

MULHERES, MÃES E CONSUMIDORAS: O CONSUMO DE GESTANTES, PUÉRPERAS E MÃES DE CRIANÇAS NO PRIMEIRO ANO DE VIDA – UM ESTUDO DE CASO

Natânia Silva Ferreira¹
Nathali Aparecida Ferreira Silva²

RESUMO:

Consumo é uma categoria econômica, mas o termo pode ser compreendido também como de ordem social e cultural. O consumo de diferentes grupos de pessoas varia não apenas pela condição financeira, mas tem relação com a cultura à qual os referidos grupos estão inseridos e com as transformações sociais do entorno destes grupos. Ainda, o consumo de grupos distintos pode ser associado à utilidade e ao bem-estar que tal consumo proporciona. Este trabalho objetiva entender transformações em costumes de consumo de um estrato específico: gestantes, puérperas e mães de crianças com até um ano de idade. A principal fonte de pesquisa foi um questionário aplicado, por meio do qual se coletaram dados e informações para a composição do artigo. Observou-se que as transformações no consumo do grupo podem ser associadas à utilidade e ao bem-estar, e possuem relação não só com a renda, mas com a cultura e com influências sociais.

Palavras-chaves: Consumo; Economia; Gestantes; Puérperas; Mães.

WOMEN, MOTHERS AND CONSUMERS: THE CONSUMPTION OF PREGNANT WOMEN, PUERPER WOMEN AND MOTHERS OF CHILDREN IN THE FIRST YEAR OF LIFE – A CASE STUDY

ABSTRACT:

Consumption is an economic category, but the term can also be understood as a social and cultural one. The consumption of different groups of people varies not only by financial condition, but is related to the culture to which these groups are inserted and the social transformations surrounding these groups. Also, the consumption of different groups can be associated with the utility and well-being that such consumption provides. This work aims to understand changes in consumption habits of a specific stratum: pregnant women, postpartum women and mothers of children up to one year old. The main source of research was an applied questionnaire, through which data and information were collected for the composition of the article. It was observed that changes in the group's consumption can be associated with utility and well-being, and are related not only to income, but also to culture and social influences.

Keywords: Consumption; Economy; Pregnant women; Postpartum women; Mothers.

Data da submissão: 18-02-2023

Data do aceite: 20-12-2023

INTRODUÇÃO

A primeira noção de consumo remete ao termo significar uso ou gasto (HOUAISS, 2009). Tal formulação pode ser verificada em dicionários históricos, onde o termo é entendido como “por uso” (SILVA, 2020), “o que se comem” (BLUTEAU, 2020). Na Economia, consumo é também descrito, inicialmente, por uso ou gasto, como é possível notar em um dicionário de Economia: “utilização, aplicação, uso ou gasto de um bem ou serviço por um indivíduo ou uma empresa”. Avançando na definição econômica, a percepção de consumo diz respeito a fase final do processo produtivo: “É o objetivo e a fase final do processo produtivo, precedida pelas etapas de fabricação, armazenagem, embalagem, distribuição e comercialização” (SANDRONI, 1999, v. consumo, p. 126).

¹ Docente do Departamento de Ciências Econômicas da Universidade Estadual de Santa Cruz (DCEC-UESC). Contato: E-mail: nsferreira@uesc.br

² Pedagoga pela Universidade Federal de Alfenas (UNIFAL-MG). Contato: E-mail: nathali.fsilva@yahoo.com.br

Partindo da definição básica de consumo, como uso ou gasto ou como a fase final de um processo produtivo, é possível avançar para analisar a relação entre consumo e cultura³. Dentre autores que trataram da temática, estão a antropóloga Mary Douglas e o economista Baron Isherwood, que escreveram que as decisões de consumo se tornam fonte vital da cultura (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2004, p. 102). Nas palavras dos autores “(...) A cultura evolui e as pessoas desempenham um papel na mudança. O consumo é a própria arena em que a cultura é objeto de lutas que lhe conferem forma” (Idem, p. 102-103).

Na mesma perspectiva cultural de Douglas; Isherwood (2004), outro autor, McCracken (2003), defendeu a associação entre consumo e cultura quando afirmou que os bens possuem um significado que vai além do caráter utilitário e comercial, pois carregam em si um significado cultural que é transmitido aos consumidores. O autor desenvolveu uma teoria a respeito de como o significado cultural parte do mundo culturalmente constituído e chega nos consumidores individuais (MCCRACKEN, 2003, p. 100). Segundo o autor, de um mundo culturalmente constituído, o significado cultural é transferido para os bens de consumo por meio de dois mecanismos: a publicidade e o sistema de moda (MCCRACKEN, 2003, p. 106-111). Partindo dos bens de consumo, o significado cultural chega aos consumidores individuais por meio de quatro mecanismos: o ritual de troca (como trocar presentes); o ritual de posse (como comprar um carro); o ritual de arrumação (como trocar de roupa para sair de casa); e, o ritual de despojamento (como a venda de uma casa) (MCCRACKEN, 2003, p. 119).

Avançando no campo da cultura, chega-se na concepção de cultura material. Consumo pode ser compreendido, também, como uma das facetas da cultura material, como escreveu Daniel Miller (2007). O consumo pode ser percebido como manifestação de uma cultura, em forma de matéria, ou seja, os objetos materiais consumidos (utilizados, gastos) por uma determinada pessoa ou grupo social num contexto específico, expressam a sua cultura em forma de matéria.

Dentro da perspectiva socioeconômica, é possível tratar o consumo como diferenciador de classes e, desta forma, vale ressaltar um relevante autor para a história do consumo, Veblen (1965), sociólogo e economista que tratou de consumo conspícuo frisando distintos estratos, isto é, o consumo só pode ser considerado conspícuo porque se considera classes ou grupos diferentes: o que determinada classe tem condições de consumir não é o mesmo que uma outra classe pode obter. Dessa forma, uma classe superior pode consumir em excesso, em detrimento de outra inferior, que deseja o consumo da superior. A forma de diferenciação numa sociedade se dá, portanto, também pela ótica do consumo de bens⁴.

A diferenciação de classes sociais foi objeto de estudo de Bourdieu e alguns conceitos desenvolvidos pelo autor são relevantes: os de *habitus*, gosto e estilos de vida. Segundo o autor, o *habitus*:

[...] é o que faz com que o conjunto das práticas de um agente – ou do conjunto dos agentes que são o produto de condições semelhantes – são sistemáticas por serem o produto da aplicação de esquemas idênticos – ou mutuamente conversíveis – e, ao mesmo tempo, sistematicamente distintas das práticas constitutivas de outro estilo de vida (BOURDIEU, 2011, p. 163).

