

VIII ENEC - Encontro Nacional de Estudos do Consumo  
4º Encontro Luso-Brasileiro de Estudos do Consumo  
09, 10 e 11 de novembro de 2016 - Rio de Janeiro/RJ

DO PATRIARCAL AO MONOPARENTAL: CONSUMO MATERIAL E A CONSTRUÇÃO DE  
IDENTIDADE DA FAMÍLIA MONOPARENTAL FEMININA.

**Andre Henrique Sousa Barros<sup>1</sup>**  
**Severino Joaquim Nunes Pereira<sup>2</sup>**  
**Ruane Pereira Cordeiro<sup>3</sup>**

**RESUMO**

As últimas décadas marcaram transformações na composição e tamanho das famílias brasileiras, refletindo uma tendência de estruturas familiares menores e mais heterogêneas (PAULO, 2008; SOUSA, 2008; COSTA & MARRA, 2013). Um dos exemplos disso, é que o número de famílias constituídas por um homem, mulher e filho(s) apresentam reduções constantes, enquanto que as famílias constituídas exclusivamente pela mulher e seus descendentes apresentaram crescimento de 9% em 1981 para 16% em 2014 (LEONE et al 2010; COSTA & MARRA, 2013; RIBEIRO & COUTINHO, 2012; PEREIRA & SCHIMANSKI, 2013; IBGE, 2015). Desse modo, as transformações nas práticas de consumo durante o ciclo familiar oferecem um amplo universo no contexto nacional (CASSOTI & SUAREZ, 2015). A presente pesquisa é parte dos resultados preliminares de uma dissertação de mestrado, a mesma buscou investigar como o consumo material influencia a construção e reestrutura a identidade das famílias que se tornam monoparentais femininas. Por se tratar de uma de uma pesquisa que busca compreender os aspectos simbólicos e subjetivos presentes nas práticas de consumo cotidianas de um certo formato de família, optou-se por realizar uma pesquisa de caráter qualitativo. A coleta de dados foi realizada por meio de entrevista em profundidade com 6 mulheres chefes de famílias monoparentais moradoras na região metropolitana da cidade do Rio de Janeiro (MCCRACKEN, 1988). Para ser entrevistada as mulheres deveriam ter assumido a condição de responsável da família nos últimos 7 anos, período de tempo o qual o processo de reestruturação pós divórcio ou falecimento incorre (BURNS & DONALD, 1980; EPP & PRICE, 2008; BATES & GENTRY 1994; COMMURY & GENTRY, 2000). Os dados coletados foram analisados por meio da análise de conteúdo (BARDIN, 2011). E, a partir desta análise, três categorias emergiram, sendo denominadas de: i) Materialidade familiar, ii) Doação afetiva, e iii) Liberdade iv) Reestruturação dos padrões de consumo. Na primeira categoria é possível inferir que o bem material de maior importância para estes tipos de família é a casa, não somente por este bem materializar a segurança e abrigo familiar, mas também por ser o cenário onde as relações e estruturas entre a mãe e seus progenitores serão reconfiguradas (MILLER, 2007). Esse resultado parece ir ao encontro a teoria de Miller (2007) em relação a casa ser significada como um bem material utilizado para “objetificar” valores, relações familiares e metas de vida. Portanto, a casa faz parte de uma cultura material que não apenas significa, mas também modifica seus próprios usuários através de seu uso cotidiano (APPADURAI, 2009; MILLER, 2007, WALTHER & SCHOUTEN, 2016). Uma segunda categoria interessante que surgiu a

---

<sup>1</sup> Mestrando do curso de Mestrado Acadêmico em administração (PPGA – MAA) da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ). E-mail: [andrebarros@ufrj.br](mailto:andrebarros@ufrj.br).

<sup>2</sup> Doutor em Administração Pela Fundação Getúlio Vargas (EBAPE/ FGV RJ). Professor do departamento de administração e Mestrado Acadêmico em administração (PPGA – MAA) Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRRJ). E-mail: [bill.pereira4@gmail.com](mailto:bill.pereira4@gmail.com).

<sup>3</sup> Mestre em Administração Pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (PPGA – MAA). E-mail: [ruane.cordeiro@gmail.com](mailto:ruane.cordeiro@gmail.com).

foi a Doação afetiva. Esta categoria surge de maneira recorrente quando as entrevistadas afirmam deixar de comprar coisas para si em prol do bem estar do resto da família (MILLER, 2000). Essas compras revelam uma à necessidade de agrado aos filhos e uma abdicação própria da mulher em relação aos seus gostos (MILLER, 2000). Um dos motivos para esse tipo de dedicação pode ser consequência da redução financeira no orçamento familiar sob o qual essas famílias perpassam ao se tornarem monoparentais (CARVALHO, ALVES, 2012, COSTA & MARRA, 2013). A terceira categoria que surge da análise dos dados é aqui denominada por Liberdade. Esta categoria parece estar ligada a ausência do cônjuge, que permite a mulher e nova responsável pela família a instauração uma serie de transformações dentro das relações familiares, impactando indiretamente nos demais membros deste grupo. Já na quarta categoria, chamada de Restruturação do Consumo, as mulheres entrevistadas revelaram que a ausência do cônjuge traz automaticamente uma redução significativa no poder aquisitivo da família, gerando naturalmente readaptações no consumo familiar. Essas categorias relacionadas possibilitam um maior entendimento em relação ao universo que compõe a construção de identidade familiar monoparental feminina.

**Palavras-Chave:** Família Monoparental. Materialidade. Identidade familiar

## 1.0 INTRODUÇÃO

As famílias são reflexos de um sistema cultural a qual estão inseridas, entretanto, ao longo dos séculos as maneiras pelas quais os indivíduos se relacionavam e interagem dentro deste grupo foram transformadas em decorrência das mudanças socioculturais e econômicas (CUNICO & ARPINI, 2013). Se antes arranjos patriarcais e papéis de gênero eram marcadores homogêneos em praticamente todas as famílias, nos dias atuais se nota a coexistência destes modelos tradicionais com as novas representações sobre a família, superando assim a visão limitada da supremacia patriarcal (LEONE et al, 2010; COSTA & MARRA, 2013, IBGE, 2015; PEREIRA & SCHIMANSKI, 2013).

Essa miscigenação de configurações familiares é responsável por alterar todo fluxo de relação familiar, pois, esta se torna ainda mais complexa, variando constantemente em aspectos que tangem: composição, formato, alterações e reformulações (LEONE et al, 2010). Um dos principais incidentes que provocam esta reconfiguração familiar é a separação matrimonial, que é um dos fatores que provocam o surgimento de famílias monoparentais, juntamente com a viuvez (FRANCO, 2000). Essa afirmativa pode ser colaborada através os dados do IBGE (2015), em relação ao crescimento de casos de divórcios nos últimos anos, os quais apontam um aumento considerável no período de 1984 – cerca de 30 mil divórcios – até o ano de 2014 – cerca de 340 mil divórcios registrados. Sendo assim, o tipo de família constituída por casal sem filho(s), que ocupava a segunda posição em importância em 1981, perdeu lugar para as famílias constituídas pela mãe com filhos, sendo estas, a configuração familiar que mais aumentou no período, passando de 9% em 1981 para 16% em 2014 (IBGE, 2015).

