



# XI COLÓQUIO NACIONAL REPRESENTAÇÕES DE GÊNERO E SEXUALIDADES

## A MULHER NA DINÂMICA DO CONSUMO DAS FAMÍLIAS DA “NOVA CLASSE MÉDIA”

Micheline (1); Laura (2);

Micheline Cristina Rufino Maciel e Laura Susana Duque -Arrazola

Mestranda do Programa de Pós Graduação em Consumo, Cotidiano e Desenvolvimento Social da Universidade Federal Rural de Pernambuco-UFRPE.e-mail michelinecristinamaciel@gmail.com; (2) Orientadora e Docente do Programa de Pós-Graduação em Consumo, Cotidiano e Desenvolvimento Social da Universidade Federal Rural de Pernambuco. E-mail: lsduquearrazola@gmail.com

### Resumo do artigo:

Este artigo tem como objetivo fazer uma reflexão sobre a mulher nas práticas cotidianas do consumo de famílias da “nova classe média” ou “nova classe trabalhadora” na contemporaneidade. A pesquisa realizada é de caráter exploratório, descritivo e qualitativo. Foram realizadas 25 entrevistas com integrantes das famílias residentes nos bairros de Maranguape I e Vila Torres Galvão de Paulista. Os resultados evidenciam a responsabilização da mulher nas questões que envolvem o consumo no âmbito familiar, baseados em pressupostos de gênero culturalmente reproduzidos e legitimados pela sociedade pernambucana contemporânea classista, sexista e racista.

**Palavras- Chave:** Família, consumo e mulher.

### Introdução

A divisão sexual do trabalho (Kergoat, 2010) ao longo da história do nordeste brasileiro e do país, uma sociedade de classes, patriarcal, e racista, tem delimitado divisões hierárquicas de trabalho, tanto nos espaços públicos como nos espaços doméstico-familiares, e responsabilidades entre os membros da família, por tratar-se de homens e de mulheres. Ou seja, para as mulheres (em sua maioria esposa e mãe) são atribuídas as tarefas que envolvem o espaço doméstico privado e as atividades da reprodução a exemplo dos cuidados com a casa, com os filhos e maridos entre outras. Já para o homem estão destinadas as atividades que estão relacionadas ao espaço público, onde são desenvolvidas as atividades ditas da produção e geradoras da renda familiar. Seguindo esta premissa, quando se pensa nas práticas de consumo no âmbito familiar é comum pensar na figura feminina como sendo a principal protagonista das práticas de consumo, pois esta prática esta ligada, sobretudo, ao espaço



## XI COLÓQUIO NACIONAL REPRESENTAÇÕES DE GÊNERO E SEXUALIDADES

doméstico familiar. Mesmo com todas as transformações ocorridas ao longo dos anos no trabalho produtivo e prática profissional das mulheres, e dos homens, a exemplo da inserção expressiva das mulheres no mercado de trabalho, ou seja, no espaço público, não livrou as mulheres das atribuições domésticas reprodutivas.

No contexto dessas relações e contradições, a presente exposição traz um recorte da minha monografia de conclusão de curso em bacharelado em Economia Doméstica intitulada: *Práticas de consumo e suas estratégias de pagamento de famílias da “Nova Classe Média”* baseada na pesquisa a que estive vinculada no programa de Iniciação Científica CNPq/UFRPE(2010-2011) como pesquisadora preocupada em compreender como ocorre o funcionamento das questões que envolvem o consumo na dinâmica da sociedade capitalista de consumo. E ao perceber que o espaço familiar é um contexto importante para a cultura do consumo, espaço marcado pelas relações de classe e pelas relações de gênero segundo os pertencimentos raciais das famílias expressivamente considerado esse como espaço da mulher, decidi aprofundar a pesquisa com a finalidade de enriquecer o debate no que se refere às questões de gênero.