O *habitus* pode ser compreendido como os hábitos de um indivíduo ou como os costumes de uma classe social, que fazem com que um indivíduo ou uma classe se diferenciem dos demais⁵. O gosto “faz com que as diferenças inscritas na *ordem física* dos corpos tenham acesso à *ordem simbólica* das distinções significantes” (Idem, p. 166, grifos do autor). Um gosto determinado pode pertencer a uma classe e não pertencer a uma outra, “ele opera continuamente a transfiguração das necessidades em estratégias, das obrigações em preferências, e engendra, fora de qualquer determinação mecânica, o conjunto de “escolhas” constitutivas de *estilos de vida*” (Idem). O *habitus* e os gostos estão por trás dos diferentes padrões de consumo e formam os diferentes estilos de vida. “Os estilos de vida são, assim, os produtos sistemáticos dos *habitus* que, percebidos em suas relações mútuas segundo os esquemas do *habitus*, tornam-se sistemas de sinais socialmente qualificados – como “distintos”, “vulgares”, etc” (Idem, p. 164).

³ A noção de cultura pode ser explicitada por meio de alguns autores. Segundo Silva; Silva (2015), “o significado mais simples desse termo afirma que cultura abrange todas as realizações materiais e os aspectos espirituais de um povo” (SILVA; SILVA, 2015, p. 85).

⁴ Na próxima seção deste artigo, será retomado o argumento de Veblen associado ao consumo.

⁵ A diferença entre os termos hábito e costume reside em um dizer respeito ao nível individual e outro ao nível geral: hábitos designam ações de uma pessoa; costumes designam ações de um povo ou classe social. É possível afirmar que o costume inclui o hábito, ou seja, os hábitos de vida de uma pessoa estão dentro dos costumes de uma população. A respeito, conferir: Veblen, 1965, p. 108.

Na visão de Bourdieu, as diferenças sociais entre as classes não se resumem apenas a diferentes níveis de renda mas, sobretudo, ao *habitus* e aos gostos, que formam estilos de vida diferentes⁶. Isto significa que, sem depender totalmente da renda, o que é necessidade básica para um estrato social pode ser luxo para um outro grupo social, e a questão de necessidade ou de luxo dependerá, sobretudo, do *habitus* e do gosto, que formam estilos de vida determinados (BOURDIEU, 2011, p. 352).

Diante da discussão exposta acima, entende-se que o consumo, categoria econômica, pode ser analisado em outras áreas da ciência, as quais contribuem para a compreensão do termo dentro da própria Economia. Neste artigo considera-se transformações em hábitos de consumo de um grupo específico: gestantes, puérperas e mães de crianças com até um ano de idade. A principal fonte para a confecção deste trabalho foi um questionário aplicado, por meio do qual se coletaram dados e informações do grupo objeto de estudo.

Para tratar do objetivo proposto, este artigo conta com 4 seções, além desta Introdução: na seção dois será realizada breve abordagem a respeito do consumo na Economia; na terceira seção, serão abordados os materiais e os métodos utilizados para tratamento dos dados e informações coletados; na seção de número quatro, serão apresentados e discutidos os resultados obtidos por meio da análise dos dados e informações; na quinta seção, por fim, serão apresentadas as considerações finais.

2. O CONSUMO SEGUNDO A VISÃO DE ECONOMISTAS

Dentro da História do Pensamento Econômico, é possível ressaltar alguns pensadores que trataram, ainda que indiretamente, do tema consumo.

Iniciando por Malthus (1996), relevante autor da Economia Política Clássica, que tratou do consumo de capitalistas e de demais classes sociais. Malthus separou a população que ele observava em três estratos: proprietários de terras, trabalhadores e capitalistas, sendo que o consumo destas três diferentes classes era distinto. Vale ressaltar que, das três classes analisadas, era a capitalista a que consumia de forma mais produtiva, pois além do consumo para subsistência, os capitalistas investiam em matérias-primas, máquinas, equipamentos e mão-de-obra para o desenvolvimento da produção, que possibilitava que eles mesmos – capitalistas – bem como os proprietários de terras e os trabalhadores, consumissem bens de consumo necessários para subsistência (MALTHUS, 1996, p. 223-234).

Jevons (1996), Bentham (1979) e Mill (1996) foram Utilitaristas que trabalharam com a noção de consumo útil e racional. Para tais autores, é possível associar o consumo de bens à utilidade desses bens para cada indivíduo, e também associá-lo à racionalidade, ou seja, na visão destes pensadores, os consumidores escolhem seus bens de consumo de forma a maximizar a utilidade, escolhendo, de forma racional, os bens que seriam mais úteis, em uma escala criada pelos próprios indivíduos.

O Utilitarismo coloca em destaque então a ideia de que o que move o ser humano são os sentimentos de dor e prazer, de felicidade. Eles apontam o que os indivíduos escolhem por fazer e governam os seres humanos, em tudo que fazem, pensam e dizem. É uma constante busca da maximização da felicidade (LEÃO, 2015, p. 14).

Marshall (1996) e Pareto (1996), economistas neoclássicos, seguindo a mesma linha dos Utilitaristas, ao tratarem de consumo relacionando o termo à utilidade, contribuíram para a noção de economia do bem-estar. Pareto pode ser considerado um dos principais economistas quando o assunto é economia do bem-estar. Na visão do autor, a utilidade é a dimensão mais relevante para avaliação o bem-estar, ou seja, quão maior a utilidade de um bem de consumo, maior o bem-estar por ele proporcionado.

Dentro da economia, o consumo atrelado à produção pode ser visto nas obras de Marx (2011) e Keynes (1996). Marx (2011) trabalhou com a ideia de consumo associado à produção, distribuição e troca. Assim, podemos reproduzir as palavras do autor, escritas em *Grundrisse*:

[...] na produção, os membros da sociedade apropriam (elaboram, configuram) os produtos da natureza às necessidades humanas; a distribuição determina a proporção em que o indivíduo singular participa desses produtos; a troca o provê dos produtos particulares nos quais deseja converter a cota que lhe coube pela distribuição; no consumo, finalmente, os produtos devêm objetos do desfrute, da apropriação individual. A produção cria os objetos correspondentes às necessidades; a distribuição os reparte segundo leis sociais; a troca reparte outra vez o já repartido, segundo a necessidade singular;

⁶ “De fato, a *eficácia própria do habitus* é bem visível quando as mesmas rendas estão associadas a consumos muito diferentes compreensíveis apenas no pressuposto da intervenção de princípios de seleção diferentes” (BOURDIEU, 2011, p. 352, grifos do autor).

finalmente, no consumo, o produto sai desse movimento social, devém diretamente objeto e serviçal da necessidade singular e a satisfaz no desfrute (MARX, 2011, p. 61).