Portanto, diante da transitoriedade que a família pode apresentar, os estudos sobre consumo nesses grupos familiares podem partir de recortes situacionais ou temporais – família antes dos filhos; família depois dos filhos; família recém-formada; família reconstituída; entre outras – essa escolha permite analisar o consumo em um determinado momento da existência familiar (CASSOTI & SUAREZ, 2015; BURNS & DONALD, 1980; EPP & PRICE, 2008; BATES & GENTRY 1994; COMMURY & GENTRY, 2000). As compras e a importância atribuídas aos bens de consumo por parte das famílias podem variar de acordo com uma série de fatores, como; ciclo de vida, estrutura da família, estilo de vida de seus membros, classe social, renda, escolaridade entre outros (CARVALHO & ALVES, 2012).

Logo, cada família apresenta um conjunto próprio de símbolos, significados, saberes e práticas (moldadas internamente pelos seus membros e pela influência de terceiros) que determinam o relacionamento das experiências da família com os estímulos externos, formando uma cultura e uma identidade familiar (SIMIONATO & OLIVEIRA, 2003). É neste ponto que o estudo do consumo material pode fornecer a maior apreensão em relação à identidade das famílias monoparentais envolvidas no presente estudo, isto porque, a materialidade sob o qual o indivíduo se encontra é capaz de evidenciar uma série de características tanto individuais quanto coletivas (MILLER, 2007; APPADURAI, 2009).

Entretanto, destacam-se a ocorrência de poucos trabalhos relacionados ao estudo desse formato familiar (BATES & GENTRY, 1994; AHUJA & STINSON, 1993; COMMURI & GENTRY, 2000; MARTIN & RAMSARAN-FOWDAR, 2013). Alguns dos trabalhos se propuseram a estudar como as famílias norte americanas que se tornam monoparentais tentam reestruturar sua identidade por meio do consumo em família, como; viagens, refeições, organização de festas (GENTRY & BATES, 1994; HAMILTON & CATTERALL, 2007), enquanto que outros trabalhos buscaram examinar a participação das crianças no processo de decisão de consumo das famílias monoparentais americanas (AHUJA & STINSON, 1993; KOURILSKY & MURRAY, 1981; CHAUDHURY & HYMAN, 2009).

Já em contexto nacional os estudos voltados ao grupo familiar ainda apresentam um universo pouco explorado, sendo assim as reformulações e interações ocorridas dentro dessa estrutura permanecem como um campo fértil para os estudos de marketing (SUAREZ E CASSOTI, 2015). Diante disso, a presente pesquisa buscou por meio de entrevistas investigar como os bens atuam na formação da identidade familiar monoparental chefiada pela mulher, abordou-se em categorias de análise os sentimentos e as sensações dialeticamente construídas através da interação entre seus membros com universo material presente no seio familiar.

Este trabalho é composto de alguns resultados preliminares referentes a uma dissertação de mestrado. Por se tratar de resultados preliminares os dados e análises serão mais detalhadamente aprofundados na dissertação.

## **2.0 REFERÊNCIAL TEÓRICO**

### **2.1 IDENTIDADES NA CONTEMPORANEIDADE**

As velhas tradições sociais que durante muito tempo estabilizaram as identidades estão em constantes transformações e mutações – família, religião, papéis sociais de gênero, nacionalidade, profissão, classe social - tornando recorrente o surgimento de múltiplas identidades baseadas na fragmentação do indivíduo, até então considerado como sujeito unificado (MEDEIROS, 2008; GIDDENS, 2002; HALL, 2011). Portanto, o indivíduo na sociedade contemporânea apresenta identidade múltipla, formada ao longo do tempo em consequência das suas experiências com os vários sistemas culturais (PEREIRA & AYROSA, 2012; HALL, 2011).

Logo, os sujeitos na atualidade podem apresentar identidades diversas, onde umas se sobrepõem a outras em decorrência de situações específicas (HALL, 2011; GIDDENS, 2002). Segundo Medeiros (2008, p.11), “o indivíduo passaria assim de uma “identidade atribuída” a uma identidade “construída”. O sujeito não seria mais receptáculo de identidade impostas, mas criador de suas próprias identidades [...]”. Sendo assim, as identidades individuais e coletivas podem se modificar ou se acentuarem dependendo do contexto sócio cultural presenciado, mobilizando-se em categorias diversas como: raça (BACKES, 2006; OLIVEIRA, 2004), etnia (GRUN, 2008; BARBOZA & SILVA, 2013), gênero (PEREIRA & AYROSA, 2012; CARVALHO et al, 2012), religião (EPELBOIM, 2004). Essas inúmeras possibilidades de sobreposição identitária é explicado por Cuhe (2002, p. 182), ao apontar que “a construção da identidade se faz nos contextos sociais que determinam a posição dos atores sociais e por isso mesmo orientam suas representações e suas escolhas”.

Medeiros (2008, p.46) aponta como exemplo, a construção da identidade da mulher responsável pela família monoparental na contemporaneidade, pois ilustra as inúmeras intersecções de identidades que o indivíduo contemporâneo possui.

“Tomemos como exemplo a família monoparental representada pela mulher moderna, profissional ativa. Essa mulher vive numa situação de multi-pertencimento pelo fato de ter ao mesmo tempo um envolvimento profissional e uma vida familiar. Na condição de chefe de família, ela deverá transitar constantemente em diferentes esferas de pertencimento, com seus respectivos papéis sociais: se dedicar a vida familiar e os envolvimento que isso implica (ser mãe, executar funções domésticas,

etc.), assumir seus deveres profissionais sem, ao mesmo tempo, deixar de lado sua vida individual, sentimental, seus projetos pessoais, lazer, cultura etc” (MEDEIROS, 2008, p.46).

As mulheres responsáveis pela família monoparental na contemporaneidade apresentaram em seus relatos uma condição de multipertencimento, grande parte em decorrência da necessidade de conciliar a rotina familiar com o trabalho fora do lar. Tais fatores parecem condicionar a construção da identidade individual dessas mulheres, quanto da identidade da família a qual pertencem. Portanto, à medida que a mulher se torna responsável pela família, é iniciada uma série de transformações nas suas atribuições individuais, impactando diretamente na relação entre os membros no âmbito familiar (LIMA et al, 2011).

Essa interação entre a separação conjugal ou falecimento do marido, insere a mulher e toda família em uma nova estrutura social, trazendo a tona novos papéis individuais e coletivos. A partir desse momento a identidade passa a ser construída conforme as relações na esfera familiar decorrem. Ou seja, a identidade da mulher responsável pela família monoparental se constroem ao mesmo tempo em que a identidade da nova estrutura familiar é formada (MEDEIROS, 2008)

É nesse cenário de transformações e fragmentações de identidades cada vez mais provisórias que o consumo aparece como uma das formas principais de expressão identitárias (BARBOSA & CAMPBELL, 2006; DOUGLAS & ISHERWOOD, 2009; MILLER, 2010).

