

4. Conhecendo o Campo

4.1 A Metodologia

A metodologia de pesquisa escolhida para este trabalho foi a etnografia. A etnografia é uma prática de pesquisa utilizada pela Antropologia. Na verdade, mais do que apenas uma ferramenta, ela constitui um eixo fundamental da disciplina. Nessa seção do trabalho pretendo discutir as características dessa metodologia escolhida. Para me guiar no reconhecimento dos estudiosos responsáveis por alguns dos passos revolucionários da disciplina e, portanto, da prática etnográfica, utilizarei o livro *O que é Etnocentrismo*, de Everardo Rocha (2008) e o artigo *Fronteiras e limites: espaços contemporâneos da pesquisa etnográfica* de Everardo Rocha, Carla Barros e Claudia Pereira.

Esse método de pesquisa busca desenvolver uma compreensão da sociedade a partir da visão e dos valores da própria sociedade estudada. Isto, no intuito de evitar qualquer etnocentrismo que aplicaria a visão de mundo do cientista sobre as representações e práticas desempenhadas por uma sociedade diferente da sua. Nesse sentido, ela é crucial para o desenvolvimento da Antropologia como disciplina, pois viabiliza o relativismo, um de seus valores centrais. Relativizar significa interpretar determinada cultura sob a ótica dos próprios participantes. A importância do relativismo cultural para a tradição antropológica é afirmada desde os estudos de Franz Boas (2004):

O grande passo que parece estar vinculado ao trabalho de Boas é o de iniciar uma reflexão que veio a relativizar o conceito de cultura. Num programa onde o evolucionismo tomava a cultura ocidental, do “eu”, como absoluta e, a partir de seus padrões, organizava toda uma classificação das culturas do “outro”, Franz Boas criou a sua revolução. (...) Foi ele o primeiro a perceber a importância de estudar as culturas humanas nos seus particulares. Cada grupo produzia, a partir de suas condições históricas, climáticas, lingüísticas, etc., uma determinada cultura que se caracterizava, então, por ser única, específica. Este relativismo cultural, essa pluralidade de culturas diferentes, visto por Boas é, se compararmos, uma ruptura importante do centramento, da absolutização da cultura do “eu”, no pensamento evolucionista. (ROCHA, 2008, p.39 e 40)

Apesar de Boas (2004) ter dado o passo inicial em direção ao relativismo, essa nova abordagem teórica só terá um decisivo impacto sobre a metodologia de pesquisa

a partir de Malinowski (1978). Esse antropólogo é o primeiro a destacar a importância do trabalho de campo para a manutenção da fidelidade aos valores culturais do grupo estudado. Ao lançar o livro *Os Argonautas do Pacífico Ocidental* (1978) que conta com informações observadas num intenso trabalho de campo no arquipélago formado pelas Ilhas Trobriand, ele é o primeiro a usar esse que seria o maior instrumento de relativização da Antropologia.

Com Malinowski, pela primeira vez, a grande “viagem” do “trabalho de campo” se realiza. Não que antes dele não se tivesse visitado o mundo do “outro” com o intuito de conhecê-lo. Mas, a força da passagem realizada por Malinowski é a transformação da visita ao mundo do “outro” pelo efetivo “trabalho de campo”. Os trinta e um meses vividos por ele nas aldeias das Trobriand marcam a qualificação desta passagem. (ROCHA, 2008, p.69 e 70)

Assim, para que o pesquisador possa absorver a visão de mundo do “outro” é necessário que ele tente se aproximar e vivenciar a sociedade estudada. Numa junção de observação participante e entrevistas em profundidade, ele deve tentar enxergar o mundo através das lentes daquela cultura e assim, explicar determinado fenômeno a partir do ponto de vista dos próprios executantes do mesmo. Trata-se de um trabalho microscópico que coloca em foco o detalhe, os pequenos gestos da vida cotidiana. A observação permite que categorias não conscientes por parte dos informantes se evidenciem.

