



Ligações familiares

O consumo de produtos agroalimentares locais em meio urbano: o caso de Aveiro



RURAL MATTERS
PTDC/CS-GEO/117967/2010



José Duarte Ribeiro – jdmr33@ua.pt
Elisabete Figueiredo – elisa@ua.pt
Diogo Soares da Silva – diogo.silva@ua.pt

Universidade de Aveiro, Portugal

Objetivos

- Identificar os padrões de consumo de produtos agrícolas de proveniência local entre os habitantes da cidade de Aveiro, tendo em conta a origem geográfica dos inquiridos e seus familiares
- Debater o peso das ligações familiares ao rural no acesso e consumo de produtos agroalimentares

Mundo Rural Português

- Em Portugal, o mundo rural tem perdido paulatinamente o seu carácter **produtivo**, facto motivador de 'uma crise de identidade' (Figueiredo, 2008) para a qual parece não ter ainda sido possível encontrar respostas que permitam encontrar uma 'nova realidade agro-rural' (Covas, 2011; Oliveira Baptista, 2011)
- O rural, apelidado por muitos como 'pós-produtivo' e 'espaço de consumo' (Figueiredo, 2011; Oliveira Baptista, 2011), parece ser agora alvo de novas procuras centradas no recreio e no lazer, na proteção do ambiente e na preservação das tradições culturais e memórias do passado (Figueiredo, 2011)

Produtos *típicos* em Portugal

- Agricultura sobretudo familiar, praticada em moldes tradicionais e de pequena escala
- Algumas produções procuram destacar-se, direcionando-se a nichos específicos (*produtos de qualidade, biológicos, de terroir, típicos, locais*)
(Brunori (2007) e Truninger e Freire (2011))
- Todas estas designações apelam para uma ligação **identitária** e **simbólica** forte aos territórios em que são produzidos

Produtos *típicos* em Portugal

- São produtos reconhecidos pela sua profunda ligação aos territórios, pela ***tradição*** e pela sua ***reputação***, fazendo parte da cultura e da identidade de um território
- São ***mais do que apenas comida***, podendo ser considerados como 'património' (*Fonte, 2008*), como a expressão de uma comunidade local
- Pressupõe o seu consumo nos locais onde são produzidos ou através de circuitos de relações próximas, frequentemente **familiares**

Metodologia

- Resultados obtidos a partir de um questionário a uma amostra (por quotas – sexo, idade e freguesia rural/urbana) da população portuguesa: **tinyurl.com/ruralmatters**
- Analisadas as respostas dadas pelos habitantes do concelho de Aveiro (**N=126**)
- Foram analisadas **apenas as respostas às questões relacionadas com o consumo de produtos agroalimentares locais**
- Análise exploratória de dados através do SPSS (frequências e cruzamentos de variáveis)

Caracterização dos inquiridos

- 50,7% mulheres, 49,3% homens
- 11,9% dos inquiridos tem 24 ou menos anos; 68,9% entre 25 e 64 anos; 19% tem mais de 65
- 68,3% dos inquiridos possui o Ensino Secundário ou Superior
- 47% tem uma profissão
- O agregado familiar de 78,5% dos inquiridos auferre rendimentos acima dos €1500 mensais

