A Cara de um, Focinho do Outro: as transformações do pet keeping e suas implicações nas práticas de consumo envolvidas na relação entre idosos e seus cães.

Helton Leal

Contextualização:

Homem e animal sempre tiveram uma relação de proximidade, mas com o passar do tempo, essa relação mudou, através de um fenômeno conhecido com pet keeping, que conferiu ao animal o status de pet e membro do arranjo familiar, ocupando um espaço significativo nas relações sociais e influenciando diretamente nas práticas de consumo. A esse fenômeno soma-se, na contemporaneidade, o envelhecimento da população, que cresce exponencialmente e ressignifica o "envelhecer", permitindo que o idoso(a) se mantenha atuante nas relações de consumo e protagonista nas relações sociais. Quando juntamos esses dois grandes fenômenos, encontramos um objeto de extremo interesse, seja para estudos de consumo, seja para a indústria e para o varejo, dado a sua importância social e mercadológica, tanto no Brasil como no mundo.

Objetivos:

O objetivo geral dessa pesquisa é caracterizar os comportamentos de consumo no âmbito da prática do pet keeping, em tutores idosos de cães do Brasil, desdobrado nos seguintes objetivos secundários:

1. Descrever o pet keeping, da perspectiva dos nexos das práticas de consumo do tutor idoso de cães;
2. Identificar produtos, serviços e espaços de consumo do tutor idoso de cães, relacionados ao pet keeping;
3. Detalhar o comportamento do idoso tutor de cães, enquanto shopper da categoria alimentos e seus espaços de consumo (ponto de venda);
4. Entender quem são os envolvidos nessas relações de consumo do tutor idoso de cães e qual sua influência no consumo.

Metodologia:

Para tais objetivos, utilizaremos referências das teorias da prática, entendendo o consumo de uma perspectiva multidisciplinar, "alinhando o que as pessoas fazem e sentem e principalmente como elas significam o consumo" (WARDE, 2002) por meio de relatos (diários pessoais e entrevistas) e das observações dos atores sociais envolvidos nesse processo. Será realizada uma pesquisa exploratória de abordagem qualitativa, buscando entender as práticas envolvidas no consumo de idosos de produtos para cães, considerando nexos envolvidos nessas práticas, espaços de consumo e outros indivíduos presentes no arranjo familiar do idoso e presente nos arranjos e processos de decisão (ECE). Assim, com a escolha dessa abordagem busca-se entender o fenômeno a partir do entendimento dos comportamentos, compreendendo assim, mais profundamente o objeto de estudo.

Para melhor dar conta dos aspectos cotidianos que a pesquisa necessita, de acordo com as teorias da prática, optou-se pelo uso de diários preenchidos pelos próprios participantes, triangulados com entrevistas em profundidade e observações no espaço de consumo. O uso de

diários como método, preenchidos pelos próprios participantes, foi encontrado na literatura como uma forma que permite que as necessidades de mapeamento de atividades e práticas desse trabalho seja atendida.

Para definição do corpus da pesquisa, será utilizada uma base de clientes de uma indústria a qual tivemos acesso, e iremos recrutar possíveis participantes, que preencham os requisitos da pesquisa, e estejam dispostos a preencher os diários e posteriormente responder a entrevista. Todos deverão ter 60 anos ou mais, ser casados ou viúvos, de ambos os sexos e devem ser tutores de cães adultos. Assim será possível entender os hábitos de compra, frequência, categorias de produtos consumidos, ticket médio e canais de compra.

Será solicitado que os mesmos realizem diários contando sua rotina com seus respectivos cães, detalhando o máximo possível das atividades individuais e conjuntas entre ele e seu pet. O motivo da escolha desse método de pesquisa é para encontrar a multiplicidade de significados e padrões de comportamento que se desenvolvem entre homem e pet através do registro do relato pessoal do pesquisado.

Fundamentação Teórica:

Para o entendimento do consumo, o autor escolheu trabalhar com a perspectiva de Bourdieu (1983), a partir dos seus estudos sobre estilo de vida, determinando que a vida ganha uma estilização à medida em que a relação objetiva se afasta da necessidade, organizando de forma sistemática o consumo em práticas.

Buscando compreender também as construções de significação que se dão das relações de consumo, o processo de entendimento das coisas, e seus processos, e fundamental a construção do engajamento do indivíduo, tornando-se essencial para a reforço e manutenção das práticas, interagindo com o gosto individual, o repertório social de classes e o estilo de vida de cada indivíduo. Para isso o autor utilizará os estudos sobre prática realizados por Alan Warde, com o objetivo de caracterizar essas práticas e seus desdobramentos da perspectiva de seus nexos de entendimento, engajamento e processos, além de entender o tutor idoso(a) como shopper, dentro dos espaços de consumo, além de todos os envolvidos nesses processos.

Resultados e Análises:

Esse trabalho, espera contribuir para o desenvolvimento da noção de pet keeping, envolvendo a construção das relações afetivas dos tutores com seus animais de estimação. Visa, em especial, mapear as práticas envolvidas, os padrões de comportamento, e entendimento das dimensões que compõem os comportamentos de compra da população idosa (acima de 60 anos).