Diante dessa diversidade cultural, um grande dilema passa a existir para a Antropologia. Como ciência, ela deveria buscar leis que coordenassem o seu objeto. Se a pluralidade das culturas deve ser respeitada, como garantir que delas se retire recorrências e, assim, possa se construir uma ciência do “outro”? Nesse sentido os trabalhos de Clifford Geertz (1989) serão essenciais. No seu livro *A Interpretação das Culturas* (1989), o antropólogo defende o caráter interpretativo da Antropologia. Esta seria uma ciência que busca encontrar os diferentes valores que cada cultura possui para coordenar a sua própria existência.

Geertz (...) diz que a Antropologia não é uma ciência de tipo experimental que tenha como objetivo a procura de leis gerais e constantes. Ela é uma ciência interpretativa que busca apenas conhecer os significados que os seres humanos, tanto na sociedade

do “eu” quanto na sociedade do “outro”, dão às formas pelas quais escolheram viver suas vidas. (ROCHA, 2008, p.86 e 87)

Para explicar os significados culturais o autor usa a metáfora de uma teia. Ao mesmo tempo que a tece – ou seja, ao mesmo tempo que constrói um sistema de significados conectados entre si como os nós de uma rede - o homem se prende a ela. A cultura transforma-se assim num emaranhado de símbolos, presos uns aos outros e prendendo inclusive o próprio homem que os criou. Nesse sentido, desenvolver etnografia significa primeiramente reconstruir essa rede de valores de determinada cultura para nessa estrutura encontrar a compreensão do fenômeno estudado. Ela recusa a separação do fenômeno do contexto em que ocorre e, portanto, da rede simbólica onde está inserido, sob o argumento de que tal prática levaria a uma compreensão enviesada do mesmo.

Ou seja, a partir desse momento a disciplina antropológica já adota a dimensão simbólica que fora abordada no terceiro capítulo desse trabalho, através dos estudos de Rodrigues (2003). Conseqüentemente, falar em etnografia significava um esforço no sentido de destrinchar os símbolos e o “programa cultural” de determinada sociedade. Esse “programa” imprescindível para a existência do ser humano simbólico.

Não dirigido por padrões culturais – sistemas organizados de símbolos significantes (linguagem, arte, mito, ritual) – o comportamento do homem seria virtualmente ingovernável, um simples caos de atos sem sentidos e sem explosões emocionais, e sua experiência não teria praticamente qualquer forma. (GEERTZ, 1989, p. 33)

Através da anotação sistemática desenvolvida durante o trabalho de campo, o pesquisador se mune de uma base de dados que será interpretada de acordo com o arsenal teórico que o antropólogo dispuser para explicar aquela cultura. Sendo assim, o produto final dessa pesquisa não se resume a uma descrição dos costumes observados e sim, daquilo que a partir de Geertz se convencionou chamar de descrição densa: “ (...) entre a descrição superficial e a descrição densa (...) esta o objeto da etnografia: uma hierarquia estratificada de estruturas significantes (...)” (1989, p.5). Ou seja, a partir dos dados observados em campo, cabe ao pesquisador

organizá-los numa estrutura hierárquica de valores, uma rede que dá sentido aos símbolos, um sistema.

No entanto, é o antropólogo Lévi-Strauss (2008) quem destacará um difícil aspecto da etnografia: é preciso um esforço dos cientistas para captar determinadas questões inconscientes por parte dos informantes. Falando tanto de tribos indígenas quanto em relação à sociedade ocidental, explica que na maior parte das vezes os nativos são governados pelos costumes e não têm consciência do verdadeiro motivo de determinadas práticas sociais. Assim, quando questionados, fornecem justificativas que não satisfazem uma tentativa de compreensão da sua estrutura social.