Assim, na sociedade contemporânea, consumo é ao mesmo tempo um processo social que diz respeito a múltiplas formas de provisão de bens e serviços e a diferentes formas de acesso a esses mesmos bens e serviços; um mecanismo social percebido pelas ciências sociais como produtor de sentido e de identidades, independentemente da aquisição de um bem; uma estratégia utilizada no cotidiano pelos mais diferentes grupos sociais para definir diversas situações em termos de direitos, estilo de vida e identidades; e uma categoria central na definição da sociedade contemporânea (BARBOSA & CAMPBELL, 2006, p.46).

Nessa perspectiva, Barbosa e Campbell (2006) entendem que o consumo de bens na sociedade contemporânea é ao mesmo tempo produtor e produto de identidades. Produtor de identidades para aqueles estudos que consideram a existência de uma sociedade de consumo ou a submersão desses bens em uma cultura de mercado, no qual o consumo dos bens é essencial para construir identidades cada vez mais inconstantes. Já o caráter denominado de produto de identidades, diz respeito à estratégia dos mais diferentes grupos em suas práticas de consumo cotidiano. Ou seja, as maneiras pelas quais utilizam os bens para definir situações em termos de direitos, estilos de vida, crença, posicionamento político e afirmação cultural (BARBOSA & CAMPBELL, 2006).

## 2.2 O CONSUMO MATERIAL E A CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADES

Para Douglas e Isherwood (2009) os bens de consumo não são meros portadores de mensagens; eles constituem o próprio sistema cultural, pois os mesmos são revestidos de valores socialmente utilizados para expressar princípios, cultivar ideais, fixar e sustentar estilos de vida, enfrentar mudanças ou criar permanências (DOUGLAS & ISHERWOOD, 2009). Como apontado por McCracken (2003, p.168), na descrição da relação dos bens com os grupos que se encontram as margens da sociedade;

“quando “hippies”, “punks”, “gays”, “feministas”, “jovens republicanos” e outros grupos radicais usam os bens de consumo para declarar sua diferença, o código de que se utilizam os torna compreensíveis para o restante da sociedade e assimiláveis dentro de um conjunto maior de categorias culturais” (MCCRACKEN 2003, p.168).

Miller (2007) também afirma que os bens materiais podem fornecer a compreensão das características identitárias de um grupo, visto que, a cultura advém primordialmente das coisas materiais. Ao defender a relevância da materialidade para a compreensão dos indivíduos, o autor propõe a desconsideração da visão dominante existente no meio acadêmico e no senso comum em relação aos objetos; a concepção de que os bens materiais são somente sinais ou símbolos que representam as pessoas. Logo, os bens também criam as pessoas e estudá-los apenas como símbolos seria desconsiderar as propriedades transformadoras do relacionamento entre sujeito e objeto (MILLER, 2007).

De maneira similar Appadurai (2009, p.29) entende que cada contexto, “produz o vínculo entre o ambiente social da mercadoria e seu estado simbólico e temporal”. Ou seja, é um processo de interação entre a materialidade, os indivíduos e o contexto em que esses três pilares encontram-se submersos. Esse processo se caracteriza não somente por razões econômicas, mas também por dimensões históricas, sociais, culturais e políticas. Com isso, da mesma forma que os homens dão valor às coisas, as coisas dão valor aos homens. É necessário assim, analisar a dialética dessa relação (APPADURAI, 2009).

Outro exemplo dessa construção mútua de identidade através do significado atribuído aos bens materiais e a concomitante capacidade desses objetos em ditar e formular identidades pode ser notado no exemplo de Leitão e Machado (2010, p.243):

“As roupas brasileiras, produzidas pela moda e inspiradas em temáticas ditas “nacionais”, desfiladas, vendidas e usadas no Brasil ou na França, além de carregar em si significados que remetiam a uma identidade brasileira, contribuíam, em suas trajetórias da passarela às ruas, passando por lojas e revistas, para construir essa mesma identidade. As identidades brasileiras promovidas e produzidas não se encontram, portanto, cristalizadas em nenhuma das fases ou locais, pois são

construídas através dos objetos em seu próprio processo de circulação” (LEITÃO & MACHADO, 2010, p. 243).

Estudos sobre o consumo e os mercados têm mostrado que os objetos, em sua materialidade, participam na construção social de identidades, relacionamentos e coletividades, “as coisas não são apenas para representar, significar e comunicar, elas podem construir valores, símbolos e relações” (KURUOGLU & GER, 2015, p.210). Da mesma forma, o estudo de Curasi, Price e Arnould (2004), comprova a relação a determinados objetos e seu processo de perpetuação no seio familiar por intermédio da herança. Nesse estudo, os objetos modificam o comportamento e as atitudes dos membros, não são valorizados pela sua funcionalidade, mas sim pela construção sentimental que seu compartilhamento produz na família.

De acordo com Belk (2013), compartilhar objetos dentro da família tende a ser um ato responsável por criar laços de união e solidariedade entre seus membros. Isso porque é dentro da família onde ocorrem as maiores interações em relação ao universo material: “Compartilhar de modo geral, significa estar junto, quando isso acontece, é como se o “eu” e o “meu” fosse deixado de lado para se transformar em “nós” e os “nossos”” (BELK, 2013, p.728), é nesse sentido que os bens possuem a capacidade de funcionar como ponte para a criação de identidade familiar por intermédio das interações existentes no ambiente da família (DOUGLAS, 1971; MILLER, 2000;2007;2010; EPP & PRICE, 2008; CASSOTI & SUAREZ, 2015).

Portanto, a materialidade e os sujeitos podem se relacionar mutuamente na formação de identidade em variados casos, como: na construção da identidade de gênero (MORAES & SANTOS, 2013), na formação de identidade familiar (GENTRY & BATES, 1994; MILLER, 2002; EPP & PRICE, 2008; CASSOTI & SUAREZ, 2015; BELK, 2013), na caracterização da identidade profissional (CRAIG, 2011), na construção de identidade étnica (KURUOGLU & GER, 2015; APPADURAI, 2009), na construção de identidade coletiva através do apelo sentimental (MILLER, 2002; CURASI, PRICE & ARNOULD, 2004) ou até mesmo na identidade de grupos consumidores de um produto em específico (FERREIRA & SCARABOTO, 2015; CASSOTI & SUAREZ, 2015).

### **3.0 METODOLOGIA**

Este artigo é fruto da pesquisa inicial de mestrado de um dos autores. Por se tratar de uma pesquisa que busca compreender os aspectos simbólicos e subjetivos presentes nas práticas de consumo cotidianas da família monoparental brasileira, optou-se por realizar uma pesquisa de caráter qualitativo. A coleta de dados foi realizada por meio de entrevista em profundidade

com 6 mulheres chefes de famílias monoparentais moradoras na região metropolitana da cidade do Rio de Janeiro (MCCRACKEN,1988). A seleção das famílias no presente estudo seguiu a definição de família monoparental descrita na Lei nº 8.069/1990 que conceitua a monoparentalidade como: “família natural formada por um dos pais e seus descendentes” (BRASIL, 1990). Segundo Fujita (2006), o reconhecimento de família monoparental descrito na Constituição Federal tem apenas como requisito essencial a existência da figura paterna ou materna na composição familiar. Desse modo a pesquisa adotará como critério de seleção os grupos familiares compostos por mãe e descendente (s) (filho ou filha), independente da idade ou existência de dependência econômica por parte do(s) filho(s).

