

Universidade Federal da Paraíba
Centro de Ciências Sociais Aplicadas – CCSA
Programa de Pós-Graduação em Administração
Curso de Mestrado Acadêmico em Administração

Andressa Sullamyta Pessoa de Souza

**E NÃO VIVERAM FELIZES PARA SEMPRE: A vulnerabilidade emergente do
divórcio e seus efeitos sobre o comportamento de consumo para a criança em famílias
monoparentais femininas**

João Pessoa

2016



Andressa Sullamyta Pessoa de Souza

E NÃO VIVERAM FELIZES PARA SEMPRE: A vulnerabilidade emergente do divórcio e seus efeitos sobre o comportamento de consumo para a criança em famílias monoparentais femininas

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de mestre em Administração no Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal da Paraíba.

Linha de Pesquisa: Marketing e Sociedade.

Orientadora: Profa. Dr.^a Rita de Cássia de Faria Pereira.

João Pessoa

2016

S729e Souza, Andressa Sullamyta Pessoa de.

E não viveram felizes para sempre: a vulnerabilidade emergente do divórcio e seus efeitos sobre o comportamento de consumo para a criança em famílias monoparentais femininas / Andressa Sullamyta Pessoa de Souza. - João Pessoa, 2016.

192f. : il.

Orientadora: Rita de Cássia de Faria Pereira

Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCSA

1. Administração. 2. Marketing e sociedade. 3. Consumidor - vulnerabilidade. 4. Consumo infantil. 5. Monoparentalidade.

UFPB/BC

CDU: 658(043)

Andressa Sullamyta Pessoa de Souza

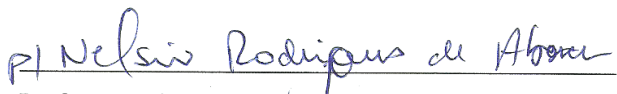
E NÃO VIVERAM FELIZES PARA SEMPRE: a vulnerabilidade emergente do divórcio e seus efeitos sobre o comportamento de consumo para a criança em famílias monoparentais femininas

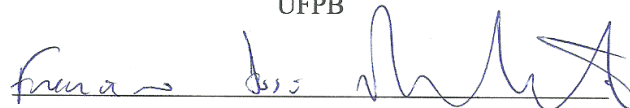
Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de mestre em Administração no Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal da Paraíba.

Área de Concentração: Marketing e Sociedade.

Dissertação aprovada em: 22 de fevereiro de 2016.

Banca examinadora:


Profa. Dr.^a Rita de Cássia de Faria Pereira (Orientador)
UFPB


Prof. Dr. Francisco José da Costa (Examinador Interno)
UFPB

Prof. Dr. João Felipe Hamlet Sauerbron (Examinador Externo)
UNIGRANRIO

Dedico este trabalho a Deus que, até aqui, me ajudou. E às famílias monoparentais femininas, representadas, especialmente, na figura de minha mãe: a quem devemos todas as oportunidades que tivemos na vida, e o exemplo de dedicação que nos guiará no futuro.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus que me deu forças, paciência e, principalmente, saúde durante todo o mestrado e, em especial, durante a elaboração da dissertação. E também pelos amigos e outras pessoas maravilhosas que Ele colocou em meu caminho para, de alguma forma, me apoiar quando senti cansaço ou fiquei sem saber para onde ir.

Aos meus familiares, especialmente, meus pais por todo amor, compreensão e incentivo a minha formação como mestre e cidadã. Aos meus irmãos, Vanessa e Moisés, pelo carinho de sempre.

Ao meu amigo e companheiro Welson Jonhson, por toda paciência, apoio, carinho e compreensão, além da dedicação sem igual para fazer acontecer o meu sonho de mestrado.

A minha orientadora, professora Rita, por todo carinho, compreensão, risadas e liberdade que me concedeu para experimentar, criar e explorar minha capacidade como pesquisadora.

A minha amiga Anna Carolina Rodrigues Orsini. Parceira dos estudos, parceira dos desafios, parceira da vida.

Aos meus amigos Thaís Lopes, pelos incansáveis conselhos e palavras de incentivo. Luiz Felipe Nobre, pelo apoio sem igual na operacionalização da minha pesquisa. Tassya Gonçalves, Érica de Vasconcelos, Camila Gomes, e os amigos que fiz no PPQ, por todos os pensamentos positivos, orações e mensagens de apoio.

Aos professores João Felipe Sauerbron e Franzé, pela disposição em contribuir com meu trabalho e permitir a concretização do meu mestrado.

Às mães e famílias que contribuíram com a pesquisa, pela disponibilidade em compartilhar um pouco de suas histórias de vida para o aprimoramento da ciência e o meu crescimento como pessoa.