Mesmo em nossa sociedade, os modos à mesa, os hábitos sociais, as regras de vestuário e muitas de nossas atitudes morais, políticas e religiosas são escrupulosamente observados por cada um de nós, sem que sua origem ou verdadeira função tenham sido objeto de reflexão demorada. Agimos e pensamos por hábito, e a formidável resistência que se opõe a seu desrespeito, ainda que mínimo, provém mais da inércia do que de uma vontade consciente de manter costumes cuja razão fosse compreendida. (LÉVI-STRAUSS, 2008, p.33)

Segundo o autor, a importância de se evidenciar os dados inconscientes consiste no fato de que eles permitiriam o alcance das propriedades mais íntimas de determinada cultura: as formas universais. “A passagem do consciente ao inconsciente é acompanhada por um progresso do específico em direção ao geral” (2008, p.35). Aqui o antropólogo constrói uma dicotomia entre formas e conteúdos: enquanto as formas poderiam ser universais, cada cultura as preencheria com seu próprio conteúdo. Por exemplo: enquanto toda cultura constrói uma oposição entre humano (cultural) e não-humano (natural), elas divergiram sobre o conteúdo dessa oposição – elementos interpretados como culturais por uma, podem ser naturais para outra. As formas, por viabilizarem recorrências em todas as culturas, reinseririam a Antropologia em uma busca científica por dimensões universais, e não apenas particulares, de determinada cultura. Nesse sentido, para captar as minúcias da estrutura social, o etnógrafo deve sempre buscar descortinar as razões inconscientes de cada prática.

Primeiramente a etnografia surgiu com o intuito de pesquisar sociedades indígenas, mas posteriormente o campo de aplicação do método se amplia e passa a incluir o estudo de contextos urbanos da sociedade moderna. Isto ocorre principalmente com a chamada Escola de Chicago entre os anos 20 e 50, em que se destaca a tese de doutorado *Sociedade de Esquina* de William Foote Whyte (2005) sobre o estudo da juventude de *italian americans* de Boston. Desde então, a etnografia vem sendo usada para entender ambientes modernos contemporâneos. Talvez, nesse caso, o distanciamento entre cientista e a cultura-objeto diminua, já que tanto cientista quanto objeto compõem uma mesma sociedade. Mas, como o antropólogo Gilberto Velho (1978) buscou chamar atenção nos seus estudos sobre sociedades urbanas: o familiar não é conhecido. Assim, cabe ao antropólogo estranhar questões rotineiras, desnaturalizá-las e buscar seus sentidos ocultos.

Nos últimos anos, outras disciplinas têm recorrido à etnografia para compreender o seu objeto. Em seus livros *A Sociedade do Sonho e Magia e Capitalismo*, o antropólogo Everardo Rocha (1995a e 1995b) propôs que a etnografia fosse utilizada como ferramenta para os estudos do campo da comunicação. No caso do livro *A Sociedade do Sonho* (1995b), a etnografia foi utilizada para compreender a dinâmica da comunicação “de dentro” dos meios de comunicação de massa. Defendendo a idéia de que o próprio discurso da mídia visava à sua definição como uma sociedade, o antropólogo sugeriu que, como qualquer outra sociedade e de acordo com a etnografia, poderíamos entender sua dinâmica a partir do olhar que o seu próprio discurso propunha.

Esta dissertação de mestrado seguirá Everardo Rocha (1995a, 1995b), Rodrigues (2003) e outros estudiosos na tentativa de construir um diálogo entre a comunicação e a antropologia. Aqui também a etnografia será utilizada para entender o consumo e a comunicação social. Assim, a partir da reconstrução da rede de valores do grupo estudado, proporcionada pela observação participante, se buscará entender qual seria o papel do consumo e da mídia nessa sociedade. Complementarmente ao estudo de Everardo Rocha (1995a, 1995b), essa pesquisa visa a entender o consumo e a mídia em face da sociedade moderna contemporânea, mais especificamente, em face ao grupo social escolhido para este projeto.

4.2 O grupo de informantes

Essa dissertação contou com a ajuda de onze informantes principais. No entanto, ao longo da pesquisa de campo, outros atores aparecerem em cena. Focarei na descrição minuciosa das onze centrais, mas sempre que for relevante destacarei outros participantes de determinada prática. Trata-se de jovens mulheres de idade entre 23 e 25 anos de classe alta da zona sul do Rio de Janeiro⁵. Para garantir a privacidade das informantes, alterei seus nomes. As onze entrevistadas serão chamadas de Paula, Carmem, Patrícia, Lúcia, Renata, Júlia, Carla, Sônia, Olívia, Roberta e Manoela. O critério de escolha do grupo foi a sua disposição para fazer compras. Por possuírem alto poder aquisitivo e ainda morarem com os pais, as informantes fazem compras com frequência, o que julguei ser um facilitador da observação do fenômeno que é objeto deste estudo.

