πώλησης.

Ωστόσο, όπως παρατήρησα, η ρητορική σχετικά με την τιμή, σπάνια εξαντλούνταν μόνο στις αναπόφευκτες δυσκολίες που επιβάρυναν το τελικό αντίτιμο. Συνήθως μετά την αρχική παραδοχή ότι τα βιολογικά προϊόντα είναι ακριβότερα και την επεξήγηση των «αντικειμενικών» λόγων που συμβαίνει αυτό, ξεκινούσε μια δεύτερη κατεύθυνση επιχειρημάτων που προσπαθούσε να ερμηνεύσει την υψηλότερη «βιολογική» τιμή με ποιοτικούς όρους. Η πιο συνηθισμένη κατακλείδα αυτής της συλλογιστικής, ήταν ότι εν τέλει η διαφορά των τιμών δεν ήταν αξιοσημείωτη αν αναλογιζόταν κανείς την σαφέστατη ποιοτική υπεροχή των βιολογικών έναντι των συμβατικών προϊόντων, και ότι πολλές φορές μάλιστα, θα μπορούσε να αποδειχτεί πρακτικά σε συνάρτηση με άλλους παράγοντες, ότι τα βιολογικά ήταν φθηνότερα. Επίσης πρέπει να σημειωθεί ότι σε αντίθεση με την επιχειρηματολογία των «αναπόφευκτων δυσκολιών» που εκφραζόταν κυρίως μέσα από εμπόρους και παραγωγούς, η ερμηνεία της τιμής με ποιοτικούς όρους έβρισκε έκφραση ακόμη κι από χείλη καταναλωτών. Ο Νίκος που πιο πάνω έκανε λόγο για το κόστος διανομής, εστιάζει τώρα στην θρεπτική υπεροχή των βιολογικών προϊόντων:

*«Προσιτά είναι, γιατί κοίταξε να δεις...πόσο πουλιέται το καρπούζι; Ένα καρπούζι τώρα κάνει 0.40 λεπτά ας έχει 0.35 το συμβατικό. Είναι διαφορά που μπορούμε να την συζητήσουμε; Εκείνο έχει φάει 10 ραντίσματα..., έχει ρίξει λίπασμα...ξανά λίπασμα...και δεν ξέρω τι άλλο έχει...πλένονται και τα μολιάζουν από κολοκύθες κτλ και αυτό είναι ο σπόρος του κι ότι έχει μείνει...νερό. Δηλαδή τι διαφορά έχει; Εγώ το βλέπω σαν ασήμαντη διαφορά ας πούμε 5-10 λεπτά στο κιλό».*

Τη σύγκριση των τιμών σε συνάρτηση με την ωφέλιμη θρεπτική αξία βιολογικών και συμβατικών τροφίμων, επιχειρεί να πάει ένα βήμα πιο κάτω και ο συνάδερφός του ο Γιώργος:

*«Ένας λόγος είναι ότι τα θεωρούν ακριβά προϊόντα. Κάτι που ουσιαστικά δεν είναι. Είναι ο σημαντικός λόγος...ή πολλοί πιστεύουν ότι είναι ακριβά, ενώ ας πούμε ξοδεύουνε περισσότερα λεφτά για άχρηστα άλλα πράγματα. Πιστεύουν ότι είναι ακριβό το προϊόν. Είναι λίγο ακριβό και είπαμε γιατί. Τα δεκάλεπτα που μπαίνουν ας πούμε στη σειρά της παραγωγής και ο βιοκαλλιεργητής είναι ο μόνος που πληρώνει για να ελεγχθεί. Η προσωπική μου άποψη είναι ότι δεν είναι ακριβά, γιατί ας πούμε μια ντομάτα κάνει 50 λεπτά. Την βρίσκεις στη λαϊκή με 50 λεπτά, κι εδώ κάνει 1,50 ευρώ.... Δεν συγκρίνουν βιολογικά με βιολογικά. Συγκρίνουν βιολογικά με συμβατικά. Κι εδώ η ντομάτα θα έχει 2 ευρώ σου βάζω εγώ. 400 - 300 % πάνω. Λοιπόν. Από αυτή εδώ, θα δώσεις 5 ευρώ και θα πάρεις 10 κιλά..... Με 10 ευρώ θα πάρεις 20 κιλά. Από αυτά τα 20 κιλά, θα φας περίπου τα 7.Απο εμπειρία. Κάποτε ήμουνα βιοκαλλιεργητής έκανα*

*παραγωγή ντομάτας και ξέρω τι σου λέω. Τα υπόλοιπα θα τα πετάξεις. Είτε στη φλούδα, είτε σαν νερό, σαν ζουμί, θα τα πετάξεις. Τα 5 κιλά που θα πάρεις εδώ πέρα, θα είναι 100% βρώσιμα. Δηλαδή θα πετάξεις 30 γραμμάρια. Αν το υπολογίσεις και σύμφωνα με τα θρεπτικά συστατικά που έχει αυτή η ντομάτα πάνω, είναι η μέρα με τη νύχτα. Είναι πολύ πιο φθηνή αυτή η ντομάτα (η βιολογική) αλλά δεν μπαίνει κανένας σε αυτή τη διαδικασία να το ψάξει.»*

Ο Βασίλης, έμπορος κι εκείνος, μου τονίζει ότι μέρος της ακρίβειας του βιολογικού προϊόντος έναντι του συμβατικού, οφείλεται στην φιλική για το περιβάλλον, μέθοδο παραγωγής του:

*"Αν στην τιμή του συμβατικού συμπεριλαμβανόταν το κόστος της καταστροφής του περιβάλλοντος που προκαλεί, τα βιολογικά προϊόντα θα είχαν την χαμηλότερη τιμή"*

ενώ στην ίδια λογική, αρκετοί βιοκαταναλωτές εξετάζουν την «ακρίβεια» των βιολογικών προϊόντων σε σχέση με λόγους για την υγεία:

*«Προτιμώ να δώσω τρεις δεκάρες παραπάνω, για ένα προϊόν που 99% είναι καθαρό κι εγγυημένο, παρά να δώσω αργότερα πολλά παραπάνω στους γιατρούς, με ένα αβέβαιο αποτέλεσμα» (Κατερίνα, βιοκαταναλώτρια)*

*« Ναι, είναι ακριβά. Ακριβότερα από τα συμβατικά. Αλλά για μένα αυτό δεν αποτελεί δικαιολογία. Αν κάποιος πραγματικά ενδιαφέρεται για την υγιεινή διατροφή, θα κόψει τσιγάρα, θα κόψει ποτά θα κόψει περιττά έξοδα και θα τραφεί υγιεινά.» (Μιχάλης, βιοκαταναλωτής)*

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να επισημάνω, ότι μιλώντας για τις ρητορικές σχέσεις με την τιμή των βιολογικών προϊόντων, θα ήταν παράλειψη αν δεν αναφερόμουν και στις -περιορισμένες είναι η αλήθεια- διατυπώσεις βιοεμπόρων και βιοκαταναλωτών ότι το υψηλό κόστος των προϊόντων βιολογικής παραγωγής, αποκλείει κάποιους από την αγορά βιολογικών προϊόντων. Χαρακτηριστικά παραδείγματά αυτής της άποψης είναι τα παρακάτω:

*«...αν και όλοι τα θέλουν (τα βιολογικά), δεν μπορούν όλοι να τα πλησιάσουν. Ένας χαμηλομισθωτός ή ένας χαμηλοσυνταξιούχος δεν μπορεί να τα πλησιάσει.» (Γιάννης , βιοκαλλιεργητής)*

*«Δυστυχώς είναι οι τιμές είναι ακόμα...ένα θέμα. Δεν είναι εύκολο για τον καθένα να δώσει ...ξέρεις έστω αυτό το λίγο παραπάνω που κάνουν τα βιολογικά» (Δήμητρα, έμπορος βιολογικών προϊόντων).*

Παρατηρώντας λοιπόν, τον τρόπο που χρησιμοποιείται ή ακόμη και υπονοείται η έννοια της τιμής στις παραπάνω ρητορικές, είναι φανερό ότι πολλές φορές, οι άμεσα εμπλεκόμενοι με τον χώρο των βιολογικών τροφίμων (καλλιεργητές, έμποροι, καταναλωτές) φέρνουν στο προσκήνιο την τιμή ως μια έννοια που συνδηλώνει αρκετά περισσότερα από το απλό αντίτιμο πάνω στα προϊόντα που βλέπει κανείς με μια πρώτη ανάγνωση. Θα μπορούσε να υποστηρίξει κανείς μάλιστα, ότι η τιμή μέσα από τις ρητορικές αυτές, λειτουργεί διττά. Από την μία πλευρά χρησιμοποιείται ως σύμβολο της ταυτότητας των βιολογικών προϊόντων, κι από την άλλη λειτουργεί σαν μέσο διάκρισης και των τροφίμων αυτών, και των καταναλωτών τους.

Η αντιμετώπιση της τιμής των βιολογικών προϊόντων, ως σύμβολο της ταυτότητά τους, προκύπτει τόσο μέσα από την θεώρηση ότι είναι «ακριβά» όσο και μέσα από την ρητορική που τα παρουσιάζει ως «ακριβά κατ' επίφαση», κι επί της ουσίας «φθηνά». Αυτό προκύπτει γιατί και στις δύο περιπτώσεις η έννοια της τιμής δείχνει να συνδέεται μετωνυμικά με τα αποκλειστικά «πλεονεκτήματα» ποιότητας που φέρουν τα βιολογικά, όπως διατείνονται οι άνθρωποι του χώρου. Έτσι στο αφήγημα ότι τα προϊόντα βιολογικής καλλιέργειας είναι ακριβά, η υψηλή τιμή συνδέεται μετωνυμικά με το ποιοτικό πλεονέκτημα του ιδιαίτερου «βιολογικού» τρόπου παραγωγής (μικρές καλλιέργειες, έλλειψη χημικών φυτοφαρμάκων). Αντίστοιχα λειτουργεί και η ρητορική με την τιμή ως «ακριβή κατ' επίφαση», καθώς και πάλι από την τιμή γίνεται η αναγωγή σε «αποκλειστικά» χαρακτηριστικά των βιολογικών προϊόντων όπως ο φιλικός προς το περιβάλλον χαρακτήρας τους, και η προσφορά τους στην καλή υγεία. Κατά συνέπεια, και στις δύο περιπτώσεις, η τιμή γίνεται το μέσο μετάβασης ώστε να επισημανθεί ένα θεμελιώδες χαρακτηριστικό των βιολογικών προϊόντων. Με άλλα λόγια, ο λόγος για την τιμή στην συντριπτική



πλειονότητα των περιπτώσεων, την καθιστά ως την ιδιότητα εκείνη που φέρνει στο προσκήνιο όλες τις υπόλοιπες ιδιότητες που προσδι-ορίζουν το βιολογικό προϊόν.

Παράλληλα, με την λειτουργία της τιμής ως ένα σύμβολο συμπυκνωμένης ταυτότητας, αυτό το μέγεθος, λειτουργεί και ως ένα μέσο διάκρισης, τόσο σε σχέση με άλλα συμβατικά προϊόντα, όσο και ως ένα μέσο διάκρισης των «βιοκαταναλωτών» έναντι των συμβατικών καταναλωτών. Την ίδια στιγμή λοιπόν που η (υψηλότερη από τα συμβατικά) τιμή γίνεται το μέσο για να προσδιοριστεί ποιοτικά το βιολογικό προϊόν, εγείρεται και μια υποβόσκουσα ρητορική ως αντίστιξη στο κυρίαρχο αφήγημα της υπόλοιπης αγοράς που κάνει λόγο διαρκώς για συγκυριακές «προσφορές», και πληθώρα προϊόντων που είναι εξαιρετικά φθηνά. Με αυτόν τον τρόπο, ο λόγος για την «βιολογική» τιμή δεν εγγράφεται στη λογική «περιπετειών χαμηλού κόστους» (de la Pradelle 2006) ούτε φαινομενικά στις επιταγές της υπόλοιπης αγοράς για το «φθηνό» και επιχειρεί να προσθέσει μια ακόμη διακριτή ιδιότητα στις «πολιτισμικά διαμορφωμένες μυθολογίες» που συνοδεύουν εν προκειμένω τα βιολογικά τρόφιμα (Appadurai 1986).

### Βιολογικά προϊόντα και ρητορικές προσδιορισμού

Κάνοντας λόγο για την ιστορική διαδρομή της βιοκαλλιέργειας, στην αρχή του κεφαλαίου, φάνηκε ήδη από την δεκαετία του 1980, ότι άρχισε να εκφράζεται οργανωμένα σε παγκόσμιο επίπεδο, το αίτημα για υγιή και ασφαλή προς το περιβάλλον τρόφιμα. Το αίτημα αυτό συνέχισε να αυξάνει τα επόμενα χρόνια με κορύφωση την δεκαετία του 2000, και ο προσανατολισμός σε ζητήματα διατροφής, ποιότητας, νέων τροφίμων, και υγείας βρίσκοντας ανταπόκριση στη βιομηχανία φαγητού, πήρε τέτοιες διαστάσεις ώστε να χαρακτηριστεί από την Simmonds ως «διατροφισμός» («foodie-ism») (στο Bell & Valentine 1997). Αυτή η αλλαγή στις πολιτικές της κατανάλωσης του φαγητού στο δυτικό κόσμο, αποτυπώνεται και με όρους όπως «ηθικό τρώγειν» και «πράσινος καταναλωτισμός» (Bell & Valentine 1997), και εκφράζεται μέσα από τον περιορισμό της κατανάλωσης βιομηχανικών και

τυποποιημένων τροφίμων<sup>19</sup> και την στήριξη φυσικών προϊόντων, την αναβίωση παραδοσιακών διατροφολογιών και την ανάδειξη προϊόντων από περιορισμένες παραγωγικά αγροτικές καλλιέργειες.

Στην Ελλάδα, ο λόγος αυτός αργεί σχετικά να κάνει αισθητή την εμφάνισή του, και στο βαθμό που εκφράζεται οργανώνεται γύρω από την κατανάλωση βιολογικών προϊόντων. Μέσα από το παραπάνω ερμηνευτικό συμφραζόμενο λοιπόν, αποκτά ιδιαίτερο ενδιαφέρον η εξέταση των «ιθαγενών» ρητορικών που πλαισιώνουν τα βιολογικά τρόφιμα τόσο μέσα από τον προσδιορισμό τους ως προϊόντα που ενσωματώνουν τις επιταγές της παραπάνω διατροφικής τάσης, όσο και ως προϊόντα που η κατανάλωσή τους αποδίδει διάκριση και ομογενοποίηση αναπαριστώντας ταυτότητες.

Αναμφισβήτητα, οι επικρατέστερες ρητορικές όσων κάνουν λόγο για τα βιολογικά προϊόντα, είτε από την πλευρά του καταναλωτή είτε από την πλευρά του επαγγελματία που ασχολείται με αυτά, σχετίζονται με τον υγιεινό<sup>20</sup> χαρακτήρα των προϊόντων αυτών. Μάλιστα, κατά τη διάρκεια της έρευνας και των συνεντεύξεων με ανθρώπους του χώρου, αρκετές φορές η λέξη «υγιεινό» αντικαθιστούσε την λέξη «βιολογικό» εν τη ρύμη του λόγου, ή άλλες πάλι, υπήρχε από την πλευρά τους, εννοιολογική ταύτιση των δύο όρων στο πλαίσιο της συζήτησης. Ο Γιώργος, βιοκαταναλωτής, μιλώντας σχετικά με την απόφαση που πήρε με την σύζυγό του να στραφούν προς τα βιολογικά τρόφιμα, επισημαίνει:

*«...ασχοληθήκαμε με τα βιολογικά τρόφιμα, επειδή θέλαμε να κάνουμε σωστή διατροφή, υγιεινή διατροφή.»*

Σε αυτή τη φράση πέρα από την ταύτιση της υπονοούμενης «βιολογικής» με την «σωστή» και «υγιεινή» διατροφή, έρχονται να προστεθούν αρκετές ακόμη αναφορές βιοκαταναλωτών και καλλιεργητών που κάνουν λόγο ότι η προσδοκία για μια καλύτερη υγεία (ή διατήρηση της ήδη καλής υγείας), ήταν από τα πρώτα ερεθίσματα

<sup>19</sup> Ενδεικτικό κίνημα αυτής της ευρύτερης τάσης είναι το διεθνές διατροφικό κίνημα “slow food” (αργό γεύμα), με σκοπό την ανάδειξη φιλικών για το περιβάλλον τοπικών διατροφολογιών, βασισμένων στις τοπικές κουζίνες ως αντίπραξη στην τυποποιημένη ανθυγιεινή “παγκόσμια” τροφή των εστιατορίων τύπου fast food. <http://www.slowfood.com>

<sup>20</sup> Αναλυτική περιγραφή της σχέσης των βιολογικών προϊόντων με την υγεία θα υπάρξει στο τελευταίο κεφάλαιο της εργασίας.

που παρακίνησαν αρκετούς να ασχοληθούν με αυτά. Παράλληλα, αν συνυπολογιστεί ότι προκειμένου να δοθεί μια περιγραφή των υγιεινών ιδιοτήτων των βιολογικών προϊόντων, αρκετοί χρησιμοποιούσαν επίθετα όπως «ασφαλή» ή «καθαρά» προϊόντα, υπάρχει μια αρκετά ενδεικτική εικόνα για την παρουσία της παραμέτρου «υγεία» στο λόγο για τα προϊόντα βιολογικής καλλιέργειας. Έτσι η έννοια της υγείας παρουσιάζεται άρρηκτα συνδεδεμένη με όσα πρεσβεύουν τα βιολογικά τρόφιμα και μάλιστα πολλές φορές αυτή είναι και η βασική αιτία της ενασχόλησης με αυτά. Αναμφισβήτητα, η αιτιολόγηση της υγιεινής υπόστασης αυτών των τροφίμων είχε σχεδόν απόλυτη αναγωγή στον τρόπο παραγωγής και καλλιέργειάς τους, σύμφωνα με τον οποίο, δεν παρεμβάλλεται καμία τεχνητή χημική προσθήκη και διαδικασίες αυτές διατηρούν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που έχουν αυτά τα τρόφιμα στη φύση.

Παρ' όλα αυτά, πίσω από το σχήμα της υγείας στα βιολογικά προϊόντα θα πρέπει να γίνει ορατή και μια βαθύτερη δήλωση που εκφράζεται μέσα από αυτές τις ρητορικές. Όπως σημειώνει ο Barthes (1961), η υγεία είναι το άλλοθι ότι η τροφή μπορεί να δηλώσει μέσω της ύλης, ένα σύνολο άυλων αξιών, και συνεχίζει προσθέτοντας ότι η υγεία δεν μπορεί να βιωθεί μέσω της διατροφής, αλλά μόνο με την μορφή «διαθέσεων» οι οποίες μπορούν να δηλώσουν την ικανότητα του σώματος να αντιμετωπίζει έναν ορισμένο αριθμό κοινωνικών καταστάσεων. Στην περίπτωση των βιολογικών τροφίμων οι «άυλες αξίες» που αναφέρει ο Barthes είναι η εναντίωση στις «ανθυγιεινές» βιομηχανοποιημένες τροφές (και κατ' επέκταση θα μπορούσε να πει κανείς η εναντίωση στον «βιομηχανοποιημένο» τρόπο ζωής), και η «υγεία» την οποία επικαλούνται οι βιοκαταναλωτές είναι η σωματοποίηση (embodiment) της διάθεσής τους αυτής για αντίσταση.

Στο σημείο αυτό, έχοντας υπ' όψιν i) την μαζικότητα που παρουσιάζει ο συσχετισμός υγείας και βιολογικής διατροφής ανάμεσα στους βιοκαταναλωτές με ότι αυτό συνδηλώνει, ii) την κοινή τους δυνατότητα να διαθέτουν το πολιτισμικό και οικονομικό κεφάλαιο που απαιτεί η πρόσβαση στα βιολογικά προϊόντα και iii) την θεώρηση του Appadurai (1986) ότι η κατανάλωση είναι κατ' εξοχήν κοινωνική, σχεσιακή, και δρώσα (“active”), θα μπορούσε να υποστηρίξει κανείς, ότι οι βιοκαταλωτές που εμπλέκονται σε αυτό το σχήμα, μοιράζονται ένα κοινό πλέγμα αξιών και φέρουν χαρακτηριστικά φαντασιακής κοινότητας. (Anderson 1997) Συνεπώς, στο πλαίσιο ερμηνείας των ρητορικών προσδιορισμού των βιολογικών προϊόντων, πέρα από την περιγραφή των προϊόντων αυτών, μπορεί να γίνει διακριτή

και μια υφέρπουσα περιγραφή της φαντασιακής κοινότητας στην οποία απευθύνονται.

Έχοντας κατά νου τα παραπάνω, η ιδιότητα που διαδέχεται σε φήμη και διάδοση αυτήν της υγείας, και αποδίδεται μέσω ρητορικών στα βιολογικά τρόφιμα, είναι η θρεπτική τους αξία. Όπως και στην περίπτωση της ρητορικής για την υγιεινή τους υπόσταση, έτσι και στην περίπτωση της διατροφικής αξίας των βιολογικών τροφίμων, η αιτιολόγηση αυτών των τοποθετήσεων σχετίζεται με τον φυσικό τρόπο παραγωγής των τροφίμων αυτών:

*«Η θρεπτική αξία ενός μήλου βιολογικού αυτή που θα πάρουμε αν φάμε αυτό το μηλαράκι, είναι τουλάχιστον 10 φορές μεγαλύτερη από ένα συμβατικό μήλο, το οποίο ουσιαστικά δεν έχει παρά την μάζα αυτή, με νερό. 70 με 80% έχει νερό. Γιατί τα ραντίσματα αυτά που γίνονται (στα συμβατικά μήλα) ξεπλένουν όλη τη θρεπτική αξία, και ότι βιταμίνες υπάρχουν ας πούμε, και ουσιαστικά τι τρώμε; Τη μάζα αυτή του μήλου που ουσιαστικά δεν έχει καμία αξία και νερό.» (Νίκος, έμπορος βιολογικών προϊόντων)*

Η παραπάνω τοποθέτηση είναι από τις πλέον ενδεικτικές, αν και συνάντησα τοποθετήσεις αρκετά πιο έντονες και φορτισμένες όπως ενός βιοκαταναλωτή που προκειμένου να αποδώσει την θρεπτική ανωτερότητα των βιολογικών, παραλλήλισε την θρεπτική αξία των συμβατικών τροφίμων με εκείνη που έχουν οι ζωοτροφές!

Παρ' όλα αυτά, όπως φαίνεται δεν υπάρχουν ιδιαίτερα επιστημονικά πειστήρια που να δικαιολογούν τέτοιου είδους ρητορικές. Επιστημονικές έρευνες<sup>21</sup> και απόψεις διατροφολόγων<sup>22</sup> επί του θέματος, μάλλον συγκλίνουν στο ότι η θρεπτική αξία μεταξύ συμβατικών και βιολογικών τροφίμων δεν παρουσιάζει ιδιαίτερες μεταβολές. Σύμφωνα με την θεωρία του Bourdieu (1984) η ρητορική σχετικά με την θρεπτική αξία των βιολογικών προϊόντων, μπορεί να θεωρηθεί ως μια έκφραση της προτίμησης (taste) των βιοκαταναλωτών με την μορφή πολιτισμικής έξης (habitus) έτσι όπως αυτή διαμορφώνεται στους κόλπους της φαντασιακής τους κοινότητας. Κατά συνέπεια η ρητορική της προτίμησης μιας τροφής με ανώτερα

<sup>21</sup> Έρευνα του Πανεπιστημίου Αθηνών του τμήματος Περιβαλλοντικής Χημείας που δημοσιεύτηκε στην εφημερίδα «Τα Νέα», στις 22-09-2007.

<sup>22</sup> Άποψη του επιστημονικού συνεργάτη του τμήματος Διατολογίας – Διατροφής του Χαροκοπείου, διατολόγου – διατροφολόγου Γρηγόρη Ρίσβα που δημοσιεύεται με τίτλο «Μύθος ότι είναι πιο θρεπτικά» στην εφημερίδα «Τα Νέα» στις 28-04-2007.

θρεπτικά χαρακτηριστικά μπορεί να ληφθεί και ως έκφραση του αιτήματος αυτής της κοινωνικής ομάδας για επαναδιαπραγμάτευση της θέσης της μέσα στην κοινωνία.

Μετά την εξέταση της θέασης των βιολογικών τροφίμων ως «υγιεινά» και «θρεπτικά» οι ρητορικές των βιοκαταναλωτών συχνά αποδίδουν τα προϊόντα αυτά και ως «γευστικά», «νόστιμα», «παραδοσιακά» και «αυθεντικά». Αν και σπάνια το «γευστικό» συσχετίζεται με το «παραδοσιακό» από έναν ομιλητή, παρατηρώντας καλύτερα τις συνεντεύξεις, διαπίστωση ότι αυτές οι δύο έννοιες σχετίζονται κατά κάποιο τρόπο. Κύριο ερέθισμα γι' αυτόν τον συσχετισμό ήταν τοποθετήσεις όπως οι παρακάτω:

*«... εγώ ζούσα βιολογικά από πολύ μικρή, στο χωριό μου, γι αυτό το επέλεξα. Ξέρω αυτή τη ζωή. Δεν την συνάντησα τώρα ξαφνικά εδώ στην πόλη» (Δήμητρα, έμπορος βιολογικών προϊόντων και βιοκαταναλώτρια)*

*«... φυσικά και είναι πιο γευστικά. Είναι, αν θες, γεύσεις μιας άλλης εποχής αυτές. Βέβαια αυτό πολύς κόσμος ...τα νέα παιδιά, δεν μπορούν να το καταλάβουν αυτό. Δεν είναι ότι δε θέλουν, αλλά δεν έχουν τις παραστάσεις για να καταλάβουν» (Γιάννης, βιοκαταναλωτής).*

Στην πρώτη περίπτωση η Δήμητρα προσπαθεί να περιγράψει το πώς ξεκίνησε να ασχολείται με τα βιολογικά προϊόντα, και τελείως αυθόρμητα περιγράφει την ζωή της στο χωριό ως «βιολογική» η οποία μάλιστα την είχε εξοικειώσει με τα βιολογικά προϊόντα που συνάντησε στην πόλη. Στην δεύτερη περίπτωση ο Γιάννης προσπαθώντας να εξηγήσει την γευστική υπεροχή των βιολογικών προϊόντων κάνει κι αυτός αναγωγή στο παρελθόν και υπονοεί ότι η γεύση των βιολογικών τροφίμων σχετίζεται με την γεύση προϊόντων του παρελθόντος και το γεγονός αυτό τα κάνει γευστικότερα. Επισημαίνει μάλιστα, ότι αυτή η αίσθηση της ιδιαίτερης και προφανώς καλύτερης γεύσης, δεν μπορεί να γίνει αντιληπτή από «τα νέα παιδιά» γιατί «δεν έχουν τις παραστάσεις» προκειμένου να καταλάβουν. Οι «παραστάσεις» υπονοούν σαφώς την σχέση με κάποιες ιδιότητες ενός βιωμένου τόπου (place) ο οποίος διαφέρει αισθητά σύμφωνα με τον Γιάννη, με τον τόπο των «νέων παιδιών» που προφανώς είναι ο τόπος της πόλης.

Σε αυτό το σημείο θα ήταν σκόπιμο να επισημάνω συνοπτικά την άρρηκτη σχέση της «υπαίθρου», του «χωριού» και των προϊόντων που χαρακτηρίζονται ως «παραδοσιακά» στον κυρίαρχο δημόσιο λόγο, καθώς μέσα από αυτήν την λογική θα πρέπει να γίνει αντιληπτή και η απόδοση της έννοιας του «παραδοσιακού» από τους βιοκαταναλωτές στα βιολογικά προϊόντα. Χαρακτηριστικές αυτών των αναπαραστάσεων στο δημόσιο λόγο είναι οι διαφημίσεις γαλακτοκομικών προϊόντων. Σύμφωνα με τον Τζάλυ (1997) τα μηνύματα της διαφήμισης πρέπει να αντανακλούν τη συμβολική διάσταση της σχέσης ανθρώπου και πράγματος. Έτσι στο βαθμό είτε που αναπαράγουν, είτε που συνδημιουργούν αυτή τη συμβολική σχέση, διαμορφώνουν τον κυρίαρχο λόγο με τις αναπαραστάσεις τους. Ενδεικτικό παράδειγμα διαφήμισης που συνδέει τα βιολογικά προϊόντα με το «χωριό» και την «παράδοση» είναι η διαφήμιση της βιολογικής εκδοχής του τυριού φέτα «Χωριό», η οποία χρησιμοποιεί σαν κατακλείδα την φράση «*Χωριό. Δικαίωμα στα Βιολογικά*»

Γίνεται λοιπόν σαφές, ότι τόσο το «γευστικό» / «νόστιμο», όσο και το μη-αστικό / «χωριάτικο»/ «παραδοσιακό», μέσα στο πλαίσιο της ρητορικής, τείνουν να ταυτίζονται το καθένα χωριστά με την έννοια του «βιολογικού», και να ανάγονται από κοινού στο παρελθόν. Επιχειρώντας να δώσω μια ερμηνεία σε αυτή την προσέγγιση της κατανάλωσης των βιολογικών τροφίμων και λαμβάνοντας υπ' όψιν τα παραπάνω, οι ρητορικές αυτές μπορούν να θεαθούν ως ρητορικές μνήμης. Σύμφωνα με τον Halbwachs (1992), η μνήμη δεν αποθηκεύει μηχανικά, αυτούσιο το παρελθόν στην ανθρώπινη σκέψη, αλλά το αναπλάθει υπό την επήρεια της κοινωνίας και του παρόντος. Έχοντας ήδη επισημάνει, πως η κατανάλωση βιολογικών προϊόντων αποτελεί μια πράξη εναντίωσης στο σύγχρονο «εκβιομηχανισμένο» τρόπο παραγωγής και κατανάλωσης των τροφίμων, οι βιοκαταναλωτές που κάνουν λόγο για «παράδοση» και ιδιαίτερη γεύση στα βιολογικά, αντιτίθενται σε αυτή τη σύγχρονη πραγματικότητα μέσω της ανασύστασης και αναδιαμόρφωσης της συλλογικής μνήμης για την «παράδοση» και τη «γεύση», αντλώντας από τις αναπαραστάσεις του κυρίαρχου λόγου σχετικά με ένα ιδεατό κι αγνό παρελθόν. Έννοια κλειδί για αυτήν την πρακτική είναι η «γεύση» ως επιτέλεση, μέσω της οποίας απ-εδαφοποιείται το παρελθόν και βιώνεται στο παρόν.

Κλείνοντας αυτή τη συνοπτική εξέταση των περισσότερο διαδεδομένων χαρακτηριστικών στα οποία εστιάζουν οι ρητορικές προσδιορισμού των βιοκαταναλωτών, θα πρέπει να αναφερθώ και στην ρητορική του «ποιοτικού»

βιολογικού προϊόντος. Μια ρητορική, που ερχόταν πολύ συχνά στο προσκήνιο, παρουσιάζοντας την «ποιότητα» ως μια ιδιότητα που συμπύκνωνε κατά περίπτωση, την υγεία, την διατροφική αξία, την γεύση και την παράδοση σε ένα λεκτικό σχήμα, και αναδεικνύονταν πάντα σε αντίθεση με αντίστοιχα επιμέρους χαρακτηριστικά των συμβατικών προϊόντων. Μάλιστα οι ρητορικές που έκαναν λόγο για διαφορά στην ποιότητα μεταξύ συμβατικού και βιολογικού προϊόντος συχνά ήταν οι πιο γλαφυρές και οι πιο περιγραφικές:

*«Η διαφορά της ποιότητας είναι για να σου δώσω να καταλάβεις, σαν να παίζει η Ρεάλ Μαδρίτης με τον Αχιλλέα Φαρσάλων! Τέτοια διαφορά.» (Δημήτρης, βιοκαταναλωτής)*

Παρ' όλα αυτά, η ρητορικές που μιλούσαν για «ποιοτική διαφορά» και η επιχειρηματολογία τους περιοριζόταν εκεί, ήταν και εκείνες που αναπαράγονταν περισσότερο από άτομα καινούργια στο χώρο ή όπως αποδεικνύονταν εκ των υστέρων, ατόμων που ασχολούνταν με τα βιολογικά τρόφιμα συγκυριακά, καθιστώντας έτσι την ρητορική της «ποιότητας» μια «εύκολη» ρητορική. Κάνοντας ωστόσο, προσπάθεια να ερμηνεύσω την συσπείρωση των λόγων γύρω από την «ποιότητα», παρατήρησα ότι αποτελεί μια σύνθεση των επιμέρους νοηματοδοτήσεων που απορρέουν από όσα χαρακτηριστικά η «ποιότητα» εμπεριέχει. Έτσι στο αφήγημα για ποιοτικότερα βιολογικά προϊόντα έναντι των συμβατικών μπορεί να δει κανείς πρωτίστως μια φαντασιακή κοινότητα βιοκαταναλωτών που χρησιμοποιεί την κατανάλωση ως μέσο εναντίωσης σε μια σύγχρονη πραγματικότητα (αυτήν της τυποποιημένης βιομηχανικής τροφής), και ως μέσο αυτοπροσδιορισμού της μέσα στον κοινωνικό ιστό, αλλά ταυτόχρονα και ως ένα μέσο ανανοσηματοδότησης του παρόντος μέσα από ενατενίσεις του παρελθόντος. Τέλος οι ρητορικές της ποιότητας μπορούν να ειπωθούν ως ένα μέσο επικοινωνίας με άλλες διατροφικές κοινότητες ή κοινωνικές ομάδες, καθώς η συμπύκνωση των εννοιών της «ποιότητας» μπορεί να έχει χαρακτήρα «πολιτισμικά κατασκευασμένων μυθολογιών» (Appadurai 1986) έτσι ώστε τα βιολογικά προϊόντα να μπορούν να γίνουν οικειοποίησιμα από τον διατροφικά «άλλο» μέσα σε ένα πλαίσιο ανάδειξης του «εξωτικού εκ των έσω» (Bell & Valentine 1997)

## Ποιους αφορούν και σε ποιους απευθύνονται τα βιολογικά προϊόντα

Όπως αναφέρθηκε πιο πάνω, η τιμή των βιολογικών προϊόντων, μεταξύ των άλλων, είναι και ένα μέσο διάκρισης των προϊόντων αυτών έναντι των συμβατικών, και ακολουθείται από την αντίστοιχη διάκριση μεταξύ συμβατικών καταναλωτών και βιοκαταναλωτών. Ωστόσο, η διάκριση αυτή, μεταξύ των καταναλωτών, γίνεται καλύτερα αντιληπτή αν ιδωθεί σε σχέση με όσα υποστηρίζουν οι άνθρωποι του χώρου για το ποιους αφορούν και εν τέλει σε ποιους απευθύνονται τα βιολογικά προϊόντα.

Κατά τη διάρκεια της έρευνας, και των συνεντεύξεων, ένα από τα πιο συχνά και συνηθισμένα επιχειρήματα των ανθρώπων του χώρου, προκειμένου να μου εξηγήσουν την αισθητά μικρότερη απήχηση και αναγνώριση των βιολογικών προϊόντων έναντι των συμβατικών, ήταν όπως υποστήριζαν η έλλειψη ενημέρωσης:

*«Θέλει ενημέρωση, που δεν την έχει ο καταναλωτής. Η ενημέρωση που γίνεται από τα Μέσα (Μαζικής Ενημέρωσης) , από το κράτος κτλ, είναι ανύπαρκτη! Είναι πιο πολύ ας πούμε για να...για μεταξύ τους κατανάωση, δεν ξέρω πως να το χαρακτηρίσω... Δηλαδή όταν μπαίνει μια ολοσέλιδη καταχώριση στην τοπική εφημερίδα η οποία κοστίζει ένα κάρο λεφτά και λέει ας πούμε "Το νερό είναι πολύτιμο"... μα με αυτό δεν βοηθάς να έχουμε περισσότερο νερό ας πούμε. Κάτι ανάλογο γίνεται και με τα βιολογικά προϊόντα. Τον όρο τον χρησιμοποιούνε πολιτικοί, υποψήφιοι, διάφοροι ας πούμε, "βιολογικά..." και "βιολογικά...", αλλά η ουσία είναι ότι, μένουν μόνο λόγια στα οι πιο πολλοί»*

Η παραπάνω θέση που ανήκει σε έμπορο βιολογικών προϊόντων, αν και δεν συναντάται πάντα με την ίδια ένταση, είναι ενδεικτική της αίσθησης που υπάρχει ανάμεσα στην πλειονότητα των παραγωγών και των εμπόρων σχετικά με την ελλιπή ενημέρωση της κοινής γνώμης. Όπως επισημαίνει ο Τζάλυ (1997) βασική προϋπόθεση προκειμένου οι καταναλωτές να προβούν σε ορθολογικές αγορές είναι η πληροφόρηση σχετικά με τα προϊόντα. Συνεπώς, το γεγονός ότι στην περίπτωση των βιολογικών προϊόντων η ενημέρωση δεν έχει ακόμη μαζικό χαρακτήρα, τουλάχιστον σε επίπεδο κυρίαρχου δημόσιου λόγου, λειτουργεί αναμφισβήτητα σε βάρος της διάδοσης των βιολογικών προϊόντων, και δικαιώνει με μια πρώτη ματιά το επιχειρήμα



των εμπόρων και των βιοπαραγωγών. Έτσι με βάση αυτήν την παραδοχή, όταν τους τίθεται το ερώτημα «σε ποιους απευθύνονται τα βιολογικά προϊόντα» πίσω από το καθολικό και ταχύτατο «σε όλους», η απάντηση δεν είναι τόσο προφανής. Τόσο η διαδικασία της ενημέρωσης μέσα από προσωπικό ενδιαφέρον, όσο και μια κάποια οικονομική άνεση εξαιτίας της ακριβότερης τιμής, αποτελούν σημαντικές προϋποθέσεις, στη σκιαγράφιση όσων τελικά αφορούν τα βιολογικά τρόφιμα.

Επιχειρώντας να ερμηνεύσω συνοπτικά<sup>23</sup> τις προϋποθέσεις αυτές, σύμφωνα με την θεωρία του Bourdieu (1984) για την κοινωνική διάκριση, τόσο η οικονομική άνεση όσο και η ενημέρωση εγγράφονται σε ταξινομήσεις κεφαλαίου η συνάρτηση των οποίων καθορίζει την κοινωνική θέση, τις προτιμήσεις και τις πολιτισμικά διαμορφωμένες συνήθειες (habitus) ενός ατόμου μες την κοινωνία. Έτσι, κάνοντας λόγο για οικονομική άνεση, στο σχήμα του Bourdieu μιλάμε για οικονομικό κεφάλαιο, ενώ η ενημέρωση εγγράφεται στη λογική του πολιτισμικού κεφαλαίου που είναι το σύνολο των ταλέντων, των δεξιοτήτων, της εκπαίδευσης και της πολιτισμικής δραστηριότητας ενός ατόμου (Ε. Παπάνης, Μ. Ρουmeliώτη, Π. Γιαβρίμης, 2007). Ο Weininger (2005) αναλύοντας τον Bourdieu, υποστηρίζει ότι οι κοινωνικές τάξεις διαφοροποιούνται από την αναλογία του οικονομικού κεφαλαίου στο πολιτισμικό κεφάλαιο, και έκφραση αυτής της διαφοροποίησης είναι πρακτικές που εκδηλώνουν συγκεκριμένο γούστο, και καταναλωτικές προτιμήσεις. Υπό αυτό το πρίσμα, τα βιολογικά προϊόντα, αν και σε επίπεδο ρητορικής απευθύνονται προς όλους, εν τούτοις αφορούν πρωτίστως όσους έχουν ενεργοποιήσει το πολιτισμικό τους κεφάλαιο (αναπτύσσοντας ένα αισθητήριο ευαίσθητο προς το μήνυμα ποιοτικής διατροφής που μεταδίδουν τα βιολογικά προϊόντα), σε συνδυασμό με την ύπαρξη ενός οικονομικού κεφαλαίου που τους επιτρέπει την συστηματική πρόσβαση σε αυτά.

Κατά συνέπεια, αν και τα βιολογικά προϊόντα στην Ελλάδα, σε καμία περίπτωση δεν μπορούν να χαρακτηριστούν ως ένα απρόσιτο «είδος πολυτελείας», στο βαθμό που η ενημέρωση γι' αυτά δεν εγγράφεται σε κάποιο μαζικό κυρίαρχο λόγο, και παράλληλα απαιτείται μεγαλύτερη κινητοποίηση οικονομικού κεφαλαίου έναντι των συμβατικών, θα συνεχίσουν να απέχουν αισθητά από τη λογική ενός προϊόντος για «μαζική κατανάλωση» περιχαράκωνοντας έτσι -έστω και με αδρές γραμμές- το κοινό στο οποίο απευθύνονται.

---

<sup>23</sup> Αναλυτική διερεύνηση της ταυτότητας του βιοκαταναλωτή, έτσι όπως προέκυψε από την επιτόπια έρευνα, θα αναπτυχθεί στο τρίτο κεφάλαιο της εργασίας.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2**

### **ΟΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΚΑΙ Η ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΛΑΡΙΣΑΙΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ.**

Στο κεφάλαιο αυτό, ξεκινώντας από τη μελέτη των καταναλωτικών πρακτικών που ακολουθούν οι βιοκαταναλωτές στη Λάρισα, επιχειρώ να σκιαγραφήσω το κοινωνικό και πολιτισμικό τους προφίλ. Σε αυτήν την προσπάθεια σημαντικό ρόλο παίζει η έννοια της καχυποψίας που μέσα από την έρευνα φάνηκε να διατρέχει το σύνολο της κατανάλωσης και της προσέγγισης των βιολογικών τροφίμων. Έτσι, η ίδια η διαρκής παρουσία της δυσπιστίας - καχυποψίας, αλλά και οι εκφράσεις της όπως επίσης και οι δικαιολογήσεις της, οδηγούν σε μια θέαση του βιοκαταναλωτή που δεν ξεφεύγει από ευρύτερες πολιτισμικές ταξινομήσεις που αφορούν το σύνολο της νεοελληνικής κοινωνίας.

#### **2.α. Γνωρίζοντας το Λαρισαίο καταναλωτή βιολογικών προϊόντων**

Προτού επιχειρήσω να εστιάσω στις καταναλωτικές συνήθειες και τους λόγους που τις υπαγορεύουν, κρίνω αναγκαία μια συνοπτική γενική σκιαγράφιση των ίδιων των βιοκαταναλωτών, όπως προέκυψε μέσα από την επιτόπια έρευνα. Πρόκειται για ανθρώπους (εξίσου σχεδόν άντρες και γυναίκες) στη Λάρισα, που έχουν ξεκινήσει να καταναλώνουν συστηματικά βιολογικά τρόφιμα, μέσα στα τα τελευταία 15 χρόνια. Ενδεικτικά ίσως για τους λόγους αυτής της πρόσφατης καταναλωτικής στροφής κάποιων Λαρισαίων, είναι τα λόγια του Μιχάλη που είναι βιοκαταναλωτής:

*«Πάντα πρόσεχα τι βάζω στο τραπέζι, αλλά ναι, αν θες να το πούμε “βιολογική” διατροφή αποκλειστικά, αυτό άρχισε κάπου το 2005 – 2006. Και πιο πριν ας πούμε πρόσεχα τι έπαιρνα, αλλά τότε δεν υπήρχε ούτε η λαϊκή, ούτε τόσα μαγαζιά και οι τιμές ήταν πιο πάνω. Ακόμη και τα σούπερ μάρκετ, τώρα είναι που σιγά σιγά*

*βάζουν βιολογικά. Ήταν πιο δύσκολο να το δεις συνολικά το βιολογικό πριν μερικά χρόνια.»*

Ωστόσο, σε αντίθεση με τον Μιχάλη, υπάρχουν αρκετοί βιοκαταναλωτές που είχαν στραφεί προς τα βιολογικά τρόφιμα ήδη από τα τέλη της δεκαετίας του 1990, και πολλοί από τους βιοκαταναλωτές στη Λάρισα, δεν είναι αποκλειστικά καταναλωτές βιολογικών προϊόντων. Οι ηλικίες τους, αν και ποικίλλουν, εκφράζονται εν πολλοίς, ανάμεσα στα 30 και τα 50 έτη, και το μορφωτικό τους επίπεδο στην συντριπτική τους πλειονότητα περιγράφεται από άτομα που -το λιγότερο- έχουν ολοκληρώσει την δευτεροβάθμια εκπαίδευση. Παρ' όλα αυτά για τους περισσότερους από αυτούς, η ενημέρωση σχετικά με τα βιολογικά προϊόντα δεν προήλθε από κάποιον επίσημο θεσμικό φορέα, αλλά έπειτα από προσωπικό ενδιαφέρον και αναζήτηση εκκινούμενη από διαφορετικές αφετηρίες. Παράλληλα, επιχειρώντας ένα γενικό περίγραμμα της οικονομικής θέσης των βιοκαταναλωτών αν και δεν μπορούν να αναφερθούν σαφή οικονομικά κριτήρια, ενδεικτικό είναι το γεγονός που έγινε φανερό στο πρώτο κεφάλαιο αυτής της εργασίας, ότι τις περισσότερες φορές η υψηλότερη τιμή των βιολογικών προϊόντων έναντι των συμβατικών δεν αποτελεί ανασταλτικό παράγοντα για τις αγορές των καταναλωτών καθώς η βαρύτητα δίνεται στην ανώτερη ποιότητα των βιολογικών:

*«Προτιμώ να δώσω τρεις δεκάρες παραπάνω, για ένα προϊόν που 99% είναι καθαρό κι εγγυημένο, παρά να δώσω αργότερα πολλά παραπάνω στους γιατρούς, με ένα αβέβαιο αποτέλεσμα» (Κατερίνα, καταναλώτρια)*

*« Ναι, είναι ακριβά. Ακριβότερα από τα συμβατικά. Αλλά για μένα αυτό δεν αποτελεί δικαιολογία. Αν κάποιος πραγματικά ενδιαφέρεται για την υγιεινή διατροφή, θα κόψει τσιγάρα, θα κόψει ποτά θα κόψει περιττά έξοδα και θα τραφεί υγιεινά.» (Μιχάλης, βιοκαταναλωτής)*

Το γεγονός αυτό, σε συνδυασμό με το ότι στις συνεντεύξεις που πραγματοποίησα οι περισσότεροι απαντούν ότι ψωνίζουν βιολογικά προϊόντα «πολύ συχνά», μαρτυρά πως αν μη τι άλλο η οικονομική θέση όσων προτιμούν αυτά τα προϊόντα, είναι τουλάχιστον τέτοια ώστε να μπορεί να στηρίξει μια καταναλωτική στάση σαν κι

αυτή, αν και δεν είναι λίγοι όσοι παραδέχονται ότι αυτή τους η επιλογή επιβαρύνει σημαντικά τα έξοδα του νοικοκυριού τους.

Τέλος, δυο σημαντικά χαρακτηριστικά των καταναλωτών βιολογικών τροφίμων στη Λάρισα, είναι η αντίληψη για τον υγιεινό χαρακτήρα των τροφών αυτών (όπως θα φανεί αναλυτικά στο επόμενο κεφάλαιο), καθώς και η διαρκής προσπάθεια αναζήτησης και εξασφάλισης των ιδανικών βιολογικών τροφίμων μέσα από μια σειρά προσεκτικές επιλογές με βασικό γνώμονα την αναλογία εμπιστοσύνης και δυσπιστίας που περιγράφεται στη συνέχεια.

## **2.β. Περιγραφή των κυρίαρχων καταναλωτικών πρακτικών των βιοκαταναλωτών στη Λάρισα: Αναζητώντας το «βιολογικό» ανάμεσα στα «βιολογικά»**

Παρατηρώντας τις καταναλωτικές συνήθειες των βιοκαταναλωτών στη Λάρισα, διαπίστωσα ότι τα κριτήρια με τα οποία ψωνίζουν, συσπειρώνονται γύρω από συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, που αν και εκ πρώτης όψεως δεν σχετίζονται ιδιαίτερα μεταξύ τους, εν τούτοις η εξέτασή τους διατρέχεται από την ίδια λογική: την εξασφάλιση ότι το προϊόν που θα αγοράσουν είναι αναμφισβήτητα βιολογικό, και μάλιστα της καλύτερης δυνατής ποιότητας. Έτσι τα βασικά χαρακτηριστικά που ελέγχουν οι βιοκαταναλωτές είναι το μέρος από το οποίο θα ψωνίσουν, την σήμανση από εταιρίες πιστοποίησης στα προϊόντα όπως και την συσκευασία τους (αν υπάρχει) την προέλευση των προϊόντων, και τέλος, αρκετά συχνά την όψη τους.

α) Ο τόπος των αγορών: Έχοντας να διαλέξουν ανάμεσα στη βιολογική λαϊκή αγορά, το εξειδικευμένο κατάστημα βιολογικών προϊόντων και την επιλογή του σούπερ μάρκετ, οι καταναλωτές βιολογικών τροφίμων προτού ξεκινήσουν ακόμη τις αγορές τους, καλούνται να αποφασίσουν ποιά από τις τρεις παραπάνω κατηγορίες αγορών θα εμπιστευτούν. Ωστόσο μέσα από τις συνομιλίες μαζί τους και την παρατήρηση κατά τη διάρκεια της έρευνας, η επιλογή δεν δείχνει τόσο δύσκολη όσο ίσως φαίνεται

αρχικά. Τον πρώτο λόγο στις αγορές φρούτων και λαχανικών έχει η λαϊκή αγορά βιολογικών προϊόντων:

*«Τα περισσότερα φρούτα και λαχανικά προτιμώ να τα παίρνω από τη λαϊκή. Εκεί δεν είναι όπως στις συμβατικές λαϊκές που πολλές φορές έχεις να κάνεις με εμπόρους και τον παραγωγό τον βλέπεις σπάνια. Εκεί (εννοεί στην βιολογική λαϊκή) βλέπεις τον ίδιο τον παραγωγό. Ξέρεις τι θα βάλεις στο τραπέζι σου. Εγώ προσωπικά, γνωρίζω 2-3 άτομα που έρχονται στη λαϊκή, με ξέρουν κι εκείνοι και με προσέχουν. Ξέρω ας πούμε ότι αν πάρω κάτι απ' τον Φώτη, τον Δημήτρη, τον Γιώργο κλπ ότι δεν πρόκειται να μην δε πάρω καθαρό φρούτο και καθαρό λαχανικό. Σε κάποιους από αυτούς έχω πάει και στα κτήματά (τους) κι έχω δει από κοντά πως δουλεύουν οι άνθρωποι» (Γιάννης, βιοκαταναλωτής)*

Τις αγορές των βιοκαταναλωτών στη λαϊκή συμπληρώνουν τα εξειδικευμένα καταστήματα βιολογικών προϊόντων τα οποία έχουν σαφές προβάδισμα στην προτίμηση των καταναλωτών έναντι των όσων σούπερ μάρκετ διαθέτουν τμήμα με βιολογικά τρόφιμα. Ο Γιάννης, επιχειρώντας να περιγράψει το πώς ο ίδιος επιλέγει από πού ψωνίζει, εκφράζει και τον κυρίαρχο τρόπο σκέψης πολλών άλλων βιοκαταναλωτών:

*«Κοίτα, στη λαϊκή θα πάρεις το φρέσκο σου το λαχανικό και το φρούτο που έχει έρθει κατευθείαν από το χωράφι. Δημητριακά, γάλατα, χυμούς, μακαρόνια και τέτοια θα πάρεις από το μαγαζί με τα βιολογικά. Μερικά από αυτά μπορείς να τα βρεις και σε μερικά σουπερμάρκετ αλλά είναι μετρημένα. Μην σου λέω ψέματα, αυτά από τα σούπερ μάρκετ δε τα συμπαθώ πολύ και οι μάρκες είναι μυστήριες πολλές φορές και δεν τις ξέρω. Δεν είμαι και σίγουρος αν δίνουν την ίδια προσοχή με τον άνθρωπο που έχει κατάσταση μόνο με βιολογικά.»*

Αναμφισβήτητα, υπάρχουν και εκείνοι που δεν ακολουθούν μια τέτοια ταξινόμηση στις αγορές τους, και το βασικό τους μέλημα είναι απλά να προμηθευτούν βιολογικά προϊόντα χωρίς να κάνουν διαχωρισμούς ανάμεσα σε λαϊκή, εξειδικευμένο μαγαζί και σούπερ μάρκετ, αλλά αυτοί είναι σαφώς πιο λίγοι:

*«...ανάλογα πως θα τύχει. Η λαϊκή είναι μια φορά τη βδομάδα, αν κάτι τύχει, ή δεν μπορώ να πάω εκεί κάτω, κάποια πράγματα θα τα πάρω κι απ' τα μαγαζιά εδώ στο κέντρο» (Δημήτρης βιοκαταναλωτής)*

Την ίδια στιγμή, και στην επιλογή του εξειδικευμένου καταστήματος βιολογικών προϊόντων, δείχνει να ισχύει αυτό που φάνηκε ήδη και για τη λαϊκή αγορά, με την εμπιστοσύνη σε συγκεκριμένους ανθρώπους να αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για το που θα ψωνίσουν οι καταναλωτές εν τέλει. Ειδικά για τους αποκλειστικούς βιοκαταναλωτές και εκείνους που καταναλώνουν χρόνια βιολογικά προϊόντα, το κριτήριο της εμπιστοσύνης σε συγκεκριμένα καταστήματα και κατ' επέκταση σε συγκεκριμένους ανθρώπους δείχνει να έχει ιδιαίτερη βαρύτητα. Η κυρία Θεοδοσία η οποία είναι βιοκαταναλώτρια αρκετά χρόνια επισημαίνει:

*«Εννοείται ότι δεν μπαίνω σε όποιο μαγαζί γράφει “βιολογικά προϊόντα” απ’ έξω μόνο και μόνο επειδή το λέει. Πρέπει να ξέρεις και μερικά πράγματα για τον άλλο (εννοεί τον καταστηματάρχη) και κυρίως να ξέρει κι αυτός το εμπόρευμα του. Βλέπω μερικούς τελευταία που έχουν ανοίξει μαγαζιά και δεν ξέρουν να πουν δυο λόγια για τα ίδια τους τα προϊόντα, και καμιά φορά εγώ μπορεί να ξέρω και περισσότερα. Η βιολογική διατροφή ή -η “υγιεινή διατροφή” αν θες- δεν είναι απλά “άντε βρήκαμε ένα παραγωγό ή ένα χονδρέμπορο, άντε το φέραμε για πούλημα και τέλος”. Χρειάζεται ο καταστηματάρχης να ξέρει και το εμπόρευμά του, και τον προμηθευτή του καλά. Επίσης δεν μπορείς να μου λες για βιολογικά προϊόντα και υγιεινή διατροφή και να είσαι “τόσος” (προσπαθεί να περιγράψει με τα χέρια της κάποιον εύσωμο) και να μου είσαι με ένα τσιγάρο στο χέρι. Γενικά χρειάζεται μια συνέπεια κι από τους καταστηματάρχες.»*

β) εταιρίες πιστοποίησης και συσκευασία : Κατόπιν της επιλογής του μέρους όπου θα προμηθευτούν τα βιολογικά τρόφιμα, σειρά έχει η προσοχή που δείχνουν οι καταναλωτές ως προς τον έλεγχο της πιστοποίησης και την συσκευασία (όπου αυτή είναι διαθέσιμη). Ο λόγος που αυτά τα δύο σημεία της προσοχής των καταναλωτών παρουσιάζονται μαζί, είναι ότι αποτελούν αμφότερα ενδείξεις επί των προϊόντων που άλλοτε δίνουν το προβάδισμα για την κατανάλωση κάποιου συγκεκριμένου προϊόντος και άλλοτε το αφαιρούν.

Στην διαρκή αναζήτηση των βιοκαταναλωτών για ασφαλέστερα και «πραγματικά βιολογικά προϊόντα» ο έλεγχος της πιστοποίησης είναι μια από τις πρώτες τους ενέργειες, καθώς αποτελεί την πλέον επίσημη διατύπωση ότι το προϊόν που παίρνουν στα χέρια τους δεν έχει παραχθεί με χρήση πρόσθετων χημικών ουσιών. Η προσοχή αυτή, έχει να κάνει τόσο με την ενδελεχή εξέταση της σήμανσης

ότι ένα προϊόν είναι βιολογικά πιστοποιημένο, όσο και (πολύ πιο σπάνια) με την προτίμηση που δείχνουν κάποιοι καταναλωτές σε συγκεκριμένες εταιρίες πιστοποίησης προτιμώντας προϊόντα που έχουν ελεγχθεί από συγκεκριμένους φορείς. Αναμφισβήτητα όμως η σχεδόν καθολική έκφραση αυτής της «προσοχής» είναι η αναζήτηση και ο έλεγχος της σήμανσης πιστοποίησης. Μάλιστα, η πρακτική αυτή, που ακολουθείται με μεγάλη συνέπεια από την συντριπτική πλειονότητα των καταναλωτών βιολογικών τροφίμων κατά τη διάρκεια της αγοράς είναι η επιτομή των εμφανών ενεργειών ως προς την εξασφάλιση της εμπιστοσύνης σχετικά με την βιολογική ιδιότητα των προϊόντων, καθώς αντλεί το κύρος της, από έναν επίσημο φορέα.

Έχοντας υπ' όψιν τα παραπάνω, θα υπέθετε κανείς ότι τα συσκευασμένα - τυποποιημένα προϊόντα θα είχαν σαφές προβάδισμα στη ζήτηση σε σχέση με αντίστοιχα προϊόντα που διατίθενται χύμα, καθώς όλα τα συσκευασμένα προϊόντα οφείλουν να αναγράφουν ευδιάκριτα την πιστοποίησή τους, και εξαιτίας αυτού του γεγονότος, ότι θα απολάμβαναν μιας μεγαλύτερης προτίμησης. Ωστόσο σύμφωνα με τις παρατηρήσεις του πεδίου, η υπόθεση αυτή δεν επιβεβαιώνεται σε μεγάλο βαθμό, καθώς σε αυτό το σημείο αναδύεται και πάλι η σημασία της προέλευσης του προϊόντος, αλλά και των γνωριμιών του καταναλωτή με το υπόλοιπο τοπικό δίκτυο παραγωγής και διακίνησης βιολογικών. Συνεπώς, δεν είναι λίγες οι φορές που το «χύμα» βιολογικό προϊόν κάποιου «γνωστού» ή έμπιστου στον καταναλωτή, εμπόρου ή παραγωγού, προτιμάται έναντι του αντίστοιχου τυποποιημένου που τις περισσότερες φορές είναι εισαγωγής.

γ) η εντοπιότητα των προϊόντων : Την καταγραφή των κυριότερων σημείων γύρω από τα οποία περιστρέφονται οι καταναλωτικές πρακτικές των βιοκαταναλωτών της Λάρισας, συμπληρώνει η εντοπιότητα των βιολογικών προϊόντων. Καθώς στη λαϊκή αγορά βιολογικών προϊόντων, η συντριπτική πλειονότητα των παραγωγών και των εμπόρων είναι ντόπιοι, η ρητορική και οι πρακτικές γύρω από το θέμα της προέλευσης αναδεικνύονται κυρίως μέσα στα εξειδικευμένα καταστήματα βιολογικών προϊόντων. Η βασική ταξινόμηση της εντοπιότητας ωστόσο, δεν βασίζεται στις επιμέρους «καταγωγές» κάθε αγαθού, αλλά εδράζεται στο δίπολο

«ελληνικό – ξένο». Η κυρίαρχη προτίμηση είναι όπως θα ήταν αναμενόμενο υπέρ του ελληνικού προϊόντος, όπου αυτό υπάρχει:

*"Προτιμώ το ελληνικό προϊόν. Ειδικά όταν μπορώ να βρω και σε ελληνικό και σε εισαγόμενο κάτι, σίγουρα προτιμώ το ελληνικό. Αλλιώς το ξένο είναι μονόδρομος."*  
(Θεοδοσία, βιοκαταναλώτρια)

*«Τα ελληνικά έχουνε πιο πολύ ζήτηση. Όλοι προτιμάνε πρώτα ελληνικά, αλλά δυστυχώς δεν υπάρχουν τόσο πολλά είδη ξέρεis... ας πούμε ζυμαρικά δεν υπάρχουν πολλά... υπάρχουν κάποια είδη... δεν υπάρχει σπαγγέτι ελληνικό, οπότε παίρνουν το ιταλικό σπαγγέτι.»* (Δήμητρα, έμπορος βιολογικών προϊόντων)

Μάλιστα η ζήτηση ελληνικών βιολογικών προϊόντων καμιά φορά υπερβαίνει ανασταλτικούς παράγοντες όπως η πιο αυξημένη τιμή και κάποτε πιο σπάνια, ακόμη και κάποιες επιμέρους προδιαγραφές ποιότητας:

*«...κάποιοι επιμένουν ελληνικά, και στις περισσότερες περιπτώσεις, δεν παίρνουν σοβαρά, τις προδιαγραφές των προϊόντων. Τους φτάνει που είναι ελληνικό. Δηλαδή, μπορεί να είναι πολύ καλύτερο ποιοτικά ένα εισαγόμενο προϊόν, αλλά το απορρίπτουν γιατί παίρνουν το ελληνικό. Και λίγο πιο ακριβό να είναι το ελληνικό, θα το προτιμήσουν»*  
(Γιώργος, καταστηματάρχης βιολογικών προϊόντων)

Το βασικό εμπόδιο που αποκλείει την ευρύτερη κατανάλωση ελληνικών βιολογικών τροφίμων, είναι ότι η ελληνική παραγωγή καλύπτει περιορισμένες ανάγκες και κατ' επέκταση η προσφυγή στη λύση «ξένων» προϊόντων είναι αναπόφευκτη. Ο Γιώργος, συμπληρώνει ενοχλημένος:

*«Είναι ελάχιστη η γκάμα των ελληνικών προϊόντων στη χώρα μας, είναι απειροελάχιστη. Ιταλία, Ισπανία, Γερμανία, δηλαδή έχουνε τα πάντα. Στην Ελλάδα μόνο φραπέ φτιάχνουμε. Δεν φτιάξαμε ακόμα φραπέ βιολογικό.»*

Επιχειρώντας να εξηγήσω αυτήν την καθολική σχεδόν, προτίμηση στα προϊόντα ελληνικής παραγωγής, και μιλώντας με τους καταναλωτές εισέπραξα



διάφορες προσπάθειες δικαιολόγησης αυτού του φαινομένου, οι οποίες εγγράφονται τόσο σε ρητορικές που θέλουν το εγχώριο ως «καλύτερο» μόνο και μόνο επειδή παράχθηκε σε έναν εθνικά ξεχωριστό τόπο, όσο και επιχειρήματα που προσπαθούν να εξηγήσουν αυτήν την προτίμηση όχι με την αναπαραγωγή ενός εθνοκεντρικού λόγου, αλλά υπηρετώντας κυρίως την ανάγκη των βιοκαταναλωτών, για εξασφάλιση προϊόντων τα οποία τους εμπνέουν σιγουριά βάσει «αντικειμενικών»/πραγματιστικών παραγόντων και εναρμονίζονται με αρχές του πολιτισμικού τους κεφαλαίου όπως η οικολογία:

*« το κλίμα στην Ελλάδα είναι ιδανικό για τις βιολογικές καλλιέργειες και γι αυτό το λόγο το τελικό προϊόν είναι ποιοτικότερο από το αντίστοιχο ξένο. Αν προσέξεις πολλές φορές το άρωμα, το χρώμα ή τα φύλλα τους, την καταλαβαίνεις την διαφορά. »*

*« ...στα ελληνικά υπάρχει μια σχέση. Εγώ που λέει ο λόγος, γνωρίζω τον έμπορο εκείνος τον παραγωγό... υπάρχει μια γνωριμία. Καμιά φορά όχι άμεση, αλλά δεν πας με κλειστά τα μάτια»*

*«Επιλέγω τα ελληνικά προϊόντα γιατί τα θεωρώ πιο ασφαλή και για να στηρίζω τον τόπο μου»*

*«Προτιμώ το ελληνικό προϊόν και θα σου πω γιατί. Δεν είναι μόνο ότι μπορεί να είναι καλύτερο –που τις περισσότερες φορές είναι δηλαδή- είναι και το γεγονός ότι δεν είναι οικολογικά σωστό να πάρεις κάτι που μπορείς να βρεις εδώ, απ' έξω. Αν το σκεφτείς είναι οξύμωρο να λέμε ότι με τη βιολογική καλλιέργεια προστατεύουμε και το περιβάλλον, και ότι σώζουμε από τον τρόπο καλλιέργειας, να το καταστρέφουμε φορτώνοντας βιολογικά προϊόντα σε ένα καράβι που έρχεται από την άλλη πλευρά της Ευρώπης. Μέχρι να φτάσει εδώ ας πούμε, έχει μολύνει με αυτά που καίει, και τα νερά και τον αέρα.»*

δ) Η όψη των προϊόντων : Ένα κριτήριο για την αγορά ή όχι ενός βιολογικού φρούτου ή λαχανικού, που δεν μπορούσα να φανταστώ ξεκινώντας την έρευνά μου, σχετίζεται με την όψη των προϊόντων αυτών. Όπως προέκυψε από τις συνεντεύξεις με τους καταναλωτές και τους εμπόρους, υπάρχει μια αρκετά ευδιάκριτη προτίμηση των βιοκαταναλωτών προς εκείνα τα φυτικά βιολογικά προϊόντα που δεν είναι «όμορφα» που έχουν περίεργο σχήμα ή ακόμη, αν και πολύ πιο σπάνια, προς εκείνα που δείχνουν να έχουν φθαρεί ελάχιστα από κάποιο μικροοργανισμό. Η εξήγηση από όσους υιοθετούν αυτήν την προτίμηση είναι απλή: τα προϊόντα που εμφανίζουν

αυτήν την εικόνα προδίδουν με τον πιο ευδιάκριτο τρόπο ότι δεν έχουν υποστεί καλλιέργεια με πρόσθετα χημικά, και η όψη τους είναι μακριά από την «όμορφη» εικόνα του συμβατικού φρούτου ή λαχανικού. Μάλιστα δεν είναι λίγες οι φορές που όταν προκύπτει κάποιο «τέλειο» εμφανισιακά βιολογικό φρούτο ή λαχανικό, όσοι προτιμούν τα «άσχημα» να αρχίζουν να σκέφτονται καχύποπτα όπως προκύπτει από διάλογο που είχα με καταστηματάρχη βιολογικών τροφίμων:

*«...αν θα πάρουμε ένα μήλο βιολογικό κι όπως θα δεις αυτά τα βιολογικά μήλα.....(παίρνει ένα μήλο και μου δείχνει ότι έχει κάτι σαν μικρά στίγματα πάνω του) ... Τα βλέπεις πως είναι;*

**Εγώ:** *Ναι...*

**Καταστηματάρχης:** *...και θα μου πεις “τα αγοράζει καταναλωτής αυτά;” όταν τυχαίνει και μας φέρνει ο Φώτης (εννοεί γνωστό βιοπαραγωγό της περιοχής ) καθαρά (μήλα) καμιά μέρα και είναι όλο καθαρό, έρχονται και μας ρωτούν : «είναι ραντισμένα;»*

**Εγώ:** *Δηλαδή υπάρχει η καχυποψία του κόσμου όταν τα βλέπει τελείως καθαρά, ότι είναι ραντισμένα;*

**Καταστηματάρχης:** *Ναι. Όταν το βλέπει καθαρό, μας ρωτάει : “Είναι ραντισμένα αυτά;”»*

Την ύπαρξη αυτής της τάσης να προτιμώνται τα πιο «άσχημα» και φθαρμένα φρούτα και λαχανικά της βιολογικής καλλιέργειας και παράλληλα να υπάρχει μια καχυποψία για όσα παρουσιάζουν «τέλεια» εμφάνιση, μου επιβεβαίωσαν αρκετοί συνομιλητές κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων, ωστόσο οι περισσότεροι τόνιζαν ότι πρόκειται για μια προκατάληψη επί της ουσίας, που αφορά ενεργά μόλις μια μικρή μερίδα βιοκαταναλωτών. Τα λόγια του Γιώργου, που εμπορεύεται βιολογικά προϊόντα, είναι ενδεικτικά:

*«Πράγματι, το ξέρω αυτό που λες. Υπάρχουν όντως κάποιοι λίγοι που κοιτάν να πάρουν το πιο “χαλασμένο” ξερωγώ. Αυτά αν θες τη γνώμη μου, επέτρεψέ μου να πω, είναι αστειότητες. Αυτό το πράγμα δεν βασίζεται πουθενά. Αυτός που ασχολείται σοβαρά με τα βιολογικά προϊόντα και τη βιολογική καλλιέργεια, οφείλει να ξέρει ότι και στην βιολογική καλλιέργεια υπάρχει φυτοπροστασία, βιολογική, χωρίς χημικά, που έχει τα ίδια αποτελέσματα με την συμβατική. Αν ήταν έτσι, δεν θα υπήρχε βιολογικό της προκοπής, θα ήταν όλα σκουληκιασμένα!»*

Παρ' όλα αυτά, ακόμη κι αν δεχτούμε πως αυτός ο ισχυρισμός δεν έχει ούτε επιστημονική τεκμηρίωση, ούτε καθολική αποδοχή ανάμεσα στους καταναλωτές, είναι ενδεικτικός των νοηματοδοτήσεων γύρω από τα βιολογικά προϊόντα, μακριά από τον επίσημο λόγο.

## **2.γ.Η καχυποψία των βιοκαταναλωτών ως εργαλείο κατανόησης της ταυτότητάς τους**

Από την παραπάνω περιγραφή των καταναλωτικών πρακτικών, έγινε σαφές ότι το πρώτιστο μέλημα των βιοκαταναλωτών είναι η διασφάλιση από κάθε δυνατή πλευρά, ότι τα προϊόντα που καταναλώνουν, επαληθεύουν την βιολογική τους ιδιότητα και μάλιστα με τον πιο emphaticό τρόπο, όταν αυτό είναι δυνατό. Κυρίαρχο μέσο έκφρασης της αγωνίας αυτής για «ασφαλή» και «πραγματικά βιολογικά προϊόντα» και παράλληλα συνεκτικός κρίκος ανάμεσα στις διαφορετικές πρακτικές κατανάλωσης, παρουσιάζεται ένας συνεχής έλεγχος αξιοπιστίας και μια διαρκής εκφορά δυσπιστίας ως προς βασικές -για τους καταναλωτές- παραμέτρους, που χαρακτηρίζουν ένα τρόφιμο ως «βιολογικό». Έτσι, σύμφωνα με την σκιαγράφηση των καταναλωτικών πρακτικών που προηγήθηκε, οι βιοκαταναλωτές περά από την προσφυγή στον έλεγχο του επίσημου λόγου που ονομάζει ως «βιολογικό» ένα προϊόν (εταιρίες πιστοποίησης) συνεχίζουν και εκφράζουν σιωπηρά την δυσπιστία και την καχυποψία τους για τη φύση και την ποιότητα των βιολογικών προϊόντων. Κατά συνέπεια, καταφεύγουν σε μηχανισμούς επαλήθευσης ή συμπλήρωσης της αξιοπιστίας και της ποιότητας των προϊόντων, έχοντας ως κριτήριο κοινωνικές σχέσεις, εθνικές αναφορές και προκαταλήψεις που εκφράζονται σε αντίθεση με τα κυρίαρχα αφηγήματα περί της εικόνας των τροφίμων και των αναπαραστάσεών τους.

Όμως, αυτές οι εκφράσεις καχυποψίας οι οποίες αποτυπώνονται μέσα από τις επιλογές της κατανάλωσης, δεν είναι δυνατόν να ερμηνευτούν έξω από το νοηματικό τους πλαίσιο. Ήδη από το πρώτο κεφάλαιο της εργασίας επιχειρώ να δείξω ότι το γεγονός πως οι βιοκαταναλωτές συνδυάζουν το πολιτισμικό και το οικονομικό τους κεφάλαιο με τέτοιο τρόπο ώστε να προτιμούν βιολογικά προϊόντα, συμβάλλει στο να

παρουσιάζουν χαρακτηριστικά φανταστικής κοινότητας. Συνεπώς ο μαζικός χαρακτήρας της καχυποψίας που παρουσιάζεται ανάμεσα στους καταναλωτές βιολογικών τροφίμων, μπορεί να νοηματοδοτηθεί μέσα από το συγκείμενο που προσφέρει η ίδια ταυτότητα των καταναλωτών αυτών, καθώς εμπεριέχει σύνολα πρακτικών και θεωρήσεων που πηγάζουν εκ προοιμίου από την κοινωνική και οικονομική τους θέση. Γίνεται λοιπόν φανερό ότι η καχυποψία που παρουσιάζουν οι καταναλωτές είναι ίσως η άκρη του νήματος που οδηγεί στην σκιαγράφηση της ίδιας τους της ταυτότητας.

Προτού όμως αναλυθεί ο συσχετισμός της καχυποψίας που προκύπτει μέσα από τις καταναλωτικές πρακτικές, και της ταυτότητας βιοκαταναλωτών, είναι βασικό να έχουμε κατά νου την ευρωπαϊκή αφετηρία της στροφής προς την μαζικότερη κατανάλωση βιολογικών τροφίμων. Όπως φάνηκε ήδη από το πρώτο κεφάλαιο, η στροφή προς τα βιολογικά προϊόντα εντάσσεται σε ένα ευρύτερο πλαίσιο θέασης και ανάδειξης της τροφής στην Ευρώπη, τόσο μέσα από θεσμικές παρεμβάσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όσο και ως θεωρητικό κίνημα διατροφικής κατανάλωσης. Έτσι, καθ' όλη την δεκαετία του 1990 τα βιολογικά τρόφιμα βρίσκουν τη θέση τους ανάμεσα i) σε ευρύτερες πολιτικές της Ε.Ε. με σκοπό την αναγωγή της τροφής ως ιδιαίτερο περιφερειακό πολιτισμικό προϊόν (στη λογική της περιφερειακής ανάπτυξης και της ανάδειξης ενός πολιτισμικού «μωσαϊκού» στον ευρωπαϊκό χώρο) (Υiakoumaki 2003) και ii) στο όλο και πιο μαζικό αίτημα των καταναλωτών για απομάκρυνση από βιομηχανοποιημένες τροφές και ανάδειξη ενός μοντέλου δίαιτας στραμμένο προς φυσικές τροφές, πλαισιωμένο με ρητορικές που σχετίζονται με την παράδοση, την υγεία και το περιβάλλον (Bell & Valentine 1997) .

Με δεδομένη λοιπόν την δυτικοευρωπαϊκή καταγωγή της βιολογικής κατανάλωσης, οι ελληνικές πρακτικές κατανάλωσης βιολογικών προϊόντων αποκτούν ως ένα βαθμό, και τη διάσταση ενός τρόπου οικειοποίησης και μιας υπό διαπραγμάτευση σχέσης με μια τρόπον τινά εισαγόμενη καταναλωτική συνήθεια. Υπό αυτό το πρίσμα η κυρίαρχη έκφραση καχυποψίας των Ελλήνων βιοκαταναλωτών και οι καταναλωτικές συνεκφορές της, μπορούν να ιδωθούν ως σύμβολα ενός ιδιαίτερου «ελληνικού» τρόπου βιοκατανάλωσης, γεγονός που προκύπτει και μέσα από την μελέτη των βασικότερων σημείων γύρω από τα οποία περιστρέφεται:

α) επιλογές με βάση δίκτυα γνωριμιών: Μιλώντας στην αρχή του κεφαλαίου, τόσο για την επιλογή του τόπου από το οποίο οι βιοκαταναλωτές θα προμηθευτούν τα αγαθά τους όσο και για την επιλογή ανάμεσα σε συσκευασμένο προϊόν ή χύμα, αναδύθηκε ο καταλυτικός ρόλος τον οποίο παίζουν οι γνωριμίες ως προς τις τελικές επιλογές. Μάλιστα στην περίπτωση της επιλογής του τόπου, διακρίνεται ήδη μια πρόθεση συγκεκριμένης κατανάλωσης πριν καν ο καταναλωτής έρθει σε επαφή με το προϊόν. Κυρίαρχο χαρακτηριστικό των δικτύων γνωριμιών είναι η αίσθηση της εμπιστοσύνης που πηγάζει από αυτά και λειτουργεί σαν επιβεβαίωση μιας αξιόπιστης καταναλωτικής πρακτικής πέρα από την εξασφάλιση που προσφέρεται από τον επίσημο λόγο που εκφέρουν για τα προϊόντα, οι πιστοποιητικοί οργανισμοί. Σύμφωνα με τον Bourdieu (1977) τέτοιου είδους κοινωνικές δράσεις εντάσσονται σε αυτό που ονομάζει «στρατηγικές επισημοποίησης». Πρόκειται δηλαδή για πρακτικές που άπτονται μιας εθιμικής πραγματικότητας και συγκροτούν μια διαφορετική -από τον επίσημο λόγο- εκδοχή του ορθού. Ωστόσο, μια τέτοια πράξη πέραν της ενίσχυσης του αισθήματος «ασφάλειας» για το προϊόν είναι την ίδια στιγμή και μια σιωπηρή έκφραση καχυποψίας προς το επίσημο αφήγημα των πιστοποιημένων βιολογικών προϊόντων. Κατ' αυτόν τον τρόπο, εγείρεται και ένα πρώτο πολύ σημαντικό στοιχείο της ταυτότητας των βιοκαταναλωτών: Η προσήλωση σε ένα ντόπιο «τμηματικό ιδίωμα έκφρασης κοινωνικών σχέσεων» όπως θα το ονόμαζε ο Herzfeld (1998) το οποίο αντιπαραβάλλεται ως ισοδύναμης (αν όχι και μεγαλύτερης) βαρύτητας κριτήριο κατανάλωσης απέναντι στο (δυτικοευρωπαϊκό) τυπικό κριτήριο της επίσημης πιστοποίησης.

β) επίκληση στον επίσημο λόγο: Στο πλαίσιο των βιολογικών προϊόντων η όποια αναγωγή σε επίσημο λόγο είναι επί της ουσίας αναγωγή στον λόγο και την παρουσία των οργανισμών πιστοποίησης. Η αιτία που συμβαίνει αυτό είναι απλή. Οι πιστοποιητικοί οργανισμοί μέσω του υποχρεωτικού και καθολικού ελέγχου που ασκούν σε όλα τα προϊόντα που προορίζονται για «βιολογικά», ελέγχουν στην πράξη αν εφαρμόζονται οι προδιαγραφές που έχουν θεσπιστεί από τις κρατικές αρχές και την Ε.Ε. , και έχουν την αποκλειστική δυνατότητα της απόδοσης του όρου «βιολογικό προϊόν» με το μεγαλύτερο δυνατό επίσημο κύρος. Συνεπώς στα σημεία προμήθειας των βιολογικών προϊόντων οι εταιρίες πιστοποίησης μονοπωλούν την όποια αναφορά σε «βιολογικό» από επίσημα χείλη. Έτσι, παρά το γεγονός ότι σχεδόν πάντα η επίκληση στον επίσημο λόγο των πιστοποιητικών οργανισμών, έπεται

χρονικά της επιρροής των γνωριμιών, αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της καταναλωτικής πρακτικής. Ενδεικτικό είναι το γεγονός πως κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων δεν θυμάμαι κανένα βιοκαταναλωτή να δηλώνει αδιάφορος προς την πιστοποίηση ή να μην αναζητά συστηματικά τη σήμανσή της πάνω στα προϊόντα. Η επιμονή αυτή για έλεγχο της πιστοποίησης παρά το γεγονός ότι δεν πρόκειται για την μόνη ενέργεια που ακολουθούν προς την κατεύθυνση της εξασφάλισης, έχει ιδιαίτερο χαρακτήρα. Αφενός είναι μια πρακτική που δηλώνει ενεργό ενδιαφέρον για την ποιότητα του τροφίμου, αφετέρου αποτελεί τον «ενδεδειγμένο» τρόπο ελέγχου της «βιολογικής» του υπόστασης. Κατ' επέκταση, η προσφυγή στον λόγο και την παρουσία της πιστοποίησης αποτελεί τόσο μια επιτέλεση της ρητορικής που επικρατεί ανάμεσα στους βιοκαταναλωτές για την αποδεδειγμένη «βιολογική» ιδιότητα των τροφίμων, όσο και μια μορφή επιτέλεσης του ελέγχου έτσι «όπως πρέπει» και προβλέπει ο επίσημος λόγος. Πρόκειται δηλαδή για μια εμφανή «επίσημη» δράση για την δημιουργία εμπιστοσύνης απέναντι στο προϊόν, που έρχεται να συμπληρώσει την αφανή και ανεπίσημη που έχει προηγηθεί μέσω των γνωριμιών. Η έκφραση της δυσπιστίας συνεπώς, είναι κι εδώ παρούσα, αλλά με έναν τρόπο εμφανή, «δικαιολογημένο κι αναμενόμενο», ωστόσο να βρεθεί αντιμετώπιση επιτελεστικά με την παρουσία της πιστοποίησης.

γ) επιλογές με βάση την εντοπιότητα: το «ελληνικό» και το «ξένο» : Από τις αναμφισβήτητα πιο ευδιάκριτες παρατηρήσεις στο πεδίο, ήταν η πρώτιστη προτίμηση σχεδόν όλων, για ελληνικά βιολογικά προϊόντα. Γεγονός εντυπωσιακό αν αναλογιστεί κανείς ότι την ίδια προτίμηση εξέφραζαν, τόσο οι βαθιά συνειδητοποιημένοι και «έμπειροι» καταναλωτές, όσο και οι άνθρωποι που δεν μετρούσαν παρά ελάχιστο χρόνο στην επαφή τους με τα βιολογικά προϊόντα. Τα ελληνικά προϊόντα λοιπόν, αποτελούσαν «κοινό τόπο» κυριολεκτικά και μεταφορικά, για την πλειονότητα των καταναλωτών. Ωστόσο, μέσα από τις συνεντεύξεις φάνηκε ότι τον καθολικό χαρακτήρα αυτής της προτίμησης ακολουθούσε ένα ευρύ φάσμα ετερόκλητων λόγων προκειμένου να δικαιολογηθεί αυτή η προτίμηση. Επιχειρώντας μια αδρή ταξινόμηση αυτών των δικαιολογήσεων διαπίστωσα ότι μπορούν να χωριστούν σε δύο ομάδες: τις δικαιολογήσεις που εξηγούσαν την προτίμηση στα ελληνικά προϊόντα στη βάση «αντικειμενικών» λόγων<sup>24</sup>, και εκείνες που μιλούσαν για «καλύτερα» και «ανώτερα»

---

<sup>24</sup> Ενδεικτικά παραδείγματα «αντικειμενικών» λόγων: το γεγονός ότι η Ελλάδα έχει ευνοϊκότερο κλίμα για την καλλιέργεια συγκεκριμένων προϊόντων, όπως η και οικολογική άποψη της επιβλαβούς

ελληνικά προϊόντα χωρίς ιδιαίτερη επιχειρηματολογία. Τις περισσότερες φορές η επιχειρηματολογία που στηριζόταν σε «αντικειμενικούς» παράγοντες εκφερόταν από αποκλειστικούς βιοκαταναλωτές ή έστω καταναλωτές με υψηλή συνείδηση για τις διατροφικές επιλογές τους, ενώ αντίστοιχα το πιο σύνηθες φαινόμενο ήταν οι ευκαιριακοί βιοκαταναλωτές να δυσκολεύονται να επιχειρηματολογήσουν με βάσιμα επιχειρήματα υπέρ της προτίμησής τους προς τα ελληνικά προϊόντα, καθώς αμφότερα, ελληνικά και εισαγωγής, ήταν πιστοποιημένα ως προς την βιολογική τους ιδιότητα. Έτσι, άρχισα να διακρίνω δύο ειδών «ελληνικά» προϊόντα: από τη μια το «ελληνικό» προϊόν το οποίο είχε ως συμφραζόμενο την συνειδητή επιλογή και την τεκμηρίωσή της στη βάση πραγματιστικών παραγόντων, και συχνά πλαισιωνόταν από ρητορικές σχετικές με την οικολογία και σπανιότερα ακόμη και την συνέχιση ντόπιων παραδόσεων, και από την άλλη, το «ελληνικό» προϊόν που ήταν προτιμητέο πρωτίστως επειδή δεν ήταν «ξένο».

Στην πρώτη περίπτωση το «ελληνικό» βιολογικό προϊόν μπορεί να γίνει αντιληπτό μέσα από το ερμηνευτικό πλαίσιο της Υiakoumaki (2003) η οποία παρατηρεί την ολοένα και αυξανόμενη τάση στην Ελλάδα για ανάδειξη μιας πολύπλευρης εικόνας του ελληνικού «εθνικού» τροφίμου, που αντλεί αναπαραστάσεις από όλο το φάσμα της ελληνικής κουλτούρας (ακόμη από σημεία της που για καιρό ήταν εξοβελισμένα από τον επίσημο λόγο), συνεπικουρούμενη από αναπτυξιακές πολιτικές της Ε.Ε. προς αυτήν την κατεύθυνση. Στο πλαίσιο αυτό, δείχνει να βρίσκει τη θέση του και το «ελληνικό» βιολογικό προϊόν, με τον τρόπο που πλαισιώνεται από τη ρητορική των βαθιά συνειδητοποιημένων βιοκαταναλωτών. Έτσι, η εικόνα που οικοδομούν οι συνειδητοποιημένοι βιοκαταναλωτές για την δική τους ερμηνεία του «ελληνικού», έχει ως αφετηρία το πολιτισμικό τους κεφάλαιο, έτσι όπως αυτό περιγράφεται από τον Bourdieu, και εκφράζει ένα σύνολο προτιμήσεων που αντλεί τις αναπαραστάσεις του μέσα από μια μεταμοντέρνα και μερική αντίληψη της ελληνικότητας.

Στην αντίπερα όχθη, η οικοδόμηση του «ελληνικού» προϊόντος από ευκαιριακούς βιοκαταναλωτές γίνεται με αρκετά διαφορετικούς όρους. Πρόκειται για την ανάδειξη του «ελληνικού» μέσα από μια σειρά «επινοημένων παραδόσεων» και

---

για το περιβάλλον μεταφοράς προϊόντων από την μια χώρα στην άλλη «ισοφαρίζοντας» επί της ουσίας την προστασία του περιβάλλοντος που προσφέρει ο βιολογικός τρόπος καλλιέργειας. Αναλυτικά οι συγκεκριμένες θέσεις όπως εκφωνήθηκαν από τους καταναλωτές στο σημείο του κεφαλαίου που προηγήθηκε και περιγράφει τις καταναλωτικές πρακτικές.

αναπαραστάσεων που επιχειρούν εν προκειμένω να φυσικοποιήσουν το έθνος μέσα από το ελληνικό προϊόν (Hobsbawm & Ranger 2004). Αναδύεται λοιπόν ένας λόγος ένταξης και αποκλεισμού που συχνά διατρέχει την ελληνική κοινωνία σε κάθε στιγμή κατασκευής ταυτότητας και συσπειρώνεται γύρω από το δίπολο «δικό μας» - «ξένο» (Herzfeld 1998). Σε αυτόν τον συσχετισμό το «δικό μας» -και στην περίπτωση αυτή- «ελληνικό», είναι «ανώτερο» και «καλύτερο», ενώ το «ξένο» όπως περιγράφει κι ο Herzfeld (1998) παρουσιάζεται ως «κατώτερο», «αναξιόπιστο» και «ύποπτο».

Κατά συνέπεια, μέσα από τις δύο εννοιολογήσεις του «ελληνικού» διαμορφώνονται και δύο διαφορετικές λογικές δυσπιστίας απέναντι στα εισαγόμενα βιολογικά προϊόντα. Από την μια, η καχυποψία ως πρακτική αντίστασης απέναντι σε προϊόντα εισαγωγής που δεν ενσαρκώνουν το σύνολο του πολιτισμικού κεφαλαίου που αντιπροσωπεύουν τα αντίστοιχα «ελληνικά», και από την άλλη πλευρά η δυσπιστία προς το «ξένο», ως αφήγημα που συνεχίζει να αναπαράγει διαχρονικά πολιτισμικά στερεότυπα αμηχανίας απέναντι σε οτιδήποτε ανοίκειο.

δ) η συμβολή της προκατάληψης στην τελική επιλογή: Η συμβολή της προκατάληψης στην επιλογή ή όχι ενός βιολογικού προϊόντος δεν είναι κάτι που φαίνεται εδώ για πρώτη φορά. Ήδη μιλώντας για την επιλογή κατανάλωσης τόσο με γνώμονα τα δίκτυα γνωριμιών, όσο και μέσα από τη δόμηση του «ελληνικού» στη βάση «επινοημένων παραδόσεων», έγινε φανερό ότι πολιτισμικά διαμορφωμένες κρίσεις και εννοιολογήσεις, συχνά αποτρέπουν επιλογές που με βάση πραγματιστικά κριτήρια θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν ως «ορθολογικές». Ωστόσο η έκφραση των προκαταλήψεων που εν τέλει συμβάλλουν προς συγκεκριμένες καταναλωτικές επιλογές, δεν περιορίζεται μόνο μέσα από τις κοινωνικές σχέσεις που περιβάλλουν ένα προϊόν και την προέλευσή του, αλλά έρχεται στο προσκήνιο και μέσα από τις αναπαραστάσεις που συνοδεύουν την φυσική του υπόσταση. Ενδεικτική ως προς την προσέγγιση της προκατάληψης, είναι η ανάδειξη της όψης του βιολογικού προϊόντος, ως κριτήριο κατανάλωσης από μια μερίδα βιοκαταναλωτών, όπως φάνηκε και παραπάνω. Στο πλαίσιο αυτής της θεώρησης τα «όμορφα» και καλοσχηματισμένα βιολογικά φρούτα και λαχανικά αξιολογούνται από αυτήν την ομάδα καταναλωτών ως ύποπτα και πιθανώς «ραντισμένα», ενώ τα «άσχημα» και εκείνα που παρουσιάζουν μικρές φθορές κατατάσσονται ως πιο «ασφαλή». Όπως ήταν



αναμενόμενο, μια τέτοιου είδους προσέγγιση που δεν εγγράφεται σε καμία ορθολογική τεκμηρίωση, βρίσκει έρεισμα ως επί το πλείστον ανάμεσα στους βιοκαταναλωτές εκείνους που είτε έχουν μια ευκαιριακή σχέση με τα βιολογικά τρόφιμα είτε δεν είναι επαρκώς ενημερωμένοι σε θέματα που άπτονται της βιολογικής καλλιέργειας. Εν προκειμένω, αγνοείται προφανώς ότι η απόδοση των μεθόδων βιολογικής φυτοπροστασίας έχει αποτελέσματα εφάμιλλα με την συμβατική και σε καμία περίπτωση δεν αποκλίνει τόσο ώστε να παράγεται ένα βιολογικό προϊόν ως κατεξοχήν «άσχημο» ή κακοσχηματισμένο.

Σύμφωνα με τον Appadurai (1986) μια τέτοιου είδους άγνοια, που πιστοποιεί την αποξένωση των καταναλωτών από τις διαδικασίες παραγωγής, τους καθιστά ιδανική αφετηρία για την δημιουργία «πολιτισμικά καθορισμένων μυθολογιών» που πλαισιώνουν τα προϊόντα κατά τη διακίνησή τους στην αγορά. Πέραν όμως από την θέαση της συγκεκριμένης προκατάληψης ως «μυθολογίας» που τείνει να συμπληρώνει τα άγνωστα σημεία της παραγωγής στη ρητορική κάποιων καταναλωτών, εγείρεται και μία ακόμη σημαντική παράμετρος που φωτίζει περαιτέρω την δυσπιστία της συγκεκριμένης μερίδας καταναλωτών απέναντι στα «όμορφα» βιολογικά προϊόντα. Με δεδομένη την έλλειψη συστηματικής ενημέρωσης των συγκεκριμένων βιοκαταναλωτών, μπορεί κανείς να παρατηρήσει ότι μέσα από τη συγκεκριμένη προκατάληψη μεταφέρονται οι αναπαραστάσεις του κυρίαρχου λόγου για την όψη των συμβατικών προϊόντων ως πρότυπο εικόνας προς αποφυγήν. Έτσι, ακόμη και μέσα από μια ατεκμηρίωτη, βάσει ορθολογικών κριτηρίων, προκατάληψη καχυποψίας, μπορεί να γίνει διακριτή, μια πρωτόλεια ανάγκη των ευκαιριακών βιοκαταναλωτών: να απεμπλακούν από αυτό που αναπαράγει ρητορικά ο κυρίαρχος λόγος και επιτελείται μέσω της βιομηχανικής παραγωγής ως «τέλειο» συμβατικό προϊόν.

#### **2.δ. Η ταυτότητα του Λαρισαίου βιοκαταναλωτή και το συγκείμενο του νεοελληνικού πολιτισμικού δυισμού**

Μέχρι τώρα, επιχείρησα να δείξω ότι παρά το γεγονός πως η καχυποψία αποτελεί μια έννοια με έντονη παρουσία σε όλο το φάσμα των καταναλωτικών

πρακτικών που ακολουθούν οι βιοκαταναλωτές στη Λάρισα, τόσο οι εκφράσεις της, όσο και οι ερμηνείες τους αντλούν συχνά τις νοηματοδοτήσεις τους, από ετερόκλητες πολιτισμικές δεξαμενές. Προκειμένου λοιπόν να διερευνηθεί καλύτερα το ετερόκλητο αυτών των νοηματοδοτήσεων, και έχοντας απώτερο σκοπό την σύσταση μιας ενδεικτικής για τους βιοκαταναλωτές ταυτότητας, κρίνω αναγκαία την προσφυγή στο ευρύτερο ερμηνευτικό πλαίσιο που προσφέρει η εθνογραφία της νεοελληνικής κοινωνίας.

Σύμφωνα με τον Herzfeld (1998) η πολιτισμική ταυτότητα της νεοελληνικής κοινωνίας διχοτομείται από εννοιολογήσεις και πρακτικές που συσπειρώνονται γύρω από δυο πολιτισμικούς άξονες: της Δύσης και της Ανατολής. Τα πολιτισμικά χαρακτηριστικά της Δύσης τα αποδίδει ως χαρακτηριστικά του «Έλληνα» και εκείνα της Ανατολής ως χαρακτηριστικά του «Ρωμιού».

Το πρότυπο του «Έλληνα» αρχίζει να συγκροτείται κατά τον Herzfeld, στις απαρχές της νεοελληνικής κοινωνίας με τη σύσταση του νεοελληνικού κράτους, όταν η δυτική διανόηση άρχισε να βλέπει στα μάτια των Νεοελλήνων τους «γνήσιους» απογόνους των αρχαίων. Με άλλα λόγια αποτελεί το απόσταγμα των πολιτισμικών προβολών που ξεκινούν από την αρχαία Ελλάδα, μεταδίδονται στην Ευρώπη την επηρεάζουν πολιτισμικά, και στη συνέχεια, αποδίδονται εκ των άνω αυτή τη φορά, στους πολίτες του νεοελληνικού κράτους από την ίδρυσή του. Έτσι στο πρότυπο του «Έλληνα» συναντά κανείς ένα πλέγμα αξιών που εδράζεται στον πολιτισμό (civilization), το ορθολογικό πνεύμα, την ανάπτυξη της γραφειοκρατίας, την προσήλωση στους θεσμούς και τον επίσημο λόγο.

Αντίθετα, στο πρότυπο του «Ρωμιού» συγκεντρώνονται όλα εκείνα τα πολιτισμικά γνωρίσματα των κοινωνιών της ελληνικής χερσονήσου έτσι όπως διαμορφώνονται μέσα από τις αξίες του Βυζαντίου, της τουρκοκρατίας και της Ορθόδοξης Εκκλησίας. Όπως σημειώνει ο Ράμφος (2000) καθώς το διανοητικό πλαίσιο και η κοσμοαντίληψη της Ορθόδοξης Εκκλησίας δεν εγγράφονται σε εκκοσμικευμένες διεργασίες, αντίστοιχα και η κοινωνία που στη συνέχεια αποτέλεσε τη βάση του σύγχρονου νεοελληνικού κράτους, έχοντας πρώτιστη αυτοαντίληψη την έννοια του θρησκευτικού ποιμνίου, δυσκολεύεται να παραγάγει πολιτικούς - «κοσμικούς» θεσμούς αντίστοιχους με αυτούς της Δύσης όπως επίσης δυσκολεύεται να συμμορφωθεί μαζί τους. Συνεπώς, το πλαίσιο του «Ρωμιού» εγγράφεται μέσα από

εννοιολογήσεις εσωστρέφειας, πελατειακών σχέσεων, απέχθειας προς οτιδήποτε ξένο και αντιπάθειας προς τη Δύση.

Ο Διαμαντούρος (2000) αποδεχόμενος αυτό το δίπολο οργάνωσης και προβάλλοντάς το στην πολιτική ζωή του τόπου ως σήμερα, περιγράφει την πολιτισμική θεώρηση του προτύπου του «Έλληνα» ως «μεταρρυθμιστική» (reformist), και εκείνη του «Ρωμιού» ως «παρωχημένη» (underdog). Υποστηρίζει ότι οι φορείς της παρωχημένης ιδεολογίας ταυτίζονται με κοινωνικά στρώματα που στερούνται πόρων και δεξιοτήτων (πολιτικών, οικονομικών, πολιτισμικών), ενώ οι φορείς της μεταρρυθμιστικής ιδεολογίας είναι τα κοινωνικά στρώματα εκείνα που ανά πάσα ιστορική συγκυρία διαθέτουν τα απαραίτητα μέσα για να αντιμετωπίσουν επαρκώς τον ανταγωνισμό που δημιουργεί το μεταβαλλόμενο εσωτερικό και διεθνές περιβάλλον.

Στο σημείο αυτό, κρίνω σκόπιμη μια πρώτη θέαση των βιοκαταναλωτών μέσα σε αυτό το συμφραζόμενο, καθώς τα όσα υποστηρίζει ο Διαμαντούρος για τα κοινωνικά στρώματα που ταυτίζονται με την μεταρρυθμιστική ιδεολογία, δείχνουν να εφαρμόζονται και στην περίπτωση των βιοκαταναλωτών, αποτυπώνοντας με μεγάλη ακρίβεια το ευρύτερο σχήμα της βιοκατανάλωσης στην Ελλάδα.

Ήδη από το πρώτο κεφάλαιο της εργασίας στην προσπάθεια να δείξω σε ποιους απευθύνονται τα βιολογικά προϊόντα, έγινε φανερό, ότι προκειμένου οι βιοκαταναλωτές να είναι σε θέση να αρχίζουν να καταναλώνουν συνειδητά βιολογικά προϊόντα, σημαντικές προϋποθέσεις ήταν ο κατάλληλος συνδυασμός του πολιτισμικού (με κύρια αφετηρία την ενημέρωση) και οικονομικού τους κεφαλαίου (με κύριο άξονα την πρόσβαση στις δεδομένα υψηλότερες τιμές των βιολογικών). Το γεγονός αυτό λοιπόν, αφενός αποτελεί μια διαδικασία «διάκρισης» (Bourdieu 1984) από το υπόλοιπο κοινωνικό σύνολο, αφετέρου είναι μια πρώτη απόδειξη ότι οι βιοκαταναλωτές είναι σε θέση να κατέχουν τα «απαραίτητα μέσα» για τα οποία κάνει λόγο ο Διαμαντούρος, καθώς μέσα από τη δυνατότητά τους για βιοκατανάλωση αντιστέκονται στην κυρίαρχη κατανάλωση των συμβατικών.

Παράλληλα, η εγγύτητα του Έλληνα βιοκαταναλωτή με την μεταρρυθμιστική θεωρία, φαίνεται όχι μόνο μέσα από τον συνδυασμό πολιτισμικού και οικονομικού κεφαλαίου ως σχήμα διάκρισης, αλλά και από το ίδιο το περιεχόμενο που εγγράφεται στο πολιτισμικό κεφαλαίο. Νωρίτερα, καθ' όλη τη διάρκεια της δεκαετίας του 1990,

το περιεχόμενο αυτό, αρχίζει να παίρνει μορφή στον ευρωπαϊκό χώρο μέσα από μια σειρά πολιτισμικών και κοινωνικών διεργασιών. Από τη μια πλευρά τη σταδιακή κορύφωση του ενδιαφέροντος των καταναλωτών για προϊόντα που δεν εγγράφονται στην βιομηχανική τυποποιημένη παραγωγή, με βασικά αφηγήματα την υγεία, την ποιότητα και το περιβάλλον (Bell & Valentine 1997). Από την άλλη, την ευρύτερη προσπάθεια της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την κατασκευή του φαγητού ως πολιτισμικού κεφαλαίου μέσα από πολιτισμικές και οικονομικές πολιτικές ανάπτυξης. Πολιτικές δηλαδή, που κινούνται τόσο στη σφαίρα ανάδειξης ενός υποστρώματος κοινής ευρωπαϊκής κουλτούρας και ταυτόχρονα επί μέρους διάκρισης, όσο και στη σφαίρα της οικονομικής ανάπτυξης ανάμεσα στα μέλη της Ε.Ε. (Yiakoumaki 2003).

Σε αυτό το συμφραζόμενο τα βιολογικά τρόφιμα με τη σειρά τους, αρχίζουν να εντάσσονται σε ένα πλαίσιο νοηματοδότησης που ξεκινά από τη λογική του φυσικού και του υγιεινού προϊόντος και φτάνει μέχρι το να αποτελούν δείκτη πολιτισμικής ποικιλομορφίας, πολιτισμικό εμπόρευμα και μέσο οικονομικής ανάπτυξης. Στα παραπάνω αν προσθέσει κανείς και την αυστηρή οριοθέτηση των προϋποθέσεων παραγωγής τους από κοινοτικούς κανονισμούς, γίνεται εμφανές πως όλο το περιεχόμενο της συγκρότησης του βιολογικού τροφίμου ως πολιτισμικού κεφαλαίου, ελέγχεται και νοηματοδοτείται πλήρως από την «Δύση». Κατά συνέπεια, το γεγονός ότι προϋπόθεση της βιοκατανάλωσης είναι μια κάποια εναρμόνιση του πολιτισμικού κεφαλαίου των βιοκαταναλωτών με το περιεχόμενο που αποκτά η κατασκευή του βιολογικού φαγητού στη Δύση, αποδεικνύει κι από άλλη μια σκοπιά ότι η τάση προς βιοκατανάλωση στην Ελλάδα είναι μια τάση που νοηματοδοτείται από το πνεύμα που διέπει το πρότυπο του «Έλληνα» και τη μεταρρυθμιστική ιδεολογία.

Παρά ταύτα, το γεγονός ότι η τάση για κατανάλωση βιολογικών προϊόντων διέπεται από το πνεύμα της μεταρρυθμιστικής ιδεολογίας, δεν αποτελεί καταληκτική απάντηση στο συσχετισμό βιοκατανάλωσης και ελληνικού πολιτισμικού δυισμού. Οι καταναλωτικές πρακτικές που ακολουθούν οι βιοκαταναλωτές περιπλέκουν αισθητά το συσχετισμό. Για παράδειγμα, παρατηρώντας κανείς την πιο προφανή από τις καταναλωτικές συνήθειες των βιοκαταναλωτών –τον έλεγχο των σημάτων πιστοποίησης- θα μπορούσε να υποστηρίξει ότι και οι καταναλωτικές πρακτικές κινούνται σύμφωνα με το πρότυπο του «Έλληνα» καθώς πράγματι, η πρακτική αυτή

φανερώνει μια κίνηση εμπιστοσύνης απέναντι στον επίσημο λόγο και την θεσμική υπόστασή του.

Ωστόσο, μια πιο προσεκτική ματιά φανερώνει κι άλλες λιγότερο προφανείς καταναλωτικές πρακτικές οι οποίες τεκμηριώνονται στη βάση της παρωχημένης ιδεολογίας του «Ρωμιού». Έννοια κλειδί για την εξήγηση αυτών των πρακτικών είναι η ενημέρωση. Όπως αναφέρθηκε πιο πάνω, οι βιοκαταναλωτές προκειμένου να είναι σε θέση να έρθουν σε επαφή με τα βιολογικά προϊόντα, απαιτείται τόσο μια κάποια οικονομική άνεση, όσο και το να μπορούν να είναι ενήμεροι για αυτά, καθώς τα βιολογικά προϊόντα στην Ελλάδα, δεν βρίσκονται ακόμα στις αναπαραστάσεις του κυρίαρχου λόγου. Αποδεικνύεται όμως ότι όσον αφορά την ενημέρωση, υπάρχουν διαβαθμίσεις ανάμεσα στους βιοκαταναλωτές, γεγονός που εμπλουτίζει τις εννοιολογήσεις των πρακτικών κατανάλωσης με περιεχόμενο από την πολιτισμική δεξαμενή του «Ρωμιού». Κατά συνέπεια, δεν είναι λίγοι οι βιοκαταναλωτές που ενώ έχουν την ελάχιστη ενημέρωση που απαιτείται για να προσεγγίσουν τα βιολογικά προϊόντα, αγνοούν βασικές παραμέτρους τους, γεγονός που τους κάνει ευεπίφορους στην παρωχημένη ιδεολογία, την αναπαραγωγή «μυθολογιών» (Appadurai 1986) και «επινοημένων παραδόσεων» (Hobsbawm & Ranger 2004). Έτσι, η ενημέρωση ανάμεσα στους βιοκαταναλωτές δείχνει να έχει την ίδια αναλογία με την «εγγραμματοσύνη» στη σύγχρονη Ελλάδα όπως αυτή αποτυπώνεται στο έργο του Herzfeld (1998) : αμφότερες συντείνουν προς μια ευρωπαϊκή ταυτότητα ενώ η έλλειψή τους οδηγεί προς το αντίθετο. Κατ' επέκταση, ο λιγότερο ενημερωμένος βιοκαταναλωτής στη Λάρισα, όπως κι ο «Ρωμιός», είναι καχύποπτος, αναπαράγει προκαταλήψεις, και βλέπει με σκεπτικισμό το «ξένο».

Όμως σε κάποιες περιπτώσεις, δεν είναι μόνο οι λιγότερο ενημερωμένοι που δημιουργούν αναπαραστάσεις του «Ρωμιού» ανάμεσα στους βιοκαταναλωτές. Για παράδειγμα η έκφραση καχυποψίας αλλά και οι επιλογές με βάση δίκτυα γνωριμιών απαντώνται ακόμη και ανάμεσα σε ενημερωμένους και έμπειρους βιοκαταναλωτές. Ωστόσο οι όροι των αναπαραστάσεων του «Ρωμιού» από τους ενημερωμένους, δεν είναι οι ίδιοι με τις πρακτικές του «Ρωμιού» από τους «ανενημέρωτους». Στην πραγματικότητα η διάκρισή τους ισχύει, καθώς αρκετοί ενημερωμένοι βιοκαταναλωτές δεν είναι παρά «Έλληνες» που επιτελούν αναπαραστάσεις «Ρωμιών.» Το γεγονός αυτό, εξηγείται στη βάση ότι οι καλά ενημερωμένοι βιοκαταναλωτές προσεγγίζουν συνειδητά τα βιολογικά προϊόντα με βάση το

πολιτισμικό τους κεφάλαιο. Συνεπώς καθώς αυτό το πολιτισμικό κεφάλαιο ξεκινά με όρους άρνησης της επικρατούσας συμβατικής κατανάλωσης τροφίμων και στη συνέχεια μέσω της ενημέρωσης συνδιαμορφώνεται από τις επιταγές των πολιτικών που ακολουθεί η Ευρωπαϊκή Ένωση σχετικά με την ανάδειξη ιδιαίτερων πολιτισμικά τροφών, τείνει να εκφράζεται με όρους που προσανατολίζονται στην υγεία, την ποιότητα, και την κληρονομιά της παράδοσης. Έτσι καθώς οι αναπαραστάσεις αυτές αντλούν την δυναμική τους μέσα από τη νοσταλγία (Δέλτσου 2006) ενός παρελθόντος το οποίο στην Ελλάδα έχει στενούς δεσμούς με την παρωχημένη ιδεολογία, και την «ρωμιοσύνη», οι ενέργειες των ενημερωμένων βιοκαταναλωτών που θα μπορούσαν να αποδοθούν σε «Ρωμιούς», έχουν χαρακτήρα της επιτέλεσης ενός ποθητού παρελθόντος στο παρόν.

Συμπερασματικά, με βάση τα όσα προηγήθηκαν, διαπιστώνει κανείς, ότι οι βιοκαταναλωτές στη Λάρισα, βρίσκονται στο μεταίχμιο που δημιουργεί ο πολιτισμικός δυισμός που διατρέχει τη σύγχρονη ελληνική κοινωνία. Από την μια πλευρά χρησιμοποιούν το πολιτισμικό και οικονομικό τους κεφάλαιο, διακρινόμενοι σε σχέση με την κυρίαρχη κατανάλωση συμβατικών προϊόντων που επικρατεί στην ελληνική κοινωνία, και επιχειρούν να εναρμονιστούν με ένα «μεταρρυθμιστικό» σχήμα κατανάλωσης. Την ίδια ώρα όμως ακολουθούν καταναλωτικές πρακτικές που εκφράζουν «παρωχημένες» αναπαραστάσεις. Με άλλα λόγια το σχήμα της βιοκατανάλωσης αναδύεται ως «Δυτικό» η οικειοποίησή του όμως ως επί το πλείστον «Ανατολική».

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3**

### **ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ: ΡΗΤΟΡΙΚΕΣ ΠΛΑΙΣΙΩΣΗΣ ΚΑΙ Η ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ**

Στο πλαίσιο αυτού του κεφαλαίου, θα επιχειρήσω να αναδείξω τον κυρίαρχο λόγο (discourse) και τις ρητορικές που πλαισιώνουν τα βιολογικά προϊόντα σχετικά με τον «υγιεινό» τους χαρακτήρα, όπως επίσης και τον τρόπο με τον οποίο κατασκευάζεται η υγεία μέσα από την βιοκατανάλωση. Με τον τρόπο αυτό, θα προσπαθήσω να δείξω πως κατασκευάζεται μια από τις κυρίαρχες ιδιότητες που καθορίζουν τις διατροφικές επιλογές ενός μέρους της αυξανόμενης μεσαίας τάξης καταναλωτών, που εν προκειμένω εστιάζει το ενδιαφέρον του στα βιολογικά προϊόντα. Με άλλα λόγια, θα διερευνήσω τους όρους με τους οποίους δημιουργείται και λειτουργεί ένα βασικό αφήγημα «αναστοχαστικής κατανάλωσης<sup>25</sup>» όπως η υγεία, έτσι όπως αυτό προκύπτει μέσα από την αναλογία του οικονομικού και πολιτισμικού κεφαλαίου των βιοκαταναλωτών.

#### **3.α. Θέτοντας το συμφραζόμενο για την ανάδειξη των «υγιεινών» τροφών.**

Προκειμένου να γίνει κατανοητός ο τρόπος με τον οποίο κατασκευάζεται η «υγεία» μέσα από την κατανάλωση βιολογικών προϊόντων, κρίνω αναγκαία και πάλι μια ματιά στο ευρύτερο θεωρητικό και καταναλωτικό πλαίσιο της διατροφής που φέρνει τα βιολογικά προϊόντα στο προσκήνιο.

Παρά το γεγονός της ύπαρξης ευδιάκριτων αιτημάτων, για τη στροφή προς το περιβάλλον και την υγιεινή διατροφή ήδη από την δεκαετία του 1970, η έλλειψη της αναγνωρισιμότητας και η σύγχυση που προκαλούν στους καταναλωτές οι πολλές εναλλακτικές «φιλοσοφίες» παραγωγής και κατανάλωσης τροφίμων, αποτρέπουν τα

---

<sup>25</sup> Με τον όρο «αναστοχαστική κατανάλωση» ή αλλιώς “reflexive consumption” κάνουμε λόγο για την αναζήτηση προϊόντων προς κατανάλωση, που εγγράφονται στο πλαίσιο του «ντόπιου», του «υγιεινού», του «παραδοσιακού» και του «πολιτισμικά ιδιαίτερου».

αιτήματα αυτά από το να λάβουν μαζικό χαρακτήρα. Ωστόσο η κατάσταση δείχνει να αλλάζει δραματικά με αφετηρία την δεκαετία του 1990 και κορύφωση την δεκαετία του 2000. Την περίοδο αυτή, παρατηρείται μια έντονη, συντονισμένη πια, επικέντρωση σε θέματα που άπτονται της διατροφής, της ποιότητας ζωής, και της υγείας, ενώ την ίδια στιγμή αυτές οι τάσεις αρχίζουν να διαπλέκονται ολοένα και περισσότερο με τη βιομηχανία του φαγητού (food industry). Μάλιστα, το εύρος αυτής της πολιτισμικής μετατόπισης προς τη διατροφή -που η Simmonds (στο Bell & Valentine 1997) ονομάζει διατροφισμό (“foodie-ism”)- είναι τέτοιο πλέον, που εκφράζεται μέσα από μια πληθώρα τηλεοπτικών εκπομπών, ιστοσελίδων, εντύπων, βιβλίων και διαφημίσεων που έχουν σαν κοινό ενδιαφέρον την ανάδειξη νέων διατροφολογίων, συνταγών, και γενικότερα ένα ευρύτερο ενδιαφέρον προς το φαγητό.

Μέσα σε αυτό το πλαίσιο, η αλλαγή στις πολιτικές κατανάλωσης του φαγητού αντανακλάται μέσα από ρεύματα κατανάλωσης όπως αυτά του «ηθικού τρώγειν» (“ethical food”) και του «πράσινου καταναλωτισμού» (“green consumerism”) (Bell & Valentine 1997). Πρόκειται για καταναλωτικές τάσεις που προσανατολίζονται στον σεβασμό της φύσης και του παραγωγού, μέσα από επιλογές φυσικών τροφών που προέρχονται από μικρής κλίμακας αγροτικές καλλιέργειες και παραδοσιακά διαιτολόγια, περιορίζοντας όσο είναι δυνατόν την κατανάλωση βιομηχανοποιημένων φαγητών. Οι λόγοι (discourses) που προκύπτουν από τέτοιες καταναλωτικές τάσεις αποκτούν σταδιακά όλο και πιο έντονη παρουσία, κατασκευάζοντας μια εικόνα αντίστασης απέναντι στα ομογενοποιημένα, «παγκόσμια», προϊόντα, αντιπροτείνοντας το «μοναδικό», το «ντόπιο» και το «παραδοσιακό». Το γεγονός αυτό έχει ως συνέπεια την ανάδειξη πρακτικών και λόγων με σκοπό την αναζήτηση του «εξωτικού εκ των έσω» (“exotic within”) (Bell & Valentine 1997). Έτσι, την ίδια στιγμή που σε όλο το δυτικό κόσμο κυριαρχούν πρακτικές διατροφής που περιστρέφονται γύρω από το «ομογενοποιημένο» και «παγκόσμιο» “fast food”, δημιουργείται τώρα και μια αντίρροπη τάση λόγων, που διαμορφώνει τα προϊόντα «επινοημένων» περιφερειακών παραδόσεων ως μια καινούργια μορφή πολιτισμικού εμπορεύματος.

Η Yiakoumaki (2003) επιχειρεί να δει μέσα από αυτό το πρίσμα, το εθνογραφικό παράδειγμα της «μεσογειακής δίαιτας», υποστηρίζοντας ότι αποτελεί κοινό τόπο αναφοράς για λόγους όπως αυτός της ιατρικής προσέγγισης, της



αναπτυξιακής πολιτικής της Ευρωπαϊκής Ένωσης για ανάδειξη περιφερειακών πολιτισμικών χαρακτηριστικών και τέλος, κοινός τόπος, όσο αφορά λόγους που σχετίζονται με τη διατροφή έχοντας ως σημείο εκκίνησης εθνικές, και καταναλωτικές ατζέντες. Έτσι, αφού πρώτα επισημαίνεται η υποστασιοποίηση ως διατροφικό μοντέλο που λαμβάνει οικουμενικό χαρακτήρα, αλλά ταυτόχρονα και χαρακτήρα εθνικής και υπερ-εθνικής ταυτότητας, υποστηρίζει ότι αναδύονται μια σειρά από ιδιαίτερα πολιτισμικά χαρακτηριστικά, μέσα από διαδικασίες απο - ιστορικοποίησης και απο-πολιτικοποίησης. Τα ιδιαίτερα αυτά πολιτισμικά χαρακτηριστικά και στο παράδειγμα της μεσογειακής διατροφής, φανερώνονται εμποτισμένα από τις καταβολές της «αναστοχαστικής κατανάλωσης»: τους λόγους για την πολιτισμική ιδιαιτερότητα, την ιστορία, την αυθεντικότητα, τη φύση και την υγεία.

Αυτό ακριβώς είναι και το πρώτο συμφραζόμενο μέσα στο οποίο οφείλει κανείς να ξεκινήσει την θέαση της σχέσης βιολογικών προϊόντων και υγείας, καθώς τα βιολογικά προϊόντα αφενός αποτελούν ένα κυρίαρχο μηχανισμό έκφρασης διασταυρωμένων λόγων που εκκινούν από διαφορετικές αφετηρίες, (επίσημων πολιτικών, καταναλωτικών πρακτικών και «επινοημένων» παραδόσεων), αφετέρου πλαισιώνονται από ένα κυρίαρχο αφήγημα της αναστοχαστικής κατανάλωσης όπως είναι η υγεία, η οποία όμως συχνά κατασκευάζεται μέσα σε ένα πολύ ευρύτερο πολιτισμικό συγκείμενο.

### **3.β. Η παρουσία της «υγείας» στο πεδίο. Ρητορικές και λόγοι πλαισίωσης**

Από τις πρώτες κιάλας επαφές που είχα με βιοκαταναλωτές αλλά και με παραγωγούς και εμπόρους βιολογικών προϊόντων, παρατήρησα πως ένα από τα βασικά σημεία γύρω από τα οποία περιστρέφονταν η εκάστοτε συζήτηση, ήταν η επισήμανση του υγιεινού χαρακτήρα των προϊόντων αυτών. Μάλιστα για την συντριπτική πλειονότητα όσων μίλησα, η θεώρηση των βιολογικών προϊόντων ως «υγιεινών» προϊόντων, ήταν και το κυριότερο κριτήριο προκειμένου να έρθουν σε επαφή μαζί τους και να αρχίσουν να τα καταναλώνουν. Τόσο σε επίπεδο διατήρησης μιας καλής υγείας, όσο μέσα από την λογική ότι η στροφή στα βιολογικά προϊόντα θα

καλύτερῆσει την υγεία τους. Δεν είναι τυχαίο ἄλλωστε το γεγονός ὅτι πολλοί ἀπὸ τους βιοκαταναλωτῆς εἶναι ἄτομα με ευαίσθητη υγεία, εἴτε νέοι γονεῖς:

*«...ασχοληθήκαμε με τα βιολογικά τρόφιμα, επειδὴ θέλαμε να κάνουμε σωστὴ διατροφή, υγιεινὴ διατροφή.»*

*«...εἶχα ἓνα πρόβλημα υγείας πριν ἀπὸ ...16 χρόνια...Βέβαια πάντα τρεφόμενα ὅσο μπορούσα καλύτερα...μετὰ ἓνα πρόβλημα υγείας που μου δημιουργήθηκε και εἶδα ὅτι με τα βιολογικά το ξεπέρασα. Και ἦταν πάρα πολύ σοβαρό αὐτό το πρόβλημα που εἶχα.»*

*«Ὅταν γεννήθηκε ο πρώτος μας ο γιος, πριν τρία χρόνια, αποφασίσαμε με τον ἄντρα μου, τουλάχιστον τον πρώτο καιρό να τρέφεται ὅσο το δυνατότερο πιο καλά και υγιεινά, κι ἔτσι στραφήκαμε προς τα βιολογικά προϊόντα. Ε..στη συνέχεια αὐτό πέρασε και σε μας, κι ἔκτοτε τα περισσότερα ἀπὸ τα φρούτα και τα λαχανικά που βάζουμε στο τραπέζι μας εἶναι βιολογικά.»*

Την ἴδια στιγμή, οι αιτιολογήσεις της «υγιεινῆς» υπόστασης των βιολογικῶν προϊόντων σχετίζονται σε μεγάλο βαθμό με τον τρόπο παραγωγῆς τους, καθὼς υπογραμμίζεται ὅτι κατὰ την διάρκεια της καλλιέργειας των βιολογικῶν φρούτων και των λαχανικῶν, σε ἀντίθεση με τα συμβατικά προϊόντα δεν ὑπάρχει καμία προσθήκη χημικῶν φυτοφαρμάκων. Ἐτσι, συχνά ἐπισημαίνεται ἀπὸ καταναλωτῆς και παραγωγούς ἡ ικανότητα που ἔχουν τα βιολογικά προϊόντα για την διατήρηση ὅλων των θρεπτικῶν τους χαρακτηριστικῶν, ἀλλὰ και ο «αμόλυντος» χαρακτήρας τους ἐναντι των συμβατικῶν, γεγονός που σε ἐπίπεδο ρητορικῆς εἶναι ἀρκετό για να τα καταστήσει «υγιεινά»:

*«...ὅταν ξέρεις ὅτι αὐτό που τρῶς εἶναι καθαρό και δεν του ἔχουν ρίξει πάνω του ἓνα σωρό φάρμακα, σίγουρα μετὰ το σκέφτεσαι για το αν θα ξαναβάλεις στο στόμα σου συμβατικό προϊόν. Εἶναι και θέμα υγείας δηλαδή...»*

Μια άλλη σημαντική παράμετρος της σχέσης υγείας και βιολογικών τροφίμων εκφραζόταν μέσα από την θέαση αυτής της σχέσης σαν σχέση ελέγχου:

*«Θα σου πω κάτι. Έχω ένα φίλο που καπνίζει συνέχεια. Κάποια στιγμή του λέω: “Ρε Σταύρο, γιατί δε το κόβεις το ρημάδι;” και ξέρεις τι μου απάντησε; “Αφού άλλοι κάνουν κουμάντο στις ζωές μας, ας κάνω εγώ τουλάχιστον κουμάντο στον τρόπο που θα πεθάνω.” Ε, λοιπόν αυτό, εγώ δεν το δέχομαι. Ο καθένας κάνει τις επιλογές του γενικότερα. Και έστω σε αυτό το μικρό κομμάτι, θέλω να ξέρω ότι αυτό που τρώω είναι και καθαρό κι ελεγμένο, κι απ’ όλα, και προπάντων δεν στρέφεται εναντίων μου και δε με σκοτώνει»*

*«...μα βλέπεις τι γίνεται; πάει κόσμος από εδώ από κει σε φάστ φούντ σε ταβέρνες... και σου σερβίρουν τα παλιολάδια και δεν ξέρεις τι τρως. Επιλέγοντας βιολογικά όχι μόνο δεν έχεις αυτόν τον κίνδυνο επειδή είναι αγνά, αλλά λες “Στοπ. Για στάσου.” Ξέρω τι τρώω και ξέρω τι δεν τρώω»*

Παράλληλα, η πεποίθηση της «υγιεινής» υπόστασης των βιολογικών προϊόντων σε επίπεδο λόγου, γίνεται ακόμη πιο αισθητή ανάμεσα στους βιοκαταναλωτές και τους βιοπαραγωγούς, καθώς πολλές φορές το «βιολογικό» αντικαθιστά το «υγιεινό» εν τη ρύμη του λόγου, ένδειξη ότι δεν είναι λίγοι εκείνοι που νοηματικά ταυτίζουν τους δύο όρους. Εξάλλου, προς την κατεύθυνση αυτή συντείνουν ρητορικές οι οποίες προκειμένου να περιγράψουν τις υγιεινές ιδιότητες των βιολογικών, χρησιμοποιούν όρους όπως «ασφαλές» ή «καθαρό» προϊόν. Η αποτύπωση της παρουσία της «υγείας» και του «υγιεινού» στο πεδίο, όπως προκύπτει από το υλικό της έρευνας, ολοκληρώνεται μέσα από επιγραφές που χρησιμοποιούν αρκετά από τα καταστήματα τόσο στις βιτρίνες τους όσο και εσωτερικά, οι οποίες συχνά κάνουν λόγο για «υγιεινά προϊόντα», «υγιεινή διατροφή», και μερικές φορές «ευεξία». Χαρακτηριστικότερο παράδειγμα είναι η ρήση του Ιπποκράτη του «πατέρα» της ιατρικής:

*«Η τροφή σου να είναι το φάρμακό σου... και το φάρμακό σου, η τροφή σου»*

αναγράφεται στη βιτρίνα ενός από τα εξειδικευμένα καταστήματα βιολογικών τροφίμων στη Λάρισα, κάνοντας έμμεση σύνδεση των βιολογικών προϊόντων με την υγεία, και παραλληλίζοντας ταυτόχρονα το βιολογικό τρόφιμο με «φάρμακο» προς ίαση. Τέλος, στο ίδιο μοτίβο κινείται και ο λόγος που αναπαράγουν διάφορα έντυπα

και μικρές εφημερίδες<sup>26</sup> που διανέμονται δωρεάν σε καταστήματα βιολογικών προϊόντων, και με αφορμή τα βιολογικά προϊόντα αναπτύσσουν μια σειρά θεμάτων που άπτονται της υγείας και της υγιεινής διατροφής.

### **3.γ. Κατασκευάζοντας την «υγεία» μέσα από τα βιολογικά τρόφιμα**

Μέχρι αυτό το σημείο, έχει γίνει φανερό πως ο λόγος περί «υγιεινών» βιολογικών προϊόντων παρουσιάζεται σε δύο συνιστώσες. Σε ένα πρώτο θεωρητικό επίπεδο έχει τις ρίζες του στο ευρύτερο αίτημα, που κορυφώνεται τη δεκαετία του 2000, για υγιεινά τρόφιμα, ενώ με βάση τα ευρήματα των συνεντεύξεων και της έρευνας ο λόγος περί «υγιεινών» βιολογικών προϊόντων, εκκινεί από την φυσική μέθοδο παραγωγής τους. Ωστόσο, οι διαδικασίες της κοινωνικής κατασκευής της υγιεινής υπόστασης των βιολογικών τροφίμων, δεν περιορίζονται σε αυτές τις δύο συνιστώσες, αλλά με βάση αυτές, οικοδομείται ένα πολύ ευρύτερο εννοιολογικό πλέγμα σχετικά με την υγεία και την βιοκατανάλωση.

Προτού όμως επικεντρωθώ στις ευρύτερες διαδικασίες της κοινωνικής κατασκευής του υγιεινού χαρακτήρα των βιολογικών τροφίμων, κρίνω σκόπιμη μια σύντομη ματιά σε επιστημονικές μελέτες που επιχείρησαν από την πλευρά της βιολογίας και της διατροφολογίας να συγκρίνουν την υγιεινή υπόσταση βιολογικών και συμβατικών τροφίμων.

Οι κλινικοί διατροφολόγοι Magkos, Arvaniti και Zampelas (2003 και 2006) μελετώντας συμβατικά και βιολογικά προϊόντα σε ίδια εδάφη, με ίδιες κλιματικές συνθήκες και ίδια μέθοδο δειγματοληψίας, αν και πράγματι παρατήρησαν πολύ πιο μικρή συγκέντρωση τεχνητών χημικών φυτοφαρμάκων στα βιολογικά προϊόντα, διατυπώνουν μια σειρά προβληματισμών που σε καμία περίπτωση δεν προκρίνει με έμφαση τα βιολογικά προϊόντα ως υγιεινότερα των συμβατικών από την άποψη της βιολογίας. Ανάμεσα στους προβληματισμούς αυτούς, αμφισβητούν το διαδεδομένο αφήγημα που περιβάλλει τα συμβατικά προϊόντα και σχετίζεται με την υποτιθέμενα

---

<sup>26</sup> Χαρακτηριστικό παράδειγμα μιας τέτοιας εφημερίδας, είναι το μηνιαίο έντυπο “BioNews”, το οποίο διανέμεται δωρεάν, και στο οποίο, πέραν της παρουσίασης διάφορων βιολογικών προϊόντων, φιλοξενούνται διατροφικές έρευνες και μόνιμη στήλη περί υγείας, με τίτλο «υγιεινά νέα».

εξαιρετικά βλαβερή δράση των φυτοφαρμάκων στον ανθρώπινο οργανισμό. Παράλληλα, σημειώνουν ότι δεν είναι λιγότεροι οι κίνδυνοι για τον άνθρωπο, από μικροβιολογικές ασθένειες που αναπτύσσονται ως επί το πλείστον οι βιολογικές καλλιέργειες και τις οποίες η βιολογική μέθοδος φυτοπροστασίας δεν μπορεί να εξαλείψει. Τέλος καταρρίπτονται οι μύθοι περί «θεραπευτικών» δυνατοτήτων των βιολογικών τροφίμων, και υποστηρίζουν ότι το κυριότερο στοιχείο μιας υγιεινής διατροφής δεν υπόκειται στο δίπολο συμβατικού και βιολογικού προϊόντος, αλλά στην τήρηση μιας ισορροπημένης διατροφής. Προς αυτήν την κατεύθυνση κινούνται και τα συμπεράσματα έρευνας<sup>27</sup> του τμήματος Περιβαλλοντικής Χημείας του Πανεπιστημίου Αθηνών, σχετικά με την διατροφική αξία των βιολογικών προϊόντων έναντι των συμβατικών, καθώς σημειώνεται πως η όποια διαφορά στη διατροφική αξία μεταξύ τους, είναι αμελητέα, συμπέρασμα στο οποίο επίσης καταλήγουν και άλλοι θετικοί επιστήμονες της διατροφής<sup>28</sup>.

Έχοντας υπ' όψιν τα παραπάνω, γίνεται αντιληπτό ότι η έντονη ρητορική γύρω από την σχέση υγείας και βιολογικών τροφίμων όπως και η ίδια η κατασκευή της υγείας μέσα σε αυτό το πλαίσιο, δεν αντλούν την ισχύ τους από την ακραιφνή επιστημονική τεκμηρίωση, αλλά δημιουργούνται στη βάση κοινωνικών σχέσεων και εννοιολογήσεων. Σε αυτό το πλαίσιο, ο Barthes (1961) σημειώνει ότι *«η υγεία είναι το άλλοθι ότι η τροφή μπορεί να δηλώσει μέσω της ύλης, ένα σύνολο άλλων αξιών»*, και συνεχίζει προσθέτοντας ότι η υγεία δεν μπορεί να γίνει αντιληπτή ως βίωμα μέσω της διατροφής, αλλά μόνο μέσα από «διαθέσεις» οι οποίες μπορούν να δηλώσουν την ικανότητα του σώματος να αντιμετωπίζει έναν ορισμένο αριθμό κοινωνικών καταστάσεων. Με άλλα λόγια, η κατασκευή της υγείας στο πλαίσιο της βιολογικής διατροφής, πρέπει να ιδωθεί από τη σκοπιά μιας διατροφικής κατανάλωσης η οποία εκφράζεται τόσο ως «σημάδεμα» της κοινωνικής θέσης των βιοκαταναλωτών, όσο και ως ευρύτερη αποτύπωση της αντίληψης που έχουν, για την κοινωνική πραγματικότητα που τους περιβάλλει.

Ωστόσο, βασικός προσδιοριστικός παράγοντας των νοσηματοδοτήσεων που λαμβάνει η υγεία ανάμεσα στους βιοκαταναλωτές, είναι το σύνολο των

---

<sup>27</sup> Έρευνα του Πανεπιστημίου Αθηνών του τμήματος Περιβαλλοντικής Χημείας που δημοσιεύτηκε στην εφημερίδα «Τα Νέα», στις 22-09-2007

<sup>28</sup> Προς την κατεύθυνση αυτή κινείται και η άποψη του επιστημονικού συνεργάτη του τμήματος Διατολογίας – Διατροφής του Χαροκοπέιου, διατολόγου – διατροφολόγου Γρηγόρη Ρίσβα που δημοσιεύεται με τίτλο «Μύθος ότι είναι πιο θρεπτικά» στην εφημερίδα «Τα Νέα» στις 28-04-2007

προϋποθέσεων που απαιτούνται για την πρόσβαση στα βιολογικά προϊόντα. Όπως έγινε φανερό στο πρώτο κεφάλαιο της εργασίας, οι προϋποθέσεις αυτές περιστρέφονται γύρω από δύο κύριους άξονες: την ενημέρωση σχετικά με τα βιολογικά προϊόντα, και την οικονομική δυνατότητα κάποιου προκειμένου να μπορεί να έχει πρόσβαση στα προϊόντα αυτά, λόγω της υψηλότερης τιμής τους. Πρόκειται δηλαδή, για προϋποθέσεις που κατά την ανάλυση του Bourdieu (1984) εγγράφονται στις ταξινομήσεις του πολιτισμικού και οικονομικού κεφαλαίου αντίστοιχα. Σύμφωνα με αυτήν την ανάλυση, ο τρόπος με τον οποίο συσχετίζει μια κοινωνική ομάδα το πολιτισμικό και το οικονομικό της κεφάλαιο, αποτελεί παράγοντα διάκρισής της, ως προς άλλα κοινωνικά σύνολα, καθώς ο συσχετισμός αυτός, παράγει μια σειρά από πολιτισμικά καθορισμένες συνήθειες (habitus). Αυτές οι πολιτισμικές συνήθειες, με τη σειρά τους, προσδιορίζουν συγκεκριμένες εννοιολογήσεις, προτιμήσεις και πρακτικές, και εν τέλει αποτυπώνουν το ιδιαίτερο στίγμα μιας κοινωνικής ομάδας. Έτσι στην προκειμένη περίπτωση, η κατασκευή της υγείας μέσα από την κατανάλωση βιολογικών προϊόντων μπορεί να ιδωθεί και ως μια αποτύπωση «ταξικού γούστου» μιας διακριτής οικονομικά και πνευματικά κοινωνικής ομάδας, που εκφράζει συγκεκριμένα αιτήματα και ανάγκες.

Στο εθνογραφικό παράδειγμα των βιοκαταναλωτών της Λάρισας, τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά με βάση τα οποία διαμορφώνεται η υγεία, πηγάζουν από τον βαθμό οικονομικής προσβασιμότητας των καταναλωτών στα βιολογικά προϊόντα (έτσι όπως διαμορφώνεται μέσω των ρητορικών περί της τιμής τους<sup>29</sup>), από την ενημέρωση σχετικά με διάθεση και τις ιδιότητές τους (μια και δεν έχουν έντονη παρουσία στον κυρίαρχο λόγο) και τέλος μέσα από τον πολιτισμικό δυισμό ανάμεσα στο πρότυπο του Ρωμιού και σε αυτό του Έλληνα, που διατρέχει όλη την ελληνική κοινωνία.

Ξεκινώντας από την οικονομική προσβασιμότητα και την ενημέρωση – δηλαδή το οικονομικό και το πολιτισμικό κεφάλαιο των βιοκαταναλωτών- είναι εμφανές ότι τα βιολογικά προϊόντα χωρίς να αποτελούν είδος που απευθύνεται σε περιορισμένο κοινό (τουλάχιστον σε επίπεδο ρητορικής και πλαισίωσης), εν τούτοις αφορούν εκείνους που δύνανται να κινητοποιήσουν το οικονομικό τους κεφάλαιο σε μεγαλύτερο βαθμό απ' ό,τι θα χρειαζόταν για την απόκτηση ενός συμβατικού

---

<sup>29</sup> Ρητορικές που υποστηρίζουν δηλαδή ότι τα βιολογικά προϊόντα, είναι οικονομικά προσβάσιμα, και «ακριβά» μόνον κατ' επίφαση, γιατί στην πραγματικότητα η υψηλότερη τιμή τους δικαιολογείται από την ιδιαίτερη μέθοδο παραγωγής τους, και την ποιοτική τους υπεροχή. (Βλ. Κεφάλαιο 1)

προϊόντος που κυριαρχεί στις καταναλωτικές προτιμήσεις. Το γεγονός αυτό, σε συνδυασμό με την ενημέρωση που απαιτείται σχετικά με τα βιολογικά προϊόντα, η οποία δεν εγγράφεται ακόμη σε κάποιο αφήγημα μαζικού κυρίαρχου λόγου, καθιστά τα προϊόντα αυτά, ως αγαθά που απευθύνονται στα οικονομικά μεσαία και ανώτερα κοινωνικά στρώματα. Εξάλλου, σε αυτήν την διαπίστωση συντείνει και η σημείωση που κάνουν οι Bell και Valentine (1997) ότι το πρότυπο της «υγιεινής» και «φυσικής» διατροφής (με το οποίο πλαισιώνονται σε επίπεδο ρητορικής τα βιολογικά προϊόντα στην προκειμένη περίπτωση) μέσα από τις καταναλωτικές πρακτικές με τις οποίες αναπτύσσεται, ουσιαστικά απευθύνεται στις οικονομικά μεσαίες και ανώτερες κοινωνικές τάξεις του δυτικού κόσμου.

Ο Crawford (1984) όντας πολιτικός οικονομολόγος, εστιάζοντας πάνω στη σχέση υγείας και φαγητού όπως αυτή διαμορφώνεται στα μεσαία κοινωνικά στρώματα, θέτει μια πρώτη πολύ σημαντική βάση για την ερμηνεία της κατασκευής της υγείας μέσα από τα βιολογικά τρόφιμα. Υποστηρίζει ότι η «υγεία» στο δυτικό κόσμο τείνει πολλές φορές να παρουσιάζεται ως συνώνυμο της «λύτρωσης», ενώ παράλληλα γίνεται ολοένα και περισσότερο ένα μέτρο συνείδησης της προσωπικότητας. Έτσι, η υγεία παρουσιάζεται ως ένα μέσο αυτοελέγχου και αυτοπειθαρχίας, το οποίο εκφράζεται με πρακτικές όπως για παράδειγμα ότι κανείς θα πρέπει να αποφεύγει να καπνίζει, να μην τρώει κόκκινο κρέας, ότι θα πρέπει να ασκείται περισσότερο κλπ.

Καθώς λοιπόν η υγεία αποκτά διαστάσεις ενός μέσου αυτό-αξιολόγησης, σύμφωνα με την ίδια ανάλυση, εκείνοι που κρίνουν τον εαυτό τους με αυτούς τους όρους, με τα ίδια κριτήρια αξιολογούν και τους γύρω τους που δεν συμβαδίζουν με πρακτικές που «επιτάσσει» η υγεία. Με αυτόν τον τρόπο η υγεία διαμορφώνεται ως ένα μέσο κοινωνικής διάκρισης, καθώς από τη στιγμή που πλαισιώνεται με βάση το ηθικό σχήμα της «υγείας ως αυτοελέγχου», εκείνοι που δεν μπορούν να συμμορφωθούν με αυτό το ρεύμα, εμφανίζονται κατά κάποιο τρόπο ως «κατώτεροι» σε αυτό το πλαίσιο αξιών.

Όπως επισημαίνει ο Crawford μια τέτοια κατασκευή της υγείας ως μέσου προσωπικής και κοινωνικής αξιολόγησης, απαντάται εξαιρετικά συχνά στα μεσαία κοινωνικά στρώματα. Η εξήγηση για το γεγονός αυτό, έρχεται αν αναλογιστεί κανείς τα αντίστοιχα σύμβολα κοινωνικής και προσωπικής αξιολόγησης που

παρουσιάζονται στα πιο χαμηλά οικονομικά και κοινωνικά στρώματα. Έτσι, ενώ για παράδειγμα σε κάποιες χαμηλότερες οικονομικά κοινωνικές ομάδες το βασικό κριτήριο κοινωνικής θεώρησης προκύπτει μέσα από το πρίσμα του μόχθου για την εξασφάλιση μιας σταθερής εργασίας, στα οικονομικά μεσαία και ανώτερα κοινωνικά επίπεδα, μια τέτοια επιδίωξη θεωρείται ήδη εξασφαλισμένη. Συνεπώς, καθώς η υγεία πλέον διαμορφώνεται σε ένα συμφραζόμενο που ξεφεύγει από την τύχη και την κληρονομικότητα, και αποτελεί μια κατάσταση για την οποία πρέπει να μοχθήσει κανείς, η ανάγκη του αυτοελέγχου για την μεσαία τάξη, προκύπτει μέσα από την προσπάθεια για την εξασφάλιση μιας καλής υγείας.

Το παραπάνω θεωρητικό σχήμα δείχνει να βρίσκει εφαρμογή και στην περίπτωση της υγείας μέσα από τα βιολογικά προϊόντα. Οι βιοκαταναλωτές έχοντας το απαιτούμενο πολιτισμικό και οικονομικό κεφάλαιο, αφενός αποκτούν δυνατότητα συστηματικής πρόσβασης στα βιολογικά τρόφιμα, αφετέρου κατατάσσονται σιωπηρά μέσα από αυτόν τον συσχετισμό «κεφαλαίων» σε μια ευρύτερη μεσαία τάξη. Καθώς λοιπόν η υγεία αποτελεί κυρίαρχο αφήγημα πλαισίωσης των βιολογικών προϊόντων, την ίδια στιγμή, γίνεται μέσο αντίληψης και προσδιορισμού της βιολογικής διατροφής, του βιοκαταναλωτή ως εαυτού, και κατ' επέκταση κριτήριο κοινωνικής αξιολόγησης.

Η κατασκευή της υγείας μέσα από την βιοκατανάλωση σαν παράγοντα αυτοαντίληψης του βιοκαταναλωτή και κριτήριο κοινωνικής αξιολόγησης, γίνεται περισσότερο κατανοητή, αν λάβει κανείς υπ' όψιν την υγεία πέραν ενός μέσου αυτοελέγχου και σαν μέσο εκτόνωσης (release). Για το σχήμα αυτό, κάνει λόγο ο Crawford έχοντας ως γνώμονα την δουλειά του Foucault (1978) σχετικά με την καταπίεση της σεξουαλικότητας από τη κοινωνία και της μορφές εκτόνωσής της. Όπως λοιπόν, κάθε κοινωνία έχει θεσμούς εκτόνωσης που ανατρέπουν την επικρατούσα κυρίαρχη κοινωνική ευταξία για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, ο Crawford διακρίνει στις σύγχρονες καπιταλιστικές κοινωνίες μια παρόμοια οικειοποίηση της υγείας, η οποία συνδέεται με την κατανάλωση φαγητού. Σύμφωνα με αυτόν τον παραλληλισμό, όπως μέσα από τις διαδικασίες εκτόνωσης η κοινωνία διευθετεί την σχέση της με διάφορες κοινωνικές τάξεις που καταπιέζονται τον περισσότερο καιρό, με τον ίδιο τρόπο και η υγεία μπορεί να γίνει ένα μέσο διευθέτησης της θέσης ατόμων ή κοινωνικών ομάδων ως προς την κοινωνία. Το γεγονός αυτό, έρχεται ως συνέπεια της αλληλόδρασης των εκφράσεων της υγείας -



άλλοτε σαν εκτόνωση κι άλλοτε ως αυτοέλεγχος- μιας και μέσα από αυτές, έρχονται στο προσκήνιο συμβολικές δομές «ελευθερίας» και περιορισμού, που συνδέονται στις σύγχρονες καπιταλιστικές κοινωνίες με την αντίθεση παραγωγής και κατανάλωσης (Mintz 1996).

Έτσι η υγεία μπορεί να θεαθεί και μέσα από τη βιοκατανάλωση, μεταξύ των άλλων, τόσο με όρους εκτόνωσης, όσο και με όρους αυτοελέγχου. Η υγεία ως εκτόνωση κατασκευάζεται σε αντίστιξη προς τις επικρατούσες διατροφικές συνήθειες, καθώς όπως επισημαίνεται σε αρκετές συνεντεύξεις, τα βιολογικά προϊόντα (που επενδύονται συνεχώς σε επίπεδο ρητορικής με τον «υγιεινό» τους μανδύα), αποτελούν ενδεδειγμένη οδό για την αποφυγή ανθυγιεινών τροφών όπως κατά περίπτωση παρουσιάζονται μέσα από κυρίαρχα αφηγήματα βιοκαταναλωτών, διάφορα συμβατικά τρόφιμα και προϊόντα «fast food». Κατά συνέπεια, καθώς οι βιοκαταναλωτές αντιλαμβάνονται το σύγχρονο διατροφολόγιο που επικρατεί μέσα από τις αναπαραστάσεις των κυρίαρχων λόγων, ως «ανθυγιεινό» ή «λιγότερο υγιεινό», η υγεία που κατασκευάζεται μέσα από τη βιολογική διατροφή, αποκτά χαρακτηριστικά λειτουργίας εκτόνωσης. Με άλλα λόγια, η υγεία στην προκειμένη περίπτωση αποτελεί διέξοδο σε κοινωνικές και καταναλωτικές ανάγκες, προσφέροντας ένα διακριτό κοινωνικά και εννοιολογικά μέσο «ανατροπής» των αναπαραστάσεων του κυρίαρχου τρόπου ζωής, με αφετηρία την βιολογική διατροφή.

Παρ' όλα αυτά, η υγεία μέσα από την βιολογική διατροφή δεν έχει μόνο χαρακτηριστικά που συνάδουν με λειτουργία εκτόνωσης, αλλά εκφέρεται και σαν μέσο αυτοελέγχου. Κατά τη διάρκεια της έρευνας, δεν ήταν λίγες οι φορές που οι βιοκαταναλωτές ανέφεραν ότι τρώγοντας συμβατικά προϊόντα «δεν ξέρουμε τι τρώμε» ή επεσήμαιναν τους γρήγορους ρυθμούς ζωής συσχετίζοντάς τους με το γεγονός ότι σπάνια έχει κανείς τη δυνατότητα και το χρόνο να ελέγξει πραγματικά τι θα καταναλώσει. Με βάση αυτές τις αγωνίες λοιπόν, το αφήγημα της υγιεινής υπόστασης των βιολογικών τροφίμων, έρχεται να προσφέρει σε εκείνους που έχουν το απαραίτητο πολιτισμικό και οικονομικό κεφάλαιο, ένα πλαίσιο ελέγχου τόσο του εαυτού τους, όσο και της κοινωνικής πραγματικότητας που τους περιβάλλει, με σημείο εκκίνησης την «υγιεινή» διατροφή. Το πλαίσιο ελέγχου του εαυτού τους, ξεκινά από την ίδια την πειθαρχία που επιβάλλεται στο σώμα, προκειμένου να αντισταθεί σε κυρίαρχες μα «ανθυγιεινές» διατροφικές συνήθειες, ενώ στη συνέχεια αυτό το ενσώματα βιωμένο αξιακό πλαίσιο πειθαρχίας γίνεται κριτήριο αξιολόγησης

ολόκληρου του κοινωνικού περιβάλλοντος των βιοκαταναλωτών. Η θέαση της υγείας με την μορφή πειθαρχίας και ελέγχου εξάλλου, ενισχύεται και μέσα από την αυστηρή καταναλωτική περιχαράκωση γύρω από τα βιολογικά τρόφιμα, αλλά και τις ρητορικές που συνοδεύουν αυτές τις επιλογές των συνειδητοποιημένων βιοκαταναλωτών. Συνεπώς εκφράσεις βιοκαταναλωτών όπως «...*ασχοληθήκαμε με τα βιολογικά τρόφιμα, επειδή θέλαμε να κάνουμε σωστή διατροφή, υγιεινή διατροφή.*» δεν έχουν λογική αυτοπροσδιορισμού απλά, αλλά αξιολογούν εμμέσως και τις επικρατούσες διατροφικές συνήθειες ως «λάθος» και «ανθυγιεινές».

Ωστόσο, ο τρόπος και οι εκφάνσεις της κατασκευής της υγείας στο πλαίσιο των βιολογικών προϊόντων, δεν περιορίζονται εδώ. Κατά τη διάρκεια της έρευνας και των συνεντεύξεων, άρχισα να διακρίνω μια βάσιμη μεν, σπανίως ωστόσο διατυπωμένη άμεσα, σχέση της υγείας με το παρελθόν, με τρόπο παρόμοιο, όπως αυτή απεικονίζεται σε αναπαραστάσεις σχετικές με την «παράδοση». Έτσι, αν και ήταν λίγες οι φορές που γινόταν ευθεία σύνδεση των όρων «υγεία», «παράδοση/παρελθόν», «βιολογικά προϊόντα», συχνά επανερχόταν στο προσκήνιο το επιχείρημα ότι τα βιολογικά τρόφιμα είναι «αγνότερα» ή «καλύτερα» ή «ανώτερα» έναντι των συμβατικών, μια και παράγονται με τρόπο που θυμίζει «άλλες εποχές» ή τα «τα παλιά τα χρόνια». Με αυτόν τον τρόπο, δημιουργούταν συχνά ένα νοσταλγικό συγκείμενο το οποίο πλαισίωνε τον λόγο για τα βιολογικά τρόφιμα, έχοντας ως κατάληξη την ανωτερότητά τους έναντι των συμβατικών. Η γενικόλογη αυτή «ανωτερότητα» που προέκυπτε από την σύνδεση των βιολογικών με το παρελθόν, αλλά και ο ευρύτερος τρόπος με τον οποίο κατασκευάζεται κοινωνικά η «υγεία» ανάμεσα στους ανθρώπους που ασχολούνται με την βιολογική διατροφή, ταυτίζονται τόσο ως προς την διαδικασία παραγωγής αυτών των αφηγημάτων όσο και ως προς την κοινωνική ταυτότητα εκείνων που τις παράγουν. Κατ' επέκταση, ο τρόπος που χρησιμοποιείται ο όρος «υγιεινό» και ο τρόπος με τον οποίο εκφέρεται το «αγνότερο», «καλύτερο» και «ανώτερο» βιολογικό προϊόν από δευτερεύοντα αφηγήματα που σχετίζονται με το παρελθόν, ταιριάζουν απόλυτα.

Παρ' όλα αυτά, η σημασία αυτών των δευτερευόντων αφηγημάτων που συσχετίζουν έμμεσα την υγεία με το παρελθόν, έγκειται στην περαιτέρω ανάδειξη του ευρύτερου τρόπου με τον οποίο στοιχειοθετείται η υγεία, ανάμεσα στους βιοκαταναλωτές. Κλειδιά για την κατανόηση της υγείας μέσα από το παρελθόν είναι και πάλι ο συσχετισμός πολιτισμικού και οικονομικού κεφαλαίου που διακρίνει μέσα

στην κοινωνία τους βιοκαταναλωτές, αλλά και το πολιτισμικό δίπολο «Έλληνα» και «Ρωμιού» που διατρέχει την ελληνική κοινωνία.

Η ευρύτερη μεσαία κοινωνική τάξη λοιπόν, που διακρίνεται από την απαιτούμενη αναλογία πολιτισμικού και οικονομικού κεφαλαίου, κατασκευάζει την υγεία μέσα από το παρελθόν στηριζόμενη στις δύο εκφράσεις του ελληνικού πολιτισμικού δυισμού. Αφενός κοιτάει προς την Δύση αναπαράγοντας το πρότυπο του «Έλληνα», καθώς έχει τα εφόδια να αφουγκραστεί και να προσανατολιστεί με σύγχρονα διατροφικά ρεύματα τόσο από ευρείες διατροφικές τάσεις του δυτικού κόσμου όσο και από τις επιταγές των πολιτικών που ακολουθεί η Ευρωπαϊκή Ένωση. Αφετέρου, το περιεχόμενο αυτών των νέων λόγων στους οποίους εμπίπτουν τα βιολογικά τρόφιμα, φέρνει και πάλι στο προσκήνιο αποβιομηχανοποιημένα παρελθοντικά αφηγήματα που στην περίπτωση της Ελλάδας ταυτίζονται ιδιαίτερα με το πρότυπο του «Ρωμιού» (Herzfeld 1998 και Διαμαντούρος 2000). Καθώς όμως εγείρονται αυτά τα παρελθοντικά αφηγήματα εξυπηρετώντας την σύσταση υπερεθνικών ταυτοτήτων (Υιάκουμακι 2003), έρχονται σε πρώτο πλάνο νοσταλγικές ατενίσεις του παρελθόντος οι οποίες σύμφωνα με τον Sutton (2001) σχετίζονται άμεσα με πολλούς τρόπους οικειοποίησης της τροφής. Έτσι, έχοντας υπ' όψιν την ταύτιση υγείας και βιολογικών τροφίμων, και το σιωπηρό συσχετισμό της υγείας με το παρελθόν, διακρίνει κανείς πως η υγεία στα βιολογικά τρόφιμα πέραν όλων των άλλων, αποτελεί και το εννοιολογικό εργαλείο εκείνο, που αναπαράγει μνήμες και ως εκ τούτου τονώνει τον διακριτό χαρακτήρα των τροφών αυτών. Ωστόσο η διάκριση αυτή δεν περιορίζεται εκεί. Προεκτείνοντας την παραπάνω ανάλυση, η Seremetakis (στο Sutton 2001) υποστηρίζει ότι η ικανότητα των τροφών να παράγουν αναμνήσεις συνδέεται άρρηκτα με την αναπαραγωγή κοινωνικών ταυτοτήτων. Σύμφωνα με τα παραπάνω λοιπόν, η κατασκευή της υγείας μέσα από το παρελθόν -έστω και σιωπηρά, προερχόμενη από δευτερεύοντα αφηγήματα- παρά την διαφορετική της αφετηρία (σε σχέση με την υγεία ως αυτοέλεγχο και ως εκτόνωση) καταλήγει και πάλι ως ένα μέσο διαπραγμάτευσης της κοινωνικής ταυτότητας των βιοκαταναλωτών αλλά και μέσο «σημαδέματος» της θέσης τους μέσα στην κοινωνία, καθώς ταυτίζεται με τον ιδιαίτερο χαρακτήρα των βιολογικών τροφίμων έναντι των συμβατικών και κατ' επέκταση της διατροφής και του τρόπου ζωής που εκείνα αντιπροσωπεύουν.

Ολοκληρώνοντας, γίνεται σαφές πως η υγεία με τον τρόπο που αναπαράγεται ως έννοια μέσα από τον λόγο, τις πρακτικές και τις επιτελέσεις που εκπορεύονται από

τους ανθρώπους που ασχολούνται με την βιολογική διατροφή, ταυτίζεται σε επίπεδο ρητορικής με την έννοια του «βιολογικού», και ανάγεται σε κύριο γνώρισμα των τροφών αυτών έναντι των συμβατικών. Ωστόσο, η διαχωριστική γραμμή μεταξύ «υγιεινών» βιολογικών και «ανθυγιεινών» συμβατικών τροφίμων, δεν είναι η μόνη λειτουργία της υγείας. Η υγεία, έτσι όπως κατασκευάζεται μέσα από την κατανάλωση βιολογικών προϊόντων, παρέχει ένα πλαίσιο ενσώματης πειθαρχίας ως προς τις διατροφικές προτιμήσεις, και με αυτόν τον τρόπο αποτελεί μέσο επιτέλεσης του ιδιαίτερου χαρακτήρα που τους αποδίδουν οι βιοκαταναλωτές. Παράλληλα, η βιωμένη πειθαρχία που επιβάλλει στο σώμα, η προσπάθεια για απόκτηση καλής υγείας, προβάλλεται σαν κριτήριο αξιολόγησης και προς εκείνους που δεν ασπάζονται την βιοκατανάλωση, καθιστώντας την υγεία ως ένα αξιακό πλέγμα με βάση το οποίο γίνεται αντιληπτός όχι μόνο ο εαυτός, αλλά και η ίδια η κοινωνία. Έτσι, ο λόγος περί υγείας και ο τρόπος με τον οποίο κατασκευάζεται από τους βιοκαταναλωτές συμπυκνώνει ρητορικά, όλες εκείνες ανάγκες που οδήγησαν εξ αρχής στην βιοκατανάλωση, ενώ παρέχει και ένα πλαίσιο κοινωνικής ερμηνείας και διάκρισης, καθώς αποτελεί αντανάκλαση μιας πολύ συγκεκριμένης αναλογίας πολιτισμικού και οικονομικού κεφαλαίου. Εξάλλου, προς αυτήν την κατεύθυνση συντείνουν ακόμη και δευτερεύουσες αφηγήσεις που συσχετίζουν έμμεσα την υγεία και το παρελθόν.

## ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Καθ' όλη τη διάρκεια της τρέχουσας έρευνας, κύριο ζητούμενό μου υπήρξε η διερεύνηση του τρόπου με τον οποίο νοηματοδοτείται η βιοκατανάλωση στη Λάρισα, τόσο μέσα από τη θέασή της ως μεταμοντέρνα καταναλωτική πρακτική που έρχεται σε επαφή με συγκεκριμένες παγιωμένες πολιτισμικές δομές, όσο και μέσα από το πλέγμα ευαίσθητων πολιτισμικών ταξινομήσεων και ταυτοτήτων που δημιουργεί όντας σταυροδρόμι επίσημων λόγων και «ιθαγενών» ρητορικών. Ολοκληρώνοντας λοιπόν την παρούσα μελέτη, θα επιχειρήσω να ανακεφαλαιώσω τα πιο σημαντικά σημεία που ήρθαν στο προσκήνιο μέσα από αυτή την έρευνα, σχετικά με την.

Επιχειρώντας μια πρώτη προσέγγιση με τα βιολογικά προϊόντα, στο πρώτο κεφάλαιο δοκιμάζω να αποδώσω μια όσο το δυνατόν πιο αντιπροσωπευτική εικόνα τους, έχοντας κατά νου, δύο σημαντικούς άξονες γύρω από τους οποίους στοιχειοθετείται η βιοκατανάλωση: τον προσδιορισμό τους μέσα από επίσημους διεθνείς φορείς (Ευρωπαϊκή Ένωση, IFOAM, Codex Alimentarius) αλλά και την ματιά που προκύπτει μέσα από την τοπική οικειοποίηση των προϊόντων αυτών στη Λάρισα. Η προσέγγιση αυτή έχει σκοπό να αναδείξει μεταξύ των άλλων την βιοκατανάλωση σαν ένα τόπο διασταυρωνόμενων λόγων που πηγάζουν τόσο μέσα από επίσημους υπερεθνικούς λόγους όσο και μέσα από την ιδιαίτερη πολιτισμική ταυτότητα του βιοκαταναλωτή στη Λάρισα.

Εστιάζοντας στην «ιθαγενή» ματιά των βιολογικών προϊόντων παρατηρείται εξ αρχής μια νοηματοδότηση από τους βιοκαταναλωτές που προδίδει τον ιδιαίτερο κοινωνικά χαρακτήρα των προϊόντων αυτών καθώς υπογραμμίζει με κάθε ευκαιρία το οικονομικό και πολιτισμικό κεφάλαιο που απαιτείται προκειμένου να γίνουν προσβάσιμα τα προϊόντα αυτά. Έτσι για παράδειγμα, με βάση τις ρητορικές που πλαισιώνουν την υψηλότερη τιμή των βιολογικών προϊόντων έναντι των συμβατικών, έρχονται στην επιφάνεια μια σειρά από νοηματοδοτήσεις που επισημαίνουν την ουσιοκρατική, μα κυρίως την πολιτισμικά κατασκευασμένη ποιοτική ανωτερότητα των βιολογικών. Καθίσταται λοιπόν η ιδιότητα της «τιμής» ως ένα μετωνυμικό εργαλείο που μιλάει σαν μέρος έναντι του όλου, καθώς αποτελεί τη θρυαλλίδα για την ανάδυση λόγων και ρητορικών που προσδι-ορίζουν όλο το φάσμα των βιολογικών τροφίμων, από τον τρόπο παραγωγής τους, έως τις όποιες εκφράσεις της

ποιοτικής τους υπεροχής, (είτε αυτή βασίζεται σε «ουσιοκρατικά» επιχειρήματα, είτε σε πολιτισμικά κατασκευασμένες μυθολογίες). Εξάλλου, το γεγονός και μόνο ότι επιλέγεται μια οικονομική ιδιότητα όπως της υψηλότερης τιμής/αντιτίμου ως συμπυκνωμένη περιγραφή των προϊόντων αυτών, υπογραμμίζει εκ των πραγμάτων μια συγκεκριμένη οπτική πάνω στο απαιτούμενο οικονομικό κεφάλαιο.

Οι ίδιοι οι βιοκαταναλωτές είναι επίσης εκείνοι που επισημαίνουν την κοινωνική ιδιαιτερότητα που παρουσιάζει η κατανάλωση βιολογικών τροφίμων καθώς πέρα από την «τιμή» εισάγουν την παράμετρο της «ενημέρωσης». Με τον τρόπο αυτό συμπληρώνουν τις «προϋποθέσεις» πρόσβασης στα βιολογικά τρόφιμα, αλλά επισημαίνουν ταυτόχρονα τις απαιτήσεις σε πολιτισμικό κεφάλαιο που αξιώνει μια τέτοια κατανάλωση. Έτσι, η έκφραση του απαιτούμενου πολιτισμικού κεφαλαίου στην περίπτωση των βιολογικών προϊόντων, ξεκινά με αφετηρία την «ενημέρωση» και εμπλουτίζεται στην πορεία με ρητορικές προσδιορισμού που αναδεικνύουν πρόσθετες ιδιότητες των προϊόντων αυτών όπως η γεύση, η θρεπτική αξία, η παράδοση, και η υγιεινή τους υπόσταση. Κατά συνέπεια, οι βιοκαταναλωτές μιλώντας για τα βιολογικά προϊόντα κάνουν εμμέσως και έναν λόγο για τους ίδιους, όπως επίσης και για το κοινωνικό και πολιτισμικό τους προφίλ.