Caracterização dos inquiridos

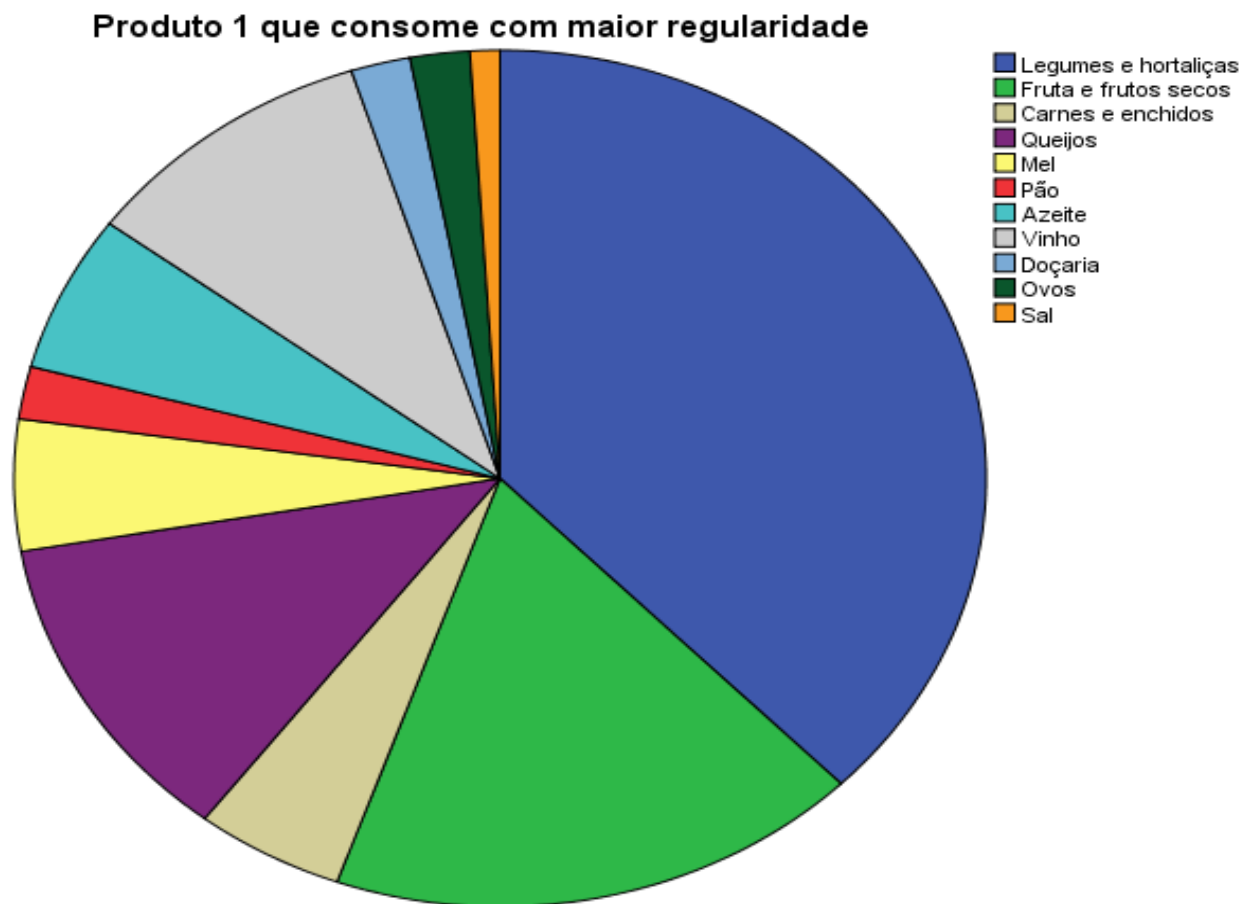
- **87,3%** dos inquiridos nasceram numa área urbana, mas **25%** e **38%**, respetivamente, já trabalharam ou viveram numa área rural
- **18,3%** dos pais dos inquiridos nasceram em área rural, assim como **16,6%** das mães
- **77,8%** dos inquiridos deslocaram-se a uma área rural nos últimos 3 anos por mais do que 4 vezes
- Principais razões para deslocações: recreio e lazer (**67%**) e visita a familiares (**51%**)

Consumo de produtos agroalimentares locais

Consome produtos de áreas rurais produzidos em pequena escala?	Casos registados	%	Como adquire o produto 1 que consome com mais regularidade?	Casos registados	%
Não	12	9,5	Área de residência	44	34,9
Sim	101	80,2	Visita áreas rurais	15	11,9
Não sei se são locais	13	10,3	Produzidos por família/amigos/conhecidos	42	33,3
Total	126	100	Total de consumidores	101	80,2
			[Não consome/não sabe se consome]	25	19,8
			Total	126	100

- **37,3%** dos inquiridos consome estes produtos porque são “mais saudáveis”;
- **35,7%** consome-os porque têm “melhor sabor”;
- **26,2%** fá-lo porque “inspiram confiança”;
- **17,8%** porque são “produzidos por si ou por familiares”

Consumo de produtos agroalimentares locais



- Predominância dos legumes e hortaliças (30%), seguidos pela fruta e frutos secos (14,3%), queijo, vinho, azeite e mel

Conclusões

- A maioria dos inquiridos consome habitualmente produtos alimentares produzidos em pequena escala e de proveniência rural especialmente legumes, fruta, vinho e queijo
- Os dados indicam a ênfase colocada no sabor, na confiança e na salubridade deste tipo de produtos como motivação para o seu consumo
- Uma parte muito significativa dos inquiridos tem acesso a estes produtos através da produção familiar ou de vizinhança, especialmente aqueles que possuem ligações familiares ao rural
- Existem ligações relativamente fortes aos contextos rurais por parte dos inquiridos, motivadas pela existência de laços familiares



Muito Obrigado



RURAL MATTERS

PTDC/CS-GEO/117967/2010



José Duarte Ribeiro – jdmr33@ua.pt
Elisabete Figueiredo – elisa@ua.pt
Diogo Soares da Silva – diogo.silva@ua.pt

Universidade de Aveiro, Portugal