Ao Programa de Pós-Graduação em Administração, em especial, os colaboradores da secretaria e o Professor Nelsio Rodrigues, por todo apoio e dedicação aos alunos.

A CAPES e ao CNPq pelo financiamento da minha pesquisa.

Aos colegas da turma 39, especialmente, os amigos da linha de marketing e sociedade, por todas as risadas, companheirismo nas madrugadas de estudo, textos compartilhados e experiências vividas.

Aos demais que porventura não tenham sido citados, mas que, de alguma forma, torceram, oraram por mim, apoiaram-me, deram-me incentivos ou facilitaram a minha jornada, mesmo que de longe, o meu mais sincero “muito obrigada”! Espero retribuir à sociedade de forma digna, espalhando o pouco que já aprendi e formando novos apaixonados pelo marketing, mas, antes de tudo, apaixonados pela Administração.

Espero que aproveitem a leitura.

*“Família acontece num de repente de amor que se
espelha por gerações e deixa no tempo as marcas
dos membros que a compõem”.*

(autor desconhecido)

RESUMO

O presente estudo teve como objetivo caracterizar as experiências de vulnerabilidade vivenciadas nas relações de consumo direcionadas aos filhos de famílias monoparentais femininas. Para tal, foram abordados os principais aspectos teóricos relacionados à disciplina de marketing e sociedade, vulnerabilidade do consumidor, as famílias contemporâneas e o consumo, e o divórcio e seus efeitos sobre o consumo familiar. Estes temas combinados deram formato ao modelo conceitual da pesquisa. As decisões metodológicas concentraram-se na representação de uma abordagem qualitativa, possibilitada pela realização de entrevistas individuais face-a-face, com roteiro semiestruturado e gravação de áudio. No total, quinze mulheres, chefes de famílias monoparentais com filhos até doze anos, ou filhos maiores de doze anos, mas que na época do divórcio encontravam-se nessa faixa etária específica foram convenientemente convocadas e entrevistadas, no ano de 2015, em locais previamente estabelecidos de acordo com suas respectivas preferências. A transcrição dos relatos e a técnica de análise do conteúdo evidenciaram, por conseguinte, três categorias para avaliação, que objetivaram, respectivamente, o reconhecimento geral do processo de divórcio, as características do consumo da família nuclear *versus* o consumo da família monoparental feminina e a caracterização da vulnerabilidade no contexto explorado. Os resultados do estudo indicam que a vulnerabilidade nesse contexto ocorre devido à: redução da participação paterna no orçamento familiar, às privações de consumo ocasionadas pelas novas condições financeiras da mãe, aos conflitos entre os ex-cônjuges e familiares, e às características e estados individuais como competição, materialismo, raiva, ciúme e vergonha devido à dependência de terceiros.

Palavras-chave: Vulnerabilidade do consumidor; Consumo Infantil; Monoparentalidade.

ABSTRACT

The present study aimed to characterize the vulnerability experiences lived in consumer relations directed to the children of female single parents. In order to do so, the main theoretical aspects related to the discipline of marketing and society, consumer vulnerability, contemporary families and consumption, and divorce and its effect on household consumption were addressed. The combination of those theoretical aspects shaped the conceptual research model. The methodological decisions focused on the representation of a qualitative approach, made possible by individual semi-structured face-to-face interviews conducted with audio recording. In total, fifteen divorced mothers of children up to twelve years or children older than twelve, but that at the time of divorce found themselves in that particular age has been conveniently invited and interviewed in 2015, in places previously established according to their preferences. The transcript of the interviews and the content analysis technique presented therefore three categories for assessment, which aimed, respectively, to recognize the general aspects of the divorce process and the characteristics of the nuclear family consumption versus the consumption of female single-parent family, and also to characterize the vulnerability exploited in context. The results indicate that the vulnerability in this context is due to: reduction of paternal involvement in family income, the consumption deprivation caused by the new financial conditions of the mother, the conflicts between the former spouses and family, and the characteristics and individual states such as competition, materialism, anger, jealousy and shame caused by the dependence on third parties.