A maioria das informantes estudou no mesmo colégio privado situado na Zona Sul do Rio de Janeiro. Mesmo entre as que não frequentaram a mesma instituição, podemos encontrar um forte vínculo social: é como se existisse entre determinados colégios da elite carioca uma rede de relacionamentos constante, onde as crianças já se conhecem desde pequenas. Frequentam as mesmas festas juvenis e eventos. Se não se conheceram no colégio, outras oportunidades são os clubes sociais, Jockey Club Brasileiro e Country Club, ou as aulas extra-curriculares de línguas, esporte, ou ballet.

Os clubes sociais poderiam ser um capítulo à parte deste trabalho já que ali se passam práticas de convivência intensa do grupo social estudado. O acesso frequente ao clube só é possível mediante a indicação de outro sócio e compra de titularidade (um título que permanecerá na família até que seja vendido). Caso não possua titularidade, é necessário ser levado por algum sócio e este se responsabilizará por pagar a entrada do convidado naquele dia específico. A família (esposa e filhos) do sócio principal também possui livre entrada no estabelecimento: os filhos homens até completarem a maior-idade, as mulheres até casarem-se. O Jockey Club Brasileiro está situado na Lagoa e o Country Club em Ipanema, de frente para a praia. Ambos

⁵ Para mais esclarecimentos sobre essa região geográfica do Rio de Janeiro, ver mapa no anexo 1.

oferecem facilidades como área de piscinas, quadras de esporte, restaurantes, academias de ginástica, etc. Assim, funcionam como um local onde os sócios podem exercer seus *hobbies* e, principalmente, interagir com os pares que freqüentam o ambiente e possuem os mesmos hábitos. É comum os clubes proporcionarem algumas festas - festas tradicionais como: natal, festa junina, baile de carnaval, etc., construindo mais uma oportunidade para que as famílias se conheçam. Outros clubes também possuem as mesmas características dos citados. Não serão mencionados nesse trabalho porque nenhuma das informantes possui sua titularidade. Trata-se então de um grupo que costuma se ver pelo menos uma vez ao mês, seja através de encontros marcados ou ao acaso. Todas compõem a alta sociedade carioca. Seus pais se conhecem entre si e muitas vezes cultivam uma relação próxima.

Tive a oportunidade de acompanhar Lúcia durante um dia no Country Club. Ela havia acordado num sábado, ido para o clube a fim de fazer ginástica e ao término, foi usufruir da área da piscina. Lá aproveitou para pegar sol e encontrar alguns conhecidos. Dentre eles Renata, também informante deste trabalho. Ali passaram algumas horas. O clube fornece toalhas, espreguiçadeiras e serviço de lanchonete para o conforto das sócias. Tudo isso precisa ser pago (assinam as despesas numa conta que será paga pelo titular, seus pais, no fim do mês). Ao final da tarde, foram ao restaurante almoçar, onde encontraram outros amigos. Renata foi abordada por uma conhecida de sua mãe que queria saber notícias. Já por volta das 17h, cada uma se direcionou a sua casa para tomar banho e pensar sobre a programação do resto do dia. Elas vão a pé pela orla da praia ou de bicicleta, já que moram nas redondezas.

Todas as informantes freqüentaram a mesma faculdade, que também fica na Zona Sul do Rio de Janeiro. A maioria é residente do eixo Ipanema-Leblon-Gávea-Lagoa, bairros que ficam próximos às conhecidas praias de Ipanema e Leblon, com exceção de Sônia que vive temporariamente em São Paulo. Todas são amigas, algumas mais próximas entre si que outras. A maioria das informantes já está formada na graduação universitária e algumas cursam a pós-graduação. Assim, durante a semana elas intercalam a rotina de trabalho (já foram efetivadas nos seus respectivos empregos) com as aulas da pós. Também aproveitam os intervalos de sua

rotina para se dedicarem a academias de ginástica, uma atividade importante para se manter a boa forma física exigida nesse meio social. Já os seus almoços são sempre em restaurantes próximos ao seu trabalho, às vezes com as outras amigas do grupo, às vezes com a equipe do trabalho. Durante os almoços, às vezes ocorre uma escapadinha em direção à loja mais próxima.

A trabalho ou a lazer, as viagens à capital Paulista, centro comercial e econômico do país, são muito comuns. Atingem uma frequência mensal. Algumas famílias das entrevistadas possuem casa própria tanto na capital carioca quanto na paulista, o que proporciona às outras amigas um ambiente para sua estadia. Nesse sentido, a relação entre a elite carioca e a paulista é íntima. É comum ver o compartilhamento de eventos sociais. A ligação ocorre pelo estímulo de suas atividades profissionais ou de amigos em comum.

Durante o fim de semana as entrevistadas frequentam os mesmos ambientes: praia de dia (ou o clube, como mencionado), almoço em restaurantes do eixo Ipanema-Leblon, e à noite Bar do Copa ou similares – o Bar do Copa é uma boate situada no renomado hotel Copacabana Palace e costuma ser frequentada por jovens da elite carioca. Durante as tardes de fim de semana também é comum a ida ao *shopping center* para fazer compras. Seus fins de semana também são preenchidos com frequentes festas e bodas de outras pessoas de seu círculo social. Essas festas contam com altas produções: alcoólicos das marcas mais reconhecidas (marcas caras, normalmente internacionais), buffet de restaurantes estrelados (restaurantes que recebem estrelas dos críticos de culinária pelo seu extraordinário serviço), decoração impecável (arranjos de flores, toalhas, jogos de luz especial, mesas e cadeiras, etc), ar-condicionado (para evitar a temperatura alta do Rio de Janeiro), toldo de proteção para chuva, e DJs contratados (disc jockey – artistas responsáveis por escolher e coordenar a ordem e execução das músicas previamente gravadas) são alguns dos elementos oferecidos. Recentemente é comum colocarem uma cabine de foto instantânea para usufruto dos convidados e oferecer sandálias de dedo *Havainas* para que as mulheres possam descer do salto-alto de seus sapatos durante a festa. É frequente o aluguel de um ambiente para a ocasião, quando a mesma não ocorre na

própria casa das informantes ou de seus conhecidos. Quando se trata das bodas, o investimento é ainda mais alto.

Quando se trata dos investimentos despendidos a cada evento social, os atingidos não são apenas os que concedem a festa, mas também os convidados. Esses eventos na maioria das vezes requerem um novo vestido, maquiagem e penteados adequados, normalmente produzidos por um profissional. Aliás, além desses eventos, a ida aos cabeleireiros é freqüente: toda semana as entrevistadas “fazem a mão e o pé” - têm as unhas das mãos e dos pés devidamente limpas, lixadas, cortadas e pintadas por profissionais - e freqüentemente contratam alguns serviços de alisamento, corte, tintura e/ou hidratação dos cabelos. Além disso, a maioria das informantes adquire semanalmente o serviço de massagem corporal, seja com o objetivo de diminuir a flacidez da pele ou apenas relaxar.

Em função de seu alto poder aquisitivo, é comum as famílias das entrevistadas possuírem pelo menos uma casa de praia e/ou campo. As casas de veraneio normalmente se situam nas cidades de Búzios (Região dos Lagos, Litoral Fluminense, aprox. 180km a leste da cidade do Rio de Janeiro) ou Angra dos Reis (Região Sul Fluminense, a aprox. 150km da cidade do Rio de Janeiro) enquanto a região serrana de Petrópolis e Itaipava (aprox. 70km da cidade do Rio de Janeiro) é escolhida para as casas de campo. Esses ambientes são com freqüência uma oportunidade de fuga do caos urbano no fim de semana. Essas casas na maior parte das vezes possuem diversos quartos e empregados fixos, de modo que os proprietários possam receber com requinte os seus amigos e parentes. É comum que durante os feriados nacionais diversos grupos da elite carioca e até da paulista se reúnam em diferentes casas de uma mesma região e combinem encontros e eventos.

