
Práticas de consumo de produtos biológicos: Conceitos, processos e justificações

*Mónica Trüninger*¹

1 - Introdução

Em Portugal, o desenvolvimento e institucionalização do movimento de agricultura biológica tem sido notório². Em relação à produção, as áreas destinadas a culturas biológicas têm aumentado segundo os dados oficiais mais recentes (IDRHa, 2003). Actualmente existem 120.729 ha de áreas agrícolas em modo de produção biológico, sendo o olival e as culturas extensivas – forragens e culturas arvenses – as actividades agrícolas mais predominantes.

No que diz respeito ao mercado de produtos de agricultura biológica, este tem aumentado visivelmente com a abertura de mais postos e lojas de venda de produtos ‘bio’ nos últimos anos. Apesar da existência de dificuldades em fazer chegar a produção aos canais de distribuição e consumo, e de um manifesto desequilíbrio entre uma maior procura e incipiente oferta de determinados produtos (especialmente frutos e vegetais), o mercado encontra-se em franco crescimento.

O aparecimento de produtos biológicos no mercado tem entusiasmado uma procura cada vez mais crescente deste género de produtos alimentares, especialmente nos grandes centros urbanos, como por exemplo, a região da Grande Lisboa. O significativo aumento de um particular grupo de consumidores com determinadas características socioeconómicas e de estilo de vida³ entusiasmados por este tipo de produtos alimentares tem sido visível nos grandes centros urbanos.

Diversas motivações estão por detrás deste crescimento da procura e oferta de produtos biológicos. Este crescente entusiasmo não está alheio aos recentes escândalos alimentares ocorridos na sociedade portuguesa (como foi o caso da “doença das vacas loucas”, a polémica em torno da comercialização de produtos geneticamente modificados, ou ainda a descoberta recente de nitrofuranos em aves).

Esta comunicação irá centrar-se sobretudo nos múltiplos e complexos entendimentos, procedimentos de selecção alimentar e justificações acerca do consumo de produtos de agricultura biológica num grupo de 30 consumidores portugueses.

2. O consumo de produtos biológicos: Resultados preliminares de um estudo qualitativo

O estudo a apresentar nesta comunicação teve como suporte principal uma análise qualitativa a um grupo de consumidores de produtos biológicos. Um dos objectivos deste estudo

¹ University of Manchester

² A agricultura biológica (AB) é um sistema de produção agrícola sustentável que procura minimizar formas de poluição que danifiquem os recursos naturais. Este sistema de produção fomenta a biodiversidade de culturas, o equilíbrio do ecossistema agrícola e natural, e assenta numa perspectiva integrada e holística de todas as componentes da interacção dinâmica entre a Natureza e o Homem. Este sistema procura igualmente ter uma acção socialmente responsável ao desenvolver as pequenas comunidades locais e promovendo a justiça social em todas as componentes da cadeia do mercado agro-alimentar, desde a produção até ao consumo (in www.agrobio.pt consultado a 27-01-04).

³ O último Inquérito Observa 2000 às representações e práticas dos Portugueses concluiu que são os mais escolarizados, em idade activa e de classes sociais mais altas que mais estão disponíveis para adquirir produtos de AB. Ferreira de Almeida, J. (coord.), *Os Portugueses e o Ambiente*, Oeiras, Celta Editora (no prelo).

consistiu em compreender que conceitos, que procedimentos na selecção e preparação dos alimentos, que justificações e preocupações estão patentes na opção pelo consumo de produtos biológicos. A análise qualitativa realizada envolveu trinta entrevistas semi-estruturadas a consumidores ocasionais ou frequentes de produtos biológicos, residentes em Portugal Continental⁴.

Para consolidar este objectivo a análise qualitativa das entrevistas aos consumidores incidiu em três tópicos ou temas principais: conceitos, processos e justificações. O primeiro tópico considera os diversos e múltiplos entendimentos do conceito de produto biológico registado nos discursos dos consumidores. O segundo aborda os diferentes procedimentos na selecção de produtos biológicos nas situações de compra e aquisição dos mesmos nos estabelecimentos comerciais. O terceiro tópico cobre as justificações, motivações e razões para o consumo deste tipo de produtos.