Key words: Consumer Vulnerability; Children's Consumption; Single parenthood.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Tópicos temáticos genéricos e temas de Marketing e Sociedade	28
Figura 2 - Vulnerabilidade no contexto institucional da troca	44
Figura 3 - Modelo conceitual para definir vulnerabilidade do consumidor	46
Figura 4 - Situações e fatores condicionantes da vulnerabilidade.....	49
Figura 5 - Congruência entre os modelos.....	51
Figura 6 - Perspectiva da Família como um Sistema Integrado	61
Figura 7 - Modelo conceitual da pesquisa	77
Figura 8 - Tempo de vivência do divórcio	85
Figura 9 - Etapas operacionais da pesquisa	96
Figura 10 - Imagens da campanha "LindaEx"	165

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Principais autores e tópicos discutidos por capítulo.....	24
Quadro 2 - As “Quatro eras” do pensamento de Marketing.....	26
Quadro 3 - Sujeitos potencialmente vulneráveis identificados pela literatura	39
Quadro 4 - Exemplos de experiências de vulnerabilidade	49
Quadro 5 - Tipologia Consumidor-Situação	50
Quadro 6 - Exemplos da Tipologia Consumidor-Situação.....	52
Quadro 7 - Classificação de famílias de acordo com o CNJ	55
Quadro 8 - Principais eventos relacionados ao divórcio no Brasil.....	65
Quadro 9 - Relação de efeitos do divórcio e o modelo de Baker et al. (2005).....	69
Quadro 10 - Fases do divórcio.....	74
Quadro 11 - Perfil das entrevistadas.....	83
Quadro 12 - Estágios do rito de passagem e do divórcio	84
Quadro 13 - Construção do roteiro de pesquisa	87
Quadro 14 – Bloco 1 – Reconhecimento Geral do Fenômeno	89
Quadro 15 – Bloco 2 ^a – Antes do divórcio.....	91
Quadro 16 - Bloco 2b – Efeitos da nova estrutura no consumo para os filhos	92
Quadro 17 – Bloco 3a: Caracterização das características individuais	93
Quadro 18 - Bloco 3b: Caracterização dos estados individuais	94
Quadro 19 - Perguntas que emergiram no momento da coleta	94
Quadro 20 - Fases da Análise do Conteúdo por Campos (2004)	95
Quadro 21 – Síntese do desenho da pesquisa.....	97
Quadro 22 - Organização de categorias e subcategorias	98
Quadro 23 - Características Individuais - Parte a.....	145
Quadro 24 - Características Individuais - Parte b.....	154
Quadro 25 - Novas relações entre o divórcio e a vulnerabilidade do consumidor.....	160
Quadro 26 - Caracterização da vulnerabilidade no contexto de pesquisa	161

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AMA	American Marketing Association
CDC	Código de Defesa do Consumidor
ECA	Estatuto da Criança e do Adolescente

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	15
1.2 Objetivos de pesquisa	17
1.3 Justificativa.....	18
1.4 Estrutura do trabalho	22
2 REFERENCIAL TEÓRICO	23
2.1 MARKETING E SOCIEDADE	25
2.2 VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR	29
2.2.1 Conceito de Vulnerabilidade do consumidor	29
2.2.2 O que não pode ser considerado vulnerabilidade do consumidor	32
2.2.3 Sujeitos classificados como vulneráveis na literatura	35
2.3 MODELOS DE VULNERABILIDADE.....	42
2.3.1 Modelo de vulnerabilidade de Baker et al. (2005)	45
2.3.2 Tipologia de Morgan, Schuler e Stoltman (1995)	50
2.4 A FAMÍLIAS CONTEMPORÂNEAS E O CONSUMO	54
2.4.1 Evolução do conceito brasileiro de família	56
2.4.2 A família como um sistema integrado	61
2.5 O DIVÓRCIO E SEUS EFEITOS SOBRE A FAMÍLIA E O CONSUMO.....	64
2.5.1 Conceito de divórcio e sua evolução histórica no Brasil.....	64
2.5.2 Consequências gerais do divórcio sobre a família	67
2.5.3 A transitoriedade da família monoparental	71
2.6 MODELO CONCEITUAL DA PESQUISA.....	76
3 MÉTODO DA PESQUISA	79
3.1 SUJEITOS DE PESQUISA E O PROCESSO DE ABORDAGEM	80
3.3 PROCESSO DE COLETA DOS DADOS	85
3.3.4 Pré-Teste.....	86

3.3.5 Roteiro de entrevistas	87
3.4 PROCESSO DE ANÁLISE DOS DADOS.....	95
4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS.....	98
4.1 Reconhecimento geral do processo de divórcio	99
4.2 O consumo da família nuclear versus o consumo da família monoparental	105
4.2.1 Negociação e diálogo.....	105
4.2.3 Divisão dos gastos e controle orçamentário.....	116
4.2.3 Conflitos nas decisões de compra.....	122
4.2.4 Presentes e “mimos”	127
4.3 Caracterização da vulnerabilidade	130
4.3.1 Características individuais.....	131
4.3.2 Estados Individuais.....	146
5 CONCLUSÕES.....	155
5.1 Implicações acadêmicas da pesquisa	159
5.2 Implicações práticas e gerenciais da pesquisa	164
5.3 Limitações e recomendações para pesquisas futuras.....	166
REFERÊNCIAS	167
APÊNