

UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

ALINE CHIMA KOMINO

“BICHO-GRILLO DE RAIZ”:

**ESTILOS DE VIDA ENTRECruzADOS EM UMA TRIBO DE ADEPTOS DE
ALIMENTAÇÃO ORGÂNICA**

VITÓRIA

2017

ALINE CHIMA KOMINO

“BICHO-GRILO DE RAIZ”:

ESTILOS DE VIDA ENTRECruzADOS EM UMA TRIBO DE ADEPTOS DE
ALIMENTAÇÃO ORGÂNICA

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Administração do Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas da Universidade Federal do Espírito Santo, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Administração.

Orientador: Profa. Dra. Letícia Dias Fantinel.

VITÓRIA

2017

AGRADECIMENTOS

Para concluir esse mestrado, precisei de muito mais do que meu próprio esforço, essa foi uma conquista em grupo, tanto minha quanto das pessoas que sempre estiveram torcendo por mim e me apoiando.

Em primeiro lugar, agradeço à minha família. À minha mãe, por ser minha fonte de inspiração em querer seguir carreira acadêmica e por ser a minha maior incentivadora. Ao meu pai, por ser meu exemplo de determinação e superação. À minha irmã, por sempre tentar me fazer rir, quando estava no meio de alguma crise de nervosismo. Aos meus familiares em geral, que sempre me apoiaram e torceram por mim.

Aos meus amigos e amigas, pelo apoio principalmente nas horas em que precisava me distrair. Coloco aqui um agradecimento especial à minha amiga Karina, uma amizade que surgiu dos artigos feitos em conjunto, que eu levarei para a vida inteira.

À minha orientadora, professora Dra. Letícia Dias Fantinel, por todo o apoio, paciência, compreensão, tranquilidade e sabedoria, sendo um grande exemplo de professora (e de pessoa) que levarei para a minha vida inteira.

Às professoras da banca examinadora, prof. Dra. Elaine de Azevedo e prof. Dra. Márcia Prezzoti, por terem aceitado meu convite e por todas as considerações e críticas.

Aos funcionários da secretaria do PPGADM.

Aos colegas da PROGRAD, pela compreensão e apoio durante essa jornada.

Por fim, agradeço a todos os participantes da minha entrevista.

Bebida é água.
Comida é pasto.
Você tem sede de que?
Você tem fome de que?
A gente não quer só comida,
A gente quer comida,
Diversão e arte.
A gente não quer só comida,
A gente quer saída
Para qualquer parte.
A gente não quer só comida,
A gente quer bebida,
Diversão, balé.
A gente não quer só comida,
A gente quer a vida
Como a vida quer.
(TITÃS – COMIDA)

RESUMO

O presente estudo objetiva compreender como se constroem os diferentes estilos de vida que se entrecruzam em uma tribo urbana de adeptos da alimentação orgânica. Para isso, aliam-se os conceitos sobre estilo de vida de Giddens (2002) e de Maffesoli (2006) referente a tribos urbanas. Como técnica de coleta de dados realizaram-se 4 entrevistas em um grupo, em um formato que lembrava um “café da tarde”, com um total de 17 sujeitos. Os encontros ocorreram na casa da própria pesquisadora com o intuito de promover um ambiente informal e descontraído, permitindo que os entrevistados se sentissem a vontade de expor suas experiências e narrativas. Para a análise utilizou-se a técnica de análise de conteúdo do tipo categorial temática. A tribo urbana identificada foi denominada de tribo dos “bichos-grilo”, sendo que a partir das entrevistas foram delineadas práticas reflexivas por eles compartilhadas bem como aspetos simbólicos como preocupações coletivistas. Da análise das entrevistas emergiram 3 categorias, sendo elas: delineando a tribo dos orgânicos, focando nos processos de identificação e diferenciação; autonarrativas e experiências vividas, abordando os relatos sobre como as experiências vividas pelos sujeitos afetam e afetaram suas escolhas; práticas cotidianas e a construção dos estilos de vida, desvendando as práticas e os hábitos compartilhados pelos sujeitos na tribo dos bichos-grilo, como reciclar o lixo, ir a feiras orgânicas, preferir medicinas alternativas e serem adeptos da busca por menos consumo.

Palavras-chave: Alimentos orgânicos. Estilos de vida. Tribos urbanas. Escolhas alimentares. Estudos organizacionais.

ABSTRACT

The present study aims to build the different lifestyles that intersect in an urban tribe of adepts of organic foods. For this, the concepts of the lifestyle of Giddens (2002) and of Maffesoli (2006) related to the urban tribes are allied. As a data collection technique, 4 interviews were conducted in a group, in a format that resembled an "afternoon coffee", with a total of 17 subjects. The meetings took place in the house of the research itself with the intention of promoting an informal and relaxed atmosphere, allowing the interviewees to feel the desire to expose their experiences and narratives. For an analysis, use a thematic category type content analysis technique. An urban tribe identified for the so-called "cricket" tribe, which is the denomination of "cricket" tribe, which is the denomination of cricket tribe. From the analysis of the interviews emerged 3 categories, being: delineating an organic tribe, focusing our processes of identification and differentiation; Autonarratives and lived experiences, addressing the reports on how the living experiences on the issues affect and affected their choices; Day-to-day practices and lifestyle building, unraveling practices and habits shared by individuals in the tribe of crickets, such as recycling garbage, going to organic fairs, preferring alternative medicines and being adept at seeking less consumption.

Key-words: Organic foods, Lifestyle, Urban tribes, Food choices. Organization Studies.

Title: "Bicho-grilo de raiz": Lifestyles crossed in a tribe of adepts of organic food.

LISTA DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1 – Representação Esquemática dos Principais Núcleos Conceituais da Pesquisa..... | 42 |
| Figura 2 – A tribo Urbana dos “Bichos-grilo” e os Estilos de Vida Entrecruzados..... | 83 |

LISTA DE TABELAS

| | |
|---|----|
| Tabela 1 - Idade..... | 50 |
| Tabela 2 - Idade dos Entrevistados. | 56 |
| Tabela 3 - Renda e Escolaridade dos Entrevistados | 57 |

LISTA DE QUADROS

| | |
|--|----|
| Quadro 1 – Relação entre as Categorias e os Objetivos Específicos. | 58 |
| Quadro 2 – Articulações entre o Quadro Teórico de Referência e os Resultados da Pesquisa. | 85 |

SUMÁRIO

| | |
|---|-----------|
| 1 INTRODUÇÃO | 11 |
| 1.1 OBJETIVOS E PROBLEMA NORTEADORES DA PESQUISA..... | 15 |
| 1.2 JUSTIFICATIVAS DO ESTUDO | 15 |
| 2 ESTILOS DE VIDA E TRIBOS URBANAS NA MODERNIDADE TARDIA..... | 17 |
| 2.1 ESCOLHAS ALIMENTARES COMO MEDIADORAS DE ESTILOS DE VIDA..... | 27 |
| 2.1.1 Alimentos Orgânicos, Estilos de Vida e Tribos Urbanas: Uma Proposta de Articulação..... | 33 |
| 3 METODOLOGIA | 44 |
| 3.1 COLETA DOS DADOS | 44 |
| 3.2 TÉCNICA DE ANÁLISE DOS DADOS..... | 46 |
| 4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS | 48 |
| 4.1 A ENTREVISTA TESTE: A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DA TRIBO DOS ORGÂNICOS | 49 |
| 4.1.1 Entre “Bichos-Grilo” e “Bronzeados”: A Entrevista Teste e a Emergência de Significados na Visão de Não Adeptos | 51 |
| 4.2 CATEGORIZAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS OBTIDOS NAS ENTREVISTAS EM GRUPO..... | 56 |
| 4.3 DELINEANDO A TRIBO DOS “BICHOS-GRILO” NA VISÃO DOS ADEPTOS.... | 59 |
| 4.4 AUTONARRATIVAS E EXPERIÊNCIAS VIVIDAS: A FAMÍLIA E A ROÇA | 68 |
| 4.5 RECICLAGEM, ANTICONSUMISMO, CICLISMO E MEDICINAS ALTERNATIVAS: AS PRÁTICAS COTIDIANAS NA CONSTRUÇÃO DOS ESTILOS DE VIDA..... | 74 |
| 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 85 |
| REFERÊNCIAS..... | 88 |
| APÊNDICES | 96 |

| | |
|---|------------|
| APÊNDICE A – TÓPICO GUIA PARA ENTREVISTA..... | 96 |
| APÊNDICE B – PLANO DA ENTREVISTA | 98 |
| APÊNDICE C – PLANEJAMENTO DA ENTREVISTA EM GRUPO | 100 |
| APÊNDICE D – DIÁRIO DE CAMPO DA ENTREVISTA TESTE..... | 102 |
| APÊNDICE E – DIÁRIOS DE CAMPO DAS ENTREVISTAS | 104 |
| APÊNDICE F – TERMO DE CONSENTIMENTO | 110 |
| APÊNDICE G – QUESTIONÁRIO PARA LEVANTAR O PERFIL DOS ENTREVISTADOS | 112 |

1 INTRODUÇÃO

Cada vez mais comuns no mercado brasileiro, os chamados produtos orgânicos são aqueles que, em seu processo produtivo, não receberam substâncias químicas sintéticas e cujos produtores procuram adotar técnicas que garantem o uso eficiente dos recursos naturais, promovendo a sustentabilidade econômica e ecológica (BRASIL,2003; AAO, 2015). Com uma procura que vem aumentando, principalmente a partir de novos canais de distribuição e formas de comercialização que surgiram em meados dos anos 1990, os produtos orgânicos adquiriram maior representatividade no mercado.

O Brasil apresenta aproximadamente 4,93 milhões de hectares destinados para o cultivo de orgânicos, com um crescimento de 20% ao ano do setor, mas que, segundo algumas pesquisas, não para de crescer com o passar dos anos (SEBRAE, 2014; SNA, 2014). Mesmo com um crescimento significativo na produção brasileira, percebe-se uma maior procura por alimentos orgânicos em países mais desenvolvidos. Conforme mostra a pesquisa de Willer e Lernoud (2015), os continentes que mais produziram alimentos orgânicos em 2013 foram o da Oceania e Europa. No ano de 2013, 90% do consumo concentrou-se na América do Norte e na Europa. Apesar do aumento na produção na América do Sul, Ásia e África, a disponibilidade desse tipo de alimento nesses continentes continua baixa, sendo a produção normalmente destinada à exportação. Por país, em 2013, os Estados Unidos foram os que mais consumiram os produtos orgânicos, seguido por Alemanha e França. Para Azevedo (2012), é recente a procura e a discussão que envolve os produtos orgânicos no mercado brasileiro.

No Brasil, é a lei 10.831 de 2003 que dispõe sobre os alimentos orgânicos. Na legislação brasileira, há formas de garantir a qualidade dos orgânicos. A primeira é a certificação realizada pelo Ministério da Agricultura, que atesta que o produto segue as regras estabelecidas e permite ao produtor comercializar em feiras credenciadas. A segunda são os sistemas participativos de garantia e controle social, coordenados por ONGs, associações, grupos e consumidores (AZEVEDO, 2012; BRASIL, 2003).

Por conta desse crescimento na procura de alimentos orgânicos, diversas pesquisas em relação ao comportamento e às intenções de compras dos consumidores estão

sendo desenvolvidas (LIMA-FILHO; QUEVEDO-SILVA, 2012; GUIMARÃES et al., 2013; LOMBARDI; MOORI; SATO, 2008; PEREIRA et al., 2015). A maioria, no entanto, tem o intuito de identificar as variáveis comportamentais que implicam na busca por esses produtos orgânicos, sem necessariamente levar em conta a dimensão simbólica e subjetiva da alimentação no contexto contemporâneo. Ainda que alguns estudos tenham analisado os significados e a dimensão simbólica da opção por determinados alimentos, de acordo com alguns pesquisadores, essa é uma abordagem ainda pouco explorada (ARCHANJO; BRITO; SAUERBECK, 2001). Dias e outros (2015), através de um levantamento bibliométrico, mapearam os estudos referentes ao mercado de alimentos orgânicos e identificaram que as publicações entre 2006 e 2012 concentram-se em áreas que focam os negócios, o meio ambiente, a agricultura e a alimentação. Bernardino (2015), por sua vez, salienta que são necessárias novas pesquisas na área que procurem investigar o estilo de vida e as dimensões simbólicas e culturais relacionadas à opção por alimentos orgânicos.

Nesse sentido, tal lacuna identificada na literatura possibilita o enfoque teórico explorado neste trabalho: a emergência de estilos de vida ligados a escolhas alimentares, neste caso, de produtos de origem orgânica. Para Anthony Giddens, sociólogo britânico contemporâneo, os estilos de vida são compostos por conjuntos de práticas incorporadas em ações cotidianas que afetam a construção e a percepção particular de identidade do indivíduo (GIDDENS, 2002). Nesse contexto, os estilos de vida contemporâneos incluiriam questões de natureza diversa como, por exemplo, o vestir-se, o que comer, locais preferidos e outros, tendo assim importante vinculação com escolhas de sujeitos e grupos por determinados produtos.

Na medida em que a contemporaneidade convida o sujeito a ter não somente um, mas múltiplos estilos de vida, cada escolha por ele realizada pode reforçar ou mudar tais estilos, o que constrói uma rede entrecruzada com características não muito bem definidas. Essa multiplicidade guarda importantes relações com os processos de diferenciação e pertencimento, uma vez que o sujeito se reconhece e/ou se diferencia no e a partir do contato com o outro.

Michel Maffesoli, sociólogo francês que, assim como Giddens, também focou seus estudos em contextos urbanos, estudou diversos grupos formados a partir de interesses em comum e hábitos semelhantes entre sujeitos que compartilhavam os mesmos gostos por comidas, músicas, formas de se vestir etc. Recusando a ideia de categorias, em sua obra “O tempo das tribos”, o autor denomina esses grupos contemporâneos “tribos urbanas”, utilizando, assim, uma importante metáfora para este estudo. Para Maffesoli (2007), as tribos urbanas são difusas e adquirem contornos fluidos e não muito bem definidos, diferentemente de tribos tradicionais, nas quais as características poderiam ser consideradas relativamente fixas e os contornos bem delimitados. Nessas tribos urbanas, em que estilos de vida diversos se entrecruzam, tendo em vista a multiplicidade de escolhas (GIDDENS, 2002) e o caráter obrigatório com que são impostas aos indivíduos (GIDDENS, 2002; BAUMAN, 1998; 2005), tem-se como um dos elementos fundamentais a questão das escolhas alimentares, que neste estudo configura-se como um elo entre os construtos tribo urbana e estilo de vida. A alimentação e a forma como um determinado grupo se alimenta são vistas para os fins desta pesquisa como elementos estruturantes no estilo de vida das pessoas, afetando o processo de identificação dos sujeitos com determinada tribo.

Ao serem compreendidos a partir de novas dimensões e significados, os alimentos e, conseqüentemente, opções a eles relacionadas tornam-se um ponto de análise relevante no processo da construção de estilos de vida e formação de tribos urbanas. As escolhas alimentares dos sujeitos passam a fazer parte dessa construção, não sendo vistas somente como uma questão de gosto pessoal e individual, mas também um processo de identificação com algo entendido como maior que o próprio sujeito. Barbosa (2009), por exemplo, evidencia que, por trás do ato de comer sempre houve um grande significado: a comida sempre representou algo a mais do que uma simples “garfada”. A diferença é que, no atual cenário, com a globalização e a proximidade do local com o global (GIDDENS, 2002), aliado a uma maior difusão das informações, temos mais consciência do que estamos comendo, estamos mais cientes e informados sobre o alimento. Essa maior consciência em relação à alimentação afeta o processo de escolha do sujeito, conseqüentemente tendo impacto em suas práticas cotidianas e na construção dos seus estilos de vida.

Para Barbosa (2009), muitos podem ser os significados atribuídos à escolha por determinado alimento, como um meio de preservar relações, evitar catástrofes, manter nossa saúde, assim como mudar um estilo de vida, entre outros. Levando-se em conta essa análise, citam-se os alimentos orgânicos, apresentados no início dessa introdução que, sob uma ótica a partir da qual a comida ultrapassa somente uma questão nutritiva, atraem novos olhares. Dito isso, esta dissertação tem como interesse subjacente compreender, utilizando o alimento orgânico como um fio condutor, a relação entre a construção dos estilos de vida e a formação de tribos urbanas.

Tomam-se como base os conceitos de Giddens e de Maffesoli, explicitados nesta introdução. Mesmo com algumas diferenças ao retratar o contexto contemporâneo, ambos estudam e investigam em suas obras as transformações nas relações sociais, nas estruturas e instituições da sociedade (SILVA, 2011). Além disso, tanto Giddens como Maffesoli, focam seus estudos procurando entender os impactos das transformações sociais em contextos urbanos, que é o cenário de pesquisa deste estudo. Giddens (2002) ressalta que seus estudos procuram abranger vários conceitos de áreas diferentes, que são muitas vezes complementares ou divergentes, de forma que essa diversidade de abordagens possa propiciar discussões e ideias importantes. Entende-se, portanto, que os conceitos de Giddens e Maffesoli utilizados para esta pesquisa são complementares. Ao articular os pensamentos dos autores torna-se possível compreender como as escolhas que o indivíduo toma em seu cotidiano moldam não somente seus estilos de vida, mas também fazem parte de um processo de identificação que possibilita a formação de tribos urbanas.

Portanto, ao utilizar o delineamento teórico apresentado até aqui como base para essa pesquisa, o intuito desta dissertação é compreender a construção dos estilos de vida levando em consideração o processo de identificação, conforme apresentado a seguir.

1.1 OBJETIVOS E PROBLEMA NORTEADORES DA PESQUISA

Partindo dessas problematizações iniciais, a questão de pesquisa para o presente estudo apresenta-se da seguinte maneira: **como se constroem os diferentes estilos de vida que se entrecruzam em uma tribo de adeptos da alimentação orgânica?**

Dessa forma, o objetivo geral é compreender a construção dos diferentes estilos de vida que se entrecruzam em uma tribo de adeptos da alimentação orgânica. Este estudo atende, assim, aos seguintes objetivos específicos:

- a) Caracterizar a tribo urbana estudada em termos dos processos de identificação nela desvendados;
- b) Descrever a forma como experiências anteriores dos sujeitos estudados afetaram e afetam suas escolhas na construção de sua autoidentidade;
- c) Relacionar as práticas reflexivas presentes nas falas dos sujeitos aos estilos de vida identificados na tribo;
- d) Desvendar o papel da escolha por alimentos orgânicos nos estilos de vida entrecruzados dos sujeitos da tribo pesquisada.

Para tal empreendimento, optou-se pelo desenvolvimento de uma pesquisa de natureza qualitativa com o uso da técnica da entrevista em grupo para a coleta de dados, uma vez que se entende que, em contextos de interação social, tornam-se mais nítidos os processos de identificação e, conseqüentemente, de diferenciação, essenciais à compreensão da noção de tribo, bem como a formação de dissensos e consensos acerca dos temas discutidos. Foram realizadas quatro sessões de coleta, totalizando a participação de 17 pessoas. As entrevistas foram transcritas e analisadas por meio de análise de conteúdo.

1.2 JUSTIFICATIVAS DO ESTUDO

Como foi mostrado no início desta introdução, a maioria das pesquisas que versam sobre alimentos orgânicos ainda se encontra restrita em variáveis comportamentais

e perfis de compra, focando no consumo e na descrição de consumidores. Acredita-se que trazer para o âmbito da Administração estudos que abordam questões como o estilo de vida e tribos urbanas pode agregar em muito para outros estudos, especialmente ao focar nas práticas cotidianas e nas escolhas que o indivíduo toma, levando em conta sua narrativa e sua autoidentidade. Portanto, este estudo pretende preencher essa lacuna, trazendo para a discussão outras lentes teóricas de análise, utilizando uma vertente simbólica e interpretativista. Destarte, esta dissertação também se torna relevante ao aliar os conceitos de estilos de vida entrecruzados e de tribos urbanas para analisar um fenômeno social.

A presente pesquisa possibilita ainda evidenciar a relação dos sujeitos pesquisados com a escolha pelos alimentos orgânicos. Como será evidenciado no referencial teórico, muitas pesquisas que problematizam escolhas por produtos orgânicos utilizam questionários ou entrevistas individuais como técnicas de coleta de dados. Nesse estudo, realizaram-se entrevistas em grupo, na qual a interação social teve papel importante para a coleta. Focou-se não somente na opinião individual de cada sujeito, mas também na relação e na dinâmica social que cada entrevista produziu.

Dito isso, esta dissertação encontra-se organizada da seguinte forma: adiante são apresentados os objetivos e o problema de pesquisa que norteiam esse estudo; o capítulo seguinte problematiza os conceitos de estilos de vida e de tribos urbanas, conceitos bases para essa pesquisa; o próximo tópico traz para a discussão o papel da alimentação – o intuito é trazer para o debate o papel simbólico da alimentação –; em seguida procuram-se relacionar os conceitos de Giddens e Mafessoli com a escolha alimentar pelos orgânicos. Após a parte teórica, é abordada a estratégia metodológica que norteou esta pesquisa, apresentando a técnica de coleta de dados (entrevistas em grupo), assim como a técnica de análise (análise de conteúdo). O quarto capítulo é destinado à apresentação dos resultados, e o quinto e último capítulo para as considerações finais.

2 ESTILOS DE VIDA E TRIBOS URBANAS NA MODERNIDADE TARDIA

Para alcançar o objetivo proposto nesta pesquisa, inicia-se este tópico com uma revisão literária que trata de estilo de vida, um dos conceitos que norteiam esta pesquisa, utilizando os preceitos de Anthony Giddens como base para a construção desse referencial teórico. Logo depois é abordada uma problematização acerca das tribos urbanas, valendo-se principalmente dos estudos de Michel Maffesoli. Antes de discutir os conceitos de estilo de vida e tribos urbanas, contudo, é realizada uma reflexão sobre a modernidade tardia, com o intuito de contextualizar o cenário contemporâneo no qual emergem os estilos de vida como descritos por um dos autores que servem de base para este estudo.

Giddens (1991; 2002) considera as mudanças e as transformações contemporâneas da sociedade como consequências da modernidade. O autor refere-se a tal período como “modernidade tardia” ou “alta modernidade”, o qual possuiria como característica a radicalização da reflexividade nas práticas sociais que, no atual contexto da sociedade, alteram-se e são revistas rapidamente. O ideal de modernidade tardia, construído pelo autor, é o contexto utilizado neste estudo. Para Giddens (1991; 2001), alguns fenômenos seriam característicos da modernidade tardia. Seriam eles: mudanças na concepção do tempo e espaço, mecanismos de desencaixe das instituições sociais (as fichas simbólicas e os sistemas peritos), a conexão entre o local e o global e o processo de globalização. Consequentemente, as práticas sociais dos sujeitos se alteram, tornando a reflexividade mais aparente e radical. Essas características da modernidade tardia são abordadas com mais detalhes a seguir.

Em primeiro lugar, destacam-se as mudanças nas concepções de tempo e espaço. Na visão de Giddens (1991), na era pré-moderna, o tempo e o espaço eram vinculados e se conectavam por meio do lugar: “ninguém poderia dizer a hora do dia sem referência a outros marcadores socioespaciais: ‘quando’ era quase, universalmente, ou conectado a ‘onde’ ou identificado por ocorrências naturais regulares” (GIDDENS, 1991, p. 25). Dumont e Gattoni (2003), nessa mesma perspectiva, ressaltam que a coincidência entre tempo e espaço norteava a maioria das ações nesse período. A invenção do relógio, contudo, foi um dos principais

acontecimentos que marcaram tal separação; a partir do relógio mecânico desenvolveu-se uma dimensão do tempo que criava “zonas” homogêneas no dia, por exemplo, a hora do café da manhã, a hora do almoço, o horário comercial entre outros, que modificaram o cotidiano da sociedade. Para completar esta separação, a criação de calendários globais, nos quais diferentes localidades seguem as mesmas datas e alguns acontecimentos passam a acontecer e ser reconhecidos como tais em diversas localidades do mundo. É importante salientar que local e espaço aqui ganham delineamentos diferentes: para o autor, em consonância com outros pesquisadores do campo das ciências sociais, o local está associado ao espaço geográfico, enquanto o espaço se refere ao social, onde acontecem as relações (GIDDENS, 1991, 2002).

O processo de separação do tempo e do espaço relaciona-se ao segundo fator que influencia a dinâmica da modernidade tardia: o processo de desencaixe das instituições sociais. “Por desencaixe me refiro ‘ao deslocamento’ das relações sociais de contextos locais de interação e sua reestruturação através de extensões indefinidas de tempo-espaço” (GIDDENS, 1991, p. 29). Esse processo surge da necessidade do sujeito de criar sistemas de segurança. Há dois tipos de mecanismos que estão envolvidos nesse processo de desencaixe: são eles as fichas simbólicas e os sistemas especializados (conhecidos também como sistemas peritos). O primeiro refere-se à troca, meios de intercâmbio que podem circular em vários contextos, sendo que o exemplo principal é o dinheiro. Embora nas sociedades pré-modernas já houvesse sistemas de trocas, na modernidade esse sistema se torna mais refinado. Torna-se possível trocar qualquer coisa por dinheiro e se observa a relação com o tempo, a qual se transforma em um meio de crédito, e com o espaço, pois se podem negociar valores com indivíduos de qualquer localidade do mundo (GIDDENS, 1991, 2002). Os sistemas especializados giram em torno dos conhecimentos técnicos e especializados, como o conhecimento tecnológico.

Giddens (2002) salienta que, com a separação do tempo e do espaço, ao mesmo tempo em que há o processo de desencaixe, surge o mecanismo de encaixe. Dumont e Gattoni (2003) explicam que os sujeitos, de tempos em tempos, aproximam-se de outras pessoas na tentativa de apaziguar certa ansiedade causada por essa separação, que deixa os acontecimentos mais incertos. Giddens (2002) cita

a amizade como um exemplo do processo de encaixe, sendo um relacionamento que surge a partir das interações sociais, constituindo uma forma de os sujeitos se aproximarem sem necessariamente terem algum laço familiar ou específico.

Ainda sobre o distanciamento do tempo e do espaço, Costa (2009) pondera que tal desacoplamento gerou as condições necessárias para a amplitude da modernidade tardia e possibilitou as ações à distância, conseqüentemente tornando possível o processo de globalização. Giddens (1991; 2002) procura salientar em seus estudos esse jogo dialético entre o global e o local, o que, em sua concepção, seria a terceira característica da modernidade tardia. Para o autor, a globalização é um dos componentes dessa modernidade tardia e consequência desse distanciamento entre o tempo e o espaço. A globalização interconecta o global ao local em um jogo no qual um influencia o outro. Essas transformações acabam por alterar as práticas do indivíduo, “[...] o nível do distanciamento tempo-espaço introduzido pela alta modernidade é tão amplo que, pela primeira vez na história humana, ‘eu’ e ‘sociedade’ estão inter-relacionados num meio global” (GIDDENS, 2002, p.36). Giddens (2002) ressalta ainda que, com a globalização (quarta característica da modernidade tardia), diferentes partes do globo foram conectadas, representando uma transformação nas relações sociais e conseqüentemente na questão em nível individual para o sujeito. Para o autor, o fenômeno da globalização é particularmente interessante porque padrões de escolha e compra e de estilos de vida emergentes em determinados países são difundidos e, muitas vezes, ressignificados em outros locais.

Com essas transformações, os indivíduos, especialmente os habitantes de grandes centros urbanos, dificilmente conseguem escapar das mudanças da modernidade tardia. Assim, outra característica marcante na modernidade tardia, a reflexividade, torna-se um pouco mais perceptível e passa a se referir a toda ação humana. Em um contexto contemporâneo, as práticas sociais são revisadas a todo momento e ganham contornos fluidos; portanto, podem ser alteradas constantemente. Segundo Costa (2009), Giddens leva em consideração a capacidade cognoscente e a reflexividade dos agentes sociais em um processo em que a estrutura social afeta e é afetada pelas ações humanas. Essa capacidade reflexiva torna-se uma característica da ação cotidiana que afeta o fluxo da vida social. Para Costa (2009), a reflexividade se refere ao monitoramento contínuo, tanto da própria ação do sujeito

quanto da ação dos outros. O autor ainda resume as características da ação social na modernidade tardia:

Vê-se, então, que são três as características fundamentais da ação social: a racionalidade, a reflexividade e a motivação, que pode não ser diretamente observada. A primeira traz consigo a noção de que agir socialmente é agir com certo grau de racionalidade, afastando-se do simples hábito mecânico, tendo em vista a capacidade cognoscente dos agentes. A segunda trata do fato de os indivíduos serem escultores e escultoras de sua própria realidade. Enfim, a última refere-se aos elementos não premeditados das ações. Ao trabalhar com a ideia de regularidade da conduta social, Giddens ressalta que esta regularidade é reflexiva, na medida em que há um contínuo monitoramento reflexivo por parte dos agentes (COSTA, 2009, p. 63).

Giddens (1991) considera que, com esse alto grau de mudança, a reflexividade se radicaliza, sendo fator essencial para o dinamismo da modernidade tardia. Para Costa (2009), a diferença reside no fato de que, anteriormente à modernidade tardia, a reflexividade estava atrelada basicamente em reinterpretar a tradição. Já em cenários contemporâneos, como evidenciam Oliveira e Zangelmi (2012), novas formas de reflexividade surgem, nas quais as pessoas reformulam e examinam suas práticas sociais a partir de uma pluralidade de informações para realizar suas escolhas. Os autores ressaltam que a reflexividade social se refere, na contemporaneidade, a um mundo com mais informações, sem condutas preestabelecidas; “nesse sentido, vivemos de modo muito mais reflexivo do que as gerações passadas” (GIDDENS; PIERSON, 2000, p. 87). Vale ressaltar que Giddens não considera que não existem mais as tradições, mas sim que atualmente elas se misturam, tornando-se mais flexíveis. O passado torna-se somente uma influência, uma diretriz para as inúmeras possibilidades de escolhas.

Oliveira e Zangelmi (2012) sintetizam que, ao mesmo tempo em que a modernidade cria riscos, cria oportunidades. Sem a segurança da tradição, em que as escolhas eram praticamente preestabelecidas, o sujeito passa a ter mais controle, ainda que de forma relativa, de suas decisões. Dessa forma, o indivíduo sente-se cada vez mais responsável pela construção da sua identidade. Esse processo reflexivo impacta na construção do sujeito e em seu poder de escolha e, para este trabalho, essa reflexividade tem papel fundamental para que se possa entender a construção dos estilos de vida entrecruzados.

Atrelada à reflexividade, a própria construção do “eu” torna-se um projeto reflexivo na visão do autor. Tal projeto é explorado como um processo que conecta as relações entre o pessoal e o social, em constante dialética. Marques (2012) destaca que esse “eu” reflexivo não se trata de uma entidade estável, mas sim de um processo contínuo que envolve certa autonomia e um processo de reflexão por parte do sujeito. O autor sintetiza que, na modernidade tardia, o sujeito se depara com a existência de múltiplas formas de ser e de agir. Na concepção de Giddens (2002):

[...] o eu compreendido reflexivamente pela pessoa em termos de sua biografia. A identidade ainda supõe a continuidade no tempo e no espaço: mas a autoidentidade é essa continuidade reflexivamente interpretada pelo agente (GIDDENS, 2002, p. 54).

Para Giddens (2002), a autoidentidade não é entendida como um comportamento, mas sim como a capacidade de se manter uma continuidade na narrativa particular. A autobiografia torna-se central, portanto, na modernidade tardia. Essa narrativa é construída tendo o “eu” visto como um projeto reflexivo contínuo; para o autor, “Somos não o que somos, mas o que fazemos de nós mesmos” (GIDDENS, 2002, p. 74). Assim, esse processo de reflexividade, de autoconhecimento, faz com que as ações do sujeito sejam constantemente revistas. A cada momento, o sujeito se depara com situações em que precisa analisar suas práticas. Nesse processo, o passado serve como base para a construção de um futuro “antecipado” e as experiências anteriormente vividas tornam-se um pano de fundo, influenciando nas escolhas futuras do sujeito. A narrativa de si acaba por ser palco de momentos decisivos: “No nível do eu, um componente fundamental da atividade do dia-a-dia é simplesmente o da escolha” (GIDDENS, 2002, p. 79).

Esse processo reflexivo que faz com que o sujeito sempre possa refazer suas escolhas é ponto importante para entender a construção dos estilos de vida. É nesse processo reflexivo, de analisar e rever suas práticas, que o sujeito adquire certa autonomia e passa a construir sua autoidentidade e conseqüentemente seus estilos de vida. Antes da modernidade tardia, tradicionalmente em diferentes sociedades humanas, as escolhas eram comumente atreladas à origem do sujeito, à religião, à família e a outros vínculos tradicionais. O sujeito, individualmente, possuiria, então, poucas alternativas de escolha, sendo todas embasadas por questões específicas

que tornavam esse processo reflexivo pouco notório. Na modernidade tardia, em virtude das razões já explicadas anteriormente, o sujeito passa a possuir uma autonomia maior, obtendo informações para uma pluralidade de escolhas. Entretanto, essas escolhas não são facultadas ao indivíduo: são a ele impostas, visto que essas mesmas escolhas resultarão em construções autobiográficas, a definição de sua própria identidade, de seu próprio estar no mundo. Firmar-se como indivíduo significa, portanto, fazer escolhas coerentes e reflexivas, construindo um estilo de vida que depende dessas escolhas e sobre elas se produz. Ao mesmo tempo em que o sujeito pode ser várias “coisas”, ele é compelido a ser “algo”, a construir uma autoidentidade e possuir algum estilo de vida.

É partindo desses pressupostos que se utilizam significações produzidas sobre alimentos orgânicos como ponto para a construção de estilos de vida. Por exemplo, o sujeito que opta por rever suas práticas cotidianas alimentares e passa a consumir os alimentos orgânicos, toma essa decisão baseada em uma cartela de informações que a modernidade tardia e, conseqüentemente, a globalização (cabe lembrar que práticas difundidas em países ditos desenvolvidos ou centrais influenciam práticas adotadas em países periféricos, como o Brasil, especialmente em se tratando de camadas altas e médias da sociedade) propiciam. A escolha por uma alimentação orgânica acaba, muitas vezes, afetando todo o conjunto de práticas do sujeito, o que tem conseqüências em sua construção identitária e em seu estilo de vida.

Há estudos interessantes que reforçam o ponto de vista adotado nesta pesquisa. Von Essen e Englander (2013), por exemplo, estudaram o significado de um estilo de vida com base na alimentação orgânica de adultos na Suécia e identificaram motivações que permeiam uma questão filosófica dentro desse estilo de vida orgânico, além de aspectos que envolvem a identidade, os valores pessoais e o bem-estar do sujeito. Para a presente pesquisa, a intenção é entender como esses diferentes fenômenos que levam os consumidores a adotarem uma alimentação orgânica constroem estilos de vida entrecruzados dentro de uma tribo urbana que se identifica tendo a escolha por alimentos orgânicos como ponto central.

Nesse contexto, como já pontuado anteriormente, a reflexividade e as escolhas que o indivíduo toma por meio desse processo reflexivo aparecem como fator direto para

a definição do estilo de vida. Giddens (2002) relaciona essa necessidade da escolha com o conjunto de práticas que o sujeito incorpora:

[...] nas condições da alta modernidade, não só seguimos estilos de vida, mas num importante sentido somos obrigados a fazê-lo – não temos escolha senão escolher. Um estilo de vida pode ser definido como um conjunto de práticas que um indivíduo abraça, não só porque essas práticas preenchem necessidades utilitárias, mas porque dão forma material a uma narrativa particular da autoidentidade (GIDDENS, 2002, p.79).

Giddens (2002), assim, entende que estilo de vida é um conjunto de práticas decorrentes de decisões tomadas em relação ao cotidiano que o sujeito tenta justificar de forma reflexiva e coerente. Os hábitos do sujeito (o que comer, o que vestir, como agir) e as decisões que ele toma no decorrer do dia contribuem para construir e significar rotinas que estão em constante mudança, conforme o sujeito altera suas escolhas. Vale ressaltar que, no entendimento do autor, as decisões que o sujeito toma acabam moldando o estilo de vida e alterando sua autoidentidade e o seu eu compreendido reflexivamente.

O estilo de vida do sujeito acaba não sendo único, portanto, com as várias alternativas de escolhas disponíveis, um ponto de destaque é que o sujeito acaba construindo, muitas vezes, múltiplos estilos de vida que se entrecruzam, formando uma espécie de rede. Essa noção de estilos de vida entrecruzados torna-se um dos conceitos fundamentais para esse estudo. Parte-se da premissa de que o sujeito não possui um estilo de vida fixo e definido, mas que, ao longo de sua existência, constrói vários estilos de vida, muitos deles concomitantemente, modelando uma espécie de rede de estilos de vida. Assim, quando o presente estudo se propõe a compreender a construção de diferentes estilos de vida entrecruzados em uma determinada tribo urbana, entende-se que o estilo de vida permeado pela escolha por alimentos orgânicos é entremeado por escolhas diversas que se relacionam entre si, mas que são construídas de forma diferente pelos indivíduos que compõem essa tribo. É sobre essas escolhas, essas narrativas, essas autobiografias e esses processos reflexivos que se desenvolve a busca pela compreensão dos estilos de vida entrecruzados nessa rede.

Além disso, cabe destacar que essa multiplicidade de escolhas e estilos de vida acaba construindo um processo de diferenciação e pertencimento do sujeito, a partir

do qual ele se reconhece no outro e se diferencia dele. Esse processo é abordado por Maffesoli (2006), autor segundo o qual esse processo de diferenciação é uma das marcas que se colocam contemporaneamente:

O que salta de tudo isso é uma inegável mudança de viver as relações sociais. Todos os pontos fortes, a partir dos quais a modernidade as concebera, indivíduo, identidade, organizações contratuais, atitude projetiva, dão lugar a uma outra realidade muito mais confusa, sensível, emocional, de contornos pouco definidos e do ambiente evanescente (MAFFESOLI, 2006, p. 348).

Para o autor, em consonância com o pensamento de Giddens, a época moderna era identificada por um processo de homogeneização, na qual o estilo de vida era marcado por questões estáveis, assim como a identidade do sujeito. No contexto contemporâneo, os sujeitos passam a compartilhar pequenos valores, organizando-se no que Maffesoli (2006) classificou como tribos efêmeras com características difusas. Para Cova (1997), a contemporaneidade trouxe novos delineamentos para a noção de comunidade; o que ocorre é a presença de sociabilidade entre os sujeitos que acarreta laços simbólicos e emocionais em torno das tribos. Assim como abordado por Giddens (2002), para Cova (1997) não se percebe mais o ideal de comunidade tradicional, em volta de funções mecânicas, na qual cada sujeito exerce um papel.

Assim, no intuito de dar continuidade ao delineamento teórico desse trabalho, aborda-se a questão das tribos urbanas. Maffesoli (2006) estudou as formas de organização dos sujeitos em grupos que se formam a partir de afinidades e de formas de identificação próprias (roupas, músicas, hábitos, pensamentos e outras categorias). Para o autor, as “tribos urbanas” podem ser consideradas agrupamentos semiestruturados, formados principalmente por sujeitos que se aproximam por compartilharem uma mesma rede de identificações com uma variedade de rituais e elementos. Assim, para Maffesoli (2006), uma tribo urbana possui fronteiras frouxas e características fluidas que se alteram em um curto espaço e tempo.

Pelo seu potencial dinâmico, a formação de tribos acaba por influenciar o processo de construção e reconstrução das identidades, uma vez que os sujeitos inseridos em um determinado grupo compartilham comportamentos, hábitos e preferências que acabam se tornando significativos para a formação de sua identidade. Cardoza

(2003) acredita que é necessário que sejam repensados os próprios sujeitos contemporâneos, partindo do pressuposto de que o fenômeno das tribos urbanas é mais do que uma simples mudança na forma como os sujeitos se organizam. Concordando com a ideia de reflexividade abordada anteriormente, para Cardoza (2003), uma das transformações ocorridas foi a mudança na percepção do sujeito sobre suas ações, partindo para uma realidade na qual ele passa a repensar suas práticas.

Pelo fato de, no contexto atual, as ligações entre os indivíduos configurarem-se de modo fragmentado, um sujeito não necessariamente participa ou se identifica somente com uma tribo. As tribos modernas são flexíveis e fluidas; portanto, não possuem fronteiras facilmente identificáveis, assim como seu tempo de existência é instável, podendo durar por muitos anos ou breves períodos. Cova e Cova (2001), na tentativa de definir as tribos, alegam que elas estão a todo momento se alterando, de forma que os laços, os significados, práticas e símbolos que as constituem mudam, conformando-se em um sistema dinâmico sempre em aberto.

Antes de partirmos para outras conceitualizações e problematizações, alguns esclarecimentos são necessários. Um deles é a crítica de Magnani (1992), que retrata que o conceito de tribos urbanas é usado erroneamente em alguns contextos. O autor observa que, em muitos casos, o termo “tribo” é utilizado como uma nova categoria de análise; entretanto, o que ocorre é o uso do significado de tribo em um contexto diferente e deslocado do original. Magnani (1992) ainda esclarece que é necessário diferenciar o uso de tribo em seus diferentes contextos. O uso do termo tribo foi utilizado primeiramente para entender as sociedades ditas “simples”, “primitivas”, na maioria das vezes indígenas. Nas análises de tribos urbanas, o conceito foca em grupos menores, o que contrasta com o estilo de vida relativamente homogêneo das cidades urbanas. No contexto atual, a metáfora de tribos urbanas é utilizada para entender esses grupos particulares que surgem no cenário aparentemente homogêneo das grandes cidades. São grupos que apresentam pequenos recortes e compartilham de significados restritos.

Na discussão sobre os estilos de vida e tribos urbanas, a escolha por determinados produtos aparece presente principalmente em um contexto contemporâneo de grande oferta e disponibilidade. Em muitos casos, tais escolhas acabam por ser

confundidas com o estilo de vida, pois, com a modernidade tardia e a pluralidade de opções, o sujeito acaba por comprar de acordo com um comportamento que envolve seus estilos de vida. No entanto, vale ressaltar que o estilo de vida representa mais do que a mera ação de escolher ou usar um produto, sendo um conjunto de práticas que o sujeito incorpora que, muitas vezes, têm o consumo como uma ferramenta.

Nesse sentido, é importante ressaltar que o consumo ou o ato de consumir em si não representam objetos de análise para este estudo, pois aqui o interesse é na carga simbólica que permeia determinadas escolhas. Em linha semelhante, têm-se estudos como o de Cova e Cova (2001), por exemplo, que analisaram a tribo dos *in-line roller skaters*, praticantes que se identificam com o esporte. Os autores utilizaram o grupo para ilustrar alguns pontos característicos da tribo. Os rituais e os objetos, o modo de vestir, a conduta e outros elementos estão presentes na formação e caracterização da tribo, bem como o uso de determinadas roupas, acessórios, alguns alimentos e outros produtos.

Outro estudo que procurou analisar tribos urbanas é o de Penna (2010). Em sua pesquisa, o autor teve por objetivo compreender a formação de tribos e o papel do consumo em um grupo de ciclistas. O autor argumenta que a formação das tribos se dá de acordo com uma série de categorias, como localidade, afinidade, questões emocionais, além de escolherem produtos e serviços dependendo do seu valor simbólico e do seu significado para o grupo. Para o autor, fica nítido que, além da busca por itens que envolvem o esporte, o estilo de vida, de forma geral, mostrou ser uma forma de ligação entre os participantes do grupo. No caso do estudo de Penna (2010) e de Cova e Cova (2001), o esporte, o modo de se vestir, o estilo de vida no geral é influenciado por uma série de categorias. Para Von Essen e Englander (2013), escolher um estilo de vida baseado em uma dieta alimentar revela muito sobre como um indivíduo deseja ser visto e identificado pelos outros.

Considerando que o objetivo deste estudo é compreender os estilos de vida entrecruzados permeados pela opção por alimentos orgânicos, o próximo tópico traz algumas discussões prementes no âmbito de escolhas alimentares, principalmente sobre as dimensões simbólicas por trás do ato de comer. Entende-se que perspectivas que compreendem a comida no campo do simbólico são fundamentais

para a compreensão dos significados dos alimentos orgânicos na construção dos estilos de vida do sujeito.

2.1 ESCOLHAS ALIMENTARES COMO MEDIADORAS DE ESTILOS DE VIDA

Como abordado no capítulo anterior, contemporaneamente, o sujeito passa a construir múltiplos estilos de vida que acabam formando uma rede entrecruzada com os mais variados delineamentos e significados. A construção dos estilos de vida nesse cenário está atrelada às escolhas que o sujeito faz. Nessa dinâmica de escolhas, uma das práticas que se reveste de grande importância é a prática alimentar, uma vez que as escolhas alimentares permeiam o cotidiano do sujeito, o que, de certa forma, contribui para a construção de uma autoidentidade. Nesse sentido, entende-se que tais opções fazem parte de um agir simbólico, assim como o próprio alimento permeia determinadas dimensões e significados. Dessa forma, o presente capítulo pretende articular as lentes teóricas adotadas à proposta da pesquisa, abordando tal relação entre a construção dos estilos de vida e a formação das tribos urbanas, mediada pela opção por determinados alimentos. Na busca por entender como a comida pode significar algo importante na construção dos estilos de vida, apresentam-se discussões teóricas que tratam a alimentação como algo que vai além de seu valor nutricional.

O ato de comer, a comida e a forma de se alimentar são constituídas de significados e aspectos simbólicos que participam de uma construção social e permeiam atividades cotidianas do sujeito. Nesse sentido, Canesqui (2005) ressalta que há muitas considerações as quais podem ser levantadas tomando-se como partida a alimentação de uma sociedade ou grupo. O ato de comer revela muitas facetas da forma como a sociedade se organiza:

Comemos também de acordo com a distribuição da riqueza na sociedade, os grupos e classes de pertencimento, marcados por diferenças, hierarquias, estilos e modos de comer, atravessados por representações coletivas, imaginários e crenças (CANESQUI; GARCIA, 2005, p. 11).

Canesqui (2005) considera que os estudos envolvendo o ato de comer e a comida em si se multiplicaram na década de 1990 e no início dos anos 2000. Antes disso, na década de 1970, algumas pesquisas procuraram analisar as classes populares, mais interessados em suas práticas, não focando na questão do ato e da forma de comer. Na década de 1980 surgiram algumas pesquisas interessadas em assuntos que ligavam a alimentação com a saúde. Em meados da década de 1990, estudos que envolvem a comida e seus simbolismos emergem no campo da Antropologia, buscando incorporar ao debate questões religiosas, culturais, contextuais e outras. Segundo Canesqui e Garcia (2005), nos últimos anos o que tem se observado é a crescente procura em se estudar a comida, o ato de comer e seus significados, especialmente com um enfoque antropológico, envolvendo marcas culturais.

Maciel e Castro (2013) acreditam que o tema atrai as mais variadas pesquisas, seja no sentido biológico e fisiológico, seja também no social. Para as autoras, no campo das Ciências Sociais surgem estudos que procuram investigar os significados atribuídos à alimentação ampliando a visão em relação ao tema. Nesse âmbito, o alimento torna-se parte de um agir simbólico que pode vir a representar todo um sistema cultural, afetando as práticas cotidianas e os hábitos de um grupo social (PACHECO, 2008).

O ato de comer, a comida, o que se prefere comer ou até o que é e o que não é considerado comestível, altera-se de acordo com uma pluralidade de categorias. Há, portanto, construções sociais que envolvem várias questões a serem consideradas quando analisamos a alimentação de uma sociedade. Partindo de várias vertentes de análise, Maciel e Castro (2013) observam que, ao se pensar em um alimento, pode-se considerar que existe todo um valor nutritivo (proteínas, vitaminas, carboidratos) do qual o ser humano necessita, a partir de um ponto de vista biológico. Contudo, ao mesmo tempo, ao alimento é atribuído um sentido, um significado e uma dimensão simbólica que se altera de acordo com o contexto histórico e cultural.

Tal contexto transforma, portanto, as percepções de como comer e do que comer. Carneiro (2005) considera que o ato de comer não é algo feito de forma autônoma, mas sim de maneira coletiva por ser consequência de processos de socialização. Nesse sentido, o autor busca usar o termo comensalidade como a prática de comer

junto, de forma partilhada, mesmo que por muitas vezes as diferenças sociais sejam evidenciadas nesse processo. É através dessa noção de comensalidade que se organizam algumas estruturas hierárquicas da sociedade e que relações de diferenciação e pertencimento são construídas. Ao mesmo tempo em que serve para auxiliar nas relações, tal noção funciona como uma fronteira que impõe limites baseada em variáveis discriminatórias que ultrapassam preferências, como questões sociais, políticas e religiosas.

Nesse sentido, Bugge e Almas (2006), por exemplo, retratam como a comida pode revelar diferenças entre classes ou grupos sociais. Analisando a preparação do jantar de mães norueguesas, os autores identificaram diferenças entre os hábitos e os significados atribuídos à alimentação que também envolvem todo o contexto histórico do local. Pacheco (2008) considera que os hábitos alimentares funcionam ao mesmo tempo como um princípio unificador e distintivo. A escolha alimentar vai além de um gosto pessoal e transcende para uma prática que exterioriza disposições organizadas socialmente e reafirmam uma posição social. Dessa forma, é possível contextualizar a noção das escolhas individuais atreladas a estilos de vida como também fruto do social, influenciadas por significações produzidas socialmente e difundidas de forma dinâmica. Ou seja, ressalta-se que as escolhas não são tomadas no vácuo, mas sim em um contexto sócio-histórico culturalmente influenciado e que se modifica no tempo e no espaço.

Com as transformações sociais advindas do cenário contemporâneo, a alimentação também passou por ressignificações. Para Barbosa (2012), o que se come configura-se algo maior do que uma questão individual. Não se trata de algo dependente unicamente de gosto ou preferência, revestindo-se de uma série de significados e simbolismos, e tornando-se um ponto de encontro para debates que envolvem questões políticas, ambientais, éticas e sociais. É nesse cenário que Canesqui (2005) levanta a questão de que o modo de se alimentar ultrapassa a esfera de ser simplesmente uma ação cotidiana e se torna um articulador entre as dimensões sociais e a construção identitária do sujeito.

Com a globalização e os novos significados atribuídos à gastronomia, comer passou a representar uma fonte multissensorial de prazer, na qual o gosto, a aparência e o cheiro passam a compor igualmente um prato. Mesmo com todas essas alterações,

contudo, Azevedo (2012) ressalta que ainda faltam informações à sociedade sobre o que se está comendo. Pela praticidade e falta de tempo, passa-se a adotar alimentos que priorizam o paladar e que são preparados de forma rápida. Esses fenômenos se relacionam de alguma forma com as construções teóricas de Giddens (2002), que propôs que a sociedade contemporânea desenvolveu novos parâmetros em relação à marcação do tempo, como já abordado neste trabalho. Assim, com o ritmo das cidades contemporâneas, o tempo é percebido e significado como um recurso limitado, o que abre espaço para técnicas de preparo rápido e de estabelecimentos como os chamados *fast foods*. Pode-se dizer, portanto, que essas alterações mudaram todo um padrão alimentar. A essa realidade soma-se a percepção de Azevedo (2012), que ressalta que a opção por alimentos saudáveis e naturais ainda é vista por muitos como modelos alimentares alternativos e associada ao grande trabalho e dificuldades no preparo.

Barbosa (2012) entende que, com algumas transformações na sociedade, aos alimentos são atribuídos novos significados, muitas vezes em reação à homogeneização dos hábitos alimentares e ao surgimento dos *fast foods*. Concepções relacionadas ao corpo e à saúde, bem como outras questões de natureza simbólica e subjetiva levam a formas heterogêneas para a produção de significados relacionados aos alimentos. A autora descreve, por exemplo, um processo de glamorização, uma nova sensorialidade atribuída à comida, fenômeno chamado por ela de gastronomização. Nesse processo, o alimento torna-se fonte de intenso prazer.

A comensalidade contemporânea, segundo Garcia (2003), traz delineamentos relacionados ao atual contexto social. Araújo (2010) coloca a gastronomização como uma tendência que altera a percepção em relação aos sentidos atribuídos ao alimento. Cozinhar passou de um ato cotidiano para um *hobby* e a cozinha tornou-se um espaço de lazer para as camadas médias urbanas¹. As cozinhas ganharam o conceito *gourmet* e adquiriram um novo aspecto dentro das casas, ressignificadas como espaços de sociabilidade. Para Araújo (2010), sendo a atividade de preparo da comida como um *hobby* e representando uma forma de lazer, configura-se um

¹ É importante fazer referência a tais hábitos como característicos de grupos urbanos, uma vez que, em meio rural, a cozinha como centro de sociabilidade da casa no Brasil não é necessariamente um fato novo.

elemento importante na construção de identidades. Para Barbosa (2009) a cozinha ganha assim, entre as camadas médias da sociedade, um novo *status* ao ser integrada como um ambiente de convívio, não sendo local somente para serviçais, empregadas e donas de casa.

Barbosa (2009) considera que, nesse contexto, as tendências alimentares surgem de várias fontes e acontecimentos. Questões científicas, tecnológicas, políticas, sociais e culturais acabam influenciando as práticas alimentares. De certa forma, ao mesmo tempo em que se apresentam os alimentos rápidos como os *fast foods*, alguns outros grupos de pessoas, com as mais variadas motivações, passam a buscar outras formas de alimentação. É nesse sentido que se percebe como a forma de se alimentar pode diferenciar um grupo de pessoas e, dialeticamente, aproximar determinados sujeitos, formando assim tribos urbanas. A alimentação, portanto, acaba servindo como ponto convergente de grupos que a elevam, muitas vezes, a uma espécie de código moral, em uma dinâmica que gera uma rede com os mais variados estilos de vida.

É importante, para o desenvolvimento deste estudo, ressaltar que, além de questões de preferências, e até mesmo de questões culturais, o que comer e como comer faz parte de um processo que envolve também uma reflexão moral; apresenta-se como uma ferramenta política, econômica, social e ambiental. Barbosa (2009) retrata que, no cenário contemporâneo, o prato transformou-se em um verdadeiro campo de disputas e palco dos mais variados debates:

Como podemos observar, uma mesma garfada “nos fala” de diferentes maneiras sobre questões locais, nacionais e globais. Pode nos fazer “provar” de diferentes temperos sociais, ambientais e culturais. Ela aglutina nossa experiência local, particular e subjetiva do comer a eventos que ocorrem no cenário global. Certamente, muito daquilo que ela nos fala não são temas novos. Mas o que torna essa garfada de hoje diferente da de ontem é, primeiro, a consciência que temos sobre as questões que circundam aquilo que comemos; segundo, a responsabilidade que deriva dessa consciência; terceiro, as implicações diversas que a globalização trouxe em relação ao nosso comer e, quarto, o teor político e ideológico de que estão revestidas todas essas questões (BARBOSA, 2009, p. 17).

A autora ressalta que a alimentação passou a configurar todo um estilo de vida, interferindo no convívio social e em outros aspectos que envolvem o sentimento de pertencimento e de diferenciação. Paddock (2015) coloca que, através dos

alimentos, é possível estabelecer uma espécie de distinção. A autora procura salientar como alimentos vistos como alternativos são consumidos focando na relação com posições e classes sociais. Em sua pesquisa, questões de pertencimento relacionadas a grupos sociais e determinados locais ou espaços também aparecem.

As escolhas alimentares permeiam, portanto, uma série de fatores que envolvem o cotidiano e o estilo de vida dos sujeitos. Os alimentos, por conta da dimensão simbólica que adquiriram com as transformações no contexto social, tornam-se um ponto de ligação entre o sujeito e uma tribo. Para Cova (1997), todo produto ou serviço pode vir a ter um valor de ligação, que seria o que o sujeito busca, um meio através do qual o indivíduo se liga à tribo. O produto ou serviço propicia uma forma de interação com o outro, dotado de dimensão simbólica e atuando como suporte e mediador para a construção dos estilos de vida. Tal entendimento se alinha ao pensamento de Giddens (2002), na medida em que, para o autor, tais escolhas ajudam a compor os estilos de vida. O estilo de vida, portanto, integra algo que vai além de suprir uma necessidade: é uma forma pela qual o sujeito constrói sua identidade e sua concepção enquanto indivíduo.

Essa dinâmica que torna o alimento um ponto convergente entre os sujeitos, e que acaba por articular estilos de vida em um grupo, pode ser definida como fenômeno-chave de análise desse trabalho. Entende-se, como abordado anteriormente, que o valor simbólico atribuído ao alimento tem um papel importante nas práticas reflexivas, ou seja, o sujeito leva em consideração aspectos simbólicos do alimento quando realiza suas escolhas. Este é um dos pontos convergentes entre as abordagens teóricas aqui elencadas. Os alimentos de fato constituem e significam mais do que um simples produto que atende a necessidades biológicas. Há toda uma dimensão que faz dos alimentos uma ferramenta de mudança ou estabilização, tanto no nível individual, no estilo de vida do sujeito, quanto no nível coletivo, como a formação de grupos, tribos e de movimentos sociais. Ao mesmo tempo em que a comida passa a ser campo para debates de cunho social, político, ambiental e outros, em um contexto contemporâneo também se observa o surgimento de um novo significado, de uma valorização que leva em consideração toda uma estética e glamorização do alimento, bem como em termos da distinção entre grupos sociais.

Procurando, na próxima parte, analisar esse contexto alimentar mais focado nos estudos sobre o consumo de alimentos orgânicos, realiza-se uma revisão de pesquisas acadêmicas que versam sobre o tema. Por fim, levantam-se alguns pressupostos teóricos que permeiam essa identificação dos sujeitos com a escolha alimentar pelos orgânicos.

2.1.1 Alimentos Orgânicos, Estilos de Vida e Tribos Urbanas: Uma Proposta de Articulação.

Devido ao crescimento da preocupação com a alimentação e com questões ligadas a valores ambientais e sociais, o mercado de alimentos orgânicos passou a ser visto como um setor promissor. Com isso, as pesquisas que permeiam as motivações em torno do consumo dos orgânicos também aumentaram. Sampaio e Gosling (2014), por exemplo, desenvolveram sua pesquisa a partir de uma abordagem descritiva, utilizando-se de uma fase exploratória e um *survey*, e procuraram identificar os fatores de compra e analisar qual a relação dos consumidores com os produtos orgânicos na cidade de Belo Horizonte. Em relação aos fatores que influenciam a compra, a crença de que os alimentos orgânicos agredem menos o meio ambiente apareceu como o primeiro motivador, seguido pela busca de alimentação saudável. Os autores concluem seus estudos ressaltando a importância de se conhecer o perfil desse consumidor para ações de *marketing*. Também em Minas Gerais, na cidade de Uberlândia, Boas, Pimenta e Sette (2008) identificaram que são questões relacionadas ao bem-estar individual que influenciam a compra de orgânicos.

Albuquerque Jr e outros (2013) focaram seus estudos nas associações construídas entre o consumo de alimentos orgânicos e a busca por uma vida mais saudável e ecologicamente correta. Dessa forma, os autores estabeleceram uma pesquisa do tipo *survey* em canais de distribuição no município de Fortaleza. Os resultados mostraram uma preocupação maior ligada à saúde do que a busca por produtos que agredem menos o meio ambiente. Rodrigues e outros (2009), em sua pesquisa direcionada a consumidores de produtos orgânicos na região de Ribeirão Preto, identificou que os fatores que mais influenciavam a compra eram motivos individualistas, ligados à saúde e à qualidade do produto.

Barcellos e outros (2015) abordaram especialmente os valores e atitudes que direcionam a compra desses produtos orgânicos, utilizando-se de uma abordagem quantitativa em mercados de rua na cidade de Porto Alegre. Os autores identificaram a presença de fortes valores coletivistas e de atitudes direcionadas em prol do meio ambiente. Para os autores, o mercado de orgânicos representa uma oportunidade de inovação para os gestores e por isso a importância de se levantar um perfil desse comportamento de compra.

Em relação à saúde, Sousa e outros (2012) afirmam que os resultados de muitas pesquisas são controversos: em alguns, os alimentos orgânicos são considerados mais saudáveis e fonte de mais nutrientes, já em outros não demonstram valores nutricionais diferentes dos alimentos produzidos na maneira convencional. Entretanto, os autores destacam que os alimentos orgânicos não se restringem somente a questões relativas a saúde, trazendo benefícios sociais e ambientais. Ainda assim, Rodman e outros (2014) identificaram uma relação que aproxima os orgânicos de significações relacionadas a uma alimentação saudável. Mesmo os sujeitos que não tinham muito acesso aos produtos orgânicos reconheceram, na pesquisa, os orgânicos como mais saudáveis. Entretanto, os autores perceberam uma falta de informação por parte dos sujeitos do que seriam esses produtos de fato e quais seriam seus benefícios frente aos produtos convencionais. Nesse sentido, Azevedo (2012) parte do princípio de que as pesquisas em torno da saúde e do consumo de orgânicos são complexas, pois necessitam levar em consideração a análise de outras categorias, além da de uma dieta equilibrada. A autora ainda ressalta a necessidade de se entender os benefícios que vão além de questões nutricionais, sendo importante extrapolar a discussão dos orgânicos para esferas sociais e ambientais.

Bernardino (2015) analisa uma feira orgânica na cidade de Vitória-ES, utilizando quatro dimensões em termos das razões que levam a tais escolhas alimentares. A primeira, a dimensão natural, mostrou uma ligação com aspectos relacionados à saúde e à qualidade de vida. De acordo com a autora, essa foi a dimensão mais marcante em sua pesquisa, sendo um dos principais motivos pela busca dos orgânicos identificados. Nesse ponto, a pesquisa de Araújo (2010) apresentou resultados semelhantes. Realizada em Nova Friburgo - RJ, a pesquisa evidencia que a questão nutricional aparece constantemente, assim como os agrotóxicos foram

mencionados como algo negativo, significados como veneno, produtos químicos e altamente nocivos à saúde.

A segunda dimensão analisada por Bernardino (2015) foi a dimensão social, que procurou envolver aspectos que consideram as sociabilidades e as crenças que são associadas aos orgânicos. Nesse ponto, a pesquisa mostrou que há uma ligação com o espaço no qual acontece a feira e também com as relações pessoais. O estudo mostrou que a seleção dos alimentos está muito atrelada aos laços familiares. Araújo (2010) alega que, mesmo sendo apressadamente caracterizadas, na maioria das vezes, como práticas individualizadas, a ida a feiras e a compra de alimentos orgânicos está intimamente ligada com o ambiente familiar ou círculo de relações mais íntimas.

A dimensão política, para Bernardino (2010), trata de valores éticos e coletivos. Tal adesão e motivação acabaram não apresentando valores significativos para os entrevistados. A última dimensão analisada pela autora foi a econômica. Nesse ponto, a questão confiança foi muito abordada. Os alimentos orgânicos acabam sendo vistos como detentores de um valor não monetário, tendo um valor agregado que vai além dos produtos convencionais.

Em relação ao preço desse tipo de produto, para Azevedo (2012), a produção orgânica envolveria mais mão de obra, tendo em consequência um maior custo. Dessa forma, um produto orgânico pode ser de 20% até 100% mais caro do que seu equivalente produzido de forma convencional, o que, entre outros fatores, seria responsável por sua presença mais significativa entre grupos de maior poder aquisitivo (GUIVANT, 2003; BERNARDINO, 2015). De certa forma, uma das causas para isso reside na lei da oferta e da procura, uma vez que a baixa demanda encarece o produto e não o torna competitivo quando comparado com os produtos tradicionais. Os supermercados apresentam uma forma de veicular e expandir o consumo de orgânicos; entretanto, as margens de lucro cobradas são altas e encarecem e elitizam o produto. Além disso, ainda são muitas as barreiras que o produtor encontra para comercializar seus produtos em grandes mercados varejistas. As feiras se apresentam como propostas de valores mais justos; porém, deve-se levar em consideração dificuldades como a distância que o produtor

necessita percorrer para poder comercializar seu produto orgânico, por exemplo. (AZEVEDO, 2012).

Al-Taie e outros (2015) focaram seus estudos nos Emirados Árabes e, em seus resultados, identificaram que os jovens são os que mais reconhecem os alimentos orgânicos. As principais razões para a opção por esse tipo de alimento estão ligadas à saúde e ao meio ambiente; entretanto, a falta de informação sobre o que são os produtos orgânicos ainda limita esse consumo que, na visão dos autores, poderia ser maior. Arelado à publicidade, segundo os autores, o consumo de orgânicos também estaria ligado a novas tendências e à construção de novos estilos de vida.

Dialogando com a discussão abordada anteriormente, Alsaffar (2015) ressalta que, na indústria de alimentos, além de questões relacionadas à nutrição, saúde e meio ambiente, há também questões políticas fortemente envolvidas e conectadas. Mesmo que, de acordo com algumas pesquisas, fatores individuais tenham aparecido como os maiores motivadores na procura por alimentos orgânicos, não se pode deixar de analisar o fato de que, para alguns, isso constitui algo que vai além de somente uma opção ou preferência. Afinal, os hábitos e práticas alimentares estão em constante dialética com meio: ao mesmo tempo em que afetamos a sociedade com padrões alimentares, a sociedade na qual estamos inseridos também influencia em nossos gostos e preferências (ALSAFFAR, 2015).

O estudo de Hjelmar (2011) buscou evidenciar aspectos éticos e políticos na opção por orgânicos. Procurando compreender o processo de decisão que envolve a compra de produtos orgânicos, o autor analisou os fatores pessoais e contextuais. Em seus resultados, encontram-se duas bases para análise: a compra por conveniência e o comportamento reflexivo. O primeiro refere-se à compra mais corriqueira, quando o sujeito não vai a locais específicos e não está disposto a pagar um valor muito mais alto pelos orgânicos em relação aos produtos comuns. O segundo refere-se à compra baseada em questões que envolvem mais determinantes, o sujeito apresenta um comportamento reflexivo. Para o autor, as práticas reflexivas referem-se ao comportamento de compra, envolvendo uma série de questões que refletem também os ideais e a identidade do sujeito que o fazem parar e pensar sobre outros aspectos que envolvem o produto, além da conveniência e preço. Essa ideia se alinha com a abordagem construída para esta

pesquisa, uma vez que se entende que essas práticas reflexivas acabam por influenciar a construção dessa rede de estilos de vida, como foi abordado no primeiro capítulo.

Assim, como visto, é possível dizer que estudos que versam sobre escolhas alimentares que priorizam orgânicos apresentam uma variedade de abordagens. Nesse sentido, muitas considerações podem ser levadas em conta quando se estudam as preferências por esse tipo de alimento. Castañeda (2012), por exemplo, coloca os orgânicos em uma posição multidimensional que envolve questões que podem ser vistas como conflituosas. Assim, questões ambientais, sociais, mercadológicas, agrícolas e outras emergem nos estudos na área.

Destaca-se, ainda, que categorias como preço, gosto, questões éticas, saúde e até modismos também podem ser consideradas (PETRESCU; PETRESCU-MAG, 2015). Algumas pesquisas baseiam suas conclusões em práticas de consumo verde relacionadas principalmente com as classes mais altas, outras pesquisas colocam os orgânicos como forma de expressão de uma identidade e estilo de vida (COSTA; ZEPEDA; SIRIEIX, 2014). Vistos como uma tendência para consumidores de camadas mais abastadas na sociedade, Petrescu e Petrescu-Mag (2015) realizaram suas pesquisas na Romênia e buscaram estudar os estereótipos que envolvem os alimentos orgânicos. A pesquisa mostrou que a maior parte dos entrevistados acredita que os orgânicos são mais saudáveis que os alimentos convencionais, assim como seu consumo contribui positivamente com o meio ambiente. Questões como os alimentos orgânicos serem tendências, uma moda passageira ou uma mera curiosidade não apresentaram valores significantes.

Ao abordarem dimensões diversas das que foram apresentadas até aqui, é interessante evidenciar o trabalho de Costa, Zepeda e Sirieix (2014), que desenvolveram sua pesquisa na França com o propósito de investigar se os alimentos orgânicos são utilizados como um símbolo para a construção de uma identidade ou para afirmar uma classe ou *status*. Em seus resultados, foram identificados grupos que afirmam que há um grupo exclusivo de pessoas que consome esses produtos, assim como a ideia de que os orgânicos são um modo radical de consumo que se restringiria a determinados grupos sociais. Mesmo com essas afirmações, a maioria dos entrevistados alegou não conseguir caracterizar de

forma homogênea quem são os sujeitos que consomem produtos orgânicos. Esse fato corrobora o conceito de tribos urbanas de Maffesoli (2006), que define que as mesmas não são facilmente delineadas por conta de suas características fluidas.

Na visão de Pino, Peluso e Guido (2012), produtos orgânicos, para muitos indivíduos, passam a ser parte de uma escolha de um estilo de vida, marcados por uma dimensão ética e *green*². Produzem-se significados relacionados a um senso de responsabilidade, de obrigação ética nos hábitos cotidianos, inclusive de compras, em atitudes que ajudam a moldar a própria identidade do sujeito. Ainda nesse processo de identificação, Jorgensen (2006) considera o movimento dos orgânicos como fluido e flexível, de maneira que os sujeitos se identificam de diversas formas e pertencem ao mesmo tempo a vários outros movimentos sociais. Isso corrobora aspectos tratados em relação ao processo da construção dos estilos de vida no primeiro capítulo e à formação de tribos urbanas. O autor identifica, assim, várias categorias que influenciam os sujeitos a buscarem os alimentos orgânicos. Para alguns é um modo de vida, no qual o sujeito busca algo mais ecologicamente correto e *ecofriendly*; outros não levam em consideração somente questões ambientais e enxergam os orgânicos como uma forma de preservar seu modo de viver, uma preocupação maior com a saúde.

Castañeda (2012) evidencia em sua pesquisa que discutir orgânicos também pode ser uma forma de ambientalização e politização. O autor entende os consumidores de orgânicos como atores sociais e escolhas alimentares que permeiam os orgânicos como uma ação política, percebida “como um repertório de ação política romântico-individualista, sendo que essas práticas alimentam pontes com a cidadania, abrindo possibilidades para novos engajamentos coletivos” (CASTAÑEDA, 2012, p.1). A comida é significada como uma ferramenta de politização, incorporando outras dimensões e mote, inclusive, da formação de movimentos sociais. Nesse sentido, Dobernig e Stag (2015) abordam como o consumo em torno de determinados alimentos orienta estilos de vida, indo além de simples escolhas. Na pesquisa, realizaram-se entrevistas qualitativas com produtores de cultivo de alimentos em zonas urbanas da cidade de Nova York. Os

² Consumir de forma *green* seria semelhante a dar preferência a um estilo de vida que leva em consideração a preservação do meio ambiente.

resultados mostraram que os entrevistados acreditam que mudanças nas práticas do cotidiano podem realizar mudanças sociais, em termos da valorização de pequenos produtores e em detrimento do grande agronegócio. O estudo elabora uma visão de como esses posicionamentos refletem uma questão identitária e como outras dimensões surgem em torno de um produto. Para os autores, o estilo de vida acaba funcionando como uma forma de autoexpressão e de organização da autoidentificação e identidade.

Lorenzen (2012) é outra autora que considera o estilo de vida como um suporte para a construção de uma identidade. Em seu estudo, a autora procura analisar como os sujeitos constroem um estilo de vida considerado “verde”, que inclui um conjunto de práticas relacionadas ao meio ambiente. O estilo de vida “verde” não simplesmente englobaria uma atitude ambiental específica ou uma prática de consumo consciente, mas também envolveria valores e comportamentos que moldam uma autoidentidade. A pesquisa de Dobernig e Stag (2015) apontou como o estilo de vida pode ser um ponto de partida para o estudo de movimentos sociais que envolvem aspectos políticos. Haenfler, Johnson e Jones (2012) estudam essa relação e acreditam que o estilo de vida como movimento social promove um modo de viver que manifesta a busca por mudanças sociais. Para os autores, a mudança começa em um nível individual, no qual os sujeitos acreditam que suas práticas passam a afetar além de sua vida pessoal. Assim, os sujeitos acreditam-se parte de um movimento coletivo, no qual cada um toma atitudes que, em conjunto, são vistas como potencialmente capazes de produzir essas mudanças no contexto social.

Guivant (2003) relaciona o papel do supermercado no consumo de orgânicos com aqueles que não entendem esse consumo como parte de um ativismo, filosofia ou que fazem parte de algum movimento social ambiental ou pró-orgânico. Para a autora, esse consumo em supermercados pode ser ocasional, e muitas vezes acontece por influência de amigos, pela mídia, por orientações de profissionais da área da saúde, mas que não são hábitos seguidos fielmente. Guillon e Willequet (2003 apud GUIVANT, 2003) caracterizam esse consumo como uma tendência mais individualista conhecido como *ego-trip*, que seria caracterizada por uma busca pela qualidade de vida e promoção à saúde. Oposto a essa tendência estaria o estilo de vida *ecológico-trip*, representando um contato simbólico entre o consumidor e seu ambiente. Nesse caso, o sujeito está mais preocupado com o bem coletivo e com o

futuro do meio ambiente, havendo também uma busca mais sistemática por produtos, não somente alimentos, que envolvem características mais *ecofriendly*.

Cherry (2014) desenvolve uma relação entre o estilo de vida e os movimentos sociais de jovens veganos. Em seu estudo, a autora constatou como todo o cotidiano do sujeito se altera ao se tornar vegano. O que comer, como comer, como cozinhar, onde comer e outros aspectos acabam se alterando e, conseqüentemente, alteram todo o estilo de vida do sujeito, inclusive seu convívio social. A decisão de se tornar um vegano, por exemplo, vai além de uma simples escolha; é nesse ponto em que questões políticas e sociais aparecem e a mudança de estilo de vida se relaciona com os movimentos sociais. Para Azevedo (2014), em relação aos orgânicos, especificamente, é necessário ampliar os conceitos e entender que a produção e o consumo de orgânicos abrangem não somente questões relativas à saúde, mas envolvem questões políticas, compondo muitas vezes um movimento ativista que compreende desde a discussão da problemática social do campo até a questão da fome mundial.

Assim, ao articular as pesquisas abordadas até aqui com a proposta deste estudo, percebe-se que a escolha por alimentos orgânicos pode ser fruto de uma série de fenômenos. Há pesquisas que apontam para a procura como forma de buscar um alimento considerado mais saudável e livre de agrotóxicos. Algumas abordam já a consciência ambiental como fator principal para se preferir alimentos orgânicos, assim como aqueles que são movidos por um movimento social e político e acreditam estar fazendo a diferença na sociedade. Essas diferentes motivações abrem espaço para um conjunto de práticas reflexivas que acabam tendo papel fundamental na construção de uma pluralidade de estilos de vida. As escolhas alimentares passam a ser afetadas por essa reflexividade, como argumenta Hjelmar (2011), que salienta o envolvimento de outras questões que vão além de preço e conveniência.

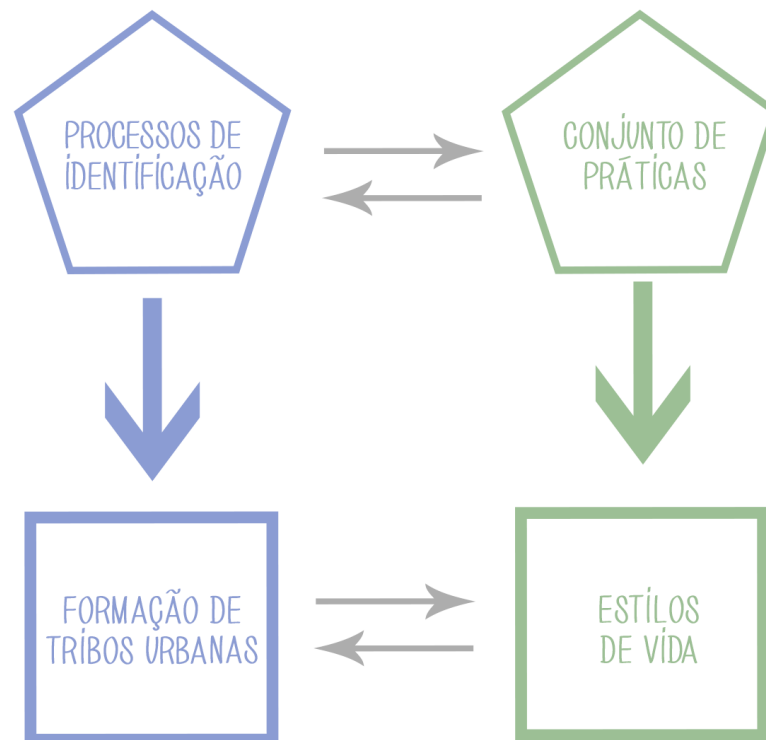
Como as pesquisas mostraram, a identificação e a busca por alimentos orgânicos acontecem partindo de uma variedade de concepções. Diferentes grupos e sujeitos atribuem ao alimento orgânico significados diversos. As pesquisas apresentadas nesta seção mostram que são vários os tipos de dimensões que circundam tais escolhas alimentares, assim como se observa que o comportamento reflexivo acaba

por fazer parte nesse processo de escolhas dos produtos orgânicos. Em um cenário contemporâneo e globalizado, entende-se que tais opções são, ao mesmo tempo, meio e produto no processo de construção da autoidentidade do sujeito.

As pesquisas apresentadas aqui corroboram as definições acerca das tribos urbanas problematizadas neste estudo, evidenciando a falta de delineamento e características fixas e sua formação partindo de várias categorias, uma vez que, mesmo dentro de uma tribo de consumidores de orgânicos, não há uma homogeneidade perceptível. Essas diferenças tornam os estilos de vida múltiplos, mesmo com um ponto em comum: os significados atribuídos a tais escolhas alimentares guardam profundas relações com a construção da autoidentidade dos sujeitos.

É justamente nesse ponto de encontro que a articulação construída nesta seção reside: considera-se o alimento orgânico como fio condutor entre os adeptos para a formação de uma tribo urbana que, por conta de suas características, abrange uma multiplicidade de estilos de vida que se entrecruzam, formando uma espécie de rede de identificações. O esquema (Figura 1) a seguir evidencia a dinâmica produzida socialmente entre os estilos de vida entrecruzados (compostos por conjuntos de práticas coerentes) e as tribos urbanas (construídas a partir de processos de identificação):

Figura 1 – Representação Esquemática dos Principais Núcleos Conceituais da Pesquisa



Fonte: Produzida pela autora a partir do referencial teórico.

Como já analisado anteriormente, com as mudanças ocorridas com a modernidade tardia, as práticas sociais se alteraram tornando-se mais radicalizadas, a construção do eu identitário do sujeito tornou-se um projeto reflexivo e, conseqüentemente, ganhou outros contornos. As escolhas que o sujeito faz passam a ser constantemente revisadas; elas afetam o estilo de vida que o sujeito passa a construir constantemente de forma reflexiva e coerente com sua narrativa. Juntamente com todas as alterações da modernidade tardia, as alternativas a serem escolhidas também foram multiplicadas, a ressignificação de tradições ampliou as possibilidades de escolhas e de estilos de vida. É nesse sentido que emergem múltiplos estilos de vida que se entrecruzam em uma rede formada nesse processo reflexivo de escolha que o sujeito faz para construir sua autoidentidade e sua narrativa particular. Neste ponto, a opção por determinados produtos, inclusive de natureza alimentar, emerge como ferramenta, sendo também tomada de forma reflexiva e coerente com essa construção da narrativa do sujeito, passando a fazer parte do processo de construção dos múltiplos estilos de vida.

Foco de estudo desta pesquisa, a escolha por alimentos orgânicos passa a ter um significado que vai além de uma simples compra e que envolve diferentes dimensões apresentadas nesta seção. O ato de alimentar-se de orgânicos passa a carregar outros delineamentos e dimensões simbólicas, seja de natureza ideológica, social, ambiental, que vão além de uma escolha por mera conveniência ou gosto. Essa identificação com os alimentos orgânicos possibilita a discussão dentro da formação de tribos urbanas. Como já abordado, as tribos urbanas não possuem delineamentos definidos e acabam por ter suas fronteiras frouxas, sendo construídas em torno de processos de identificação. Dessa forma, não se trata de um grupo homogêneo; ainda assim, sua construção e reconstrução passam por processos de pertencimento e diferenciação.

Realizada a articulação teórica, o próximo capítulo é destinado para detalhar a metodologia utilizada, bem como a coleta de dados e a técnica de análise de conteúdo. Explica-se também como foi realizado o acesso ao campo pela pesquisadora e apresenta outros detalhes da pesquisa.

3 METODOLOGIA

Após a reflexão teórica, este capítulo destina-se a descrever a metodologia utilizada para se alcançar o objetivo proposto inicialmente. Para compreender como se constroem os estilos de vida que se entrecruzam em uma tribo, optou-se pela realização de uma pesquisa de abordagem qualitativa.

Para Minayo (2007), a pesquisa qualitativa ocupa uma posição muito particular nas Ciências Sociais, trabalhando com universos de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes que fazem parte de determinada realidade social. A abordagem qualitativa, para a autora, torna possível adentrar um campo complexo no qual os fenômenos são socialmente construídos. Tendo como objetivo de pesquisa o estudo de um fenômeno social, entende-se que não seria possível traduzir um mundo de significados em números, de forma quantitativa (MINAYO, 2007).

Nesse sentido, segundo Flick (2009), é possível dizer que a pesquisa qualitativa busca entender os fenômenos sociais, procurando compreender a forma como as pessoas constroem e reconstróem suas realidades. Para Bauer, Gaskell e Allum (2010), a pesquisa qualitativa procura lidar com as interpretações das realidades sociais.

Partindo de tal premissa, para esta pesquisa utilizou-se como técnica de coleta de dados entrevistas em grupo com sujeitos que consomem alimentos orgânicos de forma não esporádica, ou seja, que adquirem esses produtos de forma constante, aqui chamados “adeptos”. Para a análise dos dados, utilizou-se a análise de conteúdo. Os procedimentos serão apresentados de forma mais detalhada nos tópicos a seguir.

3.1 COLETA DOS DADOS

Escolheu-se como técnica de coleta de dados para esta pesquisa a entrevista em grupo. Diferentemente da entrevista individual em profundidade, a técnica utilizada neste estudo:

É uma interação social mais autêntica do que a entrevista em profundidade, um exemplo da unidade social mínima em operação e, como tal, os sentidos ou representações que emergem são mais influenciados pela natureza social da interação do grupo em vez de se fundamentarem na perspectiva individual, como no caso da entrevista em profundidade (GASKELL, 2010, p. 75).

A partir do uso desta técnica, possibilitou-se conhecer e mapear não apenas a perspectiva individual do sujeito em relação ao seu estilo de vida e à escolha por alimentos orgânicos. O interesse reside na interação social que ocorre na entrevista em grupo, a partir do momento em que os sujeitos compartilham suas experiências e ideais, formando uma unidade social. Como ressalta Gaskell (2010), a entrevista em grupo torna-se uma entidade em si mesma, na qual ocorrem os mais variados processos, que não são vistos em uma entrevista individual, desenvolvendo-se uma identidade compartilhada, a partir do momento em que os sujeitos entrevistados constroem um ideal de “nós”.

Essa unidade social construída não significa, todavia, que as opiniões dos sujeitos serão homogêneas; em uma entrevista em grupo, é possível observar a formação de consensos e dissensos sobre um assunto. Como pontuam Fraser e Gondim (2004, p.149), as entrevistas em grupo possibilitam “[...] ampliar a compreensão transversal de um tema, ou seja, mapear os argumentos e contra-argumentos em relação a um tópico específico, que emergem do contexto do processo de interação grupal em um determinado tempo e lugar”. As práticas dos sujeitos em relação a suas escolhas alimentares nem sempre serão similares, havendo pontos convergentes e divergentes. É essa dinâmica, de consensos e conflitos, que a entrevista em grupo permite desvendar, sendo possível observar como se moldam esses diferentes estilos de vida e sua atuação na construção e reconstrução de tribos urbanas.

Para auxiliar na condução das entrevistas, processo que foi levado a cabo pela própria pesquisadora, utilizou-se um tópico guia (Apêndice A) elaborado de acordo com o levantamento teórico realizado. Para Gaskell (2010), o tópico guia é importante para que a entrevista não fuja do que se pretende pesquisar. Ao mesmo tempo, o autor ressalta a importância de não tornar o tópico guia algo rígido e fixo, sendo importante entender que alguns questionamentos que podem vir a ser importantes vão aparecer no decorrer da entrevista, fugindo muitas vezes, do tópico pré-estabelecido.

Nas pesquisas já realizadas em relação aos alimentos orgânicos, abordadas no referencial teórico desse estudo, percebe-se que a maioria se utiliza da entrevista individual como técnica de coleta de dados, focando na perspectiva individual do sujeito. Pretende-se, com a entrevista em grupo, focar na perspectiva social e levantar dados que não seriam tão evidentes sem o fluxo da interação social proporcionado pela entrevista em grupo.

3.2 TÉCNICA DE ANÁLISE DOS DADOS

Como técnica de análise dos dados coletados, optou-se pela chamada análise de conteúdo, tendo sido utilizada para isso a perspectiva de Franco (2008). É importante destacar que o foco desse tipo de análise está na mensagem que, vinculada a um contexto, expressa um significado e um sentido. A partir da mensagem, cabe à pesquisadora a produção de inferências. Para Franco (2008), produzir inferências implica em uma comparação entre os dados obtidos e os pressupostos teóricos, uma vez que o dado coletado somente ganha sentido e significado quando comparado com diferentes abordagens teóricas. Resumindo, o papel da pesquisadora é ser capaz de coletar os conteúdos das mensagens (dos discursos) e produzir inferências a partir de diferentes teorias explicativas.

Segundo Gomes (2007), dentro dos procedimentos da análise de conteúdo estão: categorização, inferência, descrição e interpretação, não necessariamente nessa ordem. De forma mais detalhada, o primeiro passo foi escolher e organizar o material (pré-análise), de acordo com os objetivos propostos; um primeiro contato com os documentos (*corpus*) a serem analisados. Franco (2008) coloca que a primeira atividade nessa fase é a leitura “flutuante”, utilizada nesta pesquisa, na qual a pesquisadora estabeleceu seu primeiro contato com o conteúdo, momento em que ocorreram as primeiras impressões, representações, emoções, conhecimentos e expectativas. Após esse contato inicial, a pesquisadora pôde então refletir sobre o conteúdo, realizando uma análise mais detalhada e distribuindo em categorias, procurando expor as descobertas encontradas na análise. Em seguida, foi realizada uma descrição das categorias, diferenciando e reagrupando o conteúdo, inferindo e interpretando os resultados e os comparando com as abordagens teóricas. Ressalta-

se que nesse processo a pesquisadora precisa realizar o exercício de ir ao referencial teórico e voltar dele, entretanto, não desconsiderando o conteúdo presente nas entrelinhas (FRANCO, 2008).

Procurando os significados que emergem da fala dos entrevistados, esta pesquisa tem como unidade de análise a de registro com o foco no tema. Tal escolha se deu por permitir acessar aspectos pessoais e simbólicos, além de envolver aspectos ideológicos, afetivos e emocionais que são peças importantes para buscar compreender os estilos de vida da tribo urbana, uma vez que vão além de aspectos racionais (FRANCO, 2008).

Quanto às categorias de análise, elas são de natureza temática, uma vez que foram agrupadas por temas correlatos. O referencial teórico serviu como base para a elaboração do tópico guia; portanto, houve certa circunscrição do que seria abordado nas entrevistas. Entretanto, as categorias foram construídas a partir das falas dos entrevistados (*a posteriori*), partindo-se da premissa de que:

As categorias vão sendo criadas à medida que surgem nas respostas, para depois serem interpretadas à luz das teorias explicativas. Em outras palavras, o conteúdo, que emerge do discurso, é comparado com algum tipo de teoria. Infere-se, pois, das diferentes “falas”, diferentes concepções de mundo, de sociedade, de escola, de indivíduos, etc. (FRANCO, 2008, p. 62)

Portanto, a partir das entrevistas foi realizada uma análise da fala dos entrevistados com o intuito de se construírem inferências, utilizando como base o levantamento teórico, e categorizar por temas que aparecerão na coleta dos dados. Esse processo, que Bauer (2010) chama de codificação, consiste em aliar os dados coletados à seleção teórica que incorpora o objetivo da pesquisa para, a partir disso, começar o processo de comparação e construção das categorias, que são apresentadas e discutidas a partir do próximo tópico.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Nesta parte do capítulo, peço licença ao leitor para contar um pouco sobre meu interesse pessoal no estudo sobre alimentos orgânicos e relatar a experiência da coleta e construção dos dados para esta pesquisa, bem como os critérios de seleção dos sujeitos e os percursos que o estudo foi seguindo. Dessa forma, utilizarei o recurso da narrativa em primeira pessoa para poder descrever como se iniciou o acesso ao campo de pesquisa.

Os alimentos orgânicos sempre foram algo presente em meu cotidiano; meu interesse partiu da busca por algo mais saudável. Entretanto, ao pesquisar mais sobre o assunto, percebi que muitas outras questões permeavam esse tipo de escolha, fato que despertou minha vontade em pesquisar mais sobre os outros contornos que permeiam a opção por esses alimentos. Entretanto, queria pesquisar algo que saísse da questão mercadológica e que abordasse mais o fenômeno social em si. Assim, das conversas com a orientadora e com as leituras realizadas, cheguei ao objetivo desse estudo, que foi refinado a partir da banca de qualificação e posteriores definições junto às professoras que a compuseram.

Como o intuito era buscar compreender estilos de vida dentro de uma tribo de consumidores de orgânicos, para localizar a tribo trabalhei com a ideia de identificação. Partindo do pressuposto de Maffesoli, de que uma tribo surge a partir de um processo de identificação e diferenciação, para o sujeito se enquadrar para a minha entrevista era necessário que não somente ele comesse alimentos orgânicos, mas que também se identificasse com tais escolhas alimentares.

Primeiramente, pensei em buscar esses sujeitos nas feiras orgânicas. Como já sou consumidora, sabia onde se localizavam as feiras. Entretanto, o contato com as pessoas na feira representava uma dificuldade, uma vez que eu precisaria convidar a pessoa para a entrevista em outro local, precisando do celular dela para entrar em contato. Para acessar o campo, acabei dando preferência para contatos obtidos com fornecedores de cestas de orgânicos, para entrega em domicílio. Como ainda não conhecia muito delas, realizei uma pesquisa e mapeei três serviços de *delivery* de cesta de alimentos orgânicos na cidade de Vitória. Entrei em contato com os organizadores e, a partir dele, consegui o contato de alguns de seus consumidores.

Os sujeitos foram então contatados. Nesse momento eu me apresentava, explicava a pesquisa e, posteriormente, marcava a data da entrevista em grupo.

Inicialmente, minha ideia era realizar as conversas na UFES. Entretanto, como muitos dos entrevistados possivelmente não saberiam se localizar na Universidade, fiquei com receio e marquei as entrevistas em minha residência. Minha intenção era deixar o ambiente o mais receptivo possível, por isso realizei as entrevistas em volta de uma mesa e servi alguns lanches, doces, salgados, café, sucos, todos preparados com ingredientes orgânicos. Ao convidar os sujeitos para a entrevista, usava o termo “café orgânico” para trazer a ideia de que seria algo mais tranquilo, evitando a referência ao peso da pesquisa científica, e que pudesse deixá-los à vontade para compartilhar suas experiências e narrativas. Para me organizar na condução das entrevistas, utilizei um plano (Apêndice B), bem como um planejamento para o andar da entrevista (Apêndice C).

Como ainda não sabia como seria a dinâmica da entrevista em grupo, pois queria utilizar uma ideia diferente, de roda de conversa e troca de experiências, decidi realizar uma entrevista teste. Convidei alguns colegas do próprio mestrado com o intuito de realizar um ensaio da dinâmica da entrevista. Explico mais detalhadamente esse procedimento no tópico a seguir.

4.1 A ENTREVISTA TESTE: A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DA TRIBO DOS ORGÂNICOS

Como não me era familiar o processo da entrevista em grupo, optei por realizar uma espécie de “entrevista teste”. Queria ver como funcionaria a dinâmica e também me preparar para conduzir a entrevista em grupo. Pela acessibilidade, selecionei algumas pessoas do próprio programa de mestrado. Convidei cerca de 10 pessoas, prevendo que alguns não poderiam participar (o limite que estabeleci era de 8 pessoas, seguindo as recomendações da literatura). Como previsto, obtive somente 6 confirmações. Todos os entrevistados já haviam tido algum contato com os alimentos orgânicos, por isso, tinham alguma ideia sobre o tema e todos já haviam frequentado alguma feira orgânica. Entretanto, nenhum deles se identificou como um consumidor de alimentos orgânicos.

A seguir apresento a tabela 1, com a idade dos entrevistados³:

Tabela 1 - Idade

| | Idade |
|----------------|-------|
| Entrevistada A | 32 |
| Entrevistada B | 26 |
| Entrevistado C | 24 |
| Entrevistado D | 32 |
| Entrevistada E | 25 |
| Entrevistado F | 26 |

Fonte: Dados da pesquisa.

Como meu objetivo era realizar a entrevista em grupo na forma de um “café orgânico”, com o intuito de tornar o local mais receptivo e agradável, aproveitei o teste para ver a quantidade de comida e se ela seria bem aceita. Detalhei melhor o correr da entrevista em um diário de campo (Apêndice D), no intuito de descrever os procedimentos de forma mais clara ao leitor.

Como o tópico guia foi elaborado para os já consumidores de orgânicos, pedi para os colegas responderem de acordo com o que acreditavam, baseando-se no que pensavam sobre os consumidores de orgânicos. Como pretendia testar a qualidade do gravador, aproveitei e gravei o evento teste. *A priori*, meu objetivo não era realizar qualquer tipo de análise sobre os dados do teste, mas somente me familiarizar com a técnica da entrevista em grupo e me preparar melhor. Entretanto, os dados coletados acabaram despertando em mim grande interesse, principalmente por retratar como aqueles que não fazem parte da tribo urbana enxergam aqueles que o fazem, sendo possível analisar a construção da imagem da tribo urbana por parte daqueles que não se identificam com as escolhas pela alimentação orgânica. Além disso, emergiram determinados aspectos simbólicos que geraram importantes *insights*, posteriormente trazidos para a discussão com os grupos de adeptos. Portanto, no tópico seguinte trago alguns dados coletados na entrevista teste.

³ É importante salientar que estes entrevistados não foram considerados para a contabilização dos sujeitos cujas entrevistas compuseram o *corpus* de dados.

4.1.1 Entre “Bichos-Grilo” e “Bronzeados”: A Entrevista Teste e a Emergência de Significados na Visão de Não Adeptos

Como pedi para que os participantes da entrevista teste contassem suas experiências vividas e seus conhecimentos prévios sobre orgânicos, pude perceber que todos alegavam já haver tentado introduzir em seu cotidiano familiar tais alimentos; a grande maioria por questões de saúde. Muitos tiveram seu primeiro contato por conta de influência de algum familiar ou amigo. Entretanto, nenhum deles se considerava um adepto de orgânicos. Mesmo se dizendo conscientes e informados em relação a alguns benefícios dos alimentos orgânicos, todos afirmaram que a questão comodidade e preço seriam barreiras para que eles se tornassem adeptos, como coloca o Entrevistado C:

Lá em casa, por influência de amigos, assim, a gente começou a comprar durante um tempo, né? Mas depois acho que acabou esquecendo, porque também é caro, um pouco mais caro e acabou não comprando mais.

Todos os sujeitos relataram entender os benefícios de uma alimentação orgânica, muito atrelada à questão da saúde, como reflete a fala do entrevistado D:

[...] você é um todo, você não é só você, você é corpo, espírito, alma, pessoa, isso tudo é você. E a alimentação reflete no que você é. Então há uma preocupação quanto à alimentação nos reflexos da sua saúde pra que você viva bem.

Os participantes da entrevista teste declararam que entendem que o orgânico tem o seu valor, principalmente atrelado a questões que envolvem um estilo de vida mais saudável; entretanto, disseram não se reconhecerem nele ou não se sentirem pertencentes a esse grupo. A fala da Entrevistada E é um exemplo:

É muito gostosa a comida orgânica, mas assim, ela dá mais trabalho, ela custa mais caro, então assim, o meu... a minha escala de valor, de coisas que eu dou valor é diferente. Por exemplo, prefiro fazer uma viagem, economizar dinheiro pra fazer uma viagem, do que gastar dinheiro comprando produto orgânico, eu prefiro apartamento de frente pra praia, enfim... Essa série de coisas faz com que eu não esteja disposta a fazer essa troca.

A fala da entrevistada também demonstra que, em sua visão, para tornar-se um adepto dos orgânicos é necessário abrir mão de determinadas escolhas. Como abordado no referencial teórico, para Giddens (2002) o processo reflexivo impacta no poder de escolha do sujeito, as decisões que ele toma afetam sua autoidentidade e a construção do seu estilo de vida. A entrevistada E ilustra essa questão:

É a minha característica. De acordo com o meu *ranking* de prioridades, a fazer [...] a trocar. Porque eu sei que é *trade off*⁴, eu preciso escolher [...] ou eu acordo cinco horas da manhã e vou na feira e faço batata doce, ou acordo oito horas e como o pão de queijo aqui da cantina.

As falas apresentadas aqui revelam que, para aqueles que não são adeptos da alimentação orgânica, há um entendimento de que tais escolhas alimentares estão aliadas a outras mudanças que, nesse caso, são vistas pelos sujeitos como empecilhos para a adesão. Esse pensamento corrobora a discussão em torno das práticas reflexivas (GIDDENS, 2002) abordadas no levantamento teórico, na medida em que muitas outras considerações e dimensões simbólicas acabam por influenciar as ações do sujeito e, conseqüentemente, suas escolhas. No caso dos sujeitos da entrevista teste, a reflexividade ocorre de forma que as dificuldades inerentes à escolha por alimentos orgânicos acabam por ser determinantes na hora do consumo. A reflexividade está presente nas falas dos sujeitos; entretanto, ela não é acompanhada de uma mudança na prática, diferentemente do que ocorre com os adeptos dos orgânicos, em que a reflexividade altera as práticas tornando-se um fator direto para a construção dos estilos de vida do sujeito, assim como sua autoidentidade, como será abordado oportunamente nesta dissertação.

Tornou-se perceptível no decorrer da entrevista que, para os sujeitos, ser um adepto de orgânicos está atrelado a outros hábitos e práticas que não fazem parte de seu cotidiano. Mesmo com alguns sujeitos tendo afirmado que já consumiram e que frequentam alguns restaurantes orgânicos na cidade, ficou claro que eles não se consideram legítimos adeptos. Essa dimensão que trata da identificação com os adeptos é particularmente interessante, porque mostra como a formação de tribos parte de um processo de identificação e diferenciação. Mesmo com fronteiras fluidas

⁴ *Trade off* é uma expressão em inglês, utilizada quando em alguma situação existe um conflito de escolha. Muitas vezes é traduzida, no português, com a expressão “perde e ganha”.

e características heterogêneas, além de ser necessário que os sujeitos se identifiquem com algo em comum, é preciso que se produzam significados sobre aqueles que se diferenciam do grupo, para que o não reconhecimento do pertencimento à tribo seja construído e percebido. Nesse sentido, foi emblemática, no decorrer da entrevista, a formação de consensos e a construção da imagem das tribos urbanas em torno de duas representações produzidas pelos não adeptos entrevistados em relação aos adeptos de orgânicos: os “bronzeados” e os “bichos-grilo”.

Os “bronzeados” foram significados como os adeptos aos orgânicos que o fazem por conta de uma busca de vida mais saudável, que incluía uma alimentação melhor e a prática de exercícios físicos, além de uma questão de tendência e modismo. A Entrevistada B relata:

[...] o povo correndo na praia às seis horas da manhã, pra mim é [bronzeados]. As pessoas que seguem isso têm uma vida de exercícios físicos de todos os dias, constantes, fazem atividades, não comem algumas coisas (normalmente) [...] que vão pra praia. Tem que ser bronzeados. Eu sempre vejo essas pessoas que fazem exercícios assim [...]

Para o Entrevistado F, a motivação para comprar o orgânico e como acontece o processo de identificação é diferente para esse público:

Por exemplo, esses caras... Esses caras, não, como ela disse, as pessoas que correm de manhã nas praias e que [malham] lá na Praia da Costa, que moram de frente pro mar, comem, por exemplo, orgânico, mas de acordo com uma coisa deles.

O que o entrevistado chama de “uma coisa deles” pode ser interpretado como uma relação das escolhas alimentares com dimensões individuais, cujo ponto central tem por objeto o próprio bem-estar e a preocupação com a saúde. Nesse sentido, as práticas correlatas seriam: praticar exercícios e se alimentar de forma saudável. De acordo com os dados obtidos na entrevista teste, esse tipo de adesão não estaria acompanhado de preocupações mais amplas ou práticas mais abrangentes, o que, na visão dos participantes, não os habilitaria a serem considerados “legítimos adeptos” de orgânicos. Em continuidade, a Entrevistada E ponderou: “A realidade é que talvez essa pessoa que não quer abrir mão das outras coisas, que não faz uma

opção total, [...] talvez seja uma espécie de falso interessado [...]”. No caso da representação dos “bronzeados”, o processo de escolha seria feito por influência de algo como um modismo, e por uma questão somente atrelada à saúde.

Mesmo sendo uma motivação para o consumo e uma forma de estilo de vida, para os entrevistados, a escolha pelo alimento orgânico, para que seja considerada legítima, deveria ir além da questão saúde atrelada a uma busca por um bem-estar. A fala da entrevistada B é emblemática nesse sentido:

São várias práticas, não é só consumir orgânico. É todo o resto também, que você não pensa só em "vou me alimentar melhor", mas também "como que as minhas ações vão impactar menos no mundo?". Assim, em questão de consumo, né? Usar menos o carro, todo mundo devia fazer, mas ninguém faz, porque é mais confortável.

A fala anterior reflete o pensamento dos entrevistados na noção do que seriam os “legítimos” adeptos de orgânicos. Nesse caso, aqueles cujas motivações seriam dadas por questões mais individuais, como busca de qualidade de vida, não seriam considerados tão legítimos quanto aqueles que buscam em sua escolha alimentar pelos orgânicos uma noção mais coletivista, como por questões ambientais e sociais. Nesse sentido, no ponto extremo do contínuo que vai do individualismo ao coletivismo, o imaginário abordado foi o do “bicho-grilo”, considerado o adepto que tem um interesse que vai além da questão da saúde. A Entrevistada E ressalta que, no processo de escolha, o “real” ou “legítimo” adepto seria, em primeiro lugar, aquele que busca sempre os orgânicos:

Então, assim, a [pessoa] que não quer abrir mão dos demais [...] porque é adotar um estilo de vida diferente, talvez, na oportunidade que tiver, quando tiver que escolher entre o orgânico e alguma outra coisa, pode ser que escolha alguma outra coisa. Ele não seja o real consumidor.

A expressão “bicho-grilo” foi utilizada para caracterizar aquela pessoa que faz suas escolhas pensadas de forma mais coletivista e ampla; de modo geral, “bichos-grilo” seriam aqueles que estariam dispostos a alterar seu estilo de vida e suas práticas de forma mais abrangente, para além do pensamento na saúde e no bem estar. Assim, além da motivação individual, o “bicho-grilo” também pensaria no bem estar do coletivo, levando em considerações outras dimensões. Para a entrevistada B, seria

“Gente que bate palma pro pôr-do-sol [...] eles não usam calça jeans”, indo além de concepções que levam em conta a saúde e o bem-estar, para outras dimensões simbólicas como, por exemplo, um contato maior com a natureza e um desapego a bens materiais.

As escolhas e atitudes dos “bichos-grilo” foram caracterizadas como indo além de somente alimentar-se de orgânicos. Tal postura deveria pressupor maior reflexividade no âmbito de outras escolhas, como procurar diminuir o consumo de forma geral, por exemplo. A fala da entrevistada retrata que, em sua visão, haveria um desapego maior em relação ao consumo e bens materiais por parte dos “bichos-grilo”, de forma que seu modo de vestir, de acordo com os significados construídos pelo grupo, seria diferente do usual (como usar calça jeans, por exemplo). O contato com a natureza também seria algo característico, simbolizado no trecho que trata da ação de “aplaudir o pôr-do-sol”, evidenciando o apego a questões ambientais.

O posicionamento político dos pertencentes a tal tribo também seria característico, para a entrevistada A: “A maioria das pessoas que eu conheço que são ‘bicho-grilo’, que são dos orgânicos, são de esquerda, por exemplo”. No caso, podemos relacionar a questão da orientação política de esquerda com uma afinidade maior com causas sociais e coletivistas, por exemplo. A prática da escolha pelo orgânico por parte do “bicho-grilo”, para a entrevistada, estaria, portanto, atrelada a esta visão política específica. Os “bichos-grilo” seriam aqueles que participariam de movimentos sociais e que se preocupariam com questões sociais, econômicas, ambientais e outras. Como ressaltou a entrevistada A: “Eles possuem uma visão diferente do mundo”. Pode-se dizer, então, que os “bichos-grilo” seriam aqueles que acreditam que suas ações impactam de alguma forma na sociedade, tornando suas práticas formas de amenizar impactos negativos e atos políticos simbolizados como práticas de resistência.

Dessa forma, pelas falas dos entrevistados, foi possível mapear os significados construídos por pessoas não adeptas à alimentação orgânica, de forma a representar algumas significações que circulam na sociedade de modo mais amplo. Ainda, ao destacar que os processos de composição de tribos urbanas constituem-se em uma relação dialética entre identificação e alteridade, a visão de pessoas não identificadas com a tribo acabou revelando indícios interessantes que serviram,

posteriormente, como base para problematizações realizadas durante as entrevistas com os adeptos, como se pode observar a partir do item 4.2.

4.2 CATEGORIZAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS OBTIDOS NAS ENTREVISTAS EM GRUPO

Os encontros com os sujeitos da pesquisa foram realizados no período de novembro de 2016 até março de 2017. Por conta da dificuldade encontrada para reunir um número mínimo de pessoas em um mesmo local e hora, as entrevistas aconteceram de forma espaçada. Foram no total 4 encontros, todos com cerca de 1 hora de duração. Do total de 17 entrevistados, 9 eram mulheres e 8 homens. Em relação à idade, a maioria ainda é jovem, entretanto, há uma diferença grande entre as idades, como mostra a tabela a seguir:

Tabela 2 – Idade dos Entrevistados.

| Idade | | | |
|----------------|----|-----------------|----|
| Entrevistada 1 | 23 | Entrevistada 10 | 43 |
| Entrevistado 2 | 29 | Entrevistado 11 | 42 |
| Entrevistada 3 | 34 | Entrevistado 12 | 26 |
| Entrevistado 4 | 43 | Entrevistado 13 | 28 |
| Entrevistada 5 | 33 | Entrevistada 14 | 20 |
| Entrevistado 6 | 37 | Entrevistado 15 | 29 |
| Entrevistada 7 | 20 | Entrevistada 16 | 26 |
| Entrevistada 8 | 38 | Entrevistada 17 | 24 |
| Entrevistado 9 | 40 | | |

Fonte: Dados da pesquisa.

Realizei todas as entrevistas no mesmo local, utilizando a mesma dinâmica de uma espécie de “café da tarde” orgânico, como já explicado anteriormente. Após todos os encontros, realizei um diário de campo com minhas impressões sobre a entrevista

(Apêndice E). No início dos encontros, além do termo de compromisso (Apêndice F), foi solicitado que os entrevistados respondessem um questionário (Apêndice G) com o intuito de levantar alguns dados e caracterizar quem eram os entrevistados.

A maioria dos entrevistados já era casada (todos os casados já possuem filhos). Em relação à escolaridade, percebe-se que a maioria já possui o nível superior; dos que assinalaram ter somente o ensino médio completo, 2 sujeitos alegaram estar terminando o curso superior. A maioria dos entrevistados reside em bairros de Vitória (8 respondentes), seguido por Serra (4 respondentes), Vila Velha (3 respondentes) e Cariacica (2 respondentes). Todas as cidades fazem parte da Grande Vitória, sendo municípios próximos. Em relação à renda, percebe-se que a maioria é pertencente a camadas médias da sociedade.

Tabela 3 - Renda e Escolaridade dos Entrevistados

| Renda Mensal | | Escolaridade completa | |
|---------------------------|---|------------------------------|----|
| Até R\$ 880 | 0 | Ensino fundamental | 0 |
| De R\$ 881 a R\$ 1.760 | 1 | Ensino Médio | 4 |
| De R\$ 1.761 a R\$ 2.640 | 0 | Superior | 10 |
| De R\$ 2.641 a R\$ 4.400 | 7 | Pós-graduação - MBA | 1 |
| De R\$ 4.401 a R\$ 8.800 | 4 | Mestrado | 2 |
| De R\$ 8.801 a R\$ 17.600 | 4 | Doutorado | 0 |
| Acima de R\$ 17.600 | 1 | | |

Fonte: Dados da pesquisa.

Caracterizados os sujeitos de pesquisa, a partir das entrevistas foram estabelecidas 3 categorias de análises, como mostra o quadro a seguir.

Quadro 1 – Relação entre as Categorias e os Objetivos Específicos.

| Nome das categorias | Conceitos abordados | Correspondência com os objetivos específicos da pesquisa |
|--|--|--|
| Delineando a tribo dos orgânicos | A partir das falas dos entrevistados, delinear-se os processos de identificação entendidos pelos pesquisados como correspondentes à formação de uma tribo de adeptos de orgânicos. Desvendaram-se aspectos simbólicos circulantes entre os integrantes da tribo e como os sujeitos se identificam e se diferenciam em relação a tais aspectos. | Caracterizar a tribo urbana estudada em termos dos processos de identificação nela desvendados. |
| Autonarrativas e experiências vividas | A categoria foi construída a partir do foco nos relatos sobre experiências pregressas dos sujeitos e como elas afetaram e ainda afetam as suas escolhas de forma reflexiva. Evidenciou-se o papel da escolha pelo alimento orgânico na construção de uma autonarrativa coerente. | Descrever a forma como experiências anteriores dos sujeitos estudados afetaram e afetam suas escolhas na construção de sua autoidentidade. Desvendar o papel da escolha por alimentos orgânicos nos estilos de vida entrecruzados da tribo pesquisada. |
| Práticas cotidianas e a construção dos estilos de vida | Desvendaram-se hábitos e práticas cotidianas compartilhadas pelos sujeitos, os quais dão forma à tribo urbana e possibilitam a construção dos estilos de vida entrecruzados. Nesse entrecruzamento, mostrou-se o papel da alimentação orgânica dentro dos estilos de vida entrecruzados. | Relacionar as práticas reflexivas presentes nas falas dos sujeitos aos estilos de vida identificados na tribo. Desvendar o papel da escolha por alimentos orgânicos nos estilos de vida entrecruzados da tribo pesquisada. |

Fonte: Elaborado pela pesquisadora com base nos dados da pesquisa.

A primeira categoria de análise visa a delinear a tribo urbana estudada, caracterizada a partir de processos de identificação e diferenciação relatados pelos sujeitos pesquisados. Fez-se uso principalmente dos conceitos de Maffesoli (2006), bem como se utilizaram outros autores que avançaram em relação ao tema das tribos urbanas. Focou-se nos sentimentos e valores compartilhados entre os sujeitos bem como no processo de diferenciação em relação aos que não seriam os

“integrantes” da tribo. Esta categoria tenciona responder ao primeiro objetivo específico proposto nesta pesquisa: caracterizar a tribo urbana estudada em termos dos processos de identificação nela desvendados.

Delineada a tribo urbana, a segunda categoria objetivou utilizar como base os estudos de Giddens (2002), focando nas experiências vividas e como elas afetam a reflexividade das escolhas do sujeito. Abordou-se, também, o processo lógico que os sujeitos constroem para dar coerência a suas autonarrativas, e de que forma elas guardam relações com suas escolhas atuais. Dessa forma, a categoria descreve a forma como experiências anteriores dos sujeitos estudados afetaram e afetam suas escolhas na construção de sua autoidentidade, segundo objetivo específico. Além disso, responde igualmente ao último objetivo específico, que consiste em desvendar o papel da escolha por alimentos orgânicos nos estilos de vida entrecruzados dos sujeitos da tribo urbana, uma vez que mostra o papel da escolha pelos orgânicos para a construção da autonarrativa do sujeito.

A última categoria, denominada práticas cotidianas e a construção dos estilos de vida, visa relacionar as práticas reflexivas presentes nas falas dos sujeitos aos estilos de vida identificados em uma tribo urbana de adeptos aos alimentos orgânicos (terceiro objetivo específico). A partir da fala dos entrevistados foi possível levantar quais seriam outras práticas reflexivas compartilhadas, ainda que de forma heterogênea, pelos sujeitos da tribo, presentes em seu cotidiano e que de alguma forma se relacionam com sua escolha alimentar. Com isso, foi possível analisar um conjunto de práticas que possibilita a construção dos estilos de vida entrecruzados. Além disso, esta categoria também responde ao último objetivo específico, por evidenciar o papel do alimento orgânico dentro da construção dos estilos de vida dos sujeitos.

4.3 DELINEANDO A TRIBO DOS “BICHOS-GRILO” NA VISÃO DOS ADEPTOS

Maffesoli (2006) salienta que, em uma tribo urbana, os sujeitos compartilham uma mesma rede de identificação, bem como comportamentos, hábitos, preferências e significados. A tribo urbana dos orgânicos configura-se partindo da identificação com os alimentos orgânicos; entretanto, outras práticas e processos de identificação

perpassam essa tribo. No caso dos sujeitos entrevistados, percebeu-se certa coesão na maioria das práticas cotidianas por eles relatadas. A forma como eles se identificam com a escolha alimentar pelos orgânicos também mostrou certo grau de consenso, assim como a construção do que acreditam ser sua imagem para os não adeptos, como será abordado neste tópico.

Na entrevista teste realizada com os sujeitos que não se diziam adeptos da alimentação orgânica, desvendaram-se duas representações centrais por eles construídas: os “bronzeados” e os “bichos-grilo”. Como já ressaltado anteriormente, os dados produzidos na entrevista teste possibilitaram perceber o processo de diferenciação e da construção da imagem, por parte dos respondentes, em relação ao que considerariam ser os “integrantes” da tribo urbana dos orgânicos. Para os não adeptos, os “bichos-grilo” foram considerados os legítimos adeptos dos orgânicos, de forma que a escolha alimentar emergiu com significados mais voltados ao coletivismo. Em contrapartida, os chamados “bronzeados” apareceram como os adeptos menos legítimos, cujas escolhas alimentares perpassam razões mais direcionadas aos aspectos individuais.

Nas entrevistas com os sujeitos da tribo, ou seja, com os adeptos aos orgânicos, a representação do “bicho-grilo” também emergiu. Nesse sentido é emblemática a fala do entrevistado 11: “Cara, no nosso caso a gente é um caso a parte, assim, porque a gente é bicho-grilo de raiz.”. A fala do entrevistado reflete que, para ele, toda a sua autonarrativa, desde sua infância, foi construída de uma maneira que condiz com o que ele acredita ser o “verdadeiro bicho-grilo”. Ao utilizar o termo “de raiz” mostra também como para ele isso é algo profundo, radical, que vai além de uma escolha meramente superficial. Em uma pesquisa rápida pela internet, vários significados podem ser encontrados para o termo “bicho-grilo”; em geral, a maioria define como um sujeito com o estilo de vida diferenciado, menos apegado a bens materiais, e que se assemelha ao *hippie*.

Além disso, os entrevistados relataram acreditar serem vistos de forma análoga ao “bicho-grilo”, em significações como a do “natureba”, do “eco-chato” e do “fresco”. No caso, os sujeitos sentem-se diferentes quando comparados a outros que não possuem as mesmas redes de identificações no campo alimentar. A entrevistada 1 acredita que muitos a consideram *hippie*, assim como o entrevistado 6 coloca “O

eco-chato, né, o *hippie*, a imagem, o estereótipo dele, infelizmente ainda tá associado”. Para eles, a imagem de uma pessoa mais apegada a questões ecológicas (eco-chato seria uma referência àqueles com uma maior preocupação voltada a questões ambientais), ao movimento *hippie*, estão relacionadas, assim como a pessoa “natureba”, para a entrevistada 8, que simbolicamente estaria muito atrelada a uma imagem de ser saudável e de possuir um contato maior com a natureza. Outras significações emergiram, como a de uma pessoa “fresca” por conta de suas restrições alimentares relacionadas à origem dos produtos, como o relatado pelo entrevistado 13: “Chamam a gente de fresco, né? Olham com o olhar de ‘que frescura’, né? [...] sempre olhares críticos, né? Tipo: de fresco”.

As falas acima representam como os adeptos acreditam ser vistos por aqueles que não se identificam com a alimentação orgânica; de fato, é nítido como eles se sentem diferentes dos demais por conta dessa prática:

E é muito difícil ser diferente, né? A gente encontra muita dificuldade.
(ENTREVISTADA 5)

As pessoas te criticam. Te criticam e falam assim, "o quê? Você é boba, fica comprando isso". Gente, eles criticam, assim, firmemente, "você é boba demais, você acha que você come isso aqui? Nossa, nada a ver".
(ENTREVISTADA 3)

Ah, rola umas piadinhas. Eles acham que é coisa assim, de gente fresca né? [...] Então quer dizer, rola ainda umas certas rejeições assim, mas às vezes a gente mesmo, as pessoas mesmo falam com a gente assim, de chacota mesmo, de rir, que é frescura. (ENTREVISTADA 8)

As falas citadas anteriormente revelam a percepção sobre os significados, evidenciada na entrevista teste realizada com não adeptos. Enquanto alguns adeptos assumem a representação do “bicho-grilo”, dela se orgulham e com ela se identificam, outros percebem negativamente representações como as do “fresco” ou “eco-chato”. Esse contraponto entre falas de adeptos e não adeptos permite maior clareza na identificação de imagens correspondentes a cada grupo, em termos de suas escolhas alimentares. Por exemplo, percebe-se que os adeptos aos orgânicos acreditam que suas práticas despertam certa desconfiança naqueles que não possuem as mesmas identificações, o que pode conferir um sentido ainda maior de tribo aos grupos de pessoas adeptas a esse tipo de alimentação. Isso confirma os

pressupostos defendidos por Von Essen e Englander (2013), que afirmam que a escolha alimentar, além de influenciar em outros aspectos dos estilos de vida, possui forte relação com a imagem e identificação dos sujeitos. Assim, em linhas gerais, essa diferenciação entre adeptos e não adeptos é o que possibilita a emergência de uma tribo urbana, que nas entrevistas em grupo foram quase que unanimemente identificadas com a imagem do “bicho-grilo”.

Além dessa diferenciação, ainda no esforço para delinear a tribo, foi possível perceber que os entrevistados também buscaram se distinguir de outros sujeitos que são igualmente adeptos aos orgânicos, como a fala da entrevistada 1 ilustra:

Mas as pessoas que eu tô vendo que vão atrás do orgânico, eu vejo assim umas duas vertentes diferentes, tipo, o pessoal que é a saúde, não vou botar isso no meu corpo, blá, blá, blá, e o pessoal que vem a parte social. Não que um anule o outro, mas você vê bem essa distinção, igual falou que tem a parte da moda.

Ou seja, no argumento materializado no excerto anterior, que representa a tônica geral das entrevistas em grupo realizadas, nem todo adepto da alimentação orgânica seria um “bicho-grilo”. A referida fala mostra que, mesmo com a escolha por alimentos orgânicos, é possível observar diferenças nos motivos que influenciariam a busca por tais produtos. A entrevistada deixa claro que existiriam dois processos diferentes de identificação que levariam as pessoas a serem adeptas da alimentação orgânica: a primeira ela denomina como “a saúde”, que possivelmente corresponderia à “parte da moda” e a segunda, que ela chama de “a parte do social”. A primeira categoria corresponderia a uma busca por alimentos orgânicos atrelados ao bem-estar e uma vida mais saudável, enquanto a segunda levaria em conta outros significados inerentes aos orgânicos, em geral relacionados a preocupações com o meio ambiente e valorização do pequeno produtor rural, como será problematizado oportunamente. Como pontuam Cova e Cova (2001), os processos de identificação estão em contínua alteridade em uma tribo urbana. No caso desta pesquisa, percebe-se que essa constante dinâmica possibilita a formação de dois processos de identificação diferentes, tornando possível o delineamento de duas tribos urbanas (com práticas cotidianas diferentes) em torno da escolha pela alimentação orgânica.

A tribo urbana, como Maffesoli (2006) retrata, é construída em torno de semelhantes práticas, hábitos, motivações e significados; logo, ainda que o alimento orgânico possa ter valor de ligação (COVA, 1997) entre diferentes adeptos, percebe-se que os entrevistados estabelecem uma diferenciação em relação a outros adeptos dos orgânicos, distinguindo-se, especialmente, pela forma como acontece a reflexividade envolvida na escolha por esse tipo de alimento (ou seja, embora práticas e hábitos possam ser equivalentes, motivações e significados são divergentes entre os grupos de adeptos). Para uns, a reflexividade ocorre de forma que leva o sujeito a escolher os orgânicos baseado em questões sociais, bem como, para outros, essa reflexividade pode ser influenciada por razões atreladas à saúde.

Dessas duas prováveis tribos urbanas dos orgânicos, é possível traçar um paralelo com o estudo de Guillon e Willequet (2003 apud GUIVANT, 2003). Os entrevistados desta pesquisa estariam mais ligados ao estilo de vida *ecológico-trip* (os “bichos-grilo”), por haver uma preocupação maior com o bem coletivo e o futuro do meio ambiente. Diferenciam-se, portanto, daqueles que teriam um estilo de vida ligado ao *ego-trip* (os bronzeados), com preocupações individuais de saúde e bem-estar. Nos estudos de Guivant (2003), esse estilo de vida ligado a questões individuais, denominado *ego-trip* (possivelmente os “bronzeados”, como a representação que apareceu na entrevista teste) estaria relacionado a um consumo mais ocasional, muitas vezes influenciado por profissionais da área da saúde, amigos ou mesmo pela mídia. Para os sujeitos de pesquisa desta dissertação, o processo de identificação mais direcionado à saúde e ao bem-estar também foi atrelada a uma moda, ou tendência; entretanto, a maioria acredita que seria necessário “muito mais” para que a pessoa seja de fato considerada adepta dos alimentos orgânicos com legitimidade. Esse “muito mais” estaria atrelado à adoção de outras práticas cotidianas que, na visão dos entrevistados, estariam em maior coerência com a alimentação orgânica. Para o entrevistado 11, por exemplo, fazer uso indiscriminado de medicamentos sintetizados artificialmente não seria uma prática coerente em relação a tal tipo de alimentação, contradição explicada pelo sujeito como decorrente de uma escolha alimentar dada muito mais por modismos do que por convicções:

Tem essa contradição, ainda não tomou conta, mas você vê que tá entrando, né, por quê? Porque tem uma coisa da preocupação com a saúde, essa coisa, não vou engordar, vou ficar fortão [...] Então, mas eu

acho que isso é uma coisa que tá batendo, assim, sabe, porque acaba que a gente tá vivendo. Essa coisa do culto ao corpo, que se viu muito forte, quem diria, cara, hoje tá na moda comer batata doce e frango, né? É um negócio tipo assim, o cara vai pra academia e malha [...] fica com dor e toma um dorflex.

Em relação à fala anterior, percebe-se que, para o entrevistado, alimentar-se de produtos mais saudáveis e orgânicos e, em contrapartida, tomar remédios para dor decorrente de exercícios físicos seria, portanto, uma contradição. Fica evidente nessa fala o processo de diferenciação construído pelo entrevistado que, mesmo identificando o orgânico como ponto em comum, justifica as diferenças a partir das práticas cotidianas que moldam os estilos de vida dos diferentes grupos de adeptos.

Ainda em relação à busca pelos orgânicos atrelada a questões de moda e tendência, a entrevistada 8 pondera:

É, ele [sujeito adepto à alimentação orgânica, mas não identificado com a tribo dos “bichos-grilo”] vê muito daquilo que está na moda, compra uma coisinha e outra e é aquilo; está comprando porque está na moda, mas não entende as qualidades, os benefícios. Mas eu acho que toda moda é boa, porque pode vir para as pessoas conhecerem mais. Igual o veganismo se tornar moda agora, mas a gente acaba conhecendo e acaba entendendo. É bom por isso, mas não dá pra ser só superficial, né?

Na fala anterior, percebe-se que somente optar pelo alimento orgânico não equivale, na visão dos entrevistados, a ser um adepto “legítimo” dessa escolha alimentar. A entrevistada ressalta que o consumo “não pode ser superficial”, sendo necessário o que ela chama de “entender os benefícios” e “conhecer mais” sobre o assunto. De forma geral, os entrevistados buscaram se diferenciar de outros adeptos dizendo que a sua escolha pelos orgânicos não acontecia de forma superficial, sempre enfatizando que para eles é algo profundo, simbolizado pelo qualificador “de raiz” (como colocado anteriormente por um dos entrevistados), não sendo por conta de tendência ou moda, algo que desqualificaria ou deslegitimaria tais escolhas alimentares, a menos que a tendência ou moda fossem portas de entrada para um maior conhecimento sobre os benefícios em jogo.

Para a entrevistada 1, ser influenciado por uma moda é aceito desde que seja visto apenas como um primeiro contato com os alimentos orgânicos. Em suas palavras: “[...] nada impede que uma pessoa que comece com essa visão que vê na TV, não sei o que lá, comece a abrir [...] E talvez isso começou não pela ideia mais linda,

mais social, mas começou por um motivo.” (ENTREVISTADA 1). Nessa fala, destaca-se que, para os sujeitos, independentemente de como se inicia esse tipo de escolha alimentar, ainda assim seria considerado válido; entretanto, para ela é necessário haver outras mudanças que vão além das práticas cotidianas, transitando para uma mudança na forma de pensar. Nesse caso, a entrevistada utiliza a expressão “mais linda” simbolizando que, para ela, essa beleza na ideia corresponderia a uma preocupação social, de forma que existiria uma identificação “mais legítima” do que outra (no caso, a iniciada por outro motivo). Pode-se dizer que, para ela, o ideal seria a pessoa se tornar adepta dos orgânicos levando em consideração questões que vão além da saúde e extrapolam para o social e o ambiental. Tais significados reforçam os argumentos de Castañeda (2012), para quem a discussão em torno dos orgânicos vai além de questões individuais, abrindo possibilidades para movimentos coletivos, sendo uma forma de ambientalização e politização. Nesse movimento de politização das práticas, assim como a entrevistada 8 ressalta que é necessário haver um processo de desconstrução de pensamento, o entrevistado 11 também coloca:

Eu acho que são, é exatamente isso assim, tipo assim, pra mim, o meu caminho foi um caminho de mudança do paradigma, então o que é, agora para muita gente o orgânico é uma questão do cuidado da saúde, pro corpo. Não quero saber se é orgânico produzido pelo pomerano aqui ou se é produzido pelo Olacir de Moraes⁵. Entendeu? (ENTREVISTADO 11)

A fala anterior do entrevistado 11 chama a atenção para os pomeranos (o uso desta expressão explicita referência a pequenos produtores, descendentes de imigrantes de origem alemã, que possuem uma produção familiar nas regiões serranas do Espírito Santo), referência que denota de forma subjacente que uma preocupação social levaria o sujeito a diferenciar a compra de pequenas produções familiares em relação ao agronegócio. Nesse mesmo direcionamento, o entrevistado 4, de forma enfática, coloca que “não é apenas por consumir o orgânico, né [...]. Isso é uma certa justiça social, digamos assim”. Entende-se que, para ele, não se trata simplesmente de uma escolha alimentar, de um ato de compra, mas sim de significados atrelados a essa escolha que, em sua visão, é o que dá sentido à opção

⁵ Empresário brasileiro, conhecido no ramo do agronegócio.

pelo orgânico. Esse entendimento está em consonância com Pacheco (2008), que ressalta que a escolha por um alimento torna-se parte de um agir simbólico, que afeta suas práticas e hábitos cotidianos. Nota-se que, quando o entrevistado traz a expressão “justiça social em sua fala”, pode-se interpretar que está afirmando que sua prática pode servir como um agente de mudança, em direção a um sentido mais coletivista, representando não somente sua preferência pessoal, mas também seu modo de pensar, seus ideais.

Os aspectos coletivistas manifestos nas falas dos entrevistados corroboram a pesquisa de Alsaffar (2015), na qual a escolha por alimentos orgânicos vai além de questões de preferências ou relacionadas à nutrição, levando em consideração questões políticas e sociais, de forma que muitas escolhas de fato influenciam a sociedade de forma geral. As falas da entrevistada 10 e do entrevistado 11 também são exemplos de que a escolha por orgânicos vai, para muitos, além de uma simples compra:

Se você pensa que você tá consumindo orgânico porque aquilo vai te trazer... que você entende como é que aquilo te traz mais saúde, você entende a razão do alimento ser um alimento mais nutritivo pra você, mas além disso também, você entende que a produção daquele alimento é mais saudável pro planeta mesmo, aí você começa a extrapolar a forma de pensar. Então assim, se eu acredito que eu comprar produtos orgânicos ajuda o planeta, eu também estendo isso à forma como eu me transporto, o cicloativismo, então acho que tudo tem a ver. (ENTREVISTADA 10)

Para Barbosa (2012), a escolha alimentar em um contexto contemporâneo ultrapassa questões relativas a gosto ou preferência. Como coloca Giddens (2002) a globalização proporcionou ao sujeito um acesso maior à informação, portanto, como Barbosa (2009) destaca, neste contexto o sujeito está mais consciente dos significados e da dimensão simbólica existente ao escolher um alimento. Logo, observa-se que a escolha pelos orgânicos transcende o simples ato de comprar algo; para os sujeitos a escolha pelos orgânicos acaba se tornando um articulador entre as dimensões sociais e a construção da narrativa do sujeito (CANESQUI, 2005).

Seguindo essa linha de pensamento, Azevedo (2014) ressalta que ainda é necessário ampliar a discussão em relação aos orgânicos envolverem somente questões relativas à saúde, mas também discutir as dimensões que vão além de

quesitos individuais e que muitas vezes pode se tornar um movimento social em prol do coletivo. Na presente pesquisa, a escolha pelos alimentos orgânicos, para os entrevistados, significa uma forma de tentar mudar aspectos da sociedade que, em sua visão, seriam injustos. Nessa mesma linha de pensamento, os entrevistados destacaram que a escolha por comprar orgânicos com pequenos produtores parte também de uma preocupação ou desconfiança com as grandes redes varejistas:

Porque é muito, é um negócio, vamos pensar numa grande propriedade orgânica. É o cúmulo da hipocrisia o cara defender o planeta melhor pela produção dele e o empregado dele viver como outro empregado qualquer vive lá na zona rural. Então assim, é muito comum na produção orgânica você ter outras coisas atreladas como uma remuneração mais justa, como, sabe, condições de trabalho melhor, sabe? (ENTREVISTADO 11)

Você está apoiando, não é um que você está ali ajudando uma grande indústria de supermercado, as pessoas não têm; no supermercado ninguém está interessado no bem-estar das pessoas, é só em dinheiro, só em vender algo que nem alimento é direito. E quando você vê da pessoa, conversa com o produtor que colheu com as próprias mãos, que viu, que está vendo o alimento ali mesmo. Uma coisa mais próxima. (ENTREVISTADA 7)

Esse pensamento também se relaciona com uma vontade de mudança nos paradigmas e em alguns aspectos caracterizados pelos sujeitos como culturais. Por exemplo, a ida às feiras, para eles, é uma forma de catalisar a mudança social, por conta da crença de que o supermercado estaria aliado a uma cultura de grande varejo, o que para eles é visto de forma negativa, simbolizando o poder do grande capital em detrimento do pequeno produtor.

Em linhas gerais, o processo reflexivo que ocorre na escolha do produto orgânico leva em consideração motivos e razões do modo de pensar dos sujeitos, do que eles acreditam estar certo. A questão social, logo, torna-se um ponto de identificação que auxilia ao delinear a tribo dos “bichos-grilo”, uma vez que a importância dada a ela contribui para o processo de diferenciação dos outros sujeitos, ainda que adeptos da alimentação orgânica.

Assim como estudado por Castañeda (2012), desvenda-se uma ação política, ainda que no nível micro, na escolha pelos alimentos orgânicos, que transcende questões individuais e servem como pontes para engajamentos coletivos. No caso desta pesquisa, destaca-se essa motivação como um dos principais processos de identificação que faz com que os sujeitos se diferenciem ou se reconheçam dentro

da tribo, simbolizados pela representação do “bicho-grilo de raiz”, expressão que inclusive serve de título a esta dissertação. Jorgensen (2006) e Castañeda (2012) apresentam a escolha dos alimentos orgânicos como um movimento social, segundo o qual as práticas que decorrem dessa escolha tornam possíveis mudanças na sociedade, argumento que claramente caracterizou grande parte das falas dos entrevistados nesta pesquisa. Assim, em relação a tais questões sociais, a próxima categoria articula esse sentimento mais coletivista com as experiências vividas e os esforços por construir autonarrativas coerentes por parte dos sujeitos pesquisados.

4.4 AUTONARRATIVAS E EXPERIÊNCIAS VIVIDAS: A FAMÍLIA E A ROÇA

Delineada a tribo urbana dos “bichos-grilo”, essa categoria pretende apresentar como as experiências vividas servem de base para as escolhas futuras, impactando fortemente no processo reflexivo do sujeito. As narrativas acabam sendo construídas partindo de algumas conexões que os próprios sujeitos relacionam de forma que acreditam ser coerente, servindo como um processo lógico para algumas das escolhas por eles tomadas (GIDDENS, 2002). Nesse processo, os sujeitos entrevistados evidenciaram aspectos, como a relação com a “roça” e o relacionamento familiar em suas construções narrativas.

Essas experiências se relacionam com a forma como os sujeitos se identificam com a alimentação orgânica, principalmente de forma atrelada a questões sociais e ao apoio ao pequeno produtor. A importância dessa categoria é evidenciar como experiências anteriores influenciam tanto as escolhas do sujeito, como a construção de sua autonarrativa de forma reflexiva, algo fundamental dentro do delineamento teórico que permite compreender os estilos de vida entrecruzados na tribo estudada. A maioria dos entrevistados relatou como foram criados, desde a infância, com certo contato com os alimentos orgânicos e com o que eles chamam de “roça”, e acreditam que essa vivência tenha influenciado suas escolhas alimentares atuais, bem como outras práticas cotidianas (somente dois alegaram não terem tido esse tipo de contato). Além disso, consideram influenciar também a forma como procuram educar os próprios filhos dentro de uma criação com a presença dos produtos orgânicos.

Nas narrativas captadas, o fato de os sujeitos terem tido contato com essas questões alimentares por meio de seus pais e familiares teria influenciado e ainda influenciaria em suas escolhas. A entrevistada 3 ressalta que em sua casa sempre havia uma horta, onde se deu seu primeiro contato com os alimentos orgânicos:

[...] o primeiro contato com árvore da ecologia, né... com orgânico [...] a minha mãe sempre teve produção de alguma coisa em casa. Ela sempre teve uma hortinha, ela sempre teve uma criação de galinha, então era muito vivo isso na minha família, desde que eu era pequena, então eu sempre tive contato com animais.

Na fala da entrevistada, destaca-se a utilização da expressão “árvore da ecologia” ao se referir, de uma forma até poética, a seu contato com os alimentos orgânicos. Percebe-se que, para a entrevistada, o orgânico simbolizaria sua relação com questões atreladas à natureza e à ecologia, desde sua infância. Nessa fala fica evidente também que a comida ultrapassa questões vinculadas somente à nutrição, gosto ou preferência, representando fonte de sentido e significado (MACIEL; CASTRO, 2013).

O entrevistado 13 também ressaltou o fato de sempre ter tido uma horta em sua casa, além da preocupação de seus pais em manter uma alimentação orgânica:

[...] através dos meus pais. Meus pais sempre procuraram manter alguma horta que trouxesse alguma coisa orgânica pra casa, couve, cebolinha, salsa.

Dentre os entrevistados, a maioria relatou que esse contato com a alimentação orgânica existiu desde criança, de forma que somente dois dos entrevistados alegaram não ter tido esse contato ainda na infância. Alguns respondentes relataram que tiveram o primeiro contato com o alimento orgânico antes mesmo de saber o que era e o que significava, por terem tido esse contato ainda muito jovens. A entrevistada 1 coloca que só depois de algum tempo descobriu o que os orgânicos eram:

Então, a minha história também é parecida com a de todo mundo, criança, meu pai com a roça dele sempre trazia as coisas de lá, então eu cresci com as coisas da roça mesmo sem saber o que era orgânico, o que não era orgânico, só dele trazendo e tal [...] aí a gente mudou pra cá e nessa história mesmo foi uma transição, essa história de querer começar a comer

mais saudável, aí corta uma coisa, corta outra, aí você vai pesquisando e você vai acabar chegando no mesmo[...] nessa parte do consumo orgânico.

A fala anterior também mostra a relação dos sujeitos pesquisados com a zona rural; o nome comumente usado nos encontros para tal ambiente foi o de “roça”. Na concepção dos entrevistados, a escolha alimentar pelos orgânicos envolve essa relação em ter um contato maior com a “roça”:

É família de roça também, né, lá de Mantena, Minas Gerais, aí já tem todo aquele contato ali com agricultura, só que quando a gente chega nessa cidade, aí você encontra com essa cultura daqui, né, de supermercado, e vai mudando um pouco as coisas (ENTREVISTADO 4).

Muitos evocaram o ato de comer comida de “roça” em zona urbana, diferenciando claramente de algumas práticas típicas de centros urbanos, como ir ao supermercado. O entrevistado 2 ressalta que só havia comido alimentos orgânicos em zonas rurais e que a prática de comprar esses produtos em centros urbanos seria mais recente: “porque eu já comi comida orgânica, comida orgânica de natural, que é você ir na roça, ter família do interior e tal... mas essa atividade urbana de comer comida orgânica, faz dois anos”. Essa fala ilustra a ideia de que, para os sujeitos, a comida orgânica ainda tem uma relação muito grande com as zonas rurais, da “roça”. O supermercado, como evidenciado na categoria anterior, acaba sendo visto como um intermediário que, muitas vezes, não representa o meio preferencial para os sujeitos adquirirem os orgânicos. Por terem tido esse contato com hortas e a produção orgânica, a maioria prefere adquirir os produtos em feiras orgânicas, diretamente com o produtor.

O entrevistado 12 também ressalta que esse contato desde pequeno influenciou muito suas escolhas atuais:

Mas minha mãe, as poucas coisas que ela produzia, eles entendiam essa questão do: “cara”, agrotóxico, essas coisas não são legais. Eles ainda não tinham *know how* como produzir, talvez naquela época o mercado não absorvia. Então é mais ou menos a história do que você falou, do tipo, minha família sempre querendo uma alimentação melhor, essas coisas, e a gente vai buscando. Querendo ou não a gente vai buscar o quê que é alimentação melhor. Eu acho que esse é o primeiro passo, querer algo melhor, e aí isso eu acho que vem muito de família mesmo. Pelo menos da minha, veio.

Tomando-se como base essas experiências vividas desde a infância dos sujeitos entrevistados, materializadas no contato com a produção orgânica e simbolizadas pelo termo “roça”, um ponto forte no processo reflexivo da escolha por orgânicos foi o da questão social, levando em consideração o pequeno produtor. A maioria dos entrevistados alegou preferência por adquirir os alimentos orgânicos em feiras, comprando diretamente do produtor, ao invés de ir a supermercados ou outros intermediários. Por conta da dificuldade e da disciplina necessária, uma vez que as feiras acontecem em um determinado local uma vez por semana, sendo necessário organizar a agenda para que seja possível ir no horário e no dia da feira, vários ressaltaram que já pensaram em parar de adquirir os alimentos orgânicos em feiras. Entretanto, a maioria ainda persiste em comprar com os pequenos produtores por acreditar que estarão fazendo a diferença ao ajudar a agricultura familiar:

Eu acho que a principal que é o que faz a gente até hoje não ter abandonado, é exatamente, sabe por quê? Como ele tava dizendo é a questão do apoio à pequena família, às pequenas famílias, ao pequeno produtor, porque é o que a gente tem falado [...] então é essa questão, de repente, né, afetiva, de a gente saber que a gente tá ajudando uma família e não morrer o alimento saudável de verdade, né? [...] Porque a gente tá comendo bem, a gente tá, e eu tenho que estar ajudando aquelas pessoas que não deixam a cultura morrer, [...] que se esforçam pra que a semente crioula, né, que a gente tava falando já, que é aquela semente que é natural, né? (ENTREVISTADA 3)

A questão do cuidado, não só pelo fato de ser orgânico, mas o cuidado que se dá ao agricultor quando ele entende o produto dele, a paixão que ele tem por aquele produto e ele quer levar isso, eu achei isso muito bacana na época (ENTREVISTADO 12).

É, por outro lado a gente tem que pensar que essa galera que produz, o produtor rural, não tem outra atividade que os dê renda. E é, pelos entendidos, eu vi isso na faculdade também, a gente tinha vários gráficos de análise, das dificuldades econômicas, [a pequena produção rural] é a de maior risco. Não tem investimento nenhum em qualquer linha de crédito, financeira... (ENTREVISTADO 6)

Essa questão social apresenta-se como um fator interessante, principalmente ao analisar as experiências que os sujeitos alegaram ter tido desde crianças com a produção orgânica. Percebe-se, pelas falas anteriores, uma preocupação com a agricultura familiar e, como cita a entrevistada 3, uma relação quase afetiva com esse modo de produção. De forma geral, essa busca por comprar diretamente com o pequeno produtor muitas vezes está atrelada às experiências que os sujeitos tiveram

com seus pais e familiares tendo hortas e plantações orgânicas. Essa dinâmica acaba influenciando tal busca por também procurar comprar os alimentos orgânicos de produções familiares. Essa relação pode ter sido construída pelos sujeitos por conta do contato com a agricultura desde cedo, mesmo pela construção de elementos afetivos relacionados a esse contato:

[...] meu pai era agricultor e ele não era um agricultor orgânico, mas ele tinha uma preocupação muito grande com o equilíbrio, com a qualidade da produção, sabe, ele tinha isso no jeito dele e a minha família toda, não só o meu núcleo familiar [...] todo mundo se preocupava muito com a qualidade da alimentação [...] mas o pessoal tinha essa preocupação dos alimentos mais naturais, mais puros, e tal, então assim, é uma coisa que eu tenho desde pequena em casa, assim, essa preocupação (ENTREVISTADA 10).

Nota-se que, para os sujeitos entrevistados, o fato de terem sido criados mais próximos a produtos naturais, a hortas e com um contato maior com a “roça”, foram experiências que influenciaram (e influenciam) de forma reflexiva as escolhas por eles tomadas, incluindo a pela alimentação orgânica. Esse raciocínio vai ao encontro do pensamento de Giddens (2002), na qual as experiências vividas pelos sujeitos tornam-se um pano de fundo influenciando, de forma reflexiva, as escolhas futuras dos sujeitos.

Além disso, essa busca por adquirir produtos advindos de pequenas produções materializa, nas falas dos entrevistados, uma preocupação com o coletivo, o que, em sua concepção, tornaria aquela escolha não somente um ato de compra, mas uma ação que, de alguma forma, exerceria um impacto positivo na sociedade. Tais símbolos estariam relacionados à ideia de que a escolha pelo alimento orgânico possa representar uma mudança social. Esse pensamento acaba sendo um ponto de identificação na formação da tribo urbana dos “bichos-grilo”, como apresentado na categoria anterior. A pesquisa de Dobernig e Stag (2015) também aborda em seus resultados essa valorização do pequeno produtor. Contudo, como os autores não exploraram questões como as autonarrativas e experiências vividas dos sujeitos, esta pesquisa avança ao evidenciar o contato prévio dos sujeitos com a “roça” como um aspecto influenciador dessa valorização, uma vez que os sujeitos evidenciaram em suas falas que isso faz parte de suas construções identitárias.

Atrelada a esses relatos sobre as vivências de infância, construídas na relação com a família, e como muitos dos entrevistados já eram pais, percebeu-se uma relação

entre essas experiências e a forma como os entrevistados relataram criar seus filhos. A entrevistada 5 ressaltou que, após o nascimento de seu filho, seu cuidado redobrou nas compras de forma geral. Essa mesma constatação esteve presente nas falas de outros entrevistados. O entrevistado 6, por exemplo, conta que, após a chegada de seu filho, deu-se um momento de ruptura em sua vida, caracterizado por um aumento de sua preocupação com suas práticas e hábitos:

[...] motivo do grande divisor de águas na nossa vida é, foi o nosso pequeno. Então por ele, tudo. Pra ele, tudo. [...] é fácil pensar isso, né, ele é pequeno, o organismo dele reage a um estilo negativo de uma forma totalmente diferente do nosso organismo, já tá formado, tem toda a sua defesa formada, ele não tem. Então a gente pensa muito isso. Então, tudo é pra ele e a gente vai na carona, que é pra dar o exemplo.

Para o entrevistado 11, a chegada da paternidade trouxe um incentivo maior: “Então eu acho que o que a gente fez, tomou a decisão de fazer há muitos anos atrás, acho que tem muito a ver com os filhos, de falar assim: o que eu quero pro meu filho”. No caso, os entrevistados ressaltaram que seus filhos e filhas acabam também tomando aquilo como referência. A entrevistada 3 coloca que seu filho já adota práticas diferentes do que considera ser esperado para uma criança, dizendo que imagina que as outras pessoas provavelmente acham seu filho “diferente”:

Meu [filho] grande, vou na feira, ele chega assim pros comerciantes, ele, "ei, posso comer uma folhinha do seu repolho?". Aí eu tô comprando aqui e ele tá lá no outro cara, né, ele chega de lá, "ô, mãe, posso comer um brócolis?". Gente, esse menino é um extraterrestre.

Nas pesquisas de Bernardino (2015) e Araújo (2010), essa relação entre os alimentos orgânicos e o ambiente familiar também ficou evidente. Mais uma vez, esta pesquisa contribui ao explicitar de forma mais específica de que forma a escolha alimentar pelos orgânicos pode alterar a dinâmica familiar, de forma que os entrevistados procuram criar seus filhos com uma vivência semelhante àquela que tiveram.

Como abordado no referencial teórico, para Giddens (2012) a modernidade tardia trouxe, juntamente com a globalização, o desapego às tradições. Com a pluralidade de escolhas advindas da globalização, os sujeitos passaram a ter mais autonomia e se tornaram mais responsáveis pela construção de suas autonarrativas; as

experiências vividas acabam se tornando um suporte, não sendo uma relação de causa e efeito (OLIVEIRA; ZANGELMI, 2012). Os resultados desta materializam as concepções do autor, uma vez que mostram que os entrevistados relacionam experiências vividas enquanto crianças com suas escolhas alimentares. Entretanto, ao mesmo tempo, não se pode afirmar que essa reflexividade seja homogênea ou coesa para todos os sujeitos, ainda que as falas tenham sido muito próximas nos grupos entrevistados.

Na próxima categoria, explora-se como essa reflexividade afeta outras práticas que os sujeitos acreditam compor de forma coerente sua autoidentidade e se relacionam com suas escolhas alimentares e a construção dos estilos de vida.

4.5 RECICLAGEM, ANTICONSUMISMO, CICLISMO E MEDICINAS ALTERNATIVAS: AS PRÁTICAS COTIDIANAS NA CONSTRUÇÃO DOS ESTILOS DE VIDA

Quando Giddens (2002) aborda em seus estudos a questão da identidade do eu, ele ressalta o fato de que se pressupõe uma consciência relativa, ou seja, a autoidentidade torna-se algo construído e reconstruído pelo sujeito por meio de suas atividades reflexivas cotidianas. Portanto, toda prática que o sujeito realiza, de algum modo,, é representada de forma a moldar e legitimar sua própria narrativa particular. A presente categoria visa a relacionar essas práticas, atividades e hábitos cotidianos com a construção dos estilos de vida entrecruzados. Mais especificamente, o que se pretende é relacionar a escolha alimentar pelos orgânicos com outras práticas, ditas correlatas pelos sujeitos entrevistados, que dão forma para suas autonarrativas de maneira que eles acreditam ser coerentes.

Os sujeitos entrevistados relacionaram a escolha alimentar pelos orgânicos com outras atividades que, em seus imaginários, fazem sentido, e que acabam compondo seus estilos de vida, conseqüentemente fazendo parte de sua identidade. Para os sujeitos, ficou evidente a narrativa de que, ao escolher os alimentos orgânicos, outros hábitos foram alterados, como evidenciado anteriormente, mostrando-se muitas vezes até como uma dificuldade em suas vidas:

Na realidade a existência da feira nos fez tomar uma disciplina de que assim, “meu”, sexta feira, por mais, você vai dormir tarde, mas sábado, sete horas da manhã é hora de ir pra feira [...] e a gente tem uma outra, a gente tem outras atividades também e às vezes a gente, nós fomos chefes de escoteiros, então às vezes sete, seis horas da manhã a gente tem que estar em atividade e no sábado vai à feira cinco horas da manhã, acordar quatro horas pra ir à feira, às cinco pra poder, por quê? Porque é a semana, então a gente tem essa coisa de ir lá e ter esse hábito, não hábito, é uma disciplina mesmo, porque se você quer ter alimentação boa, você tem que fazer um sacrifício pra conseguir lá. Assim, óbvio, nós temos muito por causa da nossa vida, assim, então a gente tem atividade de sábado, então a gente não pode. Tem gente, tem amigos nossos que vão dez horas, onze horas da manhã, a gente não. Ou a gente vai sete horas da manhã ou a gente não vai na feira. Então é um horário, pra gente, é uma coisa que mudou. (ENTREVISTADO 11)

Percebe-se como a ida à feira já foi incorporada à rotina dos entrevistados e como ela acaba sendo o local principal de compra; como mostrado nas categorias anteriores, os sujeitos buscam a feira ao invés de comprarem em supermercados:

Às vezes a gente não ia à feira, porque, "não vamos", tava muito difícil e tal, “não sei quê”, a gente não ia, mas aí a gente começou a se arrepender quando a gente não ia. Sacou? Porque o que a gente comprava no supermercado, assim, não tinha nem comparação em qualidade, sabe? Nada, nem comparação (ENTREVISTADA 10)

Pacheco (2008) já havia alertado que a escolha por determinado alimento altera outras práticas cotidianas do sujeito. No contexto estudado, além da disciplina necessária para comprar orgânicos na feira, a entrevistada 16 ressalta que outros aspectos de sua rotina diária também foram alterados:

A questão da alimentação muda bastante, assim, a rotina diária, de ter que fazer mais a comida em casa, de comprar mais alimentos assim pra lanche, tudo, comer mais frutas e não comer tanto o industrializado. Isso eu acho que acaba modificando toda a rotina da casa mesmo. (ENTREVISTADA 16)

Nesse sentido, a entrevistada 14 completa que, com a escolha por alimentos orgânicos, a prática de cozinhar também se fortaleceu em sua vida, para compensar o fato de que os alimentos industrializados e não orgânicos são os que estão mais acessíveis, seja em restaurantes ou outros espaços de compra. Para Araújo (2010), a prática de cozinhar passa a ser um elemento importante na construção da autoidentidade e conseqüentemente dos estilos de vida do sujeito. Assim, é importante ressaltar também que tal atividade é vista como algo que toma mais

tempo no dia a dia. Azevedo (2012), nesse sentido, ressalta que a opção por determinados alimentos, como os orgânicos, ainda é associada a dificuldades, afirmação que encontra eco nos resultados desta pesquisa. O entrevistado 13 pondera esse aspecto:

E porque é um tempo que está causando, está proporcionando benefícios, né? Então, assim, eu também penso dessa forma. Várias pessoas falam: "ah, consumir orgânico é muito bom, mas você não vai ter mais tempo" Porque o supermercado, ele acaba te oferecendo uma praticidade, Você já compra uma couve já picadinha, às vezes o legume já picadinho, ou até já pronto mesmo, dependendo do supermercado. Orgânico, não.

De início, percebe-se que a escolha pelos alimentos orgânicos altera de forma substancial o cotidiano dos sujeitos. Em todos os encontros, a maioria dos respondentes afirmou que teve que passar por um período de adaptação, até incorporar a prática de ir frequentemente à feira e cozinhar mais em seu dia a dia. Como mostrado anteriormente, existe uma preferência comum entre todos os entrevistados de adquirir os alimentos orgânicos diretamente do produtor, em feiras que acontecem semanalmente na cidade. Para esta categoria, essa ida à feira é vista como uma prática que faz parte dos estilos de vida do sujeito.

Contudo, nem todas as atividades consideradas pelos entrevistados como coerentes à opção por orgânicos diziam respeito à alimentação. Práticas das mais diversas emergiram como tendo alguma correlação com a alimentação orgânica, como será abordado neste tópico a partir de agora.

Uma das práticas citadas é decorrente da inquietação com o descarte do lixo, com a reciclagem, em geral atrelada a uma preocupação com o meio ambiente, que foi citada em todos os encontros. A fala da entrevistada 1 é emblemática nesse sentido, na medida em que relata que procura reduzir o consumo de plásticos e embalagens:

[...] a parte de consumo do plástico, de embalagem, das coisas que não são mais tão industriais lá em casa. [...] Eu tô psicótica já, eu tô ficando, minha casa é um lixão, minha mãe tá querendo até me expulsar de casa (risos) [...] eu tô ficando com uma culpa de uns negócios idiotas assim, eu não gosto de ver sacola de supermercado, eu fico louca com sacola de supermercado.

Percebe-se que essa preocupação com a reciclagem, elencada como correlata à alimentação orgânica, altera as práticas dos sujeitos, de forma que, em suas vidas

cotidianas, seja em momentos de compra ou não, os respondentes relataram a reflexão sobre suas escolhas, levando em consideração a questão do acúmulo de lixo como prejudicial ao meio ambiente. A Entrevistada 3 ressalta: “E aí a gente começa também a escolher, né? Tipo assim, "nossa, todo esse biscoito aqui, você pega e fala assim: poxa, tem cinco embalagens". Na fala da entrevistada fica evidente a reflexividade que ocorre quando ela vai adquirir um produto; ao escolher algo, diz tomar como base não somente a questão de preferência ou gosto pessoal, mas levar em consideração outras questões (no caso, a preocupação ambiental) que influenciam como ela se enxerga, sua autoidentidade, assim como seu estilo de vida. O entrevistado 11 ressalta que essa prática de reutilização do lixo, em sua opinião, é uma das práticas que compõem seu estilo de vida:

Na realidade é assim, porque eu acho que é o estilo de vida, o que a gente busca tem a ver com isso, então na realidade a gente foi ficando adulto, casando as coisas, então acho que é um estilo de vida que vem evoluindo junto. Então desde a questão da reutilização, meio da reciclagem, eu acho que tem essa coisa do consumo, de que você tem que pagar pelo uso que você vai dar daquilo que você compra e não pela marca que ele tem.

Práticas decorrentes da preocupação com a reciclagem e com o lixo gerado atreladas a questões ambientais, para os sujeitos, seriam práticas coerentes com a escolha alimentar pelos orgânicos e que fariam parte dos estilos de vida entrecruzados na tribo estudada. Neste ponto, pode-se relacionar essa coerência com a dimensão ambiental do alimento orgânico, algo que já foi citado nas pesquisas de Barcellos e outros (2015) e de Albuquerque Jr e outros (2013). Contudo, é possível afirmar que a presente pesquisa avança ao mostrar no nível das práticas cotidianas, e não apenas das representações, essas conexões construídas pelos indivíduos.

Na fala anterior do entrevistado 11, também foi evidenciada outra questão muito abordada nos encontros, que é a de repensar o consumo. Tal questão corresponderia à segunda prática cotidiana não correspondente a hábitos alimentares, mas considerada de alguma forma coerente com a escolha por orgânicos. Nas quatro entrevistas, os sujeitos pesquisados apontaram uma preocupação em consumir cada vez menos, sendo visto por eles como uma prática coerente com seus estilos de vida:

É essa relação que a gente tem com a natureza mesmo, de achar que as coisas são só bens de consumo. A gente consome a natureza, consome planta, consome terra, né, [...] e acha que pode descartar e jogar fora. Então, mudar esse modo de pensar [...] comer mais orgânico não é só por causa também de saúde [...] mas no geral, assim, pro ambiente, culturalmente, acho que vale a pena. (ENTREVISTADO 15)

A Entrevistada 7 cita que essa prática é algo novo, para as quais as pessoas estariam se atentando mais recentemente: “A prática do não consumismo é algo que está surgindo agora, criaram até um nome pra isso [...] assim pra consumir menos. Então tem cada vez mais gente assim preocupada com isso”; assim como tais práticas acabam sendo direcionadas para outras áreas nas quais os sujeitos entendem ser prioridade em suas vidas: “Então, assim, a gente direcionou alguns gastos, [mais] para alimentação do que para vestuário, né? [...] nunca fui de gastar muito mesmo, mas assim, deixar de comprar alguma coisa mesmo que não é tão necessário pra investir na alimentação”.

Essa busca por um consumo menor tem como característica a procura por direcionar os gastos para algo que os sujeitos acreditam serem suas prioridades; é uma prática que estaria atrelada a um processo de desconstrução social, já ressaltado nas categorias anteriores, de aproximar-se de um “pensar diferente”. Essa reflexividade está relacionada também à prática de produzir menos lixo, afinal, quanto menos se compra, menos lixo é gerado. Nesse sentido, tal prática, para os sujeitos, estaria coerente com suas autonarrativas, bem como também comporia os estilos de vida entrecruzados da tribo dos “bichos-grilo”.

Além da busca pela redução do consumo, uma terceira prática desvendada nas entrevistas em grupo foi a mudança na forma de locomoção pela cidade:

A gente trabalha lá em Cariacica, no IEMA⁶, e eu venho muito aqui na agência de recursos hídricos, que é aqui em frente à UFES, eu não venho mais de carro pra cá, não venho, nem de ônibus, me recuso, meu. Falo, “meu, eu vou de bicicleta”. Porque pra eu sair lá de Vila Velha, atravessar, eu vou de bicicleta até o Shopping Praia da Costa, ali eu só atravesso a ponte de bike [...] venho devagarinho pra não suar e tal, “parará”, mas eu me identifico com quem tá dentro do ônibus que transporta as bicicletas. Sabe? Sabe essa coisa assim? É a galera que tá. Tanto é que é muito diferente, você andar no Transcol e andar naquele lá, no ônibus que

⁶ IEMA – Instituto Estadual de Meio Ambiente e Recursos Hídricos.

transporta bicicleta, todo mundo conversa entre si, brinca. Você entendeu?
(ENTREVISTADO 11)

Cabe ressaltar, a fim de contextualizar a fala do respondente, que Cariacica, Vila Velha e Vitória são cidades vizinhas, pertencentes à região metropolitana. Em tal região, além do citado Transcol (como é popularmente chamado o transporte público intermunicipal), é disponibilizado um ônibus especial para o transporte de bicicletas no trajeto que compreende a ponte entre Vila Velha e Vitória, uma vez que tal travessia não é permitida a ciclistas.

No dia de uma das entrevistas (para maiores detalhes sobre o episódio, sugere-se a leitura do diário de campo, no apêndice desta dissertação), dois sujeitos de pesquisa chegaram ao local (em Vitória) de bicicleta, um deles era proveniente de Vila Velha, e outra utiliza a bicicleta como instrumento de trabalho (ela percorre a cidade de bicicleta vendendo doces veganos e orgânicos). A fala anterior é interessante pelo fato de o entrevistado preferir percorrer uma distância razoavelmente longa⁷ de bicicleta e pela questão da identificação que ele relata ao pegar o ônibus especial para ciclistas. Percebe-se que ele se identifica com as práticas dessas pessoas, de forma similar ao que Maffesoli (2006) coloca como um dos pontos necessários para a formação de uma tribo urbana. Para o entrevistado 12, uma prática (alimentação orgânica) levaria a outra prática vista pelo entrevistado como coerente (andar de bicicleta), que é o que ocorre com a escolha pelo orgânico e o meio de locomoção:

É, eu acredito que não existe nenhum estilo de vida que nem uma caixinha isolada, né, que ele não crie empatia com outro, já que na própria natureza tem [...] No orgânico ele é um pouco, vamos entender os impactos que a gente faz no planeta, que aí vem a questão da bicicleta também [...] que, cara, eu ir de bicicleta aqui na frente, eu vou tirar um espaço do ônibus que alguém precisa mais, vou lotar menos o ônibus, vou gastar, vou emitir menos. Então tem essa preocupação com a natureza, com os impactos sociais, ambientais.

Nessa fala anterior, fica evidente como uma prática, que compõe determinado estilo de vida, está entrelaçada com outras, na visão dos pesquisados. Em cada processo de identificação que o sujeito tem, outras identificações e práticas emergem como correlatas. É essa relação, essa identificação construída pelos sujeitos a partir das

⁷ A distância da cidade de Vitória até Vila Velha é em torno de 10 km, e de Vitória até Cariacica em torno de 13 km.

práticas, que possibilita a formação de tribos urbanas e acaba construindo os estilos de vida entrecruzados. A partir do momento em que o sujeito torna-se adepto do alimento orgânico e relaciona isso a outras práticas, outros processos de identificação passam a ser construídos, possibilitando a formação de diferentes tribos urbanas e a construção de uma rede de estilos de vida permeada pelo conjunto de práticas entendidas como coerentes.

A quarta prática que foi identificada no mapeamento dessa rede é a de medicinas alternativas. Quando os sujeitos apontaram que se preocupavam com a saúde, as práticas elencadas nas falas foram além de questões de alimentação e realização de exercícios físicos, como ilustra o seguinte excerto: "Então, na realidade, assim, nós temos um estilo que [...] nós e os nossos filhos sempre fomos adeptos da homeopatia, [...] então, as ervas medicinais, [se alguém] tem alguma coisa [como uma doença], a gente sempre tem um chá" (ENTREVISTADO 11). Para os entrevistados, alimentar-se bem é uma forma de manutenção da saúde. Em todos os encontros foi ressaltado pelos sujeitos da pesquisa que a forma como eles se alimentam já reduz muitas doenças e acaba servindo como um "remédio". Mas, quando acabam tendo algum acometimento à saúde, sempre preferem tentar algo natural antes de utilizar medicamentos convencionais:

[...] então sempre que a gente tem alguma gripe, a gente usa as ervas que tem em casa. Então, assim, a gente sempre usa ervas, pra calmante, pra dor de cabeça, pra garganta infeccionada. Então, a gente sempre consulta nossas ervas lá no próprio quintal. [...] a gente sabe que os próprios medicamentos às vezes são causadores até de doenças piores, né, a longo prazo, então, por esses motivos a gente optou pelas ervas, e foi seguindo. (ENTREVISTADO 13)

O medicamento alopático, também conhecido por "convencional", acaba sendo simbolizado como um "veneno" por parte dos sujeitos, na medida em que, por ser sintetizado artificialmente, se relaciona ao meio industrial (opõe-se, portanto, ao natural, que vem do meio ambiente), algo desnecessário ou mesmo prejudicial: "eu sou um tipo do cara que, pô, estou passando mal hoje, eu não tenho que tomar um remédio "fudido" que vai ferrar meu estômago e tudo mais [...] eu acho que as pessoas se envenenam demais por conta disso" (ENTREVISTADO 12). Assim, foi perceptível certa desconfiança em relação aos medicamentos ditos convencionais.

Como na fala da entrevistada 8 que conta que, após mudar sua alimentação, não precisou mais tomar medicamentos:

Eu tinha até problema de hipotireoidismo, eu teria que tomar remédio assim, isso certo, quando eu fui na médica a última vez ela falou que eu teria que tomar. Mas assim, junto com isso eu parei de tomar remédio, porque eu não gosto de colocar um químico que eu não sei que tem que vai ser bom, e assim, não sinto mais, mais nada.

Nesse sentido, de ir além de buscar uma alimentação saudável, os sujeitos relataram acreditar que, muitas vezes, a forma como o profissional da saúde age também deveria ser repensada:

Mas eu acho engraçado assim que [...] igual nessa questão, o médico parece que ele trata [...] eu tô com a garganta inflamada, então eu acho que o médico não consegue te ver, ele vê uma garganta ali na frente dele. Mas pô, você pode estar com a garganta inflamada porque sua imunidade tá baixa, então você tá com uma outra coisa. Às vezes você não tá dormindo direito, né, por isso que a garganta inflamou. É a mesma coisa da relação que você tem com o orgânico. Então, como que você vê a natureza como um todo. Aí você vai levar isso pra alimentação. Como que você vê sua saúde como um todo, se a gente vê como partes. Beleza, meu fígado precisa do remédio tal, aí que vai afetar o estômago, que daí vai precisar do remédio tal, em vez de cuidar da saúde como um todo (ENTREVISTADO 15).

A forma como os sujeitos se posicionam em relação à questão dos remédios, da medicina, também é uma escolha atrelada a sua autoidentidade. Os sujeitos acabam por adotar determinadas práticas por acreditarem que aquilo faz sentido dentro de seus estilos de vida. Muitos entrevistados, nesse sentido, destacaram o fato de que, se não querem agrotóxico, tratado por eles como veneno, também são contra o uso de muitos medicamentos. Na pesquisa de Araújo (2010), essa negativa aos agrotóxicos também ficou evidente; no caso desta pesquisa, esse sentimento se transfere também aos remédios, portanto, os sujeitos acabam preferindo tratar as questões de saúde com ervas medicinais e outros tratamentos alternativos.

Em linhas gerais, observa-se que a escolha alimentar pelo orgânico está incorporada a outras práticas que conferem a elas certa legitimidade no pensar dos entrevistados. Como abordado na categoria anterior, existe um sentimento mais coletivista, os entrevistados acreditam estarem, de alguma forma, contribuindo para a sociedade. Entretanto, como evidencia o entrevistado 11, essas conexões com

outras práticas ainda não são tão claras, sendo de forma geral, o intuito desta pesquisa.

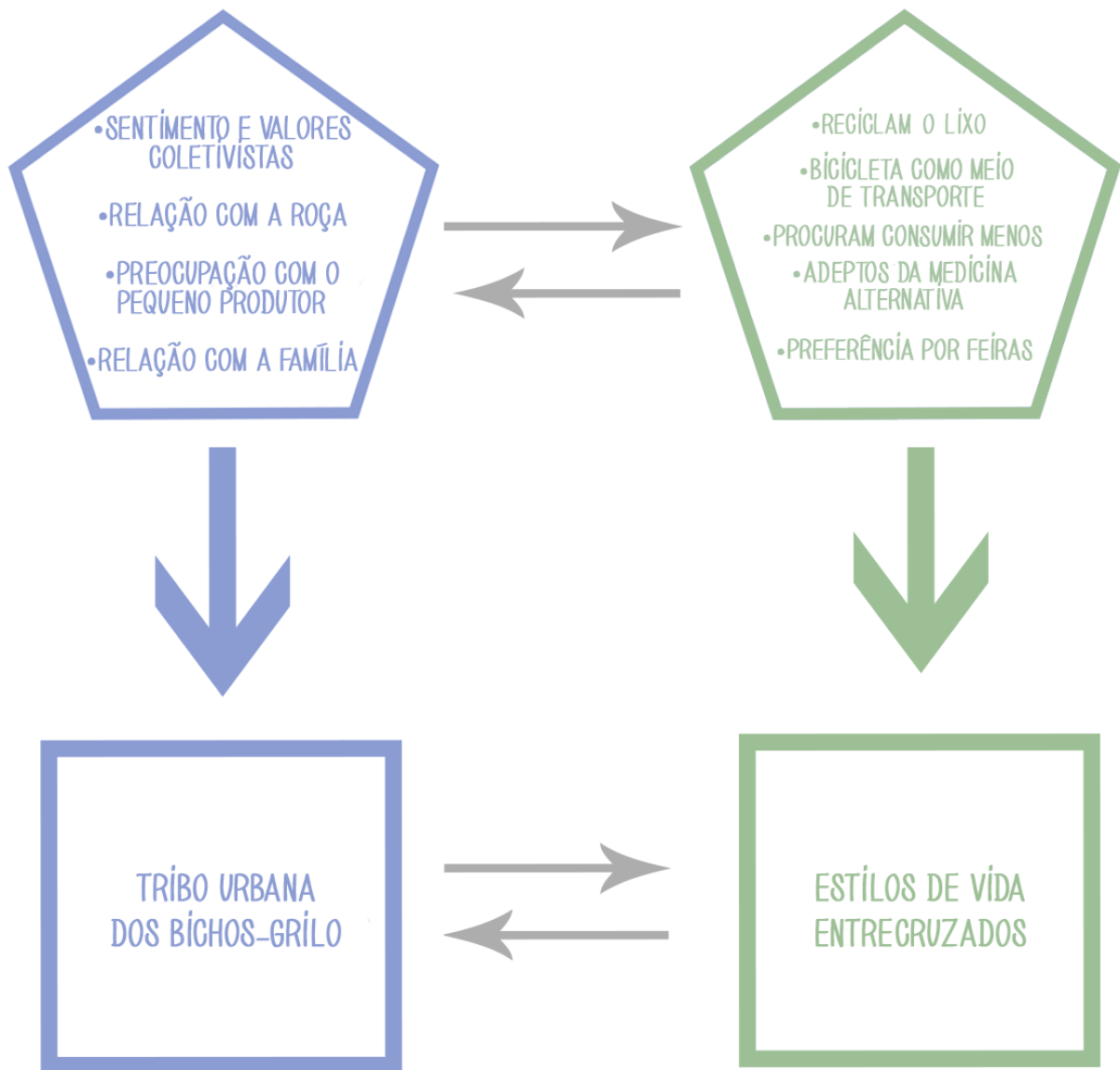
Então assim, ou a gente faz uma virada, ou é o esgotamento, o que a gente vê. Vai à praia que você vê a quantidade de lixo que tem na praia, quer dizer, essa coisa toda, então eu acho que esses movimentos, eles se conectam. A gente ainda não aprendeu a fazer direito essas conexões da agricultura orgânica com o cicloativismo, com vegetarianismo, com tantos outros que a gente vê por aí, mas que eu acho que é uma, assim, são maneiras da gente sair dessa loucura que é, dessa sociedade pós-industrial aí que a gente vive, você acaba vivendo só pro trabalho, pra enriquecer alguém normalmente, ou você mesmo ou alguém, mas assim, você não consegue sair daquela... Então acho que essa busca de mudança eu acho que é o que une. (ENTREVISTADO 11)

Foi possível, assim, desvendar os significados atrelados à ideia de que somente comprar alimentos orgânicos, sem levar em consideração outras atitudes que, para eles são correlatas, não é o tipo de práticas que possuem. A fala a seguir mostra essa relação:

Mas na verdade assim, o meu caso, não é isso que leva àquilo. Entendeu? As coisas vêm todas juntas mesmo, sabe? A percepção de que o mundo precisa ser diferente me faz me identificar com alimentação orgânica, que me faz me identificar com a causa [...] E, com várias outras causas, então assim, não é por causa da minha necessidade, do meu interesse pelos orgânicos, não é só por isso. (ENTREVISTADA 10)

Assim, na presente categoria foram abordadas algumas práticas compartilhadas entre os sujeitos e caracterizadas por eles como coerentes com a escolha pelos orgânicos, como: a prática de reciclar o lixo; a prática de consumir menos; de utilizar a bicicleta como meio de transporte e a busca por medicinas alternativas. Essas práticas, hábitos e escolhas que o sujeito toma, fazem parte da construção de sua autoidentidade e dão sentido a suas autonarrativas, bem como essas práticas se relacionam e se entrelaçam formando uma rede de estilos de vida. O esquema (FIGURA 2) a seguir procura mostrar como os processos de identificação se relacionam de forma dinâmica com as práticas dos sujeitos e possibilitam a construção dos estilos de vida entrecruzados e a formação da tribo dos “bichos-grilo”.

Figura 2 – A tribo Urbana dos “Bichos-grilo” e os Estilos de Vida Entrecruzados



Fonte: Elaborada pela pesquisadora com base nos dados da pesquisa.

No caso deste estudo, o sentimento coletivista dos sujeitos é influenciador nas escolhas que o sujeito faz em seu cotidiano, alterando um conjunto de práticas e consequentemente os seus estilos de vida. A partir do momento em que o sujeito passa a consumir alimentos orgânicos motivado por questões de saúde, em seu modo de pensar, pode fazer sentido para ele buscar práticas de medicina alternativa que utilizam o próprio alimento como cura. Assim como, ao escolher o alimento

orgânico por questões ambientais, para o sujeito a prática de utilizar um meio de transporte menos poluidor traz sentido para a construção de sua autoidentidade.




Destarte, é importante ressaltar, que tais dinâmicas não representam algo fixo e determinante; o sujeito que se identifica com o uso de medicinas alternativas, não necessariamente precisa ser um adepto da reciclagem de lixo ou da escolha alimentar pelos orgânicos. Essas relações foram construídas pelos sujeitos entrevistados nesta pesquisa, sendo coerente com suas autonarrativas e, por isso, representam os dados aqui coletados e analisados. Essas práticas, por eles relacionadas, constroem seus estilos de vida, que se entrecruzam na chamada tribo dos “bichos-grilo”.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Essa dissertação teve por objetivo compreender como se constroem estilos de vida que se entrecruzam em uma tribo urbana de adeptos de alimentação orgânica. Partindo dos conceitos de Anthony Giddens e Michel Maffesoli, foi possível descrever e interpretar uma relação entre a construção dos estilos de vida e a formação de tribos urbanas.

O quadro 2 procura sintetizar as articulações desenvolvidas pela pesquisadora entre o quadro teórico de referência e os resultados da pesquisa:

Quadro 2 – Articulações entre o Quadro Teórico de Referência e os Resultados da Pesquisa.

| | TRIBOS URBANAS | | ESTILOS DE VIDA |
|--|--|--|--|
| CONCEITO DOS AUTORES | Para Maffesoli (2006), tribos urbanas são formadas a partir de processos de identificação. Os sujeitos compartilham hábitos, comportamentos e preferências. |  | Para Giddens (2002) estilo de vida é um conjunto de práticas que o sujeito abraça e que dão forma a uma narrativa particular da auto-identidade |
| OPERACIONALIZAÇÃO NA PESQUISA | Os sujeitos se identificam por serem adeptos a escolha alimentar pelos orgânicos, assim como compartilham práticas, hábitos e crenças similares |  | O conjunto de práticas, citadas pelos sujeitos, que moldam seus estilos de vida, são: a reciclagem, o uso da bicicleta como meio de transporte, redução do consumo, e a busca pela medicina alternativa. |
|  | | | |
| RELAÇÃO ENTRE OS CONCEITOS E A PESQUISA | Essas práticas são compartilhadas entre os sujeitos, possibilitando a construção de vários estilos de vida que se entrecruzam dentro da tribo urbana que tem os orgânicos como valor de ligação. | | |

Fonte: Elaborado pela pesquisadora com base nos dados da pesquisa.

Respondendo ao problema de pesquisa proposto, é possível afirmar que os estilos de vida são construídos por meio do conjunto de práticas que o sujeito desempenha em seu cotidiano, sendo as escolhas que o sujeito faz influenciadas por um processo reflexivo, que visa dar coerência à autonarrativa que o sujeito constrói. Essas práticas acabam por se entrelaçar, entrecruzando-se em uma espécie de rede, que pode inclusive perpassar várias tribos urbanas. Essas tribos urbanas são formadas a partir de variados processos de identificação que, pela multiplicidade de

sujeitos que as compõe, podem abrigar em seu interior uma grande variedade de práticas consideradas coerentes, mas nem sempre compartilhadas por todos os membros. No caso desta pesquisa, identificou-se, ainda, a formação de mais de uma tribo urbana que possui o mesmo valor de ligação. Nesta dissertação, retratou-se a assim denominada “tribo urbana dos bichos-grilo”, ressaltando como acontece esse processo de legitimação e diferenciação dentro dela.

A presente pesquisa contribui academicamente ao retratar como ocorrem essas relações entre as práticas e escolhas que o sujeito toma com a construção dos estilos de vida e a formação das tribos urbanas em um cenário contemporâneo. Avança ao analisar, para além de questões de gosto, de preferências e perfil de compra às escolhas dos sujeitos por alimentos orgânicos. Com as categorias levantadas, foi possível atender aos objetivos específicos propostos, relacionando as práticas reflexivas (como reciclagem, escolha por medicinas alternativas, a busca por menos consumo) com os estilos de vida dos sujeitos e, tornando possível delinear a tribo urbana dos “bichos-grilo”. A pesquisa também possibilitou descrever como as experiências vividas pelos sujeitos afetam suas escolhas, e como essas decisões são tomadas visando dar coerência às autonarrativas e conseqüentemente à autoidentidade dos sujeitos. Buscando analisar o papel da escolha dos orgânicos nos estilos de vida do sujeito e na tribo, notou-se um sentimento e preocupação de natureza coletivista, ultrapassando questões individuais, na medida em que os entrevistados retrataram suas escolhas alimentares como parte de uma busca por mudança e justiça social.

A metodologia utilizada para a coleta de dados também trouxe contribuições ao inovar na dinâmica criada para realizar a entrevista em grupo. A escolha por essa técnica mostrou-se relevante ao permitir analisar a construção de consensos e dissensos entre os sujeitos entrevistados. Como o foco de pesquisa era observar o processo de construção de uma tribo urbana, a metodologia utilizada foi importante principalmente por ter permitido aos entrevistados que sentissem a vontade para compartilhar suas ideias e experiências, facilitando enxergar o processo de identificação e diferenciação criados pelos integrantes da tribo. Os sujeitos entrevistados, mesmo com essa percepção de que suas ações afetam a sociedade, relataram nem sempre sentir-se parte de um grupo, acreditando que havia poucas pessoas que assumiam tais práticas. Durante as entrevistas, essa noção de grupo

foi emergindo espontaneamente nas falas dos entrevistados, que muitas vezes se mostraram surpresos ao saberem que um número tão grande de pessoas se identificava com os mesmos princípios e práticas que eles. Por conta dessa dinâmica em grupo, ficou nítido o processo de legitimação e diferenciação construído pelos sujeitos.

A tribo urbana estudada para os fins desta pesquisa foi caracterizada pelos entrevistados como a dos “bichos-grilo” de raiz. Muito atrelada a algo que seria por eles considerado profundo (utilizando até a expressão “de raiz” para simbolizar esse sentido). Para os entrevistados, essa profundidade seria materializada na preocupação com o futuro e com questões ambientais e sociais, culminando em práticas e escolhas que afetariam a sociedade. Foi possível perceber também durante as entrevistas uma inquietação com as futuras gerações (fato que se intensifica naqueles que já são mães e pais), identificando-se nas falas certa preocupação com o lixo, com a utilização de meios de transporte poluidores, com o modo de produção capitalista (buscando consumir menos), com a medicina tradicional (o uso de remédio sintético). Essas práticas acabam perpassando as escolhas alimentares, fazendo com que a opção por orgânicos faça parte de toda uma construção dos estilos de vida, sendo parte do que eles acreditam compor suas identidades. Os estilos de vida acabam se entrecruzando a partir do fato de que perpassam várias práticas, sendo que o sujeito sempre está em busca de legitimar cada vez mais seu modo de viver em relação a seu modo de pensar.

No levantamento teórico identificou-se estudos que ainda alinham a busca pelos alimentos orgânicos a um estilo de vida saudável, entretanto, o que foi possível observar nesta pesquisa são as outras dimensões simbólicas que influenciam essa escolha. Os alimentos acabam extrapolando questões referentes a dietas e a nutrição e perpassam por questões sociais e ambientais tornando-se um movimento social coletivo, sendo uma ação política do ponto de vista de buscar uma mudança que vão além de hábitos e práticas individuais. Além de representar uma ação política, percebeu-se também o papel da comida como um laço afetivo. Através das experiências vividas pelos sujeitos, observou-se como os alimentos orgânicos estão presentes no cotidiano familiar, e como há uma questão afetiva por parte dos entrevistados ao retratar o que representa para eles essa escolha alimentar.

É importante ressaltar que utilizou-se a identificação com os alimentos orgânicos como um fio condutor para analisar outras práticas que perpassam essa escolha. Entretanto, não há uma relação de causa e efeito, ou seja, ser um adepto de alimentos orgânicos não significa diretamente ter as práticas identificadas nesse trabalho.

Finalmente, é preciso destacar que o presente estudo é, como qualquer outro, um reflexo de suas opções teóricas e metodológicas. Do ponto de vista da metodologia, podemos afirmar que, se pesquisas semelhantes forem realizadas com outros sujeitos, contatados de outras formas, outras práticas poderão ser evidenciadas, ainda que os pesquisados se identifiquem com a alimentação orgânica. Assim, como sugestão para pesquisas futuras e complementares, considera-se relevante a busca por outras tribos urbanas de adeptos de alimentos orgânicos, relacionando suas práticas e conseqüentemente seus estilos de vida. Além disso, vale ressaltar que todos os entrevistados são moradores de cidades do Espírito Santo, região que, por conta de sua extensão geográfica menor, pode propiciar um maior contato do meio rural com o urbano. Esse ponto foi levantado em todas as entrevistas como um aspecto que pode contribuir para que haja mais pessoas adeptas a esse tipo de alimentação, por conta do fator acesso. De certa forma, aspectos geográficos também compõem um viés desta pesquisa. Nesse sentido, para futuras investigações, pode ser interessante explorar outros locais e cidades, com diferentes dinâmicas de comercialização de produtos orgânicos.

REFERÊNCIAS

AAO. **O que é Agricultura Orgânica?** Disponível em: <<http://aao.org.br/aao/agricultura-organica.php>>. Acesso em: jun. 2015.

ALBUQUERQUE JR, E. P. et al. Aspectos relativos à saúde e ao meio ambiente ligados ao consumo de alimentos orgânicos. **Revista de Administração da UFSM**, v. 6, p. 295-312, 2013.

ALSAFFAR, A. A. Sustainable diets: the interaction between food industry, nutrition, health and the environment. **Food science and technology international**, v. 22, n. 2, p. 102-111, 2015.

AL-TAIE, W. A. A. Exploring the consumption of organic foods in the United Arab Emirates. **SAGE Open**, v. 5, n. 2, p. 1-12, 2015.

ARAUJO, M. C. de. **Ambientalização e politização do consumo e da vida cotidiana**: uma etnografia das práticas de compra de alimentos orgânicos em Nova Friburgo/RJ. 2010. 150 f. Dissertação (Mestrado) – Curso de Ciências Sociais, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2010.

ARCHANJO, L. R.; BRITO, K. F. W.; SAUERBECK, S. Alimentos orgânicos em Curitiba: consumo e significado. **Revista Caderno de Debates**, Campinas, v. 8, p.1-6, 2001.

AZEVEDO, E. de. **Alimentos orgânicos**: ampliando os conceitos de saúde humana, ambiental e social. São Paulo: Senac São Paulo, 2012.

BARBOSA, L. Os donos e as donas da cozinha. In: FREITAS, M. E; DANTAS, M. (Org). **Diversidade sexual no trabalho**. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

_____. Tendências da alimentação contemporânea. In: PINTO, Michele de Lavra; PACHECO, Janie K. (Org.). **Juventude, consumo e educação 2**. Porto Alegre: Espm, 2009.

BARCELLOS, M. D. et al. Consumo de Alimentos Eco-Inovadores: Como Valores e Atitudes Direcionam a Compra dos Consumidores de Orgânicos? **REMark – Revista Brasileira de Marketing**, v. 14, n. 1, p. 110-121, 2015.

BAUER, M. W. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Rio de Janeiro: Vozes, 2010. p. 189-217.

BAUER, M. W.; GASKELL, G; ALLUM, N. C. Qualidade, quantidade e interesses do conhecimento – Evitando confusões. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Rio de Janeiro: Vozes, 2010. p. 17-36.

BAUMAN, Z. **Identidade**: Entrevista com Benedetto Vecchi. Rio de Janeiro: J Zahar, 2005.

_____. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: J Zahar, 1998.

BERNARDINO, R. V. **Uma análise sociológica sobre o consumo de alimentos orgânicos a partir das representações sociais dos consumidores da feira orgânica do bairro Barro Vermelho em Vitória – ES**. 2015. 233 f. Dissertação (Mestrado) – Curso de Ciências Sociais, Centro de Ciências Humanas e Naturais, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2015.

BOAS, L. H. B. V; PIMENTA, M.L; SETTE, R. S. Percepções no consumo de alimentos orgânicos em supermercados: a influência de valores individuais como determinantes de compra. **Organizações Rurais e Agroindustriais**, v. 10, n. 2, p. 264-278, 2008.

BRASIL. Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003 Dispõe sobre agricultura orgânica e dá outras providências. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, 23 dez. 2003. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/10.831.htm. Acesso em: jun. 2015.

BUGGE, A.; ALMAS, R. Domestic dinner: representations and practices of a proper meal among young suburban mothers. **Journal of consumer culture**, v. 6, n. 2, p. 203-228, 2006.

CANESQUI, A. M. Comentários sobre os estudos antropológicos da nutrição. In: CANESQUI, A. M.; GARCIA, R. W. D. (ORGs) **Antropologia e nutrição**. Rio de Janeiro: FIOCRUZ, 2005.

CANESQUI, A. M.; GARCIA, R. W. D. Uma Introdução à Reflexão sobre a Abordagem Sociocultural da Alimentação. In: CANESQUI, A. M.; GARCIA, R. W. D. (ORGs) **Antropologia e nutrição**. Rio de Janeiro: FIOCRUZ, 2005.

CARDOZA, I. F. A sociedade pós-moderna e o fenômeno das tribos urbanas. **Lato & Sensus**, Belém, v. 4, n 1, p. 3-5, 2003.

CARNEIRO, H. S. Comida e sociedade: significados sociais na história da alimentação. **História: Questões & Debates** (UFPR), Curitiba, v. 42, p. 71-80, 2005.

CASTAÑEDA, M. Ambientalização e politização do consumo nas práticas de compra de orgânicos. **Caderno CRH**, v. 25, n. 64, p. 146-160, 2012.

CHERRY, E. I Was a Teenage Vegan: Motivation and Maintenance of Lifestyle Movements. **Sociological Inquiry**, v. 85, n. 1, p. 55–74, 2014.

COSTA, J. F. **Modernidade Reflexiva**: Giddens, Beck e as limitações da segunda modernidade. 2009. 100 f. Dissertação (Mestrado) – Curso de Ciências Sociais, Universidade Federal do Pará, Belém, 2009.

COSTA, S.; ZEPEDA, L.; SIRIEIX, L. Exploring the social value of organic food: a qualitative study in France. **International journal of consumer studies**, v. 38, p. 228-237, 2014.

COVA, B. Community and consumption: towards a definition of the “linking value” of product or services. **European journal of marketing**, v 31. n.3, p. 297-316, 1997.

COVA, B.; COVA, V. Tribal aspects of postmodern consumption research: The case of French in-line roller skaters. **Journal of Consumer Behaviour**, v. 1, n. 1, p. 67 - 76, 2001.

DIAS, V. V. et al. O mercado de alimentos orgânicos: um panorama quantitativo e qualitativo das publicações internacionais. **Ambiente e sociedade**, São Paulo, v. 18, n. 1, p. 161-182, 2015.

DOBERNIG, K.; STAG, S. Growing a lifestyle movement? Exploring identity-work and lifestyle politics in urban food cultivation. **International Journal of Consumer Studies**, v. 39, p. 452–45, 2015.

DUMONT, L. M. M.; GATTONI, R. L. C. As relações informacionais na sociedade reflexiva de Giddens. **Ci. Inf.**, Brasília. v. 32, n. 3, p. 46-53, 2003.

FLICK, U. **Desenho da pesquisa qualitativa**. Porto Alegre, RS: Bookman: Artmed, 2009.

FRANCO, M. L. P. B. **Análise de conteúdo**. Brasília: Liber livro, 2008.

FRASER, M.T.D.; GONDIM, S.G. Da fala do outro ao texto negociado: discussões sobre a entrevista na pesquisa qualitativa. **Revista Paideia**, v. 14, n. 28, p. 139-152, 2004.

GARCIA, R. W. D. Reflexos da globalização na cultura alimentar: considerações sobre as mudanças na alimentação urbana. **Rev. de Nutrição**, v. 16, n. 4, p. 483-492, 2003.

GASKELL, G. Entrevistas individuais e grupais. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Rio de Janeiro: Vozes, 2010. cap. 3, p. 64-89.

GIDDENS, A. **As consequências da modernidade**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2002.

GIDDENS, A.; PIERSON, C. **Conversas Com Anthony Giddens: o Sentido da Modernidade**. Tradutor: Luiz Alberto Monjardim. Rio de Janeiro: FGV, 2000.

_____. **As consequências da modernidade**. São Paulo: UNESP, 1991.

GUIMARÃES, I. L. R. et al. Produtos Orgânicos: Como os Consumidores os Veem? **Revista Brasileira de Administração Científica**, v. 4, n.1, p. 50-61, 2013.

GUIVANT, S. J. Os Supermercados na Oferta de Alimentos Orgânicos: Apelando ao Estilo de Vida Ego-Trip. **Ambiente & Sociedade**, v. 7, n. 2, Jul. 2003.

HAENFLER, R.; JOHNSON, B.; JONES, E. Lifestyle movements: Exploring the intersection of lifestyle and social movements. **Social Movement Studies**, v. 11, n. 1, p.1-20, 2012.

HJELMAR, U. Consumers' purchase of organic food products. A matter of convenience and reflexive practices. **APPETITE**, v. 56, n. 2, p. 336-344, 2011.

IPD ORGÂNICOS. **Pesquisa: o mercado brasileiro de produtos orgânicos**. Curitiba, 2011. Disponível em:

http://www.ipd.org.br/upload/tiny_mce/Pesquisa_de_Mercado_Interno_de_Produtos_Organicos.pdf. Acesso em: jun. 2015.

JORGENSEN, A. Negotiating identities in the networks of the Irish organic food movement. In: **Alternative futures and popular protest conference**. Manchester: Metropolitan University, 2006.

LIMA-FILHO, D. O.; QUEVEDO-SILVA, F. Percepção do Consumidor sobre Produtos Orgânicos. **REMark – Revista Brasileira de Marketing**, v. 11, n.1, p. 29-47, 2012.

LOMBARDI, M. S.; MOORI, R. G.; SATO, G. S. Um estudo exploratório dos fatores relevantes na decisão de compra de produtos orgânicos. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 5, n. 1, 2008.

LORENZEN, J. A. Going Green: The process of lifestyle change. **Sociological Forum**, v. 12, n. 1, p. 94-116, 2012.

MACIEL, M. E.; CASTRO, H. A comida boa para pensar: sobre práticas, gostos e sistemas alimentares a partir de um olhar socioantropológico. **Demetra**, v. 8, p. 321-328, 2013.

MAFFESOLI, M. Tribalismo pós-moderno: da identidade às identificações. **Ciências Sociais Unisimos**, v. 43, n.1, p. 97-102, 2007.

_____. **O tempo das tribos**: o declínio do individualismo nas sociedades de massa. 4. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.

MAGNANI, J. G. C. Tribos urbanas: metáfora ou categoria? **Cadernos de campo**, v.2, n. 2, 1992.

MARQUES, M. Crítica da modernidade: Tradição, modernidade e pós-modernidade. **Revista Ponto-e-vírgula**, v. 11, p. 153-165, 2012.

MINAYO, M. C. de S. (Org.). **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. 25. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

OLIVEIRA, F. R. C., ZANGELMI, A. J. Modernidade e reflexividade: Anthony Giddens e a interpretação do mundo contemporâneo. **ISEGORIA – Ação Coletiva em Revista**, v.1, n. 2, p. 111-123, 2012.

PACHECO, S. S. M. O hábito alimentar enquanto comportamento culturalmente produzido. In: FREITAS, M. C. S; FONTES, V. A. G; OLIVEIRA, N. (ORGS). **Escritas e narrativas sobre alimentação e cultura**, Salvador: EDUFBA, 2008.

PADDOCK, J. Invoking Simplicity: 'Alternative' Food and the Reinvention of Distinction. **Sociologia Ruralis**, v.55, n.1, p. 22-40, 2015.