Em relação ao conceito de produto biológico concluiu-se que existem vários entendimentos expressos pelos consumidores acerca destes alimentos. Apesar desta variedade e multiplicidade de entendimentos, a definição mais generalizada a todos é a sua associação ao modo de produção agrícola. Assim, a maioria define estes produtos como não tendo químicos, utilizando expressões tais como ‘produtos sem químicos’ ou ‘livres de químicos’.

“A agricultura biológica é a agricultura que não é tratada com produtos químicos por isso posso ter mais confiança na produção. É uma produção mais natural...” (Ana, 46 anos).

No entanto, outros entendimentos foram revelados nas entrevistas sendo os ‘bio’ também definidos como naturais, saudáveis, saborosos, ecológicos, envolvendo uma forte componente ética e social (respeito pela natureza, pelos animais, promotores da justiça social nos circuitos de produção e comercialização a nível nacional e internacional), tradicionais, inovadores e estéticos (definidos pelas suas características estéticas tais como o tamanho, a aparência, o cheiro, e ainda articulados a uma aspecto mais funcional de decoração estética).

“Devo dizer que dá bastante jeito para decorar determinados pratos utilizar produtos biológicos porque eles são mais pequeninos. Eles têm muito os pequenos legumes, cenouras pequeninas, nabos mais pequeninos, se a pessoa quer inteiro mas com um tamanho mais bonito só encontra nos produtos biológicos” (Margarida, 53 anos).

A definição de produtos biológicos associado ao preço mais elevado por comparação aos produtos convencionais foi menos frequente, embora alguns consumidores assinalaram este factor como sendo inibidor de uma compra mais regular e assídua deste tipo de alimentação.

Esta pluralidade de entendimentos não só evidencia a complexidade conceptual inscrita na definição de produto biológico, sendo apreendido de diversas formas pelos consumidores, como também revela que vários entendimentos estão justapostos no discurso de um só único consumidor. Isto é, vários consumidores deram mais do que uma definição de produtos

⁴ A maioria deste grupo de trinta consumidores foi contactado para posteriores entrevistas quando visitavam a feira de agricultura biológica Terra Sã 2002 ou faziam compras na co-operativa Biocoop (Novembro e Dezembro de 2002). Os critérios de recolha e selecção da amostra tiveram em conta o papel principal do indivíduo na selecção e compra dos produtos alimentares, uma distribuição de idades diversificada (com um ligeiro peso de pessoas em idade activa), uma proporção de encarregados da educação de crianças com menos de 15 anos, e uma proporção de mulheres ligeiramente superior à dos homens (já que é às mulheres que normalmente é atribuído o papel principal na selecção e preparação dos alimentos). Apesar da existência destes critérios de selecção, o principal objectivo da análise foi conseguir um conjunto de pessoas que costumam adquirir produtos ‘bio’ e que estavam dispostas a discursar sobre os seus hábitos de consumo, entendimentos, motivações e justificações para o consumo biológico, bem como os critérios de selecção de produtos alimentares e, as suas preocupações em relação às questões da segurança e confiança na alimentação.

biológicos, sendo porém a fórmula mais generalizada para os definir ‘produtos sem químicos’, ‘naturais’ e ‘saudáveis’.

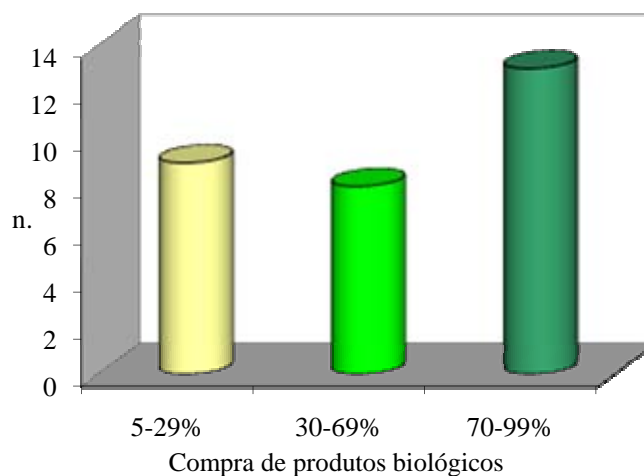
É importante frisar que uma parte destes consumidores revelou estar desconfiado em relação aos produtos biológicos não acreditando totalmente que são 100% livres de químicos. Este aspecto da desconfiança também faz parte do quadro de representações sociais sobre este tipo de produtos. Este resultado conduz à discussão das questões da confiança e da desconfiança dos produtos alimentares em geral e dos mecanismos de controlo e certificação dos produtos biológicos em vigor no país. Por um lado alguns dos consumidores entrevistados têm a perfeita noção de ser difícil isolar a agricultura biológica do ambiente que a envolve, estando por isso sujeita a poluições difusas, seja através do ar, da água ou dos solos.