Com isso, o grupo de estudo escolhido para a realização desta pesquisa consistirá nas famílias monoparentais femininas residentes no Estado do Rio de Janeiro. As famílias foram escolhidas de acordo com a acessibilidade e pré-disposição em participar do estudo, possuindo como requisito principal ter se tornado monoparental no período de até sete anos, com base na data de entrevista. Para a entrevista foram selecionadas mulheres que assumiram a condição de responsável da família nos últimos 7 anos, período de tempo o qual o processo de reestruturação pós divórcio ou falecimento incorre (EPP & PRICE, 2008; BATES & GENTRY 1994; COMMURY & GENTRY, 2000). O recorte de tempo é necessário devido as constantes transições as quais perpassam as unidades familiares, torna-se inconclusiva as abordagens de estudos familiares sem a temporização de um determinado fato ou momento (COMMURY & GENTRY, 2000; EPP & PRICE, 2008).

Todas as perguntas obedeceram à ordem de um roteiro semiestruturado, que de acordo com Gil (1999) é caracterizado por seguir um conjunto de questões previamente definidas, porém, com aceitável elaboração de perguntas adicionais que visem maiores esclarecimentos em relação ao assunto de interesse do entrevistador.

Para o tratamento dos dados obtidos nas entrevistas, utilizou-se a técnica de análise de conteúdo, que de acordo com Bauer e Gaskell (2002) pode ser definida como uma técnica de fragmentação de textos, cujo objetivo é identificar regularidades condicionadas a um determinado contexto social. Ou seja, busca a “compreensão detalhada das crenças, atitudes, valores e motivação, em relação aos comportamentos das pessoas em contextos sociais específicos” (BAUER & GASKELL, 2002, p.65).

#### **4.0 ANÁLISE DOS DADOS**

A partir da análise dos dados proveniente das entrevistas com 6 mulheres responsáveis pela socialização e sustentação financeira de famílias monoparentais, foi iniciado o processo de categorização de dados com o objetivo responder ao objetivo da pesquisa. A categoria principal, denominada previamente de materialidade familiar foi composta de uma subcategoria que surgiu durante o transcorrer dos relatos, denominada de “Casa”. Sendo esta o bem material mais significativo e criador de interações na esfera familiar. Outras três categorias intrinsecamente relacionadas à materialidade foram aqui chamadas de “Doação afetiva”; “Reestruturação do Consumo” e “Liberdade”. Essas categorias apresentam os sentimentos relacionados ao universo material, assim como a relação desses sentimentos com a construção da identidade familiar e individual.

#### **4.1 MATERIALIDADE FAMILIAR**

De acordo com Miller (2007), a melhor maneira de entender, transmitir e contemplar a humanidade é direcionar a atenção para materialidade fundamental sob qual o indivíduo faz parte. O autor, os objetos, que ao serem possuídos pelos indivíduos são capazes de formatar pessoas no mesmo grau em que são formatados por esses mesmos indivíduos e, essa dialética constitutiva resulta na objetivação das coisas. Diante disso, a primeira categoria criada com o intuito de compreender a construção de identidade das famílias monoparentais femininas, foi denominada de **Materialidade familiar**, sendo composta pela subcategoria “Casa”, aparentemente o bem mais significativo para essas famílias.

De acordo com Walther e Schouten (2016, p.2) a objetivação pode ser definida como a “tendência humana de criar a cultura material e depois entender a si mesmo por meio dela”. Nesse sentido, as entrevistas realizadas revelaram alguns desses bens e a sua capacidade natural de transformar, estabilizar e continuamente se modificarem em conjunto com a própria família. A seguir serão apresentados os bens mais recorrentes nos relatos obtidos, e seus respectivos significados dentro do seio familiar.

#### **4.2 CASA**

Ao serem questionadas sobre qual seria bem material mais importante para a família, às entrevistadas trouxeram de imediato a casa. Conforme apresentado nos relatos a abaixo:

“Importante primeiro é o teto, você pode trabalhar sua vida toda, se você não tiver uma residência em primeiro lugar, o que vai ser do ser humano sem um teto pra morar? Se não for de 90 e poucos por cento, 100% das pessoas né. É claro que uma pessoa com sensatez. Eu acho que as mulheres pensam mais do que os homens” (Luiza, 48 anos, separada)

“é muito difícil voce pagar um aluguel hoje em dia, acaba sendo muito caro, entao o fato da gente ter a nossa própria casa, isso é muito relevante, a gente nao tem uma preocupação se vai ter dinheiro pra pagar no final do mês, se vai ficar apertado porque tem que pagar entendeu?” (Lívia, 60 anos, Viúva)

Esses relatos acima oferecem de imediato uma relação entre o bem e o significado do mesmo segundo a perspectiva dos sujeitos entrevistados. Nesse sentido, a casa possui um significado de segurança diante das incertezas do dia a dia sob a qual essas famílias monoparentais estão sujeitas. A importância da casa pode ser explicada através dos dados fornecidos pelo IPEA (2015), os quais indicam que 43% da renda mensal da família monoparental feminina são direcionadas aos gastos com habitação.

É possível perceber que a casa transmite para as entrevistadas um significado de segurança transmitido que é consequência de um processo de grandes desafios no que tange a sua aquisição e sustentação diária. Ou seja, percebe-se que as famílias que apresentam mulheres em condição exclusiva de liderança econômica, tendem a enfrentar maiores dificuldades em relação a compra e a manutenção da casa própria (CARVALHO & ALVES, 2012).

Esse fator traz em primeiro momento um significado atribuído ao bem, que pode ser entendido como atitudes e percepções que esses indivíduos inserem nos objetos, indo além da sua simples finalidade (SLATER, 2002, MCCRACKEN, 2002). Todavia, as coisas não servem apenas para significar ou representar, elas funcionam como uma arena em que usuários utilizam para criação mútua de valores, tanto para si quanto para os próprios objetos (APPADURAI, 2009; MILLER, 2007; LATOUR, 2012; WALTHER & SCHOUTEN, 2016).

“A questão da casa em si, mas não a questão da casa material, parece mais por ser um local que a gente consiga reunir, o que a gente fez durante o dia por exemplo, a gente não se encontra muito em outro lugar, pra dizer o que que ela fez, as coisas que tá pensando em fazer, então é o local onde se reuni as ideias, se eu tiver com alguma dúvida eu pergunto pra ela, então nossa casa mesmo, nossa representação de união, não de um bem material, eu entendo dessa forma” (Luciana, 50 anos, Viúva).

Como ilustra a citação acima a casa é o local de encontro dos membros da família, onde se trocam ideias, onde se sentem unidos, ou seja a casa materializa para a informante o significado da sua família. Este ponto é enfatizado por Miller (2007), ao explicar que a casa pode ser apresentada como trechos que usamos para “objetificar” valores, relações familiares e metas de vida. Elas expressam influências e refletem relações de gênero e de convivência dentro de um dado contexto. Portanto, não apenas significam, mas também modificam seus próprios usuários. Alguns relatos como o da Sra Luciana trazem a tona essa utilização da casa como um recurso de socialização entre seus membros, conforme a seguir: “É dentro de casa que podemos ensinar aquilo que é correto e errado, e isso se faz através dos momentos em que

estamos convivendo dentro do nosso lar”. E logo em seguida afirma: “Na minha casa quem manda sou eu, enquanto eles (os filhos) viveram debaixo do meu teto será assim”.

