

PRÁTICAS DE CONSUMO ALIMENTAR DE PRODUTOS AGROECOLÓGICO, GOSTO DE CLASSE E ESTILO DE VIDA

Fernanda Valli Nummer¹; Ederson Hélio Antunes da Rosa².

Palavras-chave: consumo de produtos agroecológicos, classes sociais, distinção social, estilo de vida.

INTRODUÇÃO

O conhecimento aprofundado dos aspectos relativos ao consumo e ao consumidor de produtos agroecológicos tem se colocado como pauta na discussão do movimento e, também, como um dos desafios a ser almejado por aqueles que atuam no campo da agroecologia.

Este trabalho faz parte da monografia de conclusão do curso de graduação em Ciências Sociais, que será apresentada em dezembro de 2004 na Universidade Federal de Santa Maria. A pesquisa foi realizada com consumidores da feira de produtos agroecológicos de Santa Maria, Rio Grande do Sul, tendo como finalidade detectar o perfil do estilo de vida desses agentes, traçando a possibilidade analítica da comida ecológica como representante de uma lógica social de distinção, que manifesta sistemas de classificação do mundo social. Dito de outra forma, as táticas de consumo alimentar que adotamos reflete princípios culturais incorporados de visão e de divisão do mundo social.

Na pesquisa considerou-se agricultura agroecológica, de acordo com Altieri (1989) como a lavoura que tem como princípio um ecossistema no qual há processos ecológicos encontrados em outros tipos de vegetação - ciclo de nutrientes, interações predador/presa, competição, comensalismo e sucessões ecológicas - também ocorrem. Ou seja, a agroecologia enfoca as relações ecológicas no campo e o seu objetivo é entender a dinâmica e a função das relações existentes nos meios bióticos, abióticos e entre eles, além de hábitos e tradições de cada cultura vista em seu particular. Logo, a compreensão desses processos e relações faz com que os agrossistemas possam ser manipulados para produzir melhor, com menos insumos externos, menos impactos negativos ambientais e sociais e mais sustentabilidade. No Brasil, a área estimada é de

¹Professora da UNIVATES, Lajeado - RS; Mestre em Antropologia Social, UFRGS - RS. Endereço: Rua Santos Filho, 269/601 - Centro; CEP.: 95900-000 - Lajeado, RS. E-mail: fnummer@bol.com.br

²Graduando do curso de Ciências Sociais - Bacharelado, UFSM, Santa Maria - RS. Endereço: Casa do Estudante Universitário 2, Ap.: 2322 - Campus UFSM; CEP.: 97105-900 - Santa Maria, RS. E-mail: ederson@mail.ufsm.br

803.108 hectares, ficando, na América Latina, em segundo lugar após a Argentina (Brandenburg, 2002).

MATERIAIS E MÉTODOS

Esta pesquisa tem caráter exploratório explicativo com enfoque nas técnicas de pesquisa qualitativa. O trabalho de campo foi desenvolvido na feira de produtos agrícolas que se realiza às terças-feiras, das 7h Às 13 h na Praça Saturnino de Brito, Centro da cidade de Santa Maria. A técnica de pesquisa utilizada foi a observação participante durante os meses de fevereiro a agosto de 2004 privilegiando contato com os vendedores e consumidores mantendo um diário de campo para narrar as conversas informais e expressar sentimentos e impressões. A partir desta etapas selecionamos através de amostra intencional, nove consumidores que adquiriam os produtos porque estes eram agroecológicos, logo, foi imprescindível o conhecimento dos clientes que compram na feira e da ajuda dos próprios feirantes. Por sua vez, não optamos por utilizar um survey com toda a população que adquire os seus mantimentos na feira, pois além de não ser a prática mais econômica para apreender as condutas normalizadas sobre alimentação, esta pôde ser feita pela observação e interrogação de alguns informantes dentre os vendedores e os consumidores mesmos.

A procura foi por uma “reflexividade reflexa”, que se baseia num trabalho de olhar ato simples de alimentar-se, cotidiano, rotinizado e, logo, passando despercebido porque somos potenciais consumidores, permitiu o controle na própria escolha dos entrevistados, construção do questionário e condução das entrevistas, resultando num olhar para além do viés biológico e, por conseguinte, da própria estrutura inserida na singularidade do agente.

As entrevistas com os nove consumidores foram registradas em fitas cassetes e cadernos de campo, adotando um roteiro de entrevista tópica. Os dados foram tabulados manualmente e os corpos de entrevistas foram analisados através da técnica de análise de conteúdo clássica.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

“Dize-me o que tu comes e te direis quem és”, escreveu Antoine Brillat-Savarin em sua obra gastronômica “A fisiologia do gosto” (1826), citado em “La distincion : criterios y bases sociales del gusto” (2002) de Pierre Bourdieu. Esta sentença demonstra que o consumo de alimentos denota uma forma que os agentes têm para expressar suas

condições de existência de acordo com um conjunto unitário de preferências distintivas. Estas preferências distintivas, particularmente as relacionadas à alimentação, exprimem práticas e propriedades do estilo de vida dos agentes sociais.

Entende-se estilo de vida como o produto de disposições sociais duráveis e transponíveis apropriadas pelo “habitus”. As disposições sociais incorporadas pelos agentes para classificar e apreciar práticas e propriedades geram os gostos. É preciso lembrar que os gostos são sempre distintivos e por isso variam de acordo com as lógicas próprias de produção cultural de gostos. Ou seja, a oferta e a demanda de práticas e bens classificados e classificantes é determinada pela capacidade de um conjunto de agentes sociais, envolvidos num determinado campo social, de produzirem consumidores. Nas palavras de Bourdieu:

“Todos os bens oferecidos tendem a perder sua raridade relativa e seu valor distintivo à medida que cresce o número de consumidores que estão, ao mesmo tempo, inclinados e aptos para a sua apropriação” (Bourdieu, 1983 b: p. 134). O que é produzido dentro da lógica do consumo como distinção, na mesma medida em que se populariza, se torna vulgar, se desvaloriza. Neste caso, são adotadas táticas (na maioria das vezes, inconscientes) através das quais os consumidores defendem sua diferença defendendo a raridade dos produtos que consomem, ou da maneira de consumi-los. Sem dúvida que, entre estas táticas adotadas pelos agentes, a mais elementar, consiste em não consumir, bens muito divulgados. Em desvalorizá-los a medida em que “caem no gosto comum” (Bourdieu, 1983 a).

Ao analisarmos o ato da escolha de alimentos e de seu preparo, nos deparamos com um aspecto da vida humana que é mais profundamente conectado com a sobrevivência básica concomitante com elementos sociais e simbolicamente construídos (Maciel, 1996). O Homem constrói regras e sistemas alimentares onde a escolha do que vai ser ingerido não responde só, e somente só, às necessidades de ordem biológica - à nutrição - mas é impregnado de cultura – simbolicamente construída. Ou seja, não são princípios dietéticos puros, alimentos naturais, mas de alimentos culturalizados, escolhidos e preparados de acordo com leis de compatibilidade e regras de conveniência próprias a cada área cultural, os alimentos e os manjares ordenam-se em cada região segundo um código detalhado de valores, de regras de símbolos em todo qual se organiza o modelo alimentar de uma área cultural em um determinado período (Aymard, 1975, apud De Certeau, 1997).

Os dados analisados até o momento indicam que esta prática de consumo alimentar está associada a práticas discursivas de distinção pelo estilo de vida deste grupo, não sendo uma busca explícita por distinção, mas numa sociedade onde todos buscam e têm que se alimentar, esse ato social de preocupar com o meio ambiente tem como primórdio uma denegação, uma condescendência e, ao mesmo tempo, uma preocupação com o corpo, o que é demonstrado pelas práticas de esporte do grupo pesquisado. Assim, a ausência eletiva dos produtos convencionais em favor dos ecológicos descreve práticas que distinguem, que escrevem um “capital simbólico” a estes consumidores. Outra variável preponderante é o “capital cultural” desses agentes, pois todos tinham curso superior completo ou incompleto, sendo três com curso de pós-graduação.

Nossa finalidade de foi a de descrever as características sociais destes agentes e perceber como a relação entre o consumo de produto agroecológico e as lógicas de distinção associadas ao consumo deste tipo de alimento, colaboram e são alvos de disputas simbólicas pela dominação, na elaboração de um sistema de classificações sociais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALTIERI, M. A. *Agroecologia: as bases científicas da agricultura alternativa*. Rio de Janeiro: PTA/FASE, 1989.

BOURDIEU, P. *La distincion : criterios y bases sociales del gusto*. Madri: Taurus, 2002.

_____. *Coleção Sociologia*. São Paulo, Ática, 1983a.

_____. *Questões de sociologia*. Rio de janeiro, Marco Zero Limitada, 1983b.

_____. *O campo econômico: a dimensão simbólica da dominação*. Campinas, Papirus, 2000.

BRANDENBURG, A. Movimento agroecológico: trajetória, contradições e perspectivas. *Sociedade e Ambiente*, n. 12, jan. - mar. 2003, p. 42 - 63.

DE CERTEAU, Michel; GIARD, Luce e MAYOL, Pierre. *A invenção do cotidiano 2: Morar, cozinhar*. Petrópolis: Vozes, 1997.

MACIEL, M. E. Introdução. *Horizontes Antropológicos*, n. 4, jan.- jun. 1996, p. 1-3.