Alguns pontos promissores foram identificados, ainda que não tenham sido analisados de forma mais sistemática. Percebemos em um relato de diário, do dia dezenove de fevereiro, as seis horas, que ao acordar mais cedo, a tutora acendeu as luzes e a pet saiu do quarto para dormir na sala. Ficou evidente a humanização do comportamento, quando a tutora utilizou o termo “ela não gosta de claridade” e de intimidade na relação entre a duas, uma vez que o relato demonstra que não foi a primeira vez e que a tutora já a conhece bem, inclusive no detalhe de como ela gosta de dormir, como aparece no exemplo.

Nesse mesmo dia, a tutora relata ter ficado até de madrugada acordada assistindo a um filme. Ela relata que a cão ficou o tempo todo ao seu lado, mas que a olhava com “cara de sono” como se pedisse para ir dormir. Será que o fato de ficar acordada até tarde pode ser um motivo de culpa para a tutora e o olhar de sono do cão uma projeção? Será que o sono pode ser interpretado em animais através de expressões faciais?

Esse primeiro teste parece muito promissor em relação ao método escolhido. Entender como esse indivíduo idoso faz escolhas, se relaciona com o cão e com suas práticas de

consumo, permite mapeamos os principais comportamentos desse grupo, podendo de forma relevante contribuir para a indústria e para o varejo, para entender as reais dificuldades de compra e entendimento de produtos, resultando em prescrições diretas para organização de lojas, desenvolvimento de embalagens e novos produtos, por exemplo.

Considerações Finais:

Entender as práticas de consumo é essencial para o desenvolvimento desse trabalho de pesquisa. Os processos de significação das coisas e sua relação direta com a construção do engajamento do indivíduo no consumo, constitui o corpo central para o entendimento das transformações do pet keeping, que mais do que o conjunto de práticas de consumo do tutor idoso de cães, inclui a ampliação do entendimento das novas formas de relação e consumo entre essas duas populações.

O percurso de entendimento dessas práticas incluirá a figura do shopper idoso tutor de cães, e poderá vir a ser entendido a partir de sua existência coletiva, como produto de classe e, principalmente, como resultado do seu estilo de vida através do self estendido.

A significação do animal de estimação, ao extrapolar o conceito de pet, constrói uma nova relação de identidade para o tutor? Esse pertencimento está ligado diretamente a uma nova construção de identidade? O tutor idoso humaniza o pet e forma uma nova estrutura de relação que reflete diretamente no consumo de produtos e serviços? Surge um novo estilo de vida para esse tutor idoso que vive essa nova relação com o pet?

A partir dessas questões buscaremos caracterizar as transformações do pet keeping, enquanto conjunto de práticas de consumo envolvidas na relação dos idosos com os pets, caracterizando comportamentos, seus nexos, produtos, serviços e espaços de consumo e também todos os envolvidos nessas relações.

Referências:

ABINPET (São Paulo). Associação Brasileira da Indústria e Produtos de Animais de Estimação. **2018 Mercado Pet Brasil**. Disponível em: http://abinpet.org.br/mercado/. Acesso em 30/11/2018.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

BARNHART, M.; PEÑALOZA, L., **Who Are You Calling Old? Negotiating Old Age Identity in the Elderly Consumption Ensemble**. Journal of Consumer Research, v.39, pp. 133–53., 2015.

BAUDRILLARD, J. O sistema dos objetos. São Paulo: Perspectiva, 2006.

BELK, R. W., **Possessions and the extended self**. Journal of Consumer Research, v.15, pp.139–168, 1988.

BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1992.

BOURDIEU, P. Sociologia. São Paulo: Ática, 1983.

CASTRO, G. S. **O idadismo como viés cultural: refletindo sobre a produção de sentidos para a velhice em nossos dias**. Galaxia (São Paulo, Online), n. 31, p. 79-91, abr. 2016. http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542016120675. Acesso em 12/01/2019.

CHAMIE, B. C.; IKEDA, A. A. **O Valor para o Cliente no Varejo**. Brazilian Business Review, v. 12, n. 2, p. 49-69, 2015.

DEBERT, G. G., **A Reinvenção da Velhice**, São Paulo, Edusp/Fapesp, 1999.

DEBERT, G. G., **Velhice e sociedade**. Campinas, SP: Papirus, 1999.

HAREVEN, Tâmara, **Novas imagens do envelhecimento e a construção social do curso da vida**, Cadernos PAGU, 13, pp. 11-36, 1999.

JYRINKI, H.; LEIPAMAA-LESKINEN, H. **Pets as extended self in the contexto of pet food consumption**. European Advances in Consumer Research, 7, p 543–549, 2006.

KYLKILAHTI, E; SYRJALA, H.; AUTIO, J.; KUISMIN, A.; AUTIO, M., **Understanding co-consumption between consumers and their pets.** International Journal of Consumer Studies, v.40, pp. 125–131, 2016.

SERPELL, J. A., **The Human-Animal Bond**. The Oxford Handbook of Animal Studies, 2015.

SERPELL, J. A. **In the company of animals**. Oxford: Basil Blackwell,1986.

WARDE, Alan. **Consumption and theories of practice,** Journal of Consumer Culture. v. 5, pp. 131-154, 2005.

WARDE, Alan. **After taste: Culture, consumption and theories of practice**. Journal of Consumer Culture. v. 14, pp. 279-303, 2014.

ZACCARELLI, L. M.; GODOY, A. S. **Perspectivas do uso de diários nas pesquisas em organizações**. Cad. EBAPE.BR [online], vol.8, n.3, pp.550-563. 2010.

Palavras-chave:

pet, idosos, práticas de consumo, pet keeping, comportamento do consumidor