Diante disso, a casa representa e é representada pelo sentimento de segurança familiar. Pode ser compreendida também como o primeiro item de importância na busca pela estabilidade da harmonia entre os membros da família monoparental chefiada pela mulher, ou seja, o bem essencial para a criação de uma identidade familiar de união.

### **4.3 DOAÇÃO AFETIVA**

Uma segunda subcategoria que surgiu a partir da análise dos dados foi denominada de doação afetiva. Esta categoria surge de maneira recorrente na voz das mães de família analisadas quando as entrevistadas afirmam deixar de comprar coisas para si em prol do bem estar do resto da família. Essas compras revelam uma necessidade de agrado aos filhos e uma abdicção própria da mulher em relação aos seus gostos (MILLER, 2000; HAMILTON & CATTERALL, 2007).

“Voce tem que ter prioridade, agora o que eu to assim esperando é pagar essa cirurgia (do filho), então ele fazendo tratamento direitinho, eu já fico relaxada, aí sim eu vou me preocupar em ver um celularzinho pra mim, mas a principio eu vou ficando sem, eu num ligo pra isso, agora” (Maira, 43 anos, separada).

Sendo assim, para as famílias analisadas parecem zelar pela continuidade dos padrões de consumo, pois, de certa forma, isso possibilita que a família continue com os laços afetivos fortalecidos. Essas mães tentam blindar seus filhos de prováveis restrições no consumo pelas quais as famílias monoparentais se encontram a partir da ausência da figura masculina (GENTRY & BATES, 1994). Um dos motivos para esse tipo de sacrifício pode ser consequência da redução financeira no orçamento familiar sob o qual essas famílias perpassam ao se tornarem monoparentais (CARVALHO, ALVES, 2012, COSTA & MARRA, 2013).

Outro ponto que contribui para essa abdicção das entrevistadas em prol de melhores condições de consumo para seus filhos parece ser decorrente de uma tentativa de se mostrarem tão capazes quanto os homens em relação a chefia da família (SOUZA, 2016). Parece que a insegurança da transição familiar é combatida por meio de algumas tendências de consumo material.

“Eu arrumo um jeito de organizar até a vestimenta delas, o sapato delas, porque se deixar por elas, elas não terão roupas e nem sapatos, embora elas tenham, mas a mãe sempre acha né. A mulher de casa sempre acha de organizar a família toda, mas o que a gente compra juntas e isso, uma roupa, um sapato, as vezes a gente no

shopping uma coisa, a gente compra juntas, uma dá uma ideia pra outra, e roupa e sapato” (Luiza, 48 anos, Separada).

Hall (2011) afirma que as responsabilidades morais relacionadas à família, especialmente, aquelas atribuídas às mães, estão associadas ao conceito de “cuidado por meio do consumo”. Nos casos apresentados percebe-se que grande parte do êxito de ser uma boa mãe encontra-se diretamente relacionado ao atendimento das necessidades de consumo de seus filhos. Diante disso, os bens consumidos pelo seu progenitor são encarados como algo que traz sentimento de estabilidade e conforto para família, enquanto que o consumo de algo exclusivamente voltado para a própria mãe é visto quase sempre como individualista e supérfluo aos interesses coletivos.

#### **4.4 REESTRUTURAÇÃO DOS PADRÕES DE CONSUMO**

O processo de rompimento com o cônjuge, seja em decorrência da separação conjugal ou pelo falecimento do mesmo, parece desencadear dois tipos de sentimentos dentro das famílias analisadas, denominados nesta sessão de “Liberdade” e “Limitação do Consumo”. Ambos são permeados na esfera familiar por meio da figura da mulher, a mesma acaba exercendo um papel transmissor dessas sensações estritamente relacionadas com condição de monoparentalidade sob o qual a família é inserida. Através da total responsabilidade adquirida no aspecto de criação e socialização dos filhos é possível identificar a propagação desses sentimentos.

O sentimento mais imediato e prontamente percebido na análise está relacionado à limitação do consumo que as famílias passam a enfrentar após se tornarem monoparentais. As informantes revelaram que a ausência do cônjuge traz automaticamente uma redução significativa no poder aquisitivo da família, gerando naturalmente readaptações no consumo familiar. Conforme os relatos de algumas informantes:

“[...] a diferença, é que antigamente era um ‘oceano’ a minha geladeira, hoje tem as coisa essenciais, a diferença é essa, porque na verdade meu filho estudava em colégio particular, agora não mais” (Mara, 45 anos, Separada)

Essa limitação do consumo familiar pode ser explicada através de uma breve percepção histórica, na qual se identifica um sistema produtivo altamente vinculado aos homens (LEONE et al 2010). As mulheres, especialmente aquelas responsáveis pela família monoparental, continuamente se encontram em dificuldades para conciliar uma vida familiar e alcançarem condições justas em relação à inserção no mercado de trabalho (COSTA & MARRA, 2013; LEONE et al 2010). Com isso, são obrigadas a procurarem trabalhos informais de baixa remuneração, porém, que lhes permitem assumir tanto a responsabilidade

da casa quanto as atribuições no trabalho (LEONE et al, 2010; GOLDANI, 2002; BRUSCHINI & PUPPIN, 2004; CARVALHO et al, 2001)

Essa condição de limitação no consumo cotidiano provocada pelo surgimento da monoparentalidade familiar parece ir ao encontro ao que Miller (2000) denomina de sacrifício e devoção das compras. Segundo o autor as compras de rotina estão relacionadas ao exercício de interpretação daquilo que o outro deseja, o objeto comprado reflete uma serie de boas intenções que o comprador pretende transmitir ao receptor da compra.

Isso parece justificar a insegurança que essas mulheres alegam viver a partir do rompimento com o cônjuge. Elas revelam que precisam readaptar o consumo familiar, e ao mesmo tempo necessitam aprender a administrar seu dinheiro em prol da família. Esses casos expressam que os elos da família patriarcal ainda são intensamente propagados no universo familiar, no qual se observa majoritariamente um marido provedor e uma mulher ligada ao lar e aos filhos. Ou seja, quando essas mulheres assumem a posição de liderança exclusiva da família acabam entrando em um universo altamente vinculado a figura do homem.

Outro ponto presente na análise dos dados decorre da forte relação feminina com o ato de comprar, principalmente quando estão em família. Nos casos apresentados foi perceptível que as mulheres chefes de famílias estão sempre exercendo com maior assiduidade o ato das compras rotineiras, não por uma condição de escolha, mas sim por um consenso natural de que elas são dotadas de uma maior capacidade nessa prática. O que vai ao encontro dos resultados de Miller (2000) durante sua pesquisa sobre as compras de rotina efetuada por famílias londrinas. De acordo com Miller (2000) as mulheres apresentavam maior relação e dedicação as compras de rotina da família, encarando ao ato de comprar como um meio de se propagar sentimentos, valores e agrados aos outros membros da família.