Ainda segundo Marx (2011, p. 64-65), “o consumo produz a produção duplamente”, primeiro, “na medida em que apenas no consumo o produto devém efetivamente produzido. Uma roupa, por exemplo, somente devém roupa efetiva no ato de ser trajada”; segundo, “na medida em que o consumo cria a necessidade de nova produção, é assim o fundamento ideal internamente impulsor da produção, que é o seu pressuposto. O consumo cria o estímulo da produção; cria também o objeto que funciona na produção como determinante da finalidade”.

Keynes (1996) desenvolveu o princípio da demanda efetiva, ressaltando importância do investimento para geração de emprego e renda e, conseqüentemente, para a manutenção de um determinado nível de consumo na sociedade. O consumo aparece no final do esquema da demanda efetiva de Keynes, sendo importante para o processo de produção, já que a circulação de bens em uma sociedade remete à circulação monetária que contribui para a criação de novos investimentos, iniciando o ciclo da demanda efetiva.

Finalmente, Veblen (1965), autor citado na seção anterior, vale a pena ser retomado aqui. A nota prévia de Stuart Chase à *Teoria da classe ociosa* de Veblen explicita a visão deste último autor sobre o consumo. Nas palavras de Chase:

[...] Pessoas acima da linha da mera subsistência (...) não aproveitam o excesso que a sociedade lhes deu, visando primordialmente a propósitos úteis (...) buscam impressionar as outras pessoas pelo fato de serem possuidoras desse excesso... Os meios e modos mediante os quais criam essa impressão, Veblen os denomina de consumo conspícuo (...) As pessoas superiores dominam seus inferiores em pecúnia mediante gastos supérfluos, à vista do que os inferiores movem céu a terra para melhorar seu status, gastando até o último limite de suas posses. Não faz muito que comprar a prestações proporcionou-lhes uma oportunidade sem paralelo para satisfazer suas ambições (CHASE *apud* VEBLEN, 1965, p. 14-15, grifos do autor).

Com base nos autores citados acima, é possível tecer três considerações principais acerca do consumo na economia. A primeira diz respeito a associação de consumos distintos a diferentes classes sociais, como visto em Malthus (1996) e em Veblen (1965). A segunda consideração remete ao consumo compreendido pela ótica dos Utilitaristas – Jevons (1996), Bentham (1979) e Mill (1996) –, que converge com o pensamento de Pareto (1996) sobre o tema, pois tais autores associaram o consumo à utilidade, à racionalidade e ao bem-estar. A terceira consideração diz respeito à importância do consumo para o processo produtivo: Marx (2011), ao citar o termo consumo, deixa explícita sua relevância para o processo de produção e Keynes (1996), em sua teoria da demanda efetiva, também relaciona o consumo à produção e ao crescimento econômico.

Tecidas as determinações teóricas a respeito do significado do consumo para diferentes áreas da Ciência e a respeito do termo entendido dentro da economia ao longo da história do pensamento econômico, na próxima seção explicaremos qual metodologia foi utilizada para o desenvolvimento deste trabalho.

3. MATERIAIS E MÉTODOS UTILIZADOS NA PESQUISA

O grupo de pessoas analisado nesta pesquisa foi escolhido por uma inquietação das pesquisadoras, em desejarem compreender, por meio do estudo, algo por elas observado na prática: que mulheres, ao se tornarem gestantes, puérperas e mães de crianças no primeiro ano de vida, consumiam produtos e serviços diferentes daqueles que consumiam antes do início da gestação, não apenas por conta delas, mas dadas as necessidades dos bebês e das crianças, conforme iam se desenvolvendo.

Objetivando captar as alterações nos hábitos de consumo do grupo de pessoas objeto deste estudo, foi realizada uma pesquisa qualitativa-quantitativa (ou de métodos mistos), por meio de um questionário estruturado online. A pesquisa qualitativa-quantitativa é realizada por meio de “métodos mistos como um procedimento de coleta, análise e combinação de técnicas quantitativas e qualitativas em um mesmo desenho de pesquisa” (CRESWELL; PLANO *apud* PARANHOS *et al*, 2016, p. 391).

O questionário foi composto por 20 questões, sendo: 13 questões com opções de respostas, às quais as respondentes assinalariam resposta única; 5 questões de múltipla escolha, onde as respondentes poderiam assinalar mais de uma resposta e 2 questões dissertativas ou “abertas”, de forma que as respondentes eram livres para escreverem suas respostas. O questionário aplicado se encontra no Apêndice.

O questionário foi elaborado no mês de outubro de 2022 e as respostas foram coletadas entre outubro e dezembro de 2022. Para obtenção das respostas, o questionário foi enviado a gestantes, puérperas e mães

de crianças com até um ano de idade por meio de mídias sociais digitais, como Facebook, Instagram e Whatsapp, especialmente a última rede social, entre outubro e dezembro de 2022. Todas as respondentes do questionário concordaram com a Declaração de Consentimento⁷ descrita no início do mesmo, afirmando estarem de acordo em participar voluntariamente da pesquisa. Foi informado também para as respondentes a respeito do caráter confidencial da pesquisa⁸ e, dessa forma, as perguntas foram elaboradas de levando em consideração a preservação de identidade das respondentes.

O questionário foi elaborado com base nas seguintes hipóteses: 1. Gestantes, puérperas e mães de crianças com até um ano de idade mudam seus hábitos de consumo; 2. Gestantes, puérperas e mães de crianças com até um ano de idade consomem produtos e serviços com base também em seus bebês / crianças, ou seja, o consumo é baseado também na utilidade e no bem-estar de bebês / crianças; 3. O consumo de gestantes, puérperas e mães de crianças com até um ano de idade varia não apenas em decorrência da renda, mas sofrem influências culturais e sociais.

Foram obtidas 105 respostas, que serão descritas e analisadas na seção 4, em formato de textos, gráficos e tabelas.

4. O CONSUMO DE GESTANTES, PUÉRPERAS E MÃES DE CRIANÇAS NO PRIMEIRO ANO DE VIDA

Das questões formuladas pela pesquisa (Ver Apêndice) foram selecionadas algumas, que se acredita serem as mais relevantes para o objetivo proposto neste artigo, que é o de entender as transformações em hábitos de consumo de um grupo específico: gestantes, puérperas e mães de crianças com até um ano de idade. Assim, elencaram-se as questões 9, 10, 11, 12, 13, 14, 17, 18, 19 e 20.