Desse modo, a referida pesquisa teve o propósito de conhecer as questões do consumo de famílias de moradias populares de dois municípios da Região Metropolitana no Recife entre os anos de 2010- 2012 e teve dentre seus objetivos identificar os objetos de consumo e suas estratégias de pagamento nas famílias de moradias de contextos populares do Grande Recife. Para o caso do presente artigo, será destacada a responsabilização atribuída à mulher nas questões que envolvem o consumo no âmbito familiar. Tal reflexão pode ser enfatizada nos resultados, sobretudo das mulheres entrevistadas para a pesquisa, como veremos mais adiante.

### **Metodologia**

Como já dito, é uma pesquisa exploratória de caráter qualitativo. Além da revisão bibliográfica a cerca das temáticas que envolveram as reflexões sobre o consumo, a pesquisa envolveu um trabalho de campo no qual foram realizadas 25 entrevistas semi-estruturadas



## XI COLÓQUIO NACIONAL REPRESENTAÇÕES DE GÊNERO E SEXUALIDADES

com integrantes - em sua maioria mulheres (20) - de famílias residentes em dois bairros de contextos populares, Maranguape I e Vila Torres Galvão, do Município de Paulista da Região Metropolitana do Recife –RMR, possibilitando a compreensão das práticas de consumo e as estratégias de pagamento destas famílias de um camada social da classe trabalhadora, popularmente chamada “nova classe média” ou “classe media emergente” em função do consumo.

### Resultados e Discussão

Antes realizar as entrevistas com os/as integrantes das famílias que no momento da entrevista encontravam-se em casa, tive a preocupação de perguntar quem poderiam participar das entrevistas, sem estabelecer critérios referente ao sexo. Foram as mulheres, em sua maioria, as que no entanto se propuseram a participar das entrevistas (20), além de serem apontadas pelos homens/esposo/ filho como a pessoa mais apropriada para responder as questões da entrevista.

As entrevistas mostram que há uma clara identificação por parte das mulheres com tudo aquilo que está ligado ao âmbito familiar, ou seja, as atividades domésticas, cuidados com os/as filhos e filhas, idosos/as, maridos e a organização das compras dos bens e de consumo doméstico da família. Um fato que revela a relação social gênero-consumo, igualmente expressão da divisão sexual do trabalho traduzido no número de mulheres entrevistadas, sejam elas mães/esposas/donas-de-casa e filhas<sup>1</sup>.

Olhando esse contexto a partir das relações sociais de gênero e concordando com autoras como Danièle Kergoat como já salientado no artigo, o fato mencionado acima revela uma das manifestações da divisão sexual do trabalho, neste país e região que, conforme a matriz patriarcal de gênero estabelece trabalhos, profissões, responsabilidades e diversas atividades do cotidiano como sendo “naturalmente” distintos para homens e mulheres. Segundo esse raciocínio, expressão da ideologia de gênero, as mulheres são responsabilizadas

---

<sup>1</sup> Um aspecto importante a considerar, para o caso desta pesquisa, é que não se teve a pretensão de entrevistar um numero maior de mulheres do que de homens. Mas sim, de entrevistar o/a integrante da família que se colocasse no momento da entrevista a disposição de ser entrevistado/a, podendo ser a mãe, esposa, filha ou o pai, marido ou filho. Tentativas não faltaram para entrevistar um número maior de homens, mas os mesmos em algumas situações, alegaram que as mulheres ( mãe) saberiam melhor responder os questionamentos referentes aos assuntos da pesquisa. Isso justifica que, em alguns momentos das entrevistas alguns homens, especificamente, um dos filhos entrevistado, embora fizesse parte do contexto familiar, não sabia responder de fato algumas informações a respeito.



## XI COLÓQUIO NACIONAL REPRESENTAÇÕES DE GÊNERO E SEXUALIDADES

por tudo aquilo que esteja ligado ao espaço privado ou ligado ao âmbito familiar, entre elas as práticas de consumo e os homens, os “provedores” considerados como estando destinados aos espaços públicos.

É necessário esclarecer que, essa divisão do trabalho não implica generalizar de forma alguma que os homens sejam incapazes de estar por dentro dos assuntos relacionados ao âmbito familiar. No caso deste trabalho, em que tínhamos como propósito compreender os aspectos de gênero relacionados ao consumo, observou-se, por exemplo, que vários dos homens entrevistados, mesmo considerando a figura feminina (mãe, esposa e filha) como referência dos assuntos relacionados ao âmbito familiar, e mesmo sendo muito resistentes a dar conta desses assuntos, em alguns momentos de suas falas se mostraram informados em relação aos questionamentos da presente pesquisa.

Em se tratando da idade das entrevistadas estavam numa faixa etária entre 24 a 60 anos. Em relação ao nível de escolaridade, três das mulheres não concluíram o ensino fundamental e igual número tem o segundo grau incompleto. Dez possuem o ensino médio completo e uma tem superior incompleto. Três das entrevistadas possui o terceiro grau completo. Em relação ao vínculo conjugal, podemos identificar que a maioria das mulheres são casadas, com exceção de três que alegaram serem solteiras e uma viúva.

A maior parte das mulheres afirma terem filhos/as, em sua maioria treze<sup>2</sup> até 3 filhos/as; duas tem apenas um filho/a, três não tem filhos/as. Dos homens nenhum tem filhos/as. Segundo Daniela Santana (2011) e Marília França, (2011), é de extrema importância identificar a composição familiar, dentro de um contexto pesquisado para se ter uma maior compreensão do consumo dentro do âmbito familiar, pois é significativa a influência das crianças e jovens de ambos os sexos no consumo da família, Isso sem dúvida reflete-se na dinâmica da família e no orçamento familiar como veremos no decorrer deste trabalho.

Em relação a renda familiar mensal dos/das integrantes das famílias entrevistadas os depoimentos revelaram que cerca de quatro famílias tem a renda em torno de um salário e meio (1.5)<sup>3</sup> mínimos; duas famílias tem uma renda de dois salários mínimos e a maioria das

<sup>2</sup> É importante frisar que a maioria dos /das filhos e filhas das famílias pesquisadas são maiores de idade e muitos/as já estão trabalhando. Em apenas duas famílias há crianças e adolescente. Ou seja, uma das famílias tem dois filhos que estão na faixa etária entre 8 meses à 2 anos e 11 meses. A outra tem uma adolescente com 11 anos.

<sup>3</sup> Uma dessas famílias que possuem renda de um salário e meio, é a única para o caso da presente pesquisa, que



## XI COLÓQUIO NACIONAL REPRESENTAÇÕES DE GÊNERO E SEXUALIDADES

entrevistadas, onze, tem uma renda familiar mensal de três salários mínimos; Todavia, duas famílias tem uma renda de quatro salários mínimos e duas famílias acima de cinco salários mínimos. Apenas uma família, tem entre cinco e seis salários mínimos<sup>4</sup>; e entre a faixa de renda de seis a sete salários mínimos duas famílias respectivamente. Considerado a faixa de renda das famílias entrevistadas, segundo a classificação social da Fecomercio SP (2012)<sup>5</sup> a maioria fazem parte da classes C, e uma maioria da classe D. Noutras palavras na atualmente e popularmente chamada *nova classe média* ou *classe média emergente*, de fato uma classificação social por renda e consumo, como bem nos diz Marcelo Neri (2011).

Em relação aos membros das famílias que contribuem com a renda familiar, no geral, os pais/esposo/padrasto são os responsáveis pela maior parte da renda. Seguidos de famílias que tanto o homem (esposo/pai) quanto à mulher (esposa/mãe) contribuem, de igual modo com a renda familiar. Homens e mulheres trabalham e contribuem com o orçamento familiar, contudo, a maior parte são homens. E conforme a fala de uma das entrevistadas: *o [orçamento] mais pesado continua sendo com ele (homem/esposo)*.