“Não acredito que seja 100% biológico por causa do meio envolvente. Não há espécies puras. Elas estão sempre contaminadas pelo ambiente que está à volta...se o ambiente que está à volta for um ambiente sadio no seu conjunto, é evidente que se não tiver poluições de fábricas ao pé, se não tiver poluições de fumos, se não tiver águas contaminadas, é evidente que estou à partida a lidar com uma situação que me oferece alguma garantia” (Isabel, 58 anos)

Por outro lado, os consumidores admitiram a sua desconfiança em relação às instituições que controlam a certificação dos produtos biológicos. É por isso pertinente explorar que critérios adicionais ao certificado de agricultura biológica utilizam estes consumidores para seleccionar os alimentos para o seu consumo diário. Para tal, a análise aos procedimentos de selecção de produtos biológicos é crucial para perceber melhor que critérios são utilizados pelos consumidores nas diversas situações de compra.

Neste grupo de 30 consumidores verificou-se que as percentagens de compra são diversas e distintas. Deste modo, e de acordo com a auto-avaliação da percentagem de compra de produtos biológicos feita pelo próprio entrevistado identificaram-se três subgrupos: compradores ‘raros e ocasionais’ (constituído por nove compradores que, em geral, admitem comprar entre 5% a 29% de produtos biológicos), compradores ‘regulares’ (constituído por oito compradores que, em geral, compram 30% a 69% de produtos biológicos), e por fim os compradores ‘muito regulares’ (constituído por treze compradores que compram, em geral, 70% a 99% de produtos biológicos). O gráfico seguinte (Gráfico 1) revela a distribuição destes três diferentes grupos de compradores.

Gráfico 1 – Auto-percepção da percentagem de compra de produtos biológicos



Total=30

Esta tipologia simples revela que os consumidores de produtos biológicos não têm uma dieta composta totalmente por este tipo de produtos tendo necessidade de adquirir e seleccionar produtos ‘com químicos’ (isto é, e de acordo com o quadro de representações destes consumidores, os produtos da agricultura industrial intensiva). Uma parte destes consumidores segue uma dieta apoiada nos princípios da macrobiótica ou do vegetarianismo (alguns dos entrevistados tentam respeitar rigorosamente estes princípios, ao passo que outros têm uma dieta alimentar mais permeável a influências de outros regimes alimentares). Outros ainda revelam ter uma preocupação e cuidado especiais com a alimentação, seguindo algumas das recomendações inscritas na socialmente legitimada ‘dieta racional’, ou ainda baseada nos princípios nutricionais e gastronómicos das denominadas dietas Mediterrânicas. Porém, existe alguma versatilidade e diversidade no respeitar destes princípios básicos destas diversas dietas, sendo mais frequente encontrar consumidores com dietas compósitas e diversas. Os constrangimentos de acessibilidade a determinados produtos, as questões de conveniência associadas às pressões do quotidiano, a importante influência das redes de sociabilidade (‘social networks’), e ainda a influência dos processos de standardização alimentar resultantes das tendências de globalização que ocorrem nas sociedades ocidentais contemporâneas são alguns dos motivos que influenciam os níveis de permeabilidade e compromisso dos consumidores a determinadas práticas alimentares.

Face à impossibilidade constatada neste grupo de consumidores de seguir uma dieta exclusivamente composta por produtos biológicos uma questão que se coloca é tentar perceber quais são os critérios de selecção alimentar destes consumidores. A segunda questão é tentar perceber se estes critérios variam de acordo com a percentagem de compra que distingue os subgrupos classificados.

A maioria dos consumidores, independentemente do subgrupo a que estão vinculados, escolhe com algum cuidado vegetais frescos e fruta. Verificou-se que existe um maior rigor na escolha de produtos que são consumidos frescos ou crus e que não estão obrigatoriamente sujeitos a processos de preparação – cozedura. As preocupações com a escolha de alfaces e tomates foram as mais mencionadas nas entrevistas.