Iniciando pela pergunta de número 9: “A partir do momento em que você descobriu sua gravidez, seus hábitos de consumo mudaram, pensando em produtos que você adquiria para você, como roupas, sapatos, cosméticos, dentre outros?”. Das 105 respondentes, 90 responderam que houve mudança nos hábitos de consumo e 15 responderam que não houve mudança em hábitos de consumo. O Gráfico 1 representa o quantitativo de respostas.

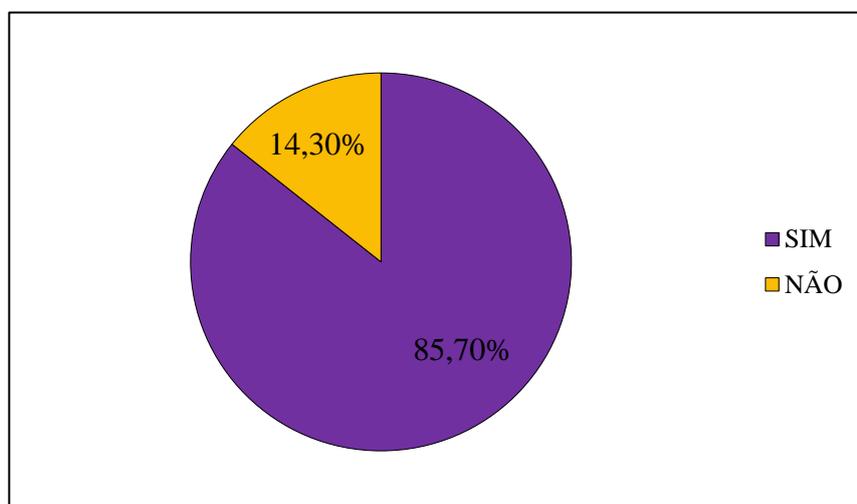


Gráfico 1. Mudança em hábitos de consumo após o início da gravidez.

Fonte: Elaboração própria, com base em questionário aplicado.

As respostas referentes a pergunta de número 9, mostradas no Gráfico 1, confirmam nossa primeira hipótese de pesquisa: Gestantes, puérperas e mães de crianças com até um ano de idade mudam seus hábitos

⁷ A Declaração de Consentimento foi escrita da seguinte forma no questionário: “Li ou alguém leu para mim as informações contidas neste documento antes de assinar este termo de consentimento. Declaro que toda a linhagem técnica utilizada na descrição de estudo de pesquisa foi satisfatoriamente explicada e que recebi respostas para todas as minhas dúvidas. Dou meu consentimento de livre e espontânea vontade para participar deste estudo e, sendo assim, assino minha participação”.

⁸ No questionário, constava a seguinte informação sobre o Caráter Confidencial dos Registros: “A sua identidade será mantida em sigilo. Os resultados serão sempre apresentados como o retrato de um grupo e não de uma pessoa. Dessa forma, você não será identificada quando o material de seu registro for utilizado, seja para propósitos de publicação científica ou educativa”.

de consumo. A maioria das respondentes afirmou que houve variação no consumo de produtos adquiridos para elas, como roupas, sapatos e cosméticos.

Nas questões de números 10 e 11, as perguntas se referiam à diminuição e aumento do consumo de determinados produtos e serviços após as respondentes terem descoberto a gravidez. A pergunta de número 10 foi sobre a diminuição de consumo de itens selecionados, e o quantitativo de respostas pode ser conferido por meio do Gráfico 2.

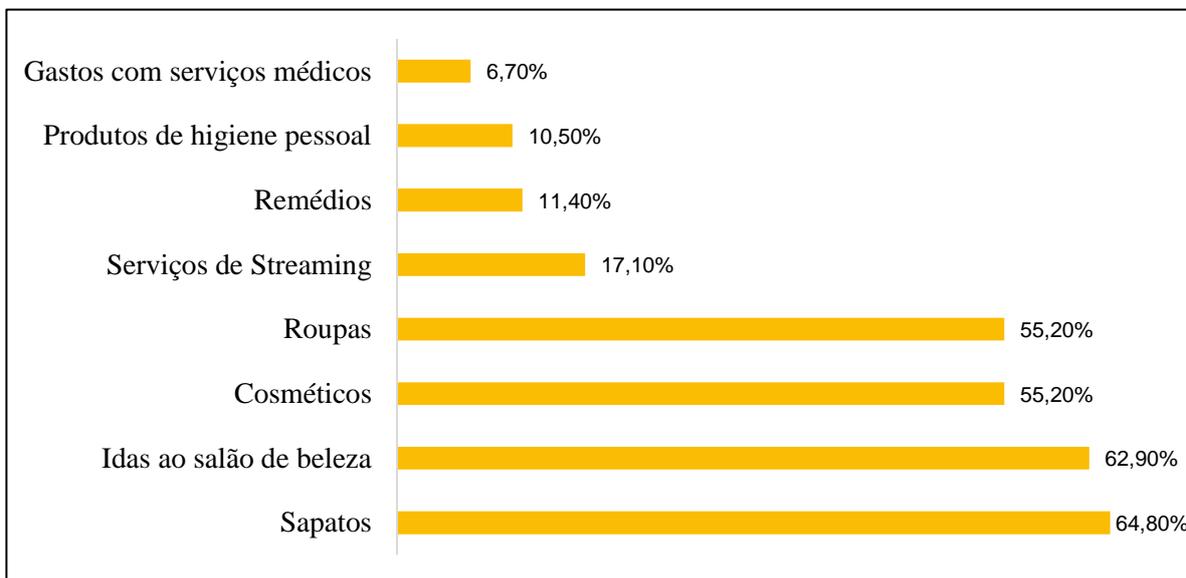


Gráfico 2. Diminuição do consumo de produtos/serviços selecionados após a descoberta da gravidez.

Fonte: Elaboração própria, com base em questionário aplicado.

Antes da análise das respostas, apresenta-se o Gráfico 3, que mostra as respostas da questão 11, sobre o aumento do consumo, pelas gestantes, de produtos e serviços selecionados após descobrirem da gravidez.

