

Colecção Breve

Sociologia



Mónica Truninger

O Campo Vem à Cidade

Agricultura biológica, mercado
e consumo sustentável

ICS

Mónica Truninger

O Campo Vem à Cidade

Agricultura biológica, mercado
e consumo sustentável

ICS

Imprensa
de Ciências
Sociais

Imprensa de Ciências Sociais



Instituto de Ciências Sociais
da Universidade de Lisboa

Av. Prof. Aníbal de Bettencourt, 9
1600-189 Lisboa – Portugal
Telef. 21 780 47 00 – Fax 21 794 02 74

www.ics.ul.pt/imprensa
E-mail: imprensa@ics.ul.pt

Instituto de Ciências Sociais – Catalogação na Publicação
Truninger, Mónica, 1972-

O campo vem à cidade: agricultura biológica,
mercado e consumo sustentável / Mónica Truninger,
– Lisboa : ICS.

Imprensa de Ciências Sociais, 2010

ISBN 978-972-671-271-8

CDU 316.7



Capa: Carlos Reis

Paginação: Imprensa de Ciências Sociais

Revisão: Levi Condinho

Impressão e acabamento: Gráfica Manuel Barbosa Filhos, Lda – Lousa

Depósito Legal: 313 403/10

1.ª edição: Julho de 2010

Índice

Agradecimentos.....	15
Introdução.....	19
Do movimento «bio» aos «bio» em movimento no mercado.....	23
Aspectos metodológicos.....	30
Inquérito Observa 2000.....	30
Base de dados dos membros da Biocoop (1993-2002)	32
Entrevistas aos produtores e consumidores de produtos biológicos.....	33
Plano do livro.....	36
1 Consumo, alimentação e qualidade: perspectivas sociológicas.....	37
O conceito de consumo: além da compra e da simples incorporação alimentar.....	38
A fragmentação do consumo alimentar.....	41
Consumo alimentar, rotinas e práticas: os limites à liberdade de escolha.....	48
Consumo e convenções de qualidade.....	52
Crítica, convenções e justificações: a atribuição de «valor» aos «bio».....	55
Consumo biológico e qualidades alimentares: breve estado da arte.....	64
Caracterização social dos consumidores biológicos	66

Os significados atribuídos aos produtos biológicos	68
CrITÉrios de selecção alimentar e motivações.....	72
Consumo e confiança alimentar.....	77
2 Movimento e mercado «bio» em Portugal.....	81
Origens e desenvolvimento do movimento de agricultura biológica (1930-2009).....	83
Institucionalização do movimento de agricultura biológica: a Agrobio.....	85
Enquadramento legal e institucional da agricultura biológica.....	88
Principais actores.....	94
O sistema de produção do sector agrícola biológico.....	96
O mercado de agricultura biológica: emergência e evolução.....	105
Esboço da estrutura do mercado de produtos biológicos	110
Comentários finais.....	119
3 Consumo e consumidores «bio»: sociografia, significados e justificações.....	121
Sociografia dos consumidores «bio»: resultados de um inquérito.....	122
Sociografia dos membros de uma cooperativa de consumidores: a Biocoop.....	125
Significados plurais de produtos biológicos e razões de compra.....	130
Comentários finais.....	165
4 Confiança, consumidores e produtos «bio».....	169
Confiança sistémica e o processo institucional da certificação.....	170
Confiança pessoal e sistemas de provisão alimentar.....	178
Confiança, sentimento de pertença e construção de identidade.....	189
O «teste da minhoca»: exploração das bases híbridas da confiança nas rotinas alimentares.....	194
Comentários finais.....	201

Conclusão.....	205
Trajectórias polarizadas no mercado de agricultura biológica?.....	205
Diferenças sociais dos consumidores «bio».....	208
Justificações dos consumidores: capacidade heurística e limitação da teoria das convenções.....	209
A irredutibilidade do consumo ao acto de compra.....	212
Consumidores e confiança: a co-construção da qualidade alimentar.....	215
Apêndice: caracterização da amostra de consumidores «bio».....	219
Bibliografia e fontes.....	225
Índice remissivo.....	247