“Nós evitamos as alfaces...evitamos comer alface fora de casa porque as alfaces são um dos produtos que é mesmo dos piorezinhos...” (Leonor, 39 anos)

Clara – “As alfaces nunca compro! Há produtos que eu nunca compro sem ser biológicos...não compro uma alface...é muito raro...só se precisar mesmo, mas é muito raro!”

Eu – Por que razões?

Clara – Porque sei como é a alface! Tenho alguns conhecimentos sobre os produtos e há alguns...por exemplo os morangos é um produto que evito...por exemplo as laranjas já sou capaz de consumir embora também ache que...mas um morango ou uma alface que está MESMO ali na TERRA...a alface come-se a pele, a laranja tiras a casca...acho que em termos de resíduos acho que numa alface as coisas devem ser um bocadinho piores do que numa laranja...” (Clara, 34 anos).

É curioso verificar que produtos com casca (que são descascados para consumo), ou que sofrem processos de cozedura na sua preparação parecem oferecer mais garantias de segurança e protecção alimentar aos consumidores. As estratégias defensivas em relação a determinados produtos são sobretudo encontradas em relação a produtos frescos que tem um contacto mais directo, tanto com pulverizações químicas aéreas, como com solos potencialmente inquinados. Os cuidados com a selecção da fruta sofrem também destas condicionantes, e por exemplo morangos, mais do que uma vez mencionados, são criteriosamente seleccionados pelos consumidores (sobretudo pelos grupos mais regulares de compra de produtos biológicos, que afirmam apenas comprar morangos produzidos em agricultura biológica). Outro aspecto importante prende-se com a selecção dos produtos respeitando os períodos de sazonalidade, igualmente mais comum entre compradores regulares de produtos biológicos. No entanto, estas

preocupações com a sazonalidade também se verificaram (embora com menos frequência) entre os compradores menos assíduos, como é o caso do Manuel (o azeite é o único e exclusivo produto que afirma comprar sob o modo de produção biológica).

“Eu sou um pouco apologista do que diz a macrobiótica de se comer os produtos que foram criados num raio de acção de 50 km...ainda há produtos que se pode fazer isso, e há produtos que ainda são muito bons como é o caso da romã neste tempo [Novembro], o dióspiro que não leva químicos nenhuns e que também há nesta época...” (Manuel, 57 anos).

Em relação à carne e seus derivados a maioria dos consumidores decresceu ou deixou totalmente o consumo de carne (substituindo por produtos à base de soja como o tofu). No que diz respeito ao peixe, muitos dos consumidores revelaram ter cuidados na sua escolha, não só ao nível da preferência por determinados tipos de peixe cujos critérios são governados pelo gosto, mas também cuidados ao nível da aparência, frescura e proveniência do peixe – evitando espécies produzidas em aquacultura, ou peixes de fundo que potencialmente poderão estar mais contaminados com substâncias químicas (ex. mercúrio). Para além destes produtos, outras selecções criteriosas foram mencionadas em relação às margarinas (preferência pela aquisição de uma marca com reputação e prestígio no mercado, ou feita à base de soja, ou ainda uma total rejeição de qualquer tipo de margarina como acontece no caso dos compradores ‘muito regulares’); aos ovos (preferência pelos ovos do ‘campo’ ou de produção biológica, sendo os compradores mais assíduos os que mais compram ovos de produção biológica); ao pão (evitam o pão convencional branco, dando preferência ao pão integral ou pão biológico), ao tipo de açúcar (os dois grupos mais regulares de compra de produtos biológicos evitam o açúcar branco e dão preferência ao açúcar amarelo ou biológico); e à água para consumo humano (preferência dada à água engarrafada tendo o cuidado de diversificar as marcas de água mineral existentes no mercado).

As preocupações com os químicos nos alimentos são visíveis nos três subgrupos, e praticamente todos os consumidores têm o mesmo tipo de critérios na escolha dos alimentos: a origem de produção (havendo uma clara preferência pelos produtos nacionais), o local de compra (de uma forma geral é dada preferência aos pequenos retalhistas para a compra de produtos alimentares); e a aparência do produto (evitando alimentos fora de prazo ou com uma aparência exterior muito ‘artificial’ – como foi o referido caso das *“maças grandes e enceradas”* – por contraste ao aspecto ‘natural’ e ‘sadio’ dos produtos associado aos ‘biológicos’). As diferenças ao nível da divisão dos grupos são percebidas num maior ou menor rigor na utilização sistemática e contínua destes critérios. Por exemplo, os consumidores mais frequentes de produtos biológicos são os que mais preferem fazer as suas compras em lojas ou cooperativas de consumo especializadas na venda de produtos biológicos ou em pequenos retalhistas com quem estabelecem uma relação familiar de há longa data, fortalecendo a relação de confiança com o produtor ou o lojista.

“Há uma coisa muito importante para mim, para além das compras que vou fazer, que é o contacto com as pessoas que lá vão...se eu for aí a um hipermercado eu posso entrar, sair, posso encontrar lá dez, 20 ou centenas de pessoas e é tudo impessoal...ali não [refere-se à Biocoop – cooperativa de consumidores de agricultura biológica], ali nós conversamos, contactamos, trocamos ideais, procuramos saber o que e que se passa, os problemas de cada um, e se for preciso dá-se uma ajuda...” (Fernando, 54 anos)

Eu – *“Costuma ir a supermercados comprar produtos alimentares?”*

Isabel – *Eu detesto ir às grandes superfícies...só vou se tiver um objectivo concreto...porque alguém me disse que há lá qualquer coisa...porque de cada vez que lá vou é-me roubado tempo, roubam-me o tempo, ou seja, se eu soubesse que o produto tal estava sempre naquela prateleira eu ia lá, mas como de cada vez que lá vou não está, e perco imenso*

tempo à procura onde está...sinto-me sempre delapidada no meu tempo...não ponho lá os pés, é uma coisa que me revolta interiormente” (Isabel, 58 anos).

Por sua vez, os compradores menos frequentes de produtos biológicos são mais permeáveis à ruptura destes critérios, não os cumprindo tão rigidamente, deixando as questões como o preço dos produtos, a conveniência e o conforto da compra justaporem-se a um compromisso mais sério e continuado desta prática alimentar.

Apesar das diferenças encontradas nos três subgrupos definidos de acordo com a percentagem de compra, a postura aqui defendida é a de que a situação de compra alimentar não deve nem pode ser reduzida à situação de consumo alimentar. Por outras palavras, a percentagem de produtos biológicos adquirida não é suficiente para explicar as diferenças e semelhanças encontradas nestes três grupos. Outros importantes aspectos associados às práticas de consumo alimentar, e neste caso concreto ao consumo de produtos biológicos, são fundamentais para explicar as semelhanças e/ou discrepâncias de comportamentos encontradas neste grupo de consumidores. Deste modo é fundamental perceber as motivações e justificações para o consumo bem como outro tipo de práticas adjacentes que estão associadas a um determinado estilo de vida mais alternativo – que apesar de não ser estruturado por um princípio unificador, fixo e imutável revela-se, porém, distinto e singular de outros modos de viver e de estar em sociedade.

No que diz respeito ao terceiro tópico desta comunicação – justificações para o consumo de produtos biológicos – estas também se revelaram diversas, complexas e justapostas. Em geral, mais do que uma razão foi proferida pelos consumidores para aderir a dietas alimentares compostas por produtos biológicos. Das várias razões referidas, as questões relacionadas com a saúde foram as mais frequentes, sendo no entanto importante frisar que foram detectadas quatro formas de articulação às preocupações com a saúde: saúde/segurança; saúde/nutricional; saúde/bem-estar e saúde/condicionada. Em relação à primeira forma de articulação às questões de saúde, observou-se que uma parte dos consumidores expressou preocupações de saúde sobretudo ligadas às questões da (in)segurança alimentar (associadas a uma percepção crescente dos riscos alimentares incentivados pelos recentes escândalos alimentares – ‘vacas loucas’, ‘OGMs’, etc.).

Eu – “Porque é que consumes de vez em quando produtos biológicos?”

Luís – Por questões de sabor...bom, não é só a questão do sabor...não gosto de ter a preocupação de consumir aquilo [produtos não biológicos] aquilo ir fazer-me mal daqui a não sei quantos anos...gosto de me sentir bem comigo mesmo, não ter remorsos que fiz mal a vida inteira, é um bocado isso...se eu posso estar a consumir isto [produtos biológicos] estando a pagar mais agora mas estando a lucrar para o futuro, porque é que eu vou consumir aquilo [produtos não-biológicos]?”