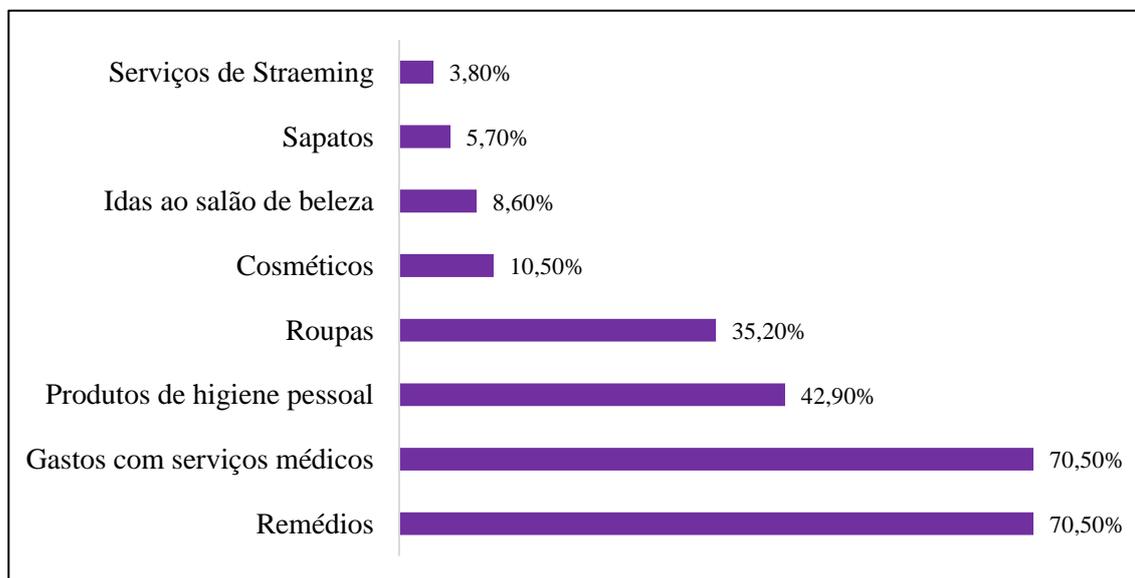


Gráfico 3. Aumento do consumo de produtos/serviços selecionados após a descoberta da gravidez.

Fonte: Elaboração própria, com base em questionário aplicado.

O Gráfico 2 explicita que, após a descoberta da gravidez, houve diminuição especialmente do consumo dos produtos sapatos, cosméticos e roupas, e de idas ao salão de beleza. Por meio do gráfico 3, é possível observar que houve aumento do consumo de remédios, dos gastos com serviços médicos e produtos de higiene pessoal. No caso destas questões, vale ressaltar, as respondentes poderiam selecionar mais de uma resposta.

As questões envolvidas nos Gráficos 2 e 3 podem ser refletidas à luz da segunda hipótese deste trabalho: Gestantes, puérperas e mães de crianças com até um ano de idade consomem produtos e serviços

com base também em seus bebês / crianças, ou seja, o consumo é baseado também na utilidade e no bem-estar de bebês / crianças. O grupo de pessoas analisado nesta pesquisa alterou ou altera costumes de consumo seus em decorrência da gestação, nascimento e crescimento de seus filhos. Desta forma, é possível afirmar que a variação nos costumes possui ligação também com a utilidade e com o bem-estar de bebês / crianças. Podemos inferir que a diminuição no consumo de sapatos, cosméticos e roupas, e de idas ao salão de beleza, ocorre pela necessidade de alocação de recursos financeiros para despesas que não ocorriam antes do descobrimento da gravidez, como aquelas às quais houve aumento no nível de consumo, como remédios, produtos de higiene pessoal e gastos com despesas médicas.

Outra pergunta do questionário, relevante para esta pesquisa, foi a de número 12: “Assinale os produtos e os serviços em que a demanda aumentou depois que você descobriu a gravidez, dadas as necessidades de seu bebê”. As respostas a esta questão estão descritas na Tabela 1, organizadas em ordem decrescente do quantitativo de respostas.

Tabela 1. Demanda por produtos e serviços dadas as necessidades de bebês.

Produtos e Serviços	Respondentes	Porcentagens
Móveis para o bebê ⁹	80	76,20%
Roupas (recém-nascidos)	78	74,30%
Consultas médicas	70	66,70%
Remédios	60	57,10%
Produtos de higiene	58	55,20%
Kit primeiros socorros ¹⁰	57	54,30%
Kit alimentação ¹¹	53	50,50%
Sapatos (recém-nascidos)	42	40%
Brinquedos	15	14,30%

Fonte: Elaboração própria, com base em questionário aplicado.

Para a pergunta 12, as respondentes poderiam selecionar mais de uma opção de resposta. Por meio da Tabela 1, notamos que as repostas revelam a necessidade de diversos itens para os filhos: móveis e roupas para os bebês foram as opções mais assinaladas; consultas médicas – considerando também as consultas para gestantes – e remédios foram opções bastantes marcadas pelas respondentes. Ainda, vale ressaltar que outras opções presentes na pergunta, sendo produtos de higiene, kit primeiros socorros e kit alimentação foram categorias às quais as respondentes também sinalizaram a relevância. Sapatos e, por último, brinquedos, foram os itens menos assinalados.

A pergunta de número 12 complementa, sobretudo, a de número 10, se deduzimos que houve diminuição do consumo de produtos e serviços por parte das mulheres respondentes para que pudesse haver o consumo de produtos e serviços importantes para o cotidiano e o desenvolvimento de seus filhos.

A pergunta de número 13 foi a seguinte: “Quanto da renda mensal de sua família aproximadamente é destinada para os gastos com o bebê?”. O Gráfico 4 conta com os resultados referentes a esta pergunta.

Não foi questionado a respeito do rendimento mensal das respondentes, apenas sobre o percentual da renda despendida com os gastos destinados aos filhos, por entendermos que esta questão complementa as demais considerando que uma parte da renda precisou ser alocada ou realocada para os gastos com os filhos, e alocação ou realocação de renda implica em alteração de padrões de consumo. A maioria das respondentes afirmou que a família destina até 30% da renda para os gastos com os filhos e uma minoria afirmou que mais de 50% da renda familiar é destinada para gastos com bebês / crianças.

Acerca da alocação dos gastos, foi elaborada a questão de número 14, referente a gastos mais específicos: “Qual o produto ou serviço você acredita que é o que mais se gasta com um recém-nascido?”. A maioria das respondentes considera que os maiores gastos são com fraldas, conforme o Gráfico 5.

⁹ Dentro dos móveis, foram incluídos: berço, guarda-roupas, bebê conforto, carrinho para passeio.

¹⁰ O kit de primeiros socorros foi descrito contendo: termômetro; álcool em gel ou antisséptico; bolsa de água quente; soro fisiológico; analgésicos em gotas; gaze e esparadrapos.

¹¹ O kit de alimentação foi descrito contendo: mamadeira; escova de mamadeira; toalhinhos de boca e babadores; jogo de talher; pratos para papinhas.