Talvez por esse motivo as frustrações provocadas pela limitação do consumo sejam reforçadas durante o relato dessas informantes. Nos casos apresentados as compras de rotina sempre foram realizadas pelas mulheres, tanto na família patriarcal quanto na família monoparental.

#### **4.5 LIBERDADE**

Outra categoria emergente da análise dos dados é aqui chamada de liberdade para o consumo, este pode ser entendido como um sentimento concomitante a limitação do consumo que parece advir da sensação de liberdade causada após o rompimento com o cônjuge. Os relatos parecem evidenciar a existência de dois grupos sutilmente diferentes em relação as

explicações para a liberdade de consumir. O primeiro grupo compreende as mulheres que possuíam experiências negativas durante a relação conjugal, quase sempre encontravam-se subjugadas as decisões de marido, conforme o relato de uma das informantes:

“Então assim eu acho que enquanto eu era casada eu tinha uma vida muito mais limitada em relação às coisas materiais e por isso que isso me angustiava, eu queria ter, mas eu ‘num’ podia, eu hoje já tenho.” (Luiza, 48 anos, separada)

Essas mulheres não possuíam vínculos empregatícios e estavam voltadas exclusivamente atividades do lar e ao cuidado do (s) filho (s). Nessas famílias era função do marido prover o sustento econômico da casa, entretanto, a partir da separação ou falecimento do mesmo, o papel relacionado a condução econômica da família foi assumido por essas mulheres. Nesse sentido, a inserção no mercado de trabalho se tornou uma ferramenta essencial para o processo de liberdade o qual elas alegaram perpassar.

Nessas circunstâncias, fica evidente o papel do trabalho na vida das mulheres, pois, mesmo diante de todas as dificuldades encontradas em questões como a desigualdade gênero no mercado trabalho, ainda assim, é por meio dele que as mulheres conseguem adquirir maior liberdade em relação a independência do marido (FARIA & RACHID, 2007; LEONE et al 2010).

Essa liberdade é medida e comprovada através dos bens os quais essas mulheres dizem conseguir comprar para si mesmas após a desvinculação com os homens ou com a estrutura da antiga família. Parece que o maior controle exercido pelo marido dentro das relações familiares se refletia em uma repressão aos interesses delas.

Essa materialidade presente nos bens adquiridos nesta nova fase da vida das informantes como chefes de famílias parece estar relacionada ao fato de que os bens materiais são recursos utilizados como marcadores de significados e criadores de identidade. Além de atuarem como códigos para determinada mensagem as quais os indivíduos pretendem transmitir na vida cotidiana (MCCRACKEN, 1988; ARNOULD & THOMPSON, 2005; DOUGLAS & ISHERWOOD, 2009). Ou seja, antes essas mulheres se diziam privadas do consumo de bens para uso próprio, entretanto, após a separação ou falecimento essa privação parece reduzir, ficando limitada somente pela condição financeira. Nesse sentido, ter as coisas e possuir a liberdade manipula-las livremente dentro do seio familiar são evidenciadas como um fator de liberdade.

“Dentro de casa, das coisas, eu era um pouco limitada em alguns aspectos, um pouco presa de alguma forma e lógico que você não se casa pensando em separar mas com a separação o que aconteceu, eu passei a ter mais independência, eu

“passei a ter mais liberdade pra administrar o meu tempo, pra administrar o meu dinheiro, pra cuidar das coisas da forma que eu achar melhor então eu acho que isso foi uma mudança significativa, foi um baque no início, teve uma dificuldade muito grande mas eu acho que foi uma mudança que trouxe coisas positivas pra minha vida.” (Deborah, 43 anos, Separada)

Já o outro grupo compreendem as mulheres que já trabalhavam antes mesmo da separação ou do falecimento do marido. Nesse grupo, a falta de liberdade parece estar relacionada muito mais aos fatores decisórios envoltos das questões familiares. Pois, mesmo trabalhando e ajudando ao cônjuge nas despesas do lar, elas alegaram não possuir autonomia para questionarem as decisões de compras tomadas pelo marido em prol da família.

“Houve uma hora que eu quis me libertar, porque o pai das meninas, meu ex esposo, ele era militar e ele era muito excessivamente machista e estava eu adoecendo, estava agredindo psicologicamente [...] ele queria escolher tudo, até um presente, um embrulho, tudo ele queria decidir” (Luiza, 48 anos, separada)

Paulo (2008) afirma que os papéis atribuídos ao homem no mercado de trabalho eram refletidos dentro da instituição familiar - o homem provedor; o homem protetor-. Desse modo, por mais que a mulher seja participativa em relação a manutenção financeira do lar, a tomada de decisão em uma estrutura de família nuclear tende a refletir um poder de autonomia maior por parte da figura masculina. Nesse segundo grupo a liberdade já não é relacionada aos bens de uso próprio, mas sim os de uso da família.

Além disso, nesse grupo fica mais evidente o uso da materialidade como recurso para instaurar uma nova maneira de conduzir a estrutura familiar monoparental. Tal tentativa é almejada mesmo diante da nova condição financeira limitada, sendo assim, as mulheres buscam deixar de comprar coisas para si para priorizarem o bem estar da família e dos filhos.

“[...] por exemplo, uma coisa que eu acho que eu não tinha, eu não tinha tanto controle era sobre administrar o dinheiro porque meu dinheiro era como se fosse meu né, eu ajudava e tudo mais em casa, o meu esposo mas era uma parte e ele que administrava, ah.. é tanto pro mercado, é tanto pras despesas das crianças, é tanto pra aquilo, era uma coisa que eu não tinha que me preocupar muito, eu não tinha noção das coisas de quanto que era isso, quanto que era aquilo porque nunca houve necessidade [...]foi uma mudança significativa que houve de um dinheiro que era meu, do lar eu não administrava, e eu passei a ter esse papel de controlar tudo pra que no final não faltasse nada pra ninguém.” (Deborah, 43 anos, Separada)

Entretanto, apesar dessas diferenças em relação ao significado de liberdade informada pelas mulheres, é possível concluir que em todos os casos ocorrem os dois tipos de significado, porém, a diferença principal se encontra na sobreposição que um significado exerce sobre o outro. Aquelas que já trabalhavam antes da separação conjugal ou falecimento do marido parecem associar essa liberdade à tomada de decisões para a família. Enquanto que as mulheres que passaram a trabalhar após se tornarem responsáveis exclusivas da família monoparental associam ser livre a capacidade de conseguir adquirir bens para si mesma.