Apesar da figura masculina, contribuir, de um modo mais expressivo com a renda familiar, outras pesquisas mostram que esse cenário vem sendo transformado, dada a inserção das mulheres – casadas ou não - no mercado de trabalho, mesmo com salários diferenciados ao dos homens que desempenham a mesma função ou realizam trabalhos iguais. Entretanto, a presente pesquisa também revela que em algumas famílias, as mulheres são as principais responsáveis em contribuir com a renda familiar sendo ou não, chefes de família.

A pesquisa deste artigo revelou que a decisão sobre o gasto ou consumo do orçamento familiar, geralmente está ligado àquele/a membro da família responsável por todas as atividades do âmbito familiar, ou seja, a figura feminina (mãe, esposa). Nesse contexto, de acordo com Marília França (2011) nos últimos anos estudos e pesquisas desde uma

---

recebe ajuda do Programa Bolsa Família. A mesma é composta por 4 integrantes, incluindo, Mãe, pai e duas crianças, onde estão na faixa etária entre três anos (menina) e 8 meses (menino). Atualmente a família está a espera do benefício do segundo filho.

<sup>4</sup> É importante ressaltar que, para o caso dessa família que possuem renda entre 5 a 6 salários, segundo o entrevistado, a faixa de renda varia conforme a época do ano. Pois o mesmo aponta como um fator determinante que influi no aumento da renda familiar, são as datas comemorativas e eventos. A sua mãe, como afirma o entrevistado/a é proprietária de um salão de beleza.

<sup>5</sup> Segundo a Fecomercio SP considera integrantes da classe A as famílias que tem o rendimento mensal, acima de R\$ 11.000; Classe B: aquelas famílias que possuem renda entre R\$7.000 e R\$ 11.000; pertencentes da classe C famílias que obtêm a renda entre 1.400 e 7.000; Classe D: entre R\$ 900 e 1.400 e pertencentes a classe E aquelas famílias que possuem até R\$ 900. Para maiores informações consultar o site:



## XI COLÓQUIO NACIONAL REPRESENTAÇÕES DE GÊNERO E SEXUALIDADES

perspectiva de gênero, desvendam empiricamente, que ainda nos dias de hoje, o consumo feminino não está dirigido tão somente para atender às necessidades próprias das mulheres, mas primordialmente àquelas necessidades da família de um modo geral, visto que ela é responsável pela administração, manutenção e supervisão do lar.

Sendo assim, mesmo com as mudanças ocorridas neste século, como a relativa e significativa participação das mulheres no mercado de trabalho e conseqüentemente, pela sua busca de autonomia, isso não as livrou da divisão sexual do trabalho, de continuar exercendo as responsabilidades e os afazeres domésticos, bem como a administração do orçamento familiar. As compras e em grande parte, os pagamentos são feitos por elas. Fato este reforçando pela reportagem divulgada em 2011 no dia 15 de agosto, pelo site Globo.com, do programa *Bom Dia Brasil*, onde pesquisas mostram que as mulheres decidem sobre o orçamento e até mesmo nas compras das roupas dos homens da família. Segundo esta matéria, as mulheres estão cada vez mais firmes no comando do orçamento familiar, e mandam, inclusive, no dinheiro que eles ganham.

No Brasil, segundo a referida reportagem, não houve apenas uma significativa mudança no que diz respeito ao consumo das famílias. “Quem paga as contas, quem decide o que entra e sai do orçamento agora tem influência maior da mulher”<sup>6</sup>. A reportagem ainda mostra que uma pesquisa revelou que quem dá a última palavra sobre as compras da família são as mulheres, e as perguntas, segundo esta pesquisa, foram todas respondidas pelos homens. Ou seja, no momento da escolha dos alimentos, bem como produtos de higiene e limpeza, mais de 80% afirmaram que as mulheres são as que decidem. Até na compra das roupas, 77% dos maridos querem a opinião das mulheres.