Os pais das informantes possuem segundo grau completo, formação superior e especialização. Alguns já estudaram fora do país e todos visitam com freqüência o exterior (tanto a trabalho quanto a lazer). A maioria viaja internacionalmente a lazer no mínimo uma vez ao ano, podendo atingir cerca de três ou mais viagens anuais. Com as filhas não é diferente. Com ajuda financeira dos pais, viajam anualmente a lazer para os países da Europa Ocidental e os Estados Unidos (com destaque para a cidade de Nova Iorque). Diversas dentre as informantes já tiveram inclusive a

oportunidade de morar no exterior durante um período de tempo, com o objetivo de aprimorar os estudos e as línguas estrangeiras. Algumas, inclusive, moraram em mais de um país no exterior. Não surpreendentemente mantêm uma rede de amizades que atinge cidades como, Nova Iorque, Londres, Paris, Madrid, etc. Além do inglês, a maioria fala o espanhol ou o francês. No grupo, durante o período de graduação na universidade, várias concluíram uma viagem usualmente chamada de “mochilão” em que diversos países europeus são percorridos durante o período de um mês. Assim, estamos diante de um grupo com fortes vínculos internacionais e vivência no exterior.

A maioria das meninas possui conhecimentos gerais sobre arte e esporte. Em função da sua intensa vida internacional, já visitaram os mais variados museus, casas de espetáculo e jogos esportivos. Falam com desenvoltura sobre obras de arte que observaram durante suas viagens e sobre a trajetória de alguns pintores internacionalmente conhecidos. Acompanham a dinâmica internacional do futebol, do tênis e das corridas de carro. Todas já estiveram na Broadway (Avenida de Nova Iorque famosa pela concentração de casas de show) e assistiram aos musicais mais conhecidos em todo o mundo – Fantasma da Opera, Rei Leão, Bela e a Fera, Mama Mia, etc. Estão sempre atualizadas sobre os lançamentos cinematográficos e freqüentam os cinemas semanalmente. Em função da freqüência das viagens, também conhecem e palpitam com versatilidade sobre os mais variados tipos de culinária. Seus jantares são permeados de comida japonesa, mexicana, tailandesa, chinesa, francesa, etc. Muitas inclusive já fizeram curso sobre vinho e degustam a bebida com conhecimento.

Em maior ou menor grau também palpitam sobre o cenário econômico. Todas conhecem os órgãos econômicos principais do Brasil e do mundo, e a maioria já investe no mercado financeiro os primeiros dividendos de sua carreira. Além disso, todas estão atualizadas com os últimos lançamentos tecnológicos: sabem todas as novidades no que compete aos seus computadores particulares (cada uma possui um ou até mais de um equipamento), celulares e aparelhos de som. Entre as entrevistadas é comum o uso de *Blackberries*, um *smartphone* que concilia as funções de aparelho celular, Internet, bloco de notas, etc.

Pela intensa vivência de ambientes sociais que exigem um vestuário diferenciado, um conhecimento de arte, esporte e experiências internacionais, as entrevistadas poderiam ser compreendidas como especialistas em consumo. Investem grande parte do dinheiro que recebem de seus pais e de suas profissões, e de seu tempo nessas atividades. Cada evento, leia-se cada fim de semana, requer uma produção visual diferenciada, uma novidade, um novo consumo. Além disso, pela ampla gama de ofertas internacionais a que têm acesso, comentam sobre as particularidades nacionais e estrangeiras com desenvoltura. Saber consumir faz parte desse jogo social. Conhecem desde as marcas mais luxuosas até os lançamentos mais específicos e localizados. O domínio da informação é um imperativo nessa dinâmica. Suas tardes de fim de semana e qualquer momento vago durante os dias da semana são freqüentemente preenchidos pela ida às compras. Se não puderem sair, o computador torna-se veículo e através dele se compra no Rio, em São Paulo e até em Nova Iorque. Não importa como, é preciso arrumar tempo para comprar. Trata-se de uma dinâmica central do grupo estudado.