PENNA, M. H. L. **Tribos pós-modernas de consumidores**: um estudo exploratório sobre os ciclistas de estrada. 2010. 155 f. Dissertação (Mestrado) – Curso de Administração, Pontifícia Universidade Católica, Rio de Janeiro, 2010.

PEREIRA, M. W. G. et al. Determinantes do Consumo de Produtos Orgânicos. **REMark – Revista Brasileira de Marketing**, v. 14, n.1, p. 122-137, 2015.

PETRESCU, D. C.; PETRESCU-MAG, M. Organic food perception: Fad, or healthy and environmentally friendly? A case on Romanian consumers. **Sustainability**, v. 7, p. 12012-12038, 2015.

PINO, G.; PELUSO, A. M.; GUIDO, G. Determinants of regular and occasional consumer's intentions to buy organic food. **The journal of consumer affairs**, v.46, n.1, p. 157,169, 2012.

RODMAN, S. O. et al. They just say organic food is healthier: perceptions of healthy food among supermarket shoppers in southwest Baltimore. **Culture, Agriculture, Food and Environment**, v. 36, n. 2, p. 83-92, 2014.

RODRIGUES, R. R. et al. Atitudes e fatores que influenciam o consumo de produtos orgânicos no varejo. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 8, n. 1, p.164-186, 2009.

SAMPAIO, D. O.; GOLSING, M. Intenção de compra e consumo de alimentos orgânicos. **RGO – Revista Gestão Organizacional**, v. 07, n. 1, p.43-62, 2014.

SEBRAE. **Cresce mercado para os orgânicos no Brasil**. 2014. Disponível em: <http://www.sebrae2014.com.br/Sebrae2014/Alertas/Cresce-mercado-para-os-org%C3%A2nicos-no-Brasil#.VYisshtViko>. Acesso em: jun. 2015.

SILVA, S. S. da. A modernidade e a pós-modernidade. Uma leitura de Michel Maffesoli e Anthony Giddens. **RBSE – Revista Brasileira de Sociologia da Emoção**, v.10, n.29, p 372-378, 2011.

SNA. **Mercado brasileiro de orgânicos deve atingir 35% de crescimento em 2014**. 2014; Disponível em: <http://sna.agr.br/mercado-brasileiro-de-organicos-deve-atingir-35-de-crescimento-em-2014/>. Acesso em: jun. 2015.

SOUSA, A. A. et al. Alimentos orgânicos e saúde humana: estudo sobre as controvérsias. **Rev Panam Salud Publica**, v. 31, n. 6, p. 513-517, 2012.

VON ESSEN, E.; ENGLANDER, M. Organic food as a healthy lifestyle: A phenomenological psychological analysis. **Int J Qualitative Stud Health Well-Being**, v. 8, p. 1-10, 2013.

WAHLEN, S.; LAAMANEN, M. Consumption, lifestyle and social movement. **International Journal of Consumer Studies**, v. 39, p. 397-403, 2015.

WILLER, H.; LERNOUD, J. **The world of organic agriculture**. 2015. Disponível em:
<<https://www.fibl.org/fileadmin/documents/shop/1663-organic-world-2015.pdf>>.
Acesso em : jan. 2016.

APÊNDICES

APÊNDICE A – TÓPICO GUIA PARA ENTREVISTA

Perguntas Iniciais: Entender como se iniciou o consumo dos alimentos orgânicos e compreender as motivações e as ações reflexivas que deram início a essa prática.

- Como você conheceu os alimentos orgânicos/começou a consumir os alimentos orgânicos? Como foi essa mudança/o primeiro contato?
- Por que decidiu começar a consumir alimentos orgânicos? Como/qual foi essa motivação? Como suas experiências passadas, sua “história de vida” afetou/afetam essa escolha?
- Quais outros hábitos/práticas cotidianas que mudaram após começar a consumir os orgânicos? O que mudou além da sua alimentação? Quais hábitos você parou/começou a praticar depois de começar esse consumo?
- Você consome somente orgânico ou abre algumas exceções no seu dia a dia? Caso abra exceções, quais são os motivos que o legitimam?

Estilos de vida entrecruzados: relacionar os aspectos dos estilos de vida com a construção da autoidentidade do sujeito.

- Defina, com suas palavras, seu estilo de vida. O que ele representa para você? De que forma ele está atrelado ao consumo de orgânicos?
- O seu estilo de vida, além do consumo de alimentos orgânicos, está aliado com quais outras práticas que você realiza e acredita que sejam correlatas?
- Em relação à sua identidade, o que você acredita que tenha mudado em você (no seu modo de pensar, agir, vestir, consumir) com o consumo de alimentos orgânicos?
- Quais estilos de vida (ex: esportistas, veganos e vegetarianos, os saudáveis, ambientalistas) você acredita que estejam atrelados ao consumo dos orgânicos? Por quê?

- Você acha que quem consome orgânico está normalmente envolvido com alguma causa, seja ela social/ambiental/política/econômica? Por quê?
- Você acredita que os alimentos orgânicos estejam relacionados com outras questões que vão além da alimentação? Quais? Como é essa relação?

Tribos urbanas: buscar compreender esse estilo de vida dentro de uma tribo urbana

- É possível falar em uma “tribo dos orgânicos”? Se sim, descreva como é essa tribo para você? Quem são esses consumidores? Quem pertence a essa tribo?
- Além do consumo de alimentos orgânicos, quais outros aspectos/práticas compõem essa tribo?
- Existe alguma diferença nos sujeitos que consomem orgânicos e nos que não consomem? Quais?
- Como/o que os seus amigos e familiares acham do consumo de alimentos orgânicos? Como você acha que a sociedade olha para aqueles que buscam esse consumo?

Encerrar: realizar as últimas perguntas para encerrar a entrevista

- Quais dicas/recomendações para alguém que pretende começar a consumir os alimentos orgânicos? Alguma última reflexão sobre o assunto?

APÊNDICE B – PLANO DA ENTREVISTA

I. Participantes da entrevista em grupo

Pesquisadora

Grupo de discussão/interação do grupo: Participantes convidados

II. Dados da pesquisa Instituição: Universidade Federal do Espírito Santo

Título: O estilo de vida orgânico

Problema de Pesquisa: Como se constroem os diferentes estilos de vida que se entrecruzam em uma tribo de consumidores de alimentos orgânicos?

Objetivo Geral: Compreender a construção dos diferentes estilos de vida que se entrecruzam em uma tribo de consumidores de alimentos orgânicos.

Objetivos Específicos:

- a) Mapear a rede de diferentes estilos de vida manifestos entre os sujeitos pesquisados;
- b) Relacionar as práticas reflexivas presentes nas falas dos sujeitos aos estilos de vida identificados;
- c) Descrever a forma como experiências anteriores dos sujeitos estudados afetaram e afetam suas escolhas na construção de sua autoidentidade;
- d) Desvendar o papel dos alimentos orgânicos nos estilos de vida entrecruzados dos sujeitos da tribo pesquisada.

III. Desenvolvimento metodológico do grupo focal

Apresentação dos membros e da pesquisa.

Assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.

Momento de apresentação.

Aplicação do questionário individual.

Realização da discussão.

Fechamento.

Agradecimento e café orgânico.

IV. Recursos

Papel, caneta, pincel, computador, crachá, gravadores, brinde (copos descartáveis) e lanche (alimentação e bebida).

V. Avaliação

Após a finalização das entrevistas, realizar um diário de campo.

APÊNDICE C – PLANEJAMENTO DA ENTREVISTA EM GRUPO

- Antes da entrevista em grupo

Buscar proporcionar um ambiente mais informal, trazendo a ideia de um “café orgânico”, para que os participantes se sintam à vontade.

Elaborar convite para os participantes.

Confirmar os participantes.

Providenciar a impressão dos Termos de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), do Questionário individual, do Tópico Guia, do plano da entrevista individual e do planejamento da entrevista em grupo.

Preparar a sala e desenhar um mapa das cadeiras, para posteriormente saber onde cada participante estava sentado.

Providenciar canetas, papéis e pranchetas para participantes fazerem anotações.

Providenciar bebida e lanche orgânico.

Providenciar os “copos sustentáveis” que serão os brindes também.

Preparar os gravadores e deixá-los em posições estratégicas.

Providenciar água para a entrevistadora, apontadores e participantes.

Agendar sala de realização do grupo.

- No início do grupo focal

Apresentação inicial.

Apresentação da pesquisadora.

Apresentação do propósito da pesquisa.

Apresentação dos cuidados éticos e entrega do TCLE.

Aplicação do questionário de perfil individual.

Entregar os copos (brindes) já com água para evitar quaisquer interferências.

Explicar regras do grupo: cada um falando por vez e celulares desligados ou no modo silencioso.

- Momento de apresentação

Apresentação dos participantes do grupo: pedir para cada um se apresentar.

Pedir para escreverem o nome em um crachá e afixarem na roupa.

Estabelecimento de regras: uma fala por vez; cada participante terá a sua vez para poder compartilhar suas experiências. Cada um terá o direito de emitir sua opinião, seja ela contrária ou não.

- Durante a entrevista

O entrevistador deve criar possibilidades para que todos participem e emitam sua opinião, estar atento a quem não participa e evitar interações paralelas.

- Ao final do grupo focal

Agradecimento verbal.

Entrega de cartão de agradecimento.

- Após a realização do grupo focal

Realizar um diário de campo sobre como foi o andamento da entrevista.

APÊNDICE D – DIÁRIO DE CAMPO DA ENTREVISTA TESTE

Organizei o pré-teste utilizando o aplicativo whatsapp, com certa antecedência avisei os colegas. No caso havia chamado 10 colegas; entretanto, compareceram somente 6. Marquei o encontro às 9 horas, estava nervosa, pois mesmo sendo um pré-teste queria que tudo estivesse okay para me preparar melhor para o teste em si. Ao chegar à UFES o primeiro obstáculo: os alunos haviam ocupado o CCJE e fui impossibilitada de pegar a chave da sala destinada ao grupo focal. A sorte foi que a sala de estudos do grupo de práticas estava disponível. Como a maioria dos alunos utiliza essa sala, foi até mais fácil realizar o teste nela.

Cheguei 15 minutos antes na sala. Um dos alunos já estava lá lendo uma revista. Comecei a arrumar a mesa redonda, pois a ideia sempre foi de realizar um café, onde as pessoas vão trocando ideias e comendo. Os outros alunos convidados foram chegando aos poucos. Quando 4 deles já estavam lá, decidimos dar início. Sentamos à mesa e começamos a conversar sobre coisas referentes ao mestrado, não necessariamente do meu roteiro de pesquisa. Entreguei o termo de consentimento e o questionário demográfico para eles lerem e realizarem suas contribuições. Nesse meio tempo, outros dois alunos chegaram e se sentaram à mesa.

Após as considerações, comecei a realizar as perguntas do roteiro, pedi para que respondessem com base em suas experiências ou de conhecidos, pois nem todos são consumidores de orgânicos, portanto, não poderiam responder as perguntas 100%. Contaram coisas que ouviram, sabiam ou de experiências vividas. Não segui o roteiro à risca, pois em determinados pontos algumas discussões apareciam, portanto, pulava algumas questões e perguntava outras, sendo então o roteiro utilizado, mas não conforme a sequência que havia realizado.

As primeiras coisas que foram respondidas e levantadas para discussão foi a decisão por atitudes mais saudáveis, ponto que apareceu constantemente na entrevista. Percebi que, mesmo não sendo consumidores assíduos, todos tinham alguma informação sobre os orgânicos e sabiam um pouco sobre o mercado. Além disso, a questão moda e tendência também foram levantadas logo no início. Quanto a práticas e hábitos, um dos alunos citou que em sua casa iniciou-se o consumo de

orgânicos por “culpa” da esposa (houve até uma brincadeira dizendo que na casa dele a mulher que manda e ele e seus filhos simplesmente aceitam). Segundo ele sua esposa havia lido em diversos artigos de jornais sobre a importância de uma alimentação saudável e tenta aplicar isso em sua casa com pequenas atitudes, mas confessa que esse consumo não é maior por falta de tempo e de dinheiro.

Outro ponto interessante foi que no decorrer da entrevista foi levantada a possibilidade de os orgânicos serem produzidos em larga escala. Houve uma divergência de opinião por parte de duas alunas. Uma disse que isso é muito cultural do que se considera comida ou não (nesse ponto a aluna citou um exemplo muito legal que viu na tv, dizendo que há pessoas cultivando bastante cigarra e outros insetos no Brasil, pois do ponto de vista nutricional são mais ricos do que a carne de vaca e sua produção impacta menos no meio ambiente), e que há um tabu por trás do fato de os orgânicos não serem produzidos em larga escala, pois a cultura do orgânico prega você consumir alimentos locais e não de outras regiões. Outra aluna confrontou esse argumento, dizendo que em alguns países não há produção de alimentos por questões ambientais (solo infértil, como no Japão) e que esses alimentos têm que ser importados, portanto, precisam de fertilizantes e conservantes. Entrando nessa discussão, um aluno informou que há no governo do ES um incentivo para os agricultores cultivarem vários alimentos, por questões econômicas, ou seja, incentivando a cultura de vários alimentos e não a monocultura.

De forma geral, o grupo correu bem, a dinâmica do café foi boa, e discutir em volta da mesa deixou os entrevistados mais à vontade. Notei que todos acharam interessante a dinâmica e a forma do café orgânico. Entretanto, muitos disseram que não gostaram de algumas comidas, mas elogiaram outras.

APÊNDICE E – DIÁRIOS DE CAMPO DAS ENTREVISTAS

ENTREVISTA 1

A primeira entrevista foi realizada no dia 19 de novembro de 2016. Os contatos desse dia foram fornecidos por uma das organizadoras de cestas orgânicas *delivery*. No caso, enviei o convite para 10 pessoas, obtendo a confirmação de 7 pessoas. Comprei todos os produtos orgânicos em feiras e lojas especializadas, de acordo com o que já havia oferecido na entrevista teste. Preparei a mesa e aguardei, havia marcado com as pessoas para as 16:00 horas. Preferi deixar tudo adiantado para não ocorrerem imprevistos e os aguardei chegar. Os primeiros a chegar foram um casal com dois filhos. Ambos estavam com roupas bem confortáveis e tranquilos. Pedi que aguardassem mais uns minutos, para que os outros integrantes pudessem chegar. Ambos bem simpáticos disseram que tudo bem e se sentaram à mesa, enquanto seus filhos sentavam no sofá e brincavam entre eles. Poucos minutos depois, mais um chegou. Como ele estava de bicicleta, perguntou se havia algum local no qual ele pudesse deixá-la. Então descii para abrir a porta da garagem e ele guardar seu meio de transporte. Nisso, perguntei de onde ele estava vindo, e ele me contou que veio de Vila Velha, uma cidade vizinha a Vitória. Achei interessante ele ter percorrido uma distância, considerada longa, de bicicleta. Quase na mesma hora, uma menina também chegou, aparentando ser bem jovem, logo se sentou à mesa e puxou assunto com as outras pessoas que já estavam presentes. Os 3 últimos chegaram juntos. Uma menina, também jovem, e um casal com um filho pequeno. O casal pediu desculpas, e disse que atrasou por conta dos afazeres de sábado.

Todos sentados, entreguei o termo de compromisso e o questionário de perfil, enquanto isso, ia contando sobre a minha pesquisa e como seria a dinâmica. Iniciei pedindo que todos se apresentassem e contassem como foi o primeiro contato deles com a alimentação orgânica. Todos estavam muito empolgados e pude perceber que estavam interessados, tanto em contar suas próprias experiências, como também ouvir os outros participantes.

Percebi que, no começo, estavam ainda um pouco tímidos, e quase não haviam encostado nos lanches. Com o andamento da entrevista, foram ficando mais soltos e

a dinâmica tornou-se um pouco mais descontraída. Fiquei um pouco apreensiva em perder o foco da pesquisa, portanto, tive que me comprometer mais com o tópico guia para que o assunto não fugisse muito do tema de minha pesquisa.

Quando confrontados com a pergunta sobre a tribo, e se existia algum grupo de adeptos aos orgânicos, foi unânime todos dizerem que se sentem sozinhos nessa empreitada. Um dos momentos descontraídos foi quando um participante disse que estava feliz por saber que não era o único doido no mundo. Pude perceber que mesmo a maioria tendo práticas cotidianas parecidas, além das escolhas alimentares, eles não se sentiam parte de um grupo, e não imaginavam que pudesse haver outras pessoas com motivações similares a deles. Um dos integrantes até citou que conhecia muita gente que consumia orgânicos, por conhecer outros consumidores da cesta *delivery*, entretanto, ele nunca havia parado para conversar com eles sobre os assuntos que foram levantados durante a entrevista.

Notei que as crianças comiam tudo o que estava na mesa, sendo que um deles gostava particularmente do morango orgânico que estava na mesa. Achei engraçado, pois havia servido outros quitutes que poderiam agradar mais a uma criança, entretanto, ele estava mais interessado nas frutas ali presentes.

A entrevista durou cerca de 1h e 40 min. Quando a finalizei, ressalttei com os participantes que eles podiam ficar à vontade para comer mais e conversar sobre o que quisessem. Houve várias conversas paralelas, as mães conversavam sobre a criação dos filhos e as duas meninas mais jovens trocavam receitas. Mesmo dando como encerrada a entrevista, os participantes permaneceram ainda no local por volta de 30 min. Achei interessante, pois já estava ficando tarde, mas percebi que eles ainda estavam muito interessados em continuar a conversa. Um dos participantes até brincou que o encontro poderia ser mensal, pois ele havia gostado do foco da conversa.

ENTREVISTA 2

A segunda entrevista só foi possível marcar depois de um bom tempo da primeira. Consegui agendar para o dia 21 de janeiro de 2017. Mantive os mesmos passos da

primeira: mandei mensagem para 10 pessoas, obtendo a confirmação de 5 pessoas. Marquei novamente para as 16:00 h. Novamente, comprei basicamente as mesmas coisas para o “café orgânico”. Arrumei a mesa e aguardei.

O primeiro a chegar foi um rapaz. Chegou alguns minutos adiantado para a minha surpresa. Abri a porta e pedi que ele aguardasse mais uns minutos, ele se sentou e perguntou se podia pegar um pouco de café, disse para ficar à vontade enquanto ele esperava. Nesse meio tempo, recebi uma mensagem de uma das convidadas dizendo que não iria poder comparecer. Comecei a ficar preocupada e com receio de que talvez não conseguisse realizar a pesquisa. Os próximos a chegarem foram um casal. Ambos se desculparam pelo atraso e se sentaram. Os dois eram mais sérios, e não pareciam muito confortáveis em estar lá. Ambos se sentaram à mesa e eu pedi que aguardassem, pois havia mais uma pessoa para chegar. Esperei mais ou menos 10 min. Como já eram mais ou menos 16h30min, decidi começar mesmo sem a presença da quarta pessoa. Mande mensagem para ela, entretanto, não obtive resposta.

Entreguei o termo de compromisso e o questionário do perfil e fui explicando sobre a entrevista. Ressaltei que eles poderiam ir comendo conforme a entrevista ia ocorrendo; entretanto, os três só tomaram o café. No começo percebi que os três estavam estranhando a dinâmica; porém, no decorrer foram se soltando e contando mais sobre suas experiências. No final, pude perceber que estavam mais confortáveis, principalmente a mulher.

Mesmo com poucas pessoas, a entrevista durou em torno de 1h e 20min. Percebi que com o número reduzido de pessoas, cada um teve a oportunidade de falar um pouco mais sobre suas experiências, assim como foi mais fácil conduzir a entrevista. O ponto negativo foi que a dinâmica do grupo foi mais difícil de notas. Na primeira entrevista, com mais pessoas, notei uma empolgação maior das pessoas que estavam participando.

Quando dei a entrevista por encerrada, o rapaz aproveitou para me fazer algumas perguntas sobre o andamento da pesquisa. O casal, mesmo parecendo com pressa, se interessou e acabou também fazendo algumas perguntas. Tirei as dúvidas deles e agradei novamente e, ao contrário do que ocorreu na primeira entrevista, todos

foram embora poucos minutos depois, assim como, dessa vez, a maioria da comida que eu havia preparado sobrou.

ENTREVISTA 3

O terceiro encontro marquei para o dia 18 de fevereiro. Dessa vez, mandei mensagem para mais pessoas, com medo de haver cancelamentos novamente. Entrei em contato com 12 pessoas, obtendo somente 6 confirmações. No dia marcado, logo de manhã uma pessoa teve que cancelar novamente. Por conta de conflito de horário com o trabalho, não iria poder comparecer. Mantive ainda o encontro marcado, pois ainda estava com 5 pessoas confirmadas.

A primeira a chegar foi uma jovem. Muito simpática, estava de bicicleta e pediu para que eu abrisse a porta da garagem. Desci e me recordei do rapaz da primeira entrevista. Reparei que a bicicleta dela era toda equipada, com uma cesta na parte da frente e de trás. Perguntei para ela o motivo e ela me respondeu que a bicicleta era seu local de trabalho, pois ela percorria vários bairros vendendo doces veganos produzidos com alimentos orgânicos. Achei interessante a ideia e perguntei mais sobre o trabalho dela. Enquanto isso, esperávamos as outras pessoas chegarem. Os próximos que chegaram foram um casal, com dois filhos. A mulher aparentava estar empolgada com a pesquisa, enquanto o homem, pude notar, estava mais atento às crianças.

Decidi mandar mensagem para os outros participantes para saber se já estavam a caminho. No caso, era um casal com um filho. Entrei em contato com a mulher e ela pediu desculpas, mas como seu filho não estava muito bem, não iria conseguir comparecer. Portanto, iniciei a pesquisa com 3 pessoas novamente.

As duas participantes mulheres aparentavam estar muito interessadas e falavam bastante sobre suas experiências; entretanto, notei que o homem estava mais tímido, tentei puxá-lo mais para a conversa, mas era sempre interrompido por sua esposa, que, empolgada, complementava tudo o que ele dizia. Dessa vez, os três aproveitaram bastante a comida. O casal aproveitou e contou que seus dois filhos não tomam refrigerantes e já notam a diferença entre uma batata orgânica e uma

não orgânica. Achei interessante, pois pude realmente perceber que as duas crianças estavam bem confortáveis com os lanches que eu havia servido.

A entrevista durou cerca de 1 hora; entretanto, os três ainda permaneceram no local por uns 20 min. Trocaram algumas outras experiências e receitas de pratos veganos, principalmente.

ENTREVISTA 4

A entrevista foi no dia 21 de março de 2017, às 17 h. Mande novamente o convite para 10 pessoas, sendo que 5 me confirmaram que viriam. A maioria deles eu já havia tentado chamar nas outras vezes, mas sempre ocorria algum imprevisto ou conflito de horário. No dia anterior, uma das participantes precisou cancelar, pediu desculpas e ficou à disposição para futuros encontros. Comecei a ficar preocupada, pois, como das últimas vezes muitos cancelaram em cima da hora, fiquei ansiosa e pensei em alterar o dia. Mas, preferi arriscar e mantive a mesma data e o mesmo horário.

A primeira a chegar foi uma pessoa indicada por uma participante anterior. Jovem, ela chegou com uma roupa de academia. Perguntei se ela estava indo ou voltando, ela disse que após a entrevista ia à praia fazer yoga. Ofereci os lanchinhos e o café, mas ela recusou, pois estava fazendo uma dieta especializada em controlar ansiedade. Disse que não poderia comer nada industrializado, portanto, comeu somente o bolo que eu havia preparado.

Um casal chegou logo depois, com um neném. Ambos muito simpáticos se sentaram com o neném. Pedi para aguardar mais um instante, pois o outro participante já havia me ligado para dizer que iria atrasar uns minutos. Nesse meio tempo, ficamos brincando com o neném, que trouxe certa descontração para o ambiente, fazendo até com que eu ficasse mais calma. Quando o quarto participante chegou, dei início à entrevista. Realizei os mesmos procedimentos anteriores e expliquei sobre a dinâmica da entrevista. Dessa vez, notei que todos estavam tranquilos, interessados no assunto, mas não empolgados. Todos falavam por vez e quase não tive problemas em conduzir o encontro.

A entrevista durou cerca de 50 min; entretanto, dessa vez os participantes preferiram comer após o término. Achei legal que a menina que estava com uma dieta mais controlada se ofereceu para ficar com o neném enquanto os pais comiam. Enquanto iam comendo, iam conversando principalmente sobre ervas medicinais e sobre a cura de doenças através da alimentação. Passados uns 30 min, todos saíram e foram embora juntos. Notei que, dessa vez, a entrevista foi mais tranquila, mesmo tendo sido a mais curta. O grupo não demorou muito para entrar em uma dinâmica mais tranquila, não tendo aqueles primeiros minutos de timidez que houve nas anteriores.

APÊNDICE F – TERMO DE CONSENTIMENTO



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO – UFES
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS – CCJE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – PPGAdm

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

Prezado(a), você está sendo convidado(a) a participar da pesquisa intitulada “Os estilos de vida entrecruzados em uma tribo de consumidores de alimentos orgânicos”, promovida pela UFES (Universidade Federal do Espírito Santo), que tem como finalidade compreender a construção dos diferentes estilos de vida que se entrecruzam em uma tribo de consumidores de alimentos orgânicos. Ao participar deste estudo você permitirá que os pesquisadores utilizem os dados coletados para fins de divulgação científica.

Os procedimentos adotados nesta pesquisa obedecem aos critérios da ética em pesquisa com seres humanos. Sendo assim, os seguintes procedimentos são adotados nesta pesquisa:

- Todas as informações coletadas neste estudo são estritamente confidenciais, garantindo-lhe o anonimato.
- A sua participação na pesquisa é voluntária, o que significa que você tem liberdade de não participar da pesquisa ou ainda interromper a sua participação durante o preenchimento do questionário, sem qualquer prejuízo.
- A participação nesta pesquisa não traz riscos à sua integridade física ou moral.
- Ao participar desta pesquisa você não terá nenhum benefício direto. Entretanto, esperamos que este estudo proporcione informações importantes sobre o tema proposto e que, de alguma forma, o conhecimento que será construído a partir desta pesquisa contribua para ampliar a discussão sobre os alimentos orgânicos.

Desde já, agradecemos a sua contribuição para o desenvolvimento desta pesquisa. Em caso de dúvida, entre em contato com alinechima@hotmail.com ou (27) 997879264.

Após estes esclarecimentos, solicitamos o seu consentimento de forma livre e esclarecida para a sua participação nesta pesquisa.

Autorização:

Fui informado(a) dos objetivos desta pesquisa de forma clara e detalhada. Recebi informações sobre cada procedimento, dos riscos previstos e benefícios esperados. Terei liberdade de retirar o consentimento de participação na pesquisa, em qualquer momento do processo.

Data: / /

Nome: _____

Assinatura: _____

Pesquisadora: _____

Aline Chima Komino

**APÊNDICE G – QUESTIONÁRIO PARA LEVANTAR O PERFIL DOS
ENTREVISTADOS**

1 - Qual a sua idade? _____

2 - Gênero: () Feminino () Masculino () Outros

3 - Qual é o seu estado civil?

() Solteiro(a)

() Casado(a)

() Divorciado(a)

() Viúvo (a)

4 - Tem filhos? () Sim () Não

5 - Escolaridade completa

() Ensino Fundamental

() Ensino Médio

() Superior

() Pós-graduação/MBA

() Mestrado

() Doutorado

6 - Qual bairro você mora? _____

7 - Qual a faixa da sua renda familiar mensal?

() Até R\$ 880

() De R\$ 8.801 a R\$ 17.600

() De R\$ 881 a R\$ 1.760

() Acima de R\$ 17.600

() De R\$ 1.761 a R\$ 2.640

() De R\$ 2.641 a R\$ 4.400

() De R\$ 4.401 a R\$ 8.800