Outro dado que chamou atenção neste estudo foi que, em média, 82% dos homens enfatizam que as mulheres são as responsáveis por controlar o orçamento familiar. Todo este comportamento tem uma justificativa, na reportagem, segundo a Psicóloga Rita Khater, o salário das mulheres ganhou uma participação decisiva no orçamento das famílias. Segundo a psicóloga, “À medida em que há essa divisão de responsabilidades, também há a credibilidade maior, o direito de dar opinião, o direito de decidir, o direito de conquistar”

---

<sup>6</sup> Informação disponível em: < [www.g1.globo.com/bom-dia-brasil/noticia/2011/08/mulheres-dao-palavra-final-nas-financas-da-familia.html](http://www.g1.globo.com/bom-dia-brasil/noticia/2011/08/mulheres-dao-palavra-final-nas-financas-da-familia.html) > Acesso 15/02/ 2013.



## XI COLÓQUIO NACIONAL REPRESENTAÇÕES DE GÊNERO E SEXUALIDADES

afirma. Nesse contexto, para o caso das entrevistadas, revelaram-se e confirmaram-se o que foi exposto: as mulheres são as principais responsáveis pela decisão do orçamento familiar, incluindo, compras e pagamentos. Os resultados apontaram também, que em algumas famílias a decisão sobre o orçamento familiar é compartilhada entre o homem e a mulher, como podemos verificar no depoimento a seguir:

*Os dois [decidem]. Mesmo sendo ele que recebe a renda, nós dois fazemos a distribuição. Somos os responsáveis pelas compras. Entramos sempre em um consenso. Joaquina, 23 anos.*

Segundo Engels, Blackwell e Miniard (2000) referenciados por Graciela Oliveira (2008) a unidade doméstica é uma unidade de consumo de uma ou mais pessoas identificadas por um lugar comum, como o endereço. Os autores destacam que essas unidades são as unidades básicas de compra e consumo de uma sociedade.

### Considerações finais

Diante do presente cenário, podemos perceber conforme os resultados apontados no presente artigo, que o padrão da divisão sexual do trabalho e expressão das relações sociais de gênero em sociedades como a nossa, ainda reforça, enfatiza e responsabiliza a figura feminina, sobretudo da esposa e mãe, como a principal protagonista do cenário das práticas de consumo no contexto familiar. Assim sendo, a percepção das falas das mulheres estão baseado em pressupostos de gênero culturalmente reproduzido e legitimado e perpetuado pela sociedade contemporânea patriarcal sexista, racista e classista.

### Referências Bibliográficas

FRANÇA, Marília Andrade. **O consumo do mobiliário nas moradias populares do Grande Recife.** Relatório Parcial das atividades do PIBIC/CNPq/UFRPE. Recife, 2011.

KERGOAT, Danièle. Dinâmica e Consustancialidade das relações sociais. **Novos Estudos CEBRAP**, nº 86, Março de 2010. Pp 93-103.

MACIEL, Micheline Cristina Rufino. **Práticas contemporâneas de consumo e estratégias de pagamento de famílias da Nova Classe Média.** 2013, 126f. Monografia (Bacharelado em Economia



## XI COLÓQUIO NACIONAL REPRESENTAÇÕES DE GÊNERO E SEXUALIDADES

Doméstica)-Departamento de Ciências Domésticas, Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife.

NERI, Marcelo. **A nova classe média: o lado brilhante da base da pirâmide**. São Paulo: Saraiva, 2011.

OLIVEIRA, Graciela Dias de. **Análise do processo de escolha e tomada de decisão familiar pela escola dos filhos**. Porto Alegre, 2008, p. 87. Monografia (Especialista em Marketing). Programa de pós-graduação em Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/16580/000685469.pdf?sequence=1>> Acesso em 18/04/2013.

SANTANA, Daniela Maria. **O consumo de bens simbólicos em moradias populares em Olinda**. Recife, 2011. p. 34. Relatório final do programa de Iniciação Científica Voluntária -PIC, Departamento de ciências Domésticas, Universidade Federal Rural de Pernambuco.





**XI COLÓQUIO NACIONAL REPRESENTAÇÕES  
DE GÊNERO E SEXUALIDADES**