Dentre as informantes, três se destacam por não possuírem as mesmas características acima enunciadas. Elas também se destacam pelo seu consumo, mas não possuem exatamente os mesmos hábitos das outras. Entre elas, a primeira será chamada de Carla. Sua importância para essa pesquisa consiste no fato de que apesar de ter estudado num colégio dentre os mais elitizados do Rio de Janeiro, ter freqüentado a mesma faculdade que as outras, possuir amigas em comum e durante sua adolescência ter oferecido diversas festas em sua casa para componentes da elite carioca, busca hoje adotar outro estilo de vida. Decidiu morar sozinha e, com certa ajuda da mãe, sustenta sua casa com seu salário de designer. Mas seu grande foco é carreira de cantora de um grupo de samba. Freqüenta as rodas de samba do subúrbio de Madureira e os amigos que ali cultiva. Além disso, prefere evitar os ambientes freqüentados pelas outras informantes. A contribuição de Carla para essa pesquisa será no sentido de enxergar que mudanças ocorrem, pelo menos na esfera do consumo, quando, apesar da infância em comum, ela abandona os hábitos e características do grupo principal.

Por fim, Roberta e Manoela possuem um perfil diferente do grupo. Roberta estudou na mesma faculdade e mora com a mãe, mas não compartilha dos hábitos sociais do grupo principal. Manoela já é casada, nasceu na Tijuca, mas hoje mora na Zona Sul com seu marido. Tem seu próprio negócio e aos 29 anos não está na faixa etária das outras. A escolha pela participação dessas duas informantes na pesquisa se deu por elas, apesar de não participarem do grupo principal, apresentarem práticas de consumo similares. Algumas vezes as encontrei nos ambientes da pesquisa. Nesse sentido, também operarão como objeto de comparação.

4.3 A prática de pesquisa

Entre janeiro e julho de 2010 acompanhei as informantes em inúmeras ocasiões. O foco foi dado às atividades de compra, mas por diversas vezes participei de outros momentos de suas vidas. Durante essas interações, anotei minuciosamente tudo o que se passava, de forma que posteriormente, com ajuda de um embasamento teórico, pudesse enxergar as ideologias presentes naquelas atitudes.

A seleção das informantes se deu de forma espontânea. Contatei algumas pessoas que já conhecia com o perfil selecionado e elas mesmas me sugeriram outras pessoas interessantes a serem entrevistadas. Assim, antes da pesquisa já conhecia algumas das informantes, em maior e menor grau. No entanto não observei nenhum impacto negativo desse fato nos episódios presenciados e pesquisados. Na verdade, pude observar que, por já possuir certo vínculo com as informantes, elas agiam com naturalidade durante as ocasiões, podendo até ignorar a minha presença, como se eu houvesse me transformado em mais uma das integrantes do grupo.

A interação com todas as informantes ocorreu durante tardes em ambientes comerciais e momentos de entrevista em profundidade. Frequentei lojas, clubes, suas casas, boates, *shopping centers*, restaurantes e etc. Conheci seus pares, amigos próximos e familiares. Tive inclusive a oportunidade de participar de um desfile da semana de moda carioca a convite de uma das informantes. Além disso, pude compartilhar de uma viagem de final de semana a São Paulo, com três componentes do grupo principal e outras de suas amigas, quando tive a chance de acompanhar momentos de compra e conviver intensamente com as entrevistadas.

A partir dessa profunda interação com o grupo pude notar a recorrência de certos hábitos, as incoerências de determinadas atitudes e as divergências do grupo. Nesse sentido acredito ter desenvolvido um conhecimento acerca dos hábitos desse grupo social e poder, a partir daí, construir sua estrutura de valores. Em seguida, dentro dessa estrutura de valores pretendo reconhecer que função social desempenha a dinâmica de consumo.