Admitindo o conceito de identidade na contemporaneidade como um conjunto de identificações múltiplas as quais o sujeito absorve em contato com as diversas estruturas sociais sob o qual ele se encontra (MEDEIROS, 2008; HALL, 2011; GIDDENS, 2002), torna-se evidente que nesses casos as mulheres tendem a relatar o sentimento de liberdade de acordo com suas experiências no convívio conjugal e familiar, tornando eminente essa sobreposição momentânea entre a identidade individual e a identidade familiar. As mulheres que alegaram sentirem-se livres para se auto presentarem parecem realizar a construção de suas identidades como mulher. Já aquelas mulheres que relataram a liberdade como algo relacionado ao consumo da família parecem colocar em primeiro plano a construção da identidade familiar.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ao tomar como unidade de análise as famílias monoparentais femininas e os depoimentos fornecidos pelas mulheres chefes de família, a presente pesquisa permitiu ampliar o entendimento sobre o fenômeno. Investigou-se através da cultura material como ocorre o processo de transmissão de valores e preferências dentro do universo familiar. Dentro dessas estruturas monoparentais foi identificado em uma subcategoria de análise o bem primordial para a harmonização do dia a dia das famílias e de que maneiras ele promove a interação entre pessoas e objetos, construindo e formatando tanto a identidade familiar quanto o próprio significado do bem (objetivação). A casa é a principal propriedade em termos de relevância no âmbito familiar, entretanto, importância desse bem não é fundamentada no valor monetário que possui e sim na segurança, no domínio de regras e no cuidado exercido em relação aos outros membros que ela permite impor. Portanto, é um bem onde todo o processo de construção de identidade familiar ocorre, pois ela permite a criação de elos através da liderança da mulher, culminando em uma identidade de família integrada e unida.

A segunda categoria abordada na presente pesquisa foi conceituada de “Doação afetiva”, os resultados dessa análise mostraram uma forte relação com a Teoria das Compras de Daniel Miller (2000). De acordo os relatos as mulheres buscam através das compras de rotina promover inserções de hábitos melhores na rotina familiar, além de priorizarem o agrado dos filhos durante as compras do dia a dia. Em muitos casos essa doação é feita em meio a grandes restrições financeiras advindas da fase monoparental.

Também foram abordadas duas sensações que a princípio parecem excludentes, porém na questão prática se provaram independentes uma das outras. Através das categorias de análise

denominadas de “Liberdade” e “Reestruturação de Consumo”, foram captadas as realidades e percepções dessas mulheres em relação a vida individual e familiar. A primeira diz respeito à liberdade que essas mulheres adquirem quando passam a não contar com a presença do homem no seio familiar. Segundo os relatos, essa situação faz surgir uma independência que permite a mulher consumir coisas que quando casada não era possível. Esse êxito de ser livre é pautado justamente com base no universo material alcançável nessa fase da vida, seja comprando para si mesma ou comprando para o bem estar da família.

Por fim verificou-se que essa transição entre a família patriarcal e família monoparental é repleta de impactos restritivos ao consumo, especialmente pela redução significativa na condição financeira da família a partir do momento que deixa de dispor da figura masculina. Outro empecilho encontrado pelas famílias chefiadas por mulheres pode ser observado na desigualdade de gênero em relação ao mercado de trabalho, parece que sobre as mulheres ainda estão imbricadas uma série de percepções históricas que as impossibilitam de competirem igualmente com homens em relação as aspirações de independência por meio do trabalho. Essa condição de insegurança em relação ao momento de redução financeira é medida através dos bens que nessa fase da vida deixam de ser comprados devido a necessidade de se priorizar aquilo que é mais essencial para a família.

## **6 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

AHUJA, R.D.B., STINSON, K.M. **Female-Headed Single Parent Families: An Exploratory Study of Children’s Influence in Family Decision Making**. *Advances in Consumer Research*, 20, 469-474, 1993.

ARPINI, Mônica; QUINTANA, Manuel. **Identidade, família e relações sociais em adolescentes de grupos populares**. *Estud. psicol. (Campinas)*, Campinas, v. 20, n. 1, p. 27-36, Abril, 2003.

APPADURAI, Arjun. **A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural**. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2008.

AMBER, Epp; SCHAU, Hope; LINDA; Price. **Connected Families: How Consumption Practices Survive Distance**. *Marketing Science Institute Working Paper*, No. 11-109, 2011.

BACKES, José. **Articulando raça e classe: efeitos para a construção da identidade afrodescendente**. *Educ. Soc.*, Campinas, v. 27, n. 95, p. 429-443, Aug. 2006.

BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin. **Cultura consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

BARBOSA, Livia. **Feijão com arroz e arroz com feijão: o Brasil no prato dos brasileiros**. *Horiz. antropol.*, Porto Alegre, v. 13, n. 28, p. 87-116, Dec. 2007.

BATES, Myra; GENTRY, James. **Keeping the Family Together: How We Survived the Divorce**. *Advances in Consumer Research*, 21, pp. 30-34, 1994.

BELK, R. **Sharing**. *Journal of Consumer Research*, v.36, February, 2010.

BRASIL. **Constituição Federal**. 1988.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70 , 2011.

BAUER, M; GASKELL G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

BURNS, Alvin ; DONALD, Granbois. **Advancing the Study of Family Purchase Decision Making**. Advances in Consumer Research 7. Ed. Jerry C. Olson. Ann Arbor, MI: Association for Consumer Research, 221-226, 1980.

BRUSCHINI, C.; PUPPIN, A.B. **Trabalho de mulheres executivas no Brasil no final do século XX**. Cadernos de pesquisa, v34, n121, jan/abr, 2004.

BRUSCHINI, C.; RIDENTE, S. **Família, casa e trabalho**. Cadernos de Pesquisa, n. 88, p. 30-36, 1994.

CARVALHO, J.L; CARVALHO M.P.F; SANTOS L.C. **Novas bonecas feitas de velhos retalhos: investigando medos, ansiedades e inquietações das mulheres nas organizações**. Encontro ANPAD, 2002.

CARVALHO, A. A.; ALVES, J. E. D. **Explorando o consumo das famílias brasileiras e interface com o ciclo de vida e gênero**. Oikos: Revista Brasileira de Economia Doméstica, Viçosa, v. 23, n. 1, p. 6-29, 2012

CHAUDHURY, S; HYMAN, M. R. **Children's Influence on Consumption Related Decisions in Single-Mother Families: A Review and Research Agenda**. Society For Marketing Advances Proceedings, 47-48, 2009.

COMMURI, Suraj ; GENTRY, James W. **Opportunities for Family Research in Marketing**. Academy of Marketing Science Review, 2000.  
[Online], 8, <http://www.amsreview.org/articles/commuri08-2000.pdf>.,

COSTA, Florença; MARRA, Marlene. **Famílias brasileiras chefiadas por mulheres pobres e monoparentalidade feminina: risco e proteção**. Rev. bras. psicodrama, São Paulo , v. 21, n. 1, 2013.

COUTINHO, Maria Chalfin. **Sentidos do trabalho contemporâneo: as trajetórias identitárias como estratégia de investigação**. *Cadernos de Psicologia Social do Trabalho*, Brasil, v. 12, n. 2, p. 189-202, dez. 2009.

CUCHE, D. **A noção de cultura nas ciências sociais**. SP. Edusc, 2002, 2ª Ed. Cap. 1 e 2 pp. 17- 63. (versão online).

CURASI, C. F; PRICE, L. L.; ARNOULD, E. J. **How individuals' cherished possessions become families' inalienable wealth**. Journal of Consumer Research. p. 609-622, 2004.

CÚNICO, Sabrina; ARPINI Dorian. **O afastamento paterno após o fim do relacionamento amoroso: um estudo qualitativo**. Interação em Psicologia, 17(1), 97-106. 2013.

CRAIG, Ailsa. **When a Book Is Not a Book: Objects as 'Players' in Identity and Community Formation**. Journal of Material Culture. p 47 –63, 2011.

- DOUGLAS, M. **Deciphering a meal**. In: GEERTZ, C. (Ed.). *Myth, Symbol, and Culture*. New York: W. W. Norton, 1971. p. 61-81.
- DOUGLAS, Mary & ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens – Para uma antropologia do consumo**. Rio de Janeiro, EdUFRJ, 2006.
- EPELBOIM, Solange. **Identidade judaica: formação, manutenção e possível modificação à luz da psicologia social**. *PsicoUSF*, Itatiba, v. 9, n. 1, p. 87-97, jun. 2004.
- EPP, A.M.; PRICE, L.L. **Family identity: a framework of identity interplay in consumption practices**. *Journal of Consumer Research*, v. 35, n. 1, p. 50-70, 2008.
- EPP, A.M.; PRICE, L.L. **Designing solutions around customer network identity goals**. *Journal of Marketing*, v. 75, n. 2, p. 36-54, 2011.
- FRANÇA, Ana Letícia de; SCHIMANSKI, Édina. **Mulher, trabalho e família: uma análise da dupla jornada de trabalho feminina e seus reflexos no âmbito familiar**. Ponto Grossa: Emancipação, 2009.
- FRANCO, A. A. P. **Serviço Social - Compreensão dos papéis familiares**. In: *Revista Serviço Social e Realidade*. Franca, 2000 Texto disponível em: [http://www.franca.unesp.br/ssrealidade/ssr\\_9\\_N2.PDF](http://www.franca.unesp.br/ssrealidade/ssr_9_N2.PDF). Acesso em: 27/11/2014.
- FRASER, M.T.D.; GONDIM, S.M. **Da fala do outro ao texto negociado: Discussões sobre a entrevista na pesquisa qualitativa**. *Paidéia*, Ribeirão Preto, v. 14, n. 28, p.139-152, mai, 2004.
- FUJITA, J. S. **Família monoparental**. Em F. Tartuce & R. Castilho (Org.), *Direito Civil: direito patrimonial, direito existencial* (pp. 679-694). São Paulo, 2006.
- GENTRY, James; BATES, Myra. **Keeping the Family Together: How We Survived the Divorce**, in *NA - Advances in Consumer Research Volume 21*, eds. Chris T. Allen and Deborah Roedder John, Provo, UT : Association for Consumer Research, p. 30-34, 1994.
- GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5ªed. São Paulo; Atlas, 1999.
- GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**, Rio de Janeiro: Zahar, 2002.
- GRÜN, R. **Intelectuais na comunidade judaica brasileira**. In *SORJ, B. org. Identidades judaicas no Brasil contemporâneo*. Rio de Janeiro: Centro Edelstein de Pesquisas Sociais, 2008. pp. 110- 134.
- HAMILTON K; CATTERALL M. **Love and Consumption in Poor Families Headed By Lone Mothers**. *Advances in Consumer Research*. p 559-64, 2007.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.
- INGOLD, Tim. **Trazendo as coisas de volta à vida: emaranhados criativos num mundo de materiais**. *Horiz. antropol.*, Porto Alegre, v. 18, n. 37, p. 25-44, Junho 2012.
- INSTITUTO Brasileiro de Geografia e Estatística. **Conceitos**: IBGE, 2015. Disponível em:<<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida/indicadoresminimos/conceitos.shtm>>. Acessado em Set 2015.
- KELLI, Gutierrez; LINDA, Price; ARNOULD, Eric. **Consuming Family Dinner Time"**, in *NA - Advances in Consumer Research Volume 35*, eds. Angela Y. Lee and Dilip Soman, Duluth, MN: Association for Consumer Research, p. 189-193, 2008.

KURUOĞLU, Alev; GER, Güliz. **An emotional economy of mundane objects**. Consumption Markets & Culture. Vol 1, pp 209-238, 2007.

LEITÃO, D. K; MACHADO, R. **Tratar as coisas como fatos sociais: metamorfoses nos estudos sobre cultura material**. Revista Mediações, Londrina, v. 15, n. 2, p. 231-247, jul/dez. 2010.

LEONE, Eugenia; MAIA, Alexandre ; BALTAR, Paulo Eduardo. **Mudanças na composição das famílias e impactos sobre a redução da pobreza no Brasil**. Econ. soc., Campinas , v. 19, n. 1, p. 59-77, Apr. 2010

MARTIN, Kimberley; RAMSARAN-FOWDAR, Rooma Roshnee. **An Examination of the Consumer Buying Behaviour of Single-Parent Households**. Proceedings of 23rd International Business Research Conference, World Business Institute, Australia, 2013.

McCRACKEN, Grant. **Cultura e Consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

McCRACKEN, Grant. **The long interview**. Londres: Sage Publications, 1988.

MILLER, Daniel. **Consumo como cultura material**. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 13, n. 28, p. 33-63, jul./dez. 2007.

MILLER, D. **Teoria das compras: o que orienta as escolhas dos consumidores**. São Paulo, Nobel, 2002.

MORAIS, Vinícius ; SANTOS, Marinês . **Cultura material e representações de masculinidades: um estudo de caso em barbearias de Curitiba**. In: Seminário Internacional Fazendo Gênero 10 - Desafios atuais dos feminismos, 2013, p. 1-13.

OLIVEIRA, Fátima. **Ser negro no Brasil: alcances e limites**. Estud. av. São Paulo, v. 18, n. 50, p. 57-60, Abril 2004.

PAULO, B. M. Em busca do conceito de família: desafio da contemporaneidade. **Revista Brasileira de Direito das Famílias e Sucessões**. Porto Alegre: Magister, 2009.

PEREIRA, Claudia; SCHIMANSKI, Edina. **Família, gênero e novas configurações familiares: um olhar sobre a mulher e a condição de pobreza**. Revista Magistro, v. 8, nº. 2, p.163-179, 2013 .

PERUCCHI, J.; BEIRÃO, A. M. **Novos arranjos familiares: paternidade, parentalidade e relações de gênero sob o olhar de mulheres chefes de família**. PSICOL. CLIN., Rio de Janeiro, v. 19, n. 2, Dec. 2007.

PEREIRA, Bill; AYROSA, Eduardo A. T.; OJIMA, Sayuri. **Consumo entre gays: compreendendo a construção da identidade homossexual através do consumo**. Cadernos EBAPE, v. 4, nº 2, Jun. 2006.

SIMIONATO, Marlene; OLIVEIRA, Raquel. **Funções e transformações da família ao longo da história**. In: I Encontro Paranaense de Psicopedagogia; Maringá: ABPppr; p. 57-66, 2003.

SUAREZ, M. C.; CASOTTI, L. M. **Transcendendo a Abordagem Individual do Consumo: uma Investigação dos Significados do Automóvel pela Perspectiva das Famílias** . Brazilian Business Review, v. 12, n. 2, p. 91-114, 2015.