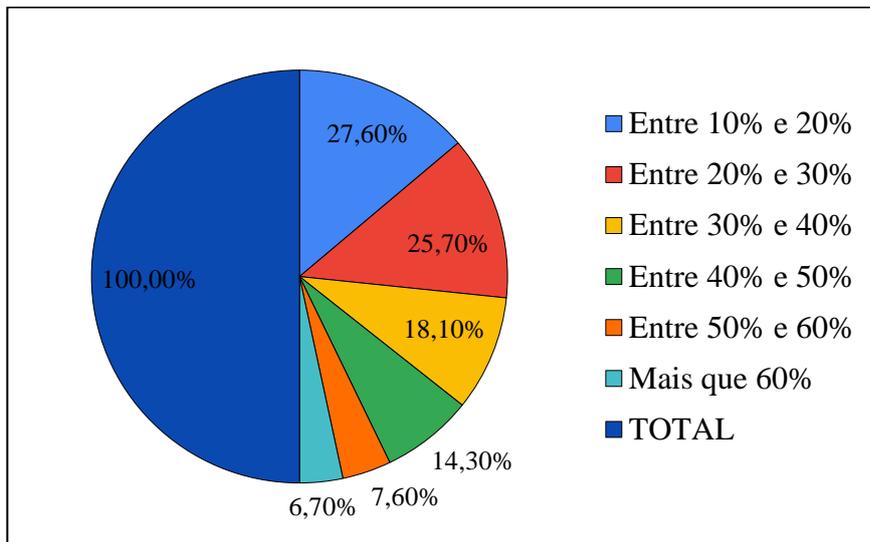


Gráfico 4. Percentual de renda destinada aos gastos com bebês.

Fonte: Elaboração própria, com base em questionário aplicado.

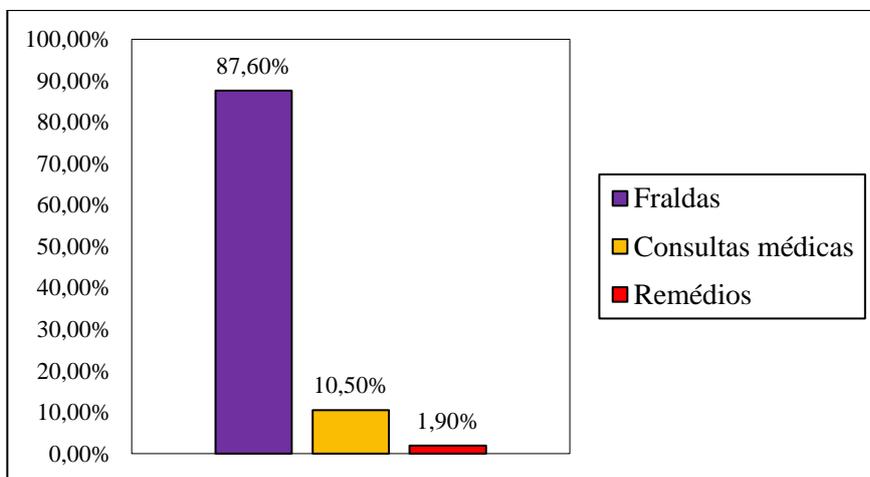


Gráfico 5. Destinação de maiores gastos com recém-nascidos

Fonte: Elaboração própria, com base em questionário aplicado.

Poucas respondentes acreditam que os maiores gastos são com consultas médicas (10,50% do total) e menos (1,90% do total) acreditam que os maiores gastos são com remédios. Vale salientar, que as respostas dependem também de especificidades das crianças, pois algumas necessitam mais de consultas médicas e remédios do que outras, porém as fraldas, especialmente nos primeiros meses de vida, são necessidades comuns a todas elas.

A questão de número 17 também possui relevância para este trabalho, tendo relação com as três hipóteses de pesquisa. A questão 17 diz respeito a mudança de hábitos alimentares das respondentes e 79% delas (83 pessoas) responderam que, após descobrirem a gravidez, houve mudança de hábitos alimentares, em detrimento de 21% (22 pessoas), que afirmaram não ter ocorrido mudança de hábitos alimentares.

As respostas à questão 17 confirmam a hipótese 1, que afirma que gestantes, puérperas e mães de crianças com até um ano de idade mudam seus hábitos de consumo. As respostas confirmam também a hipótese 2, que evidencia que gestantes, puérperas e mães de crianças com até um ano de idade consomem produtos e serviços com base também em seus bebês / crianças, ou seja, o consumo é baseado também na utilidade e no bem-estar de bebês / crianças, pois acreditamos que a mudança de hábitos alimentares se justifica pela saúde da mãe e da criança. Finalmente, as respostas da questão 17 podem ser associadas à hipótese 3, que diz respeito ao consumo de gestantes, puérperas e mães de crianças com até um ano de idade variar não somente em decorrência da renda, mas sofrerem influências culturais e sociais, pois a mudança de alimentação no período gestacional e com a convivência com recém-nascidos e bebês guarda relação com a cultura e com a sociedade, é parte dos costumes sociais tal mudança de alimentação.

Para completar a questão 17, foram elaboradas as questões de números 18 e 19, em que as respondentes tinham a opção de marcarem mais de uma resposta e ainda adicionarem outra resposta que não estava presente na lista disponível. A questão 18 foi a seguinte: “Que alimentos você aumentou o nível de consumo depois que descobriu a gravidez, pensando no seu bem-estar e no bem estar da criança?”. As respostas são apresentadas a seguir, na Tabela 2.

Tabela 2. Aumento do nível de consumo de alimentos.

Alimentos	Porcentagem de respostas	Número de respostas
Frutas	86,70%	91
Verduras e Legumes	74,30%	78
Água Natural	74,30%	78
Sucos Naturais	50,50%	53
Leite e Ovos	40,00%	42
Carnes Brancas	25,70%	27
Carnes Vermelhas	21,90%	23
Doces	17,10%	18
<i>Fast Food</i> (lanches, pizzas, etc)	12,40%	13
Refrigerantes	7,60%	8
Comidas Industrializadas e Enlatadas	3,80%	4

Fonte: Elaboração própria, com base em questionário aplicado.

A maioria das respostas aponta o aumento do consumo de frutas, seguido do aumento do consumo de verduras e legumes, água e sucos naturais. Comidas industrializadas e enlatadas, refrigerantes, *Fast Food* e doces foram os alimentos que apresentaram o menor aumento do nível de consumo. A variação de consumo observada se refere ao bem-estar dos bebês, e estes resultados comprovam, especialmente, as hipóteses de números 1 e 2 desta pesquisa, mas também a terceira hipótese, pois a alimentação é um processo social e cultural e a alteração em hábitos de consumo alimentares, devido a chegada de uma criança, é um costume das sociedades, que perpassa gerações de famílias.

Vale ressaltar, era possível que as respondentes adicionassem outros alimentos na presente questão, e uma respondente afirmou que aumentou o consumo de castanhas, uma respondente afirmou que aumentou o consumo de peixes, e uma respondente afirmou que não houve aumento no consumo de alimentos.

A pergunta de número 19 foi, em complementação da 18, a seguinte: “Que alimentos você diminuiu o nível de consumo depois que descobriu a gravidez, pensando no seu bem estar e no bem-estar da criança?”. A Tabela 3 contém os resultados.

Tabela 3. Diminuição do nível de consumo de alimentos.

Alimentos	Porcentagem de respostas	Número de respostas
Refrigerantes	68,60%	72
Comidas Industrializadas e Enlatadas	68,60%	72
<i>Fast Food</i> (lanches, pizzas, etc)	61,00%	64
Doces	52,40%	55
Carnes Vermelhas	21,00%	22
Carnes Brancas	10,50%	11
Leite e Ovos	5,70%	6
Sucos Naturais	3,80%	4
Água Natural	2,90%	3
Verduras e Legumes	2,90%	3
Frutas	0,00%	0

Fonte: Elaboração própria, com base em questionário aplicado.

Os alimentos que, de acordo com a tabela de número 2, apresentaram maior aumento de nível de consumo, foram também os que, de acordo com a Tabela 3, apresentaram o menor nível de diminuição, inclusive na mesma ordem de importância: nenhuma respondente afirmou ter diminuído o consumo de frutas,

depois, poucas respostas foram direcionadas para verduras e legumes e água (3 respondentes para cada categoria de alimentos) e para sucos naturais (4 respostas).

Refrigerantes, comidas industrializadas e enlatadas, *Fast Food* e doces, os alimentos que apresentaram o menor aumento de consumo, de acordo com a Tabela 2, foram os que mais foram diminuídos das rotinas das respondentes. A grande maioria diminuiu o nível de consumo de refrigerantes, seguido de comidas industrializadas e enlatadas, *Fast Food* e doces. Uma respondente escreveu que houve diminuição do consumo de álcool e uma respondente afirmou que não houve diminuição de consumo em relação a alimentação. A pergunta de número 19, cujos resultados foram apresentados na Tabela 3, além de complementar a pergunta 18, confirma as hipóteses deste trabalho.

Finalmente, a questão de número 20, uma questão de resposta livre, foi a seguinte: “Em sua opinião, qual a melhor forma de lazer para recém-nascidos?”. Sendo o consumo um processo também cultural, esta questão foi elaborada para compreendermos que tipo de consumo cultural as respondentes consideraram relevante para recém-nascidos. Dentre as respostas, destacamos: passeio ao ar livre e em parques, contato com a natureza, banho de sol, atividades de desenvolvimento motor e cognitivo, brincadeiras lúdicas, música ou canções de ninar, estar com a família, estar com os pais. A introdução de um lazer determinado significa novos hábitos de vida e de consumo, que envolvem não apenas recém-nascidos e crianças, mas também seus cuidadores mais próximos e familiares.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste trabalho foi entender as transformações em costumes de um grupo específico de consumidores: gestantes, puérperas e mães de crianças com até um ano de idade. A principal fonte da pesquisa foi um questionário aplicado, por meio do qual se coletaram dados e informações para a composição do artigo.

O questionário foi elaborado considerando três hipóteses: Hipótese 1: gestantes, puérperas e mães de crianças com até um ano de idade mudam seus hábitos de consumo. Hipótese 2: gestantes, puérperas e mães de crianças com até um ano de idade consomem produtos e serviços com base também em seus bebês / crianças, ou seja, o consumo é baseado também na utilidade e no bem-estar de bebês / crianças. Hipótese 3: o consumo de gestantes, puérperas e mães de crianças com até um ano de idade varia não apenas em decorrência da renda, mas sofrem influências culturais e sociais.

As respostas ao questionário confirmaram, inicialmente, as hipóteses 1 e 2 de pesquisa, pois observamos mudanças em costumes de consumo do grupo analisado, desde o consumo relacionado diretamente ao grupo objeto do estudo, até as mudanças no consumo decorrentes da chegada de um novo membro na família. Observamos, por meio do Gráfico 1, que o consumo da maioria das respondentes (85,70%) foi alterado depois do descobrimento da gravidez, considerando produtos que elas demandavam para si mesmas, como roupas, sapatos e cosméticos.

Observou-se também variação no consumo de produtos e serviços considerando o bem-estar de bebês / crianças, através dos gráficos de números 2 e 3. As respondentes, por um lado, diminuiriam o consumo de roupas, sapatos, cosméticos e idas ao salão de beleza e, por outro lado, aumentaram o consumo de remédios, serviços médicos e produtos de higiene pessoal, pensando não apenas nelas, mas no bem-estar dos novos membros das famílias: houve diminuição no consumo de determinados bens e serviços para haver aumento no consumo de outros bens e serviços.

As alterações nos costumes de consumo analisadas puderam também ser confirmadas por meio da Tabela 1, que mostrou a demanda por produtos e serviços dadas as necessidades de bebês. As respondentes sinalizaram a demanda por móveis, roupas e sapatos, consultas médicas e remédios, produtos de higiene, kits de alimentação e de primeiros socorros e, finalmente, brinquedos. A variação nos costumes de consumo, aqui, pode ser explicada por uma necessidade ligada diretamente ao cotidiano e ao bem-estar de bebês / crianças.

Houve evidências de que o consumo de um grupo social varia não apenas devido a renda de tal grupo, mas guarda relação com a cultura e com a sociedade na qual o grupo está inserido. Isso não significa que a renda não possua importância, mas que os costumes de consumo não se explicam apenas pela renda. Pensando em renda, buscou-se compreender o quantitativo de rendimentos destinados aos gastos com bebês / crianças e, conforme Gráfico 4, a maioria das respondentes afirmou destinar de 10% até 30% da renda familiar com tais gastos, sendo que uma minoria afirmou gastar mais de 50%, indicando uma alteração de hábitos de

consumo, pois recursos financeiros que, anteriormente talvez eram destinados para outras finalidades, passaram a ser destinados para uma finalidade específica, isto é, os gastos com os filhos. Dentre os gastos com os filhos, considerando os recém-nascidos, os mais consideráveis são os com as fraldas, importante produto para a manutenção do bem-estar das crianças.

Alterações também ocorreram nos hábitos alimentares das gestantes, diminuição do consumo de alguns alimentos e aumento do consumo de outros alimentos, pensando no bem-estar delas e de seus bebês / crianças. Pode-se afirmar que a alteração nos hábitos alimentares está relacionada com a saúde e com o bem-estar de gestantes, mas também com a saúde e com o bem-estar de seus filhos, e faz parte dos costumes coletivos o cuidado com a alimentação, especialmente na fase da vida de gestação e nascimento dos filhos. Assim, é possível corroborar a terceira hipótese deste trabalho, pois para além da renda – apesar de sua importância – o consumo varia em decorrência de influências sociais e culturais.