Συνέχεια στην σκιαγράφηση αυτού του προφίλ, επιχείρησα να δώσω με το δεύτερο κεφάλαιο της εργασίας. Σε αυτό, ξεκινώ την ερμηνεία μου μέσα από την παρατήρηση των καταναλωτικών πρακτικών που ακολουθούν οι βιοκαταναλωτές. Παρά το γεγονός ότι έχω διαρκώς υπ' όψιν ότι η βιοκατανάλωση προϋποθέτει μια ελάχιστη αναλογία μεταξύ συγκεκριμένου πολιτισμικού και συγκεκριμένου οικονομικού κεφαλαίου, δεν αντιμετωπίζω τις καταναλωτικές πρακτικές ως ένα μονολιθικό φαινόμενο έκφρασης μέσα στην βιοκατανάλωση. Κυρίαρχη έννοια που αναδεικνύει τις αποχρώσεις των καταναλωτικών πρακτικών είναι η δυσπιστία, και οι τρόποι με τους οποίους δικαιολογείται μέσα από ρητορικές ή πρακτικές στο πεδίο. Συνεπώς, παρατηρώντας τις διαφορετικές εκφράσεις καχυποψίας μέσα από τις κυρίαρχες διαδικασίες επιλογής βιολογικών τροφίμων (επιλογές με βάση: δίκτυα γνωριμιών, τον επίσημο λόγο, την εντοπιότητα των προϊόντων, και την προκατάληψη), έρχεται στην επιφάνεια η βαθιά επιρροή που ασκεί σε όλη την νεοελληνική κοινωνία και κατά συνέπεια και στους βιοκαταναλωτές, το δίπολο μεταξύ των προτύπων του «Έλληνα» και του «Ρωμιού» του «μεταρρυθμιστικού» και του «παρωχημένου», του «δυτικού» και του «ανατολικού» (Herzfeld 1998,

Διαμαντούρος 2000). Έτσι η διασταύρωση των υπερεθνικών λόγων και της τοπικής οικειοποίησης που επισημάνθηκε στο πρώτο κεφάλαιο, εδώ προεκτείνεται και μέσα από το πρίσμα ευρύτερων χαρακτηριστικών της ελληνικής εθνογραφίας, για να αναδυθεί και πάλι από μια διαφορετική σκοπιά το πολιτισμικό και κοινωνικό μεταίχμιο πάνω στο οποίο βρίσκεται η βιοκατανάλωση και ο βιοκαταναλωτής στη Ελλάδα, και ειδικότερα στη Λάρισα.

Τέλος, στο τρίτο κεφάλαιο της εργασίας, επιχειρείται μια πρόσθετη πλαισίωση των παραπάνω ζητημάτων μέσα από το κυρίαρχο αφήγημα της ρητορικής των βιοκαταναλωτών σχετικά με την υγιεινή υπόσταση των βιολογικών τροφίμων. Στο κεφάλαιο αυτό, αφού επισημαίνω πρώτα τις αφετηρίες και τον τρόπο που έρχεται στο προσκήνιο η έννοια της υγείας, επιχειρώ μια συνοπτική καταγραφή της ευρύτερης έκφρασης και των ρητορικών σχετικά με την υγεία που πλαισιώνουν τα βιολογικά προϊόντα στο πεδίο. Στο ερμηνευτικό κομμάτι προσεγγίζω την υγεία σαν μια έννοια κλειδί για την βιοκατανάλωση, καθώς δείχνει να αποτελεί τόσο μια αξία γύρω από την οποία περιστρέφονται πρακτικές ένταξης και αποκλεισμού όσο και ένα μέσο επιτέλεσης όσων πρεσβεύουν σε αξιακό επίπεδο τα βιολογικά προϊόντα, καθώς η υγεία μέσω της σωματικής πειθαρχίας που επιβάλλει, πέραν του θεωρητικού κριτηρίου κοινωνικής αξιολόγησης που προσφέρει, λαμβάνει και διαστάσεις βιωμένης εμπειρίας αυτοελέγχου.

Συμπερασματικά, η μελέτη της κατανάλωσης βιολογικών τροφίμων, σε μια επαρχιακή πόλη της Ελλάδας όπως η Λάρισα, φέρνει στο προσκήνιο, μια σειρά από ζητήματα ταυτότητας, όπως και διαχείρισης των αντιθέσεων μεταξύ επίσημων λόγων και βιωμένων, -πολιτισμικά κατασκευασμένων- θεωρήσεων. Με φόντο λοιπόν, ένα ρευστό και μεταμοντέρνο πλαίσιο κατανάλωσης, η διατροφή που στηρίζεται στα βιολογικά τρόφιμα και οι ρητορικές που την πλαισιώνουν, δεν αποτελούν απλά μια καταναλωτική πράξη, αλλά μια βαθύτερη κοινωνική επιλογή. Η μελέτη της επιλογής αυτής, αποδίδει ένα πλαίσιο χρήσιμων στοιχείων για το πώς δομείται στη σημερινή Ελλάδα μια πρακτική κοινωνικής διάκρισης μέσω της κατανάλωσης, και φανερώνει μέσα από τα αφηγήματά της, τον συσχετισμό μεταξύ ιδιαίτερων πολιτισμικά χαρακτηριστικών και υπερεθνικών λόγων, στην παραγωγή κοινωνικών δρώμενων.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### Ξενόγλωσση:

APPADURAI, A. 1986. “Introduction: commodities and the politics of value”, στο *The social life of things, Commodities in cultural perspective*, Cambridge: Cambridge University Press,

— 2000. *Modernity at large, Cultural Dimensions of Globalization*, Minnesota: University of Minnesota Press,

BELL D. & G. VALENTINE 1997. *Consuming Geographies. We are where we eat*, London & New York: Routledge, Taylor & Francis Group

BOURDIEU, P. 1977. *Outline of a Theory of Practice*. Cambridge and New York: Cambridge Univ Pres

CAPLAN, P. 1997. *Food, health and identity*, London, New York: Routledge

CRAWFORD, R. 1984. “A cultural account of health” . In J. McKinlay (Ed.), *Issues in the political economy of health care*, pp. 61-103. London & New York: Tavistock

de CERTEAU, M. 1988. *The Practice of Everyday life*, California: University of California Press

de LA PRADELLE, M. 2006. *Market Day in Provence*, trans. A. Jacobs, Chicago & London: The University of Chicago Press

FOUCAULT, M. 1978. *The history of sexuality, Volume I: An Introduction* , New York: Pantheon Books

HALBWACHS, M. 1992. *On Collective Memory*, Chicago, London: The University of Chicago Press



KOEPEF, H. 2009. *Research in Biodynamic Agriculture: Methods and Results* United States: Biodynamic Farm and Gardening Association

LUPTON, D. 1996. *Food, the body and the self*, London: Thousand Oaks, Sage

MAGKOS, F. & ARVANITI, F. & ZAMPELAS, A. 2003. "Organic food: nutritious food or food for thought? A review of the evidence", *International Journal of Food Sciences and Nutrition* Volume 54, Number 5

— 2006. "Organic Food: Buying More Safety or Just Peace of Mind? A Critical Review of the Literature" *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 46:23–56

MINTZ, S. 1996. *Tasting food, tasting freedom : excursions into eating, culture, and the past*, Boston: Beacon

MINTZ, S. & DU BOIS, C.M. 2002. "The anthropology of food and eating" στο *Annual Review of Anthropology* 31:99-119

PAULL, J. 2011. "Biodynamic Agriculture: The Journey from Koberwitz to the World, 1924-1938", *Journal of Organic Systems*, 2011, 6(1): 27-41

REED, M. 2010. *Rebels of the soil: the rise of the global organic food and farming movement*, London: Earthscan

STINNER, D.H 2007. "The Science of Organic Farming", στο Lockeretz W, *Organic Farming: An International History*, Oxfordshire, UK & Cambridge, Massachusetts: CAB International (CABI), pp. 40–72

SUTTON, D. 2001. *Remembrance of repasts : an anthropology of food and memory* Oxford, New York: Burg

WEININGER, E. B. 2005. "Foundations of Pierre Bourdieu's Class Analysis". στο Wright, E. O. (ed.), *Approaches to Class Analysis*. Cambridge, UK: Cambridge University Press

WILLIAMS, J. 1997. " "We never eat like this at home": Food on holiday" στο Caplan, P. 1997, *Food, health and identity*, London, New York: Routledge

YIAKOUMAKI V. 2003. *The Nation as "Acquired Taste": On Greekness, Consumption of Food Heritage, and the Making of the New Europe*. PhD Dissertation, New School for Social Research, New York, USA. Chapter I / Introduction, pp. 1-20

— 2006, " "Local," "Ethnic," and "Rural" Food: On the Emergence of "Cultural Diversity" in Post-EU-Accession Greece" *Journal of Modern Greek Studies*, Volume 24, Number 2, October 2006, pp. 415-445

### Ελληνόγλωσση:

ΑΝΤΕΡΣΟΝ, Μπ. 1997. *Φαντασιακές Κοινότητες. Στοχασμοί για τις απαρχές και τη διάδοση του εθνικισμού*. Μετάφραση: Ποθητή Χαντζαρούλα, Αθήνα: Νεφέλη

BARTHES, R. 1961. «Για μια ψυχο-κοινωνιολογία της σύγχρονης διατροφής» στο Ματθαίου, Α. (επιμ.) 2003. *Ιστορία της Διατροφής: Προσεγγίσεις της σύγχρονης ιστοριογραφίας*, Αθήνα: Μνήμων

BOURDIEU, P. 2004. *Η διάκριση. Κοινωνική κριτική της καλαισθητικής κρίσης*. Μεταφρ. Κ. Καψαμπέλη. Πρόλογος Ν. Παναγιωτόπουλος. Αθήνα: Πατάκης

ΓΙΑΒΡΙΜΗΣ, Π. & ΠΑΠΑΝΗΣ, Ε. & ΡΟΥΜΕΛΙΩΤΟΥ, Μ. 2007, *Θέματα Κοινωνιολογίας της Εκπαίδευσης*. Μυτιλήνη: Δούκας & ΣΙΑ ΟΒΕΕ

ΔΕΛΤΣΟΥ, Ε. 2006. *Χρόνος, τόπος και νοσταλγία σε αναπαραστάσεις του εναλλακτικού τουρισμού*, Παρουσίαση στο 9<sup>ο</sup> Πανελλήνιο Συνέδριο Αγροτικής Οικονομίας

ΔΙΑΜΑΝΤΟΥΡΟΣ Ν. 2000. *Πολιτισμικός διίσμός και πολιτική αλλαγή στην Ελλάδα της μεταπολίτευσης : πλαίσιο ερμηνείας*, Αθήνα: Αλεξάνδρεια

HERZFELD, M. 1998. *Η ανθρωπολογία μέσα από τον καθρέφτη : κριτική εθνογραφία της Ελλάδας και της Ευρώπης*, Αθήνα: Αλεξάνδρεια

HOBSBAWM E. & RANGER T. 2004. *Η Επιπόηση της Παράδοσης*, Αθήνα: Θεμέλιο.

ΜΑΤΘΑΙΟΥ, Α. (επιμ.) 2003. *Ιστορία της Διατροφής: Προσεγγίσεις της σύγχρονης ιστοριογραφίας*, Αθήνα: Μνήμων

ΡΑΜΦΟΣ, Σ. 2000. *Ο καημός του ενός : κεφάλαια της ψυχικής ιστορίας των Ελλήνων* Αθήνα: Αρμός

ΤΖΑΛΥ, Σ. 1997, *Οι κώδικες της διαφήμισης*, Αθήνα: Καστανιώτη

ΦΩΤΟΠΟΥΛΟΣ, Χ. & ΚΡΥΣΤΑΛΛΗΣ, Α. 2003. *Ο Έλληνας καταναλωτής βιολογικών προϊόντων: μια πανελλήνια έρευνα marketing*, Αθήνα: Σταμούλης

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΕΙΚΟΝΩΝ



Εικ.1: Το επίσημο λογότυπο των πιστοποιημένων βιολογικών προϊόντων έτσι όπως ορίστηκε από την Ευρωπαϊκή Ένωση.



Εικ.2: Άποψη από την λαϊκή βιολογικών προϊόντων στη Νεάπολη της Λάρισας.



Εικ.3: Η έκταση, η κινητικότητα, οι φωνές και τα «παζάρια» μιας συμβατικής λαϊκής διαφέρουν αρκετά από τις αναπαραστάσεις της βιολογικής λαϊκής στη Νεάπολη της Λάρισας. Στην συγκεκριμένη εικόνα απεικονίζεται σχεδόν η μισή έκταση της βιολογικής λαϊκής, και μια συνηθισμένη ως προς το πλήθος των καταναλωτών, προσέλευση.



Εικ.4: Άποψη από την λαϊκή βιολογικών προϊόντων στη Νεάπολη της Λάρισας (2)

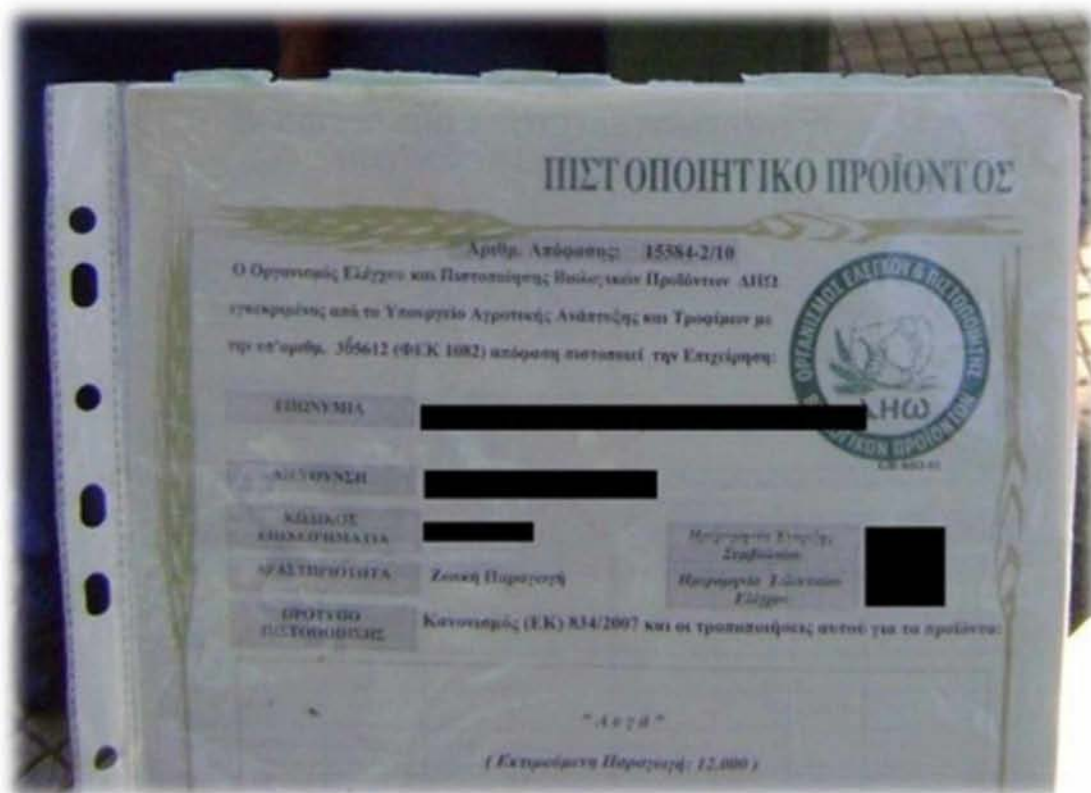




Εικ.5: Πάγκος με βιολογικά μήλα. Η πράσινη επένδυση των τελάρων είναι μια πρακτική που ακολουθούν σχεδόν όλοι οι βιοπαραγωγοί της βιολογικής λαϊκής, σε μια προσπάθεια σημειολογικής αναπαράστασης του ιδιαίτερου χαρακτήρα των βιολογικών προϊόντων.



Εικ.6 Διαφορετικά είδη από τον ίδιο παραγωγό, πάντα με την παρουσία της πιστοποίησης (στο βάθος)



Εικ.7: Πιστοποιητικό για την βιολογική ιδιότητα των προϊόντων που διατίθενται. Τις περισσότερες φορές οι παραγωγοί επιδιώκουν την εμφανή τοποθέτησή του πάνω στον πάγκο τους. Διακρίνονται τα στοιχεία του παραγωγού, η επωνυμία της εταιρίας πιστοποίησης καθώς και το είδος που πιστοποιείται.



Εικ.8. (Λεπτομέρεια της εικόνας 6) «Εξαιρετικά φρέσκα» βιολογικά αυγά. Μία από τις ρητορικές συνδηλώσεις που πλαισιώνουν το «βιολογικό».





Εικ.9 Βιολογικό ελαιόλαδο και βιολογικές ελιές. Ανάμεσά τους σήμανση με την επωνυμία του παραγωγού, τον αριθμό της άδειας του και την επωνυμία της εταιρίας πιστοποίησης. Στο πάνω μέρος της πινακίδας αναγράφεται η επωνυμία του Συνδέσμου Βιοκαλλιεργητών Θεσσαλίας.



Εικ.10 Πάγκος που διατίθεται βιολογικό μέλι. Πάνω σε αυτόν τον σχετικά μικρό πάγκο, διακρίνεται τέσσερις φορές το λογότυπο της εταιρίας πιστοποίησης. Η έμφαση στον πιστοποιημένο χαρακτήρα των προϊόντων είναι ιδιαίτερα σημαντικό σημείο για αρκετούς βιοπαραγωγούς.





Εικ.11 Στιγμιότυπο συζήτησης μεταξύ καταναλωτή και παραγωγού



Εικ.12 Η περιορισμένη απόδοση των βιολογικών καλλιεργειών στρέφει τους παραγωγούς στην καλλιέργεια περισσότερων ειδών. Έτσι στον πάγκο ενός καλλιεργητή μπορούν να συνυπάρχουν πατάτες, κρεμμύδια, σκόρδα, καρπούζια και πεπόνια...





Εικ.13: Άποψη από το εσωτερικό εξειδικευμένου καταστήματος βιολογικών προϊόντων στη Λάρισα.



Εικ.14: Λογότυπο της εταιρίας πιστοποίησης που έχει την εποπτεία ενός καταστήματος με βιολογικά προϊόντα στη Λάρισα. Το σύνθημα «σήμα εμπιστοσύνης» επισημαίνει έμμεσα όλο το πλέγμα μεταξύ εμπιστοσύνης και δυσπιστίας που διατρέχει τη βιοκατανάλωση στην Ελλάδα.





Εικ.15: Φωτογραφία με εισαγόμενα συσκευασμένα βιολογικά τρόφιμα. Το πλήθος τους είναι ιδιαίτερα αυξημένο, καθώς η ελληνική παραγωγή αδυνατεί να προσφέρει αρκετά βιολογικά είδη τροφίμων.



Εικ.16: Συσκευασμένες ελληνικές βιολογικές γαλέτες ρυζιού





Εικ.17



Εικ.18

Εικ.17,18 : Ελληνικά βιολογικά αμύγδαλα και πατάτες που διατίθενται χύμα σε εξειδικευμένο μαγαζί βιολογικών τροφίμων.



Εικ.19



Εικ.20



Εικ.21

Εικ.19, 20, 21 : Τα περισσότερα καταστήματα βιολογικών προϊόντων επιχειρούν να καλύψουν όλο το εύρος μιας ολοκληρωμένης διατροφής: μπαχαρικά, βότανα, συμπληρώματα διατροφής, γλυκά του κουταλιού και μαρμελάδες βιολογικής παραγωγής.





Εικ.22 : «Βιολογικά προϊόντα μόνο από ντόπιες παραδοσιακές & αρχαίες ποικιλίες» αναγράφει το κουτί, επιχειρώντας να πλαισιώσει την βιολογική ταυτότητα των προϊόντων με την εντοπιότητα, την παράδοση και το ένδοξο παρελθόν.



Εικ. 23 : «Τα βιολογικά προϊόντα δεν είναι μόνο διατροφή. Οφείλουν να είναι ένας γενικότερος τρόπος ζωής, οικολογίας και ενδιαφέροντος για το περιβάλλον» μου είπε κατά τη διάρκεια της έρευνας ένας έμπορος βιολογικών προϊόντων, που προτιμούσε ακόμη και οι σακούλες που διέθετε το κατάστημά του να είναι φιλικές προς το περιβάλλον (βιοδιασπώμενες). Την συνολικότερη θέαση της βιοκατανάλωσης ως πράξη φιλική προς το περιβάλλον και ενταγμένη σε ένα ευρύτερο πλαίσιο οικολογίας, ασπάζονται αρκετοί βιοκαταναλωτές.



Εικ.24: Η σημασία της εντοπιότητας απεικονιζόμενη στις ετικέτες των συσκευασιών. Τυποποιημένο βιολογικό μέλι που αναγράφει ευδιάκριτα ότι πρόκειται για «ελληνικό».



Εικ.25: (Λεπτομέρεια εικόνας 24) Κάτω από την επωνυμία του προϊόντος διακρίνεται το σήμα των βιολογικών προϊόντων έτσι όπως θεσπίστηκε από την Ευρωπαϊκή Ένωση, και δίπλα το λογότυπο της εταιρίας πιστοποίησης που έχει αναλάβει την εποπτεία του.





Εικ.26: Την ρήση του Ιπποκράτη, του «πατέρα» της ιατρικής, «Η τροφή σου να είναι το φάρμακό σου... και το φάρμακό σου, η τροφή σου» αναγράφει στην βιτρίνα του ένα από τα εξειδικευμένα καταστήματα βιολογικών προϊόντων στη Λάρισα. Με τον τρόπο αυτό μου προσέφερε, ίσως την πιο ισχυρή έγγραφη ρητορική πλαισίωση των βιολογικών προϊόντων σχετικά με την υγιεινή τους υπόσταση που συνάντησα κατά τη διάρκεια της έρευνας. «Υγιεινά βιολογικά προϊόντα» αναγράφεται πιο πάνω, ενώ η σύνδεση των βιολογικών προϊόντων με την υγεία επισημαίνεται και πάλι κάτω από το προαναφερθέν σύνθημα σημειώνοντας «Επιμένουμε: υγιεινά-βιολογικά». Μάλιστα, η λέξη «επιμένουμε» δείχνει ίσως την προσπάθεια αντίστασης ενάντια στις κυρίαρχες αναπαράστασης της διατροφής στον δημόσιο λόγο, και αντιπροτείνει τα βιολογικά προϊόντα ως εναλλακτική λύση.