Eu – Do que é que tens receio ao consumires produtos que não são biológicos?”

Luís – É a mesma coisa que estares a viver lá em casa com alguém e se alguém acrescentar uma gotinha de cianeto de cada vez que bebes um copo de água, isso é a mesma coisa que estares a consumir uma couve ou uma cenoura não biológica...isso...vais acumulando e a determinada altura o organismo tem de deitar aquilo fora ou então vais tu fora...” (Luís, 37 anos)

Embora em menor número, outros articularam o consumo de produtos biológicos a uma sensação de bem-estar geral (saúde física e mental). Outros ainda justificam a aquisição dos ‘bios’ através das características nutricionais destes produtos que acreditam serem mais benéficas para a saúde – questão que apresenta alguma controvérsia nos círculos científicos e profissionais de saúde – e por fim, uma articulação à prevenção ou cura de doenças, sendo uma escolha condicionada, externa ao indivíduo e, nalguns casos, imposta mesmo por recomendação médica, como ilustra o caso da Albertina.

Albertina – Em termos de saúde eu tenho sido bastante prejudicada. Já tive um problema muito grave no fígado...estive muito mal, mas mesmo muito mal...foi aqui há quatro anos...o meu médico disse-me para mudar de alimentação e deixar de comer essas coisas carregadas de insecticidas, tratadas com corantes...e portanto comecei a aderir às coisas mais saudáveis...”

Eu – E melhorou com os produtos biológicos?

Albertina – Se melhorei! Eu estava em maus lençóis se não me modificasse! Eu noto no aparelho digestivo!...” (Albertina, 66 anos).

Para além das questões articuladas às várias vertentes de saúde, outras razões são de sublinhar, tais como as preocupações ambientais através da promoção de uma agricultura sustentável; as questões relacionadas com o sabor dos produtos⁵; com a sua aparência visual (apesar de serem menos atraentes visualmente são considerados mais próximos de uma imagem do que é ‘natural’, ‘puro’ e ‘tradicional’); com a sua conservação (alguns consumidores consideram que os produtos biológicos duram mais tempo do que os produtos convencionais); com uma ideia romântica e nostálgica articulada ao campo, à tradição e à natureza, em parte associadas à contestação da industrialização da agricultura e da modificação da paisagem natural.

“Nós temos vindo a caminhar nos últimos...sei lá...50 anos, no pós-guerra principalmente para uma destruição maciça. Já não são as armas químicas ou biológicas...no fundo acaba por ser uma arma a própria agricultura que o homem utiliza, com todos os produtos químicos que mete para aí...esta agricultura biológica é uma alternativa saudável a tudo o que se faz, se nós quisermos preservar a nossa saúde em primeiro lugar, e o ambiente temos que lutar por caminhos destes porque senão qualquer dia não há solução possível para isto” (Fernando, 54 anos).

Outras justificações prendem-se com a defesa de valores éticos articulados ao respeito dos “*tempos da natureza*” e dos “*ciclos da vida*” (criticando fortemente o crescimento forçado de plantas e animais), e igualmente valores políticos e sociais de defesa das comunidades locais através da promoção de uma agricultura socialmente mais justa e que promove o desenvolvimento rural. Outro tipo de justificação, embora mais atípica, foi a necessidade de mudar radicalmente de estilo de vida adquirindo uma nova identidade pessoal. Uma mudança radical de dieta alimentar pode estar implicada na construção de um projecto de identidade pessoal que, segundo Giddens, tem marcado alguns dos trajectos biográficos dos indivíduos que vivem nas sociedades modernas avançadas, num período de crescente aumento da insegurança ontológica (Giddens, 1997).

Em relação às práticas adjacentes verificou-se que, independentemente da percentagem de compra e do subgrupo a que estão analiticamente circunscritos, uma grande parte destes consumidores está envolvido em actividades desportivas, pratica uma actividade como yoga ou meditação, alguns consolidam no seu dia-a-dia práticas sustentáveis articuladas à defesa do ambiente, outros identificam-se com as filosofias holísticas associadas ao movimento New Age, e uma grande parte já foi a uma consulta de medicina alternativa, ou tem simpatia por este tipo de terapias alternativas (acupunctura, homeopatia, medicina tradicional chinesa, ou Ayurveda).

Os diversos entendimentos sobre os produtos ‘bio’, as múltiplas e justapostas justificações reveladas e o conjunto de práticas adjacentes destes consumidores indiciam que estes fazem parte de um grupo social particular e distinto da sociedade em geral. É distinto não só pelas características sociais que apresenta⁶ mas também pelo tipo de critérios e cuidados

⁵ As questões do gosto foram algo controversas e contestadas neste grupo, no entanto, uma parte significativa considera o sabor dos produtos biológicos qualitativamente superior ao dos não biológicos.

⁶ Os resultados de um conjunto de questões incluídas no Inquérito nacional mais recente do OBSERVA, revelaram que o grupo de consumidores de produtos biológicos (36% da população inquirida que disse

especiais que utiliza na selecção de produtos e preparação de alimentos, como também distinto no tipo de justificações reveladas para se associarem a este tipo de prática alimentar. Os consumidores entrevistados parecem evidenciar traços de um perfil de “consumidor reflexivo” (DuPuis, 2000). Isto é, para além de critérios mais ‘quantitativos’ de selecção de produtos alimentares (preço, peso, datas de validade, tamanho dos produtos alimentares), estes consumidores dão sobretudo atenção a critérios ‘qualitativos’ em que a construção social da ‘qualidade’ passa pela frescura dos alimentos, as características paliativas (gosto) e nutricionais dos produtos alimentares; as questões articuladas à percepção de risco e exigência de segurança alimentar; as repercussões políticas, económicas, sociais e ambientais dos circuitos produtivos e comerciais alimentares ao nível global e local (que, se por um lado, afectam a natureza e o ambiente, por outro lado potenciam clivagens e desigualdades económicas, sociais e políticas entre os produtores locais dos países em desenvolvimento do Hemisfério Sul e os consumidores dos países

industrializados do Hemisfério Norte); as preocupações com a saúde e com o corpo; bem como as preocupações com as repercussões éticas e sociais na instrumentalização da ciência e tecnologia ao serviço de uma indústria alimentar orientada para uma sociedade de abundância e de consumo de massas.

Esta comunicação mostra assim a multiplicidade e complexidade das justificações reveladas por um grupo de consumidores associado a práticas alimentares e estilos de vida mais alternativos. Mostra igualmente a relação complexa entre sistemas de aprovisionamento, práticas de consumo alimentar alternativo e crenças sobre saúde, ética ambiental e bem-estar espiritual. Deste modo, vem contribuir para os actuais debates teóricos e conceptuais sobre práticas sociais e consumo.

Referências bibliográficas:

- ARCE, A; Marsden, T.K. (1993); “The social construction of international food: a new research agenda” in *Economic Geography*, Vol. 69, n.3, pp. 293-311.
- DUPUIS, M. (2000); “Not in my body: BGH and the rise of organic milk” in *Agriculture and Human Values*, Vol.17, n.3, pp. 285-295.
- FERREIRA DE ALMEIDA, J. (coord.); *Os Portugueses e o Ambiente – II Inquérito Nacional às Representações e Práticas dos Portugueses sobre o ambiente*, Oeiras, Celta Editora (no prelo).
- GIDDENS, A. (1997); *Modernidade e Identidade Pessoal*, Oeiras, celta Editora
- SCHMIDT, L., Valente, S., Trüninger, M. and Fonseca, S. (no prelo); “Problemas ambientais, prioridades e quadro de vida” in Ferreira de Almeida, J. (org.) (no prelo); *Os Portugueses e o Ambiente – II Inquérito Nacional às Representações e Práticas dos Portugueses sobre o ambiente*, Oeiras, Celta Editora.
- TRÜNINGER, M. (no prelo); “Riscos alimentares, estratégias defensivas” in Ferreira de Almeida, J. (org.) (no prelo), *Os Portugueses e o Ambiente – II Inquérito Nacional às Representações e Práticas dos Portugueses sobre o ambiente*, Oeiras, Celta Editora.

comprar ‘poucas vezes’, ‘algumas vezes’ e ‘frequentemente’ produtos de agricultura biológica) é sobretudo proveniente da classe média-alta, detentor de níveis de informação e cultura ambiental mais elevados, com escolaridades mais avançadas, e com profissões mais qualificadas.