Finalmente, vale ressaltar, com as respostas às questões elaboradas, para o cumprimento do objetivo proposto por esta pesquisa, que é possível a realização de uma associação com as ideias dos economistas Utilitaristas, Jevons (1996), Bentham (1979) e Mill (1996) e com Pareto (1996), economistas estes que associaram o consumo à utilidade, ao bem-estar e à racionalidade. O consumo das gestantes, puérperas e mães de crianças com até um ano de idade, grupo objeto de estudo deste trabalho, variou também com base na utilidade e no bem-estar proporcionado pelo consumo, tanto para as respondentes como para seus filhos, utilidade e bem-estar que, na prática, possuem relação com a racionalidade de cada respondente.

REFERÊNCIAS

- BENTHAM, Jeremy. **Uma Introdução aos Princípios da Moral e da Legislação**. São Paulo: Abril Cultural, 1979.
- BLUTEAU, Raphael. **Vocabulário português & latino: aulico, anatomico, architectonico ...** Coimbra: Collegio das Artes da Companhia de Jesus. 8 v. Disponível em: <http://dicionarios.bbm.usp.br/pt-br/dicionario/edicao/1>. Acesso em: 23/06/2020, 1789.
- BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. 2 ed. Tradução de Daniela Kern e Guilherme Teixeira. Porto Alegre: Zouk, 2011.
- CHASE, Stuart. “Nota prévia”. In: VEBLEN, Thorstein. **A teoria da classe ociosa (Um estudo econômico das instituições)**. Tradução de Olivia Krähenbühl. São Paulo: Livraria Pioneira Editora, 1965.
- DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2004.
- JEVONS, William Stanley. **A Teoria da Economia Política**. (Coleção os Economistas). São Paulo: Nova Cultural, 1996.
- KEYNES, John Maynard. **A Teoria Geral do Emprego, do Juro e da Moeda**. (Coleção os Economistas). São Paulo: Nova Cultural, 1996.
- LEÃO, Luisa Ribeiro Madruga. **O consumo pela ótica da economia comportamental: teoria e aplicação**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Economia) – Instituto de Economia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.
- MALTHUS, Thomas Robert. **Princípios de Economia Política e considerações sobre sua aplicação prática – Ensaio sobre a população**. (Coleção os Economistas). São Paulo: Nova Cultural, 1996.
- MARSHALL, Alfred. **Princípios de Economia – Tratado Introdutório**, volume I. (Coleção os Economistas). São Paulo: Nova Cultural, 1996.
- MARX, Karl. **Grundrisse: manuscritos econômicos de 1857-1858 – esboços da crítica da economia política**. Tradução de Mario Duayer e Nélio Schneider. São Paulo: Boitempo [versão digital], 2011.
- MCCRACKEN, Grant David. **Cultura e Consumo – novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo**. Tradução de Fernanda Eugenio. Rio de Janeiro: MAUAD, 2003.
- MILL, John Stuart. **Princípios de Economia Política**. (Coleção os Economistas). São Paulo: Nova Cultural, 1996.

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

PARANHOS, Ranulfo *et al.* “Uma introdução aos métodos mistos”. **Sociologias**, Porto Alegre, ano 18, n. 42, p. 384-411, mai/ago., 2016.

PARETO, Vilfredo. **Manual de Economia Política**. (Coleção os Economistas). São Paulo: Nova Cultural, 1996.

SANDRONI, Paulo. **Novíssimo dicionário de Economia**. 13 ed. São Paulo: Best Seller, 2004.

SILVA, Antonio Moraes. **Dicionário da língua portuguesa**. Lisboa: Typographia Lacerdina. Disponível em: <http://dicionarios.bbm.usp.br/pt-br/dicionario/edicao/2>. Acesso em: 23/06/2020, 1890.

SILVA, Kalina Vanderlei; SILVA, Maciel Henrique. **Dicionário de conceitos históricos**. 3 ed. São Paulo: Contexto, 2015.

VEBLEN, Thorstein. **A teoria da classe ociosa (Um estudo econômico das instituições)**. Tradução de Olivia Krähenbühl. São Paulo: Livraria Pioneira Editora, 1965.

APÊNDICE

QUESTIONÁRIO APLICADO

1. Você está grávida de quantos meses?
2. Faz quanto tempo que seu bebê nasceu?
3. Qual o sexo de seu bebê?
4. Sua gravidez foi planejada?
5. Você conseguiu realizar todas as consultas e procedimentos necessários para o bom desenvolvimento da gravidez?
6. Os médicos, enfermeiros e demais profissionais de saúde que te atenderam (ou ainda te atendem) durante a gravidez te trataram (te tratam) de forma respeitosa?
7. Você acredita que produtos para recém-nascidos são precificados de acordo com o sexo do bebê? Ou seja: Você acredita que produtos de meninos ou de meninas possuem preços diferentes?
8. Se você respondeu “sim” na questão anterior, que produtos você acredita que sejam mais caros?
9. A partir do momento em que você descobriu sua gravidez, seus hábitos de consumo mudaram, pensando em produtos que você adquiria para você, como roupas, sapatos, cosméticos, dentre outros?
10. Assinale os produtos e os serviços em que diminuiu o consumo para você depois que descobriu a gravidez.
11. Assinale os produtos e os serviços em que aumentou o consumo para você depois que descobriu a gravidez.
12. Assinale os produtos e os serviços em que a demanda aumentou depois que você descobriu a gravidez, dadas as necessidades de seu bebê
13. Quanto da renda mensal de sua família aproximadamente é destinada para os gastos com o bebê? 14. Qual o produto ou serviço que você acredita que é o que mais se gasta com um recém-nascido?
15. Seu companheiro (o pai da criança) é participativo, considerando o período de sua gravidez e os assuntos relacionados ao bebê (consultas médicas; cuidados com o bebê, como trocar fraldas e das mamadeiras; comprometimento financeiro)?
16. Se você respondeu “não” na questão acima, descreva em que parte o pai da criança poderia ser mais presente
17. Sua alimentação mudou depois que você descobriu a gravidez? Assinale os produtos e os serviços em que a demanda aumentou depois que você descobriu a gravidez, dadas as necessidades de seu bebê.
18. Que alimentos você aumentou o nível de consumo depois que descobriu a gravidez, pensando no seu bem-estar e no bem-estar da criança?
19. Que alimentos você diminuiu o nível de consumo depois que descobriu a gravidez, pensando no seu bem-estar e no bem-estar da criança?
20. Em sua opinião, qual a melhor forma de lazer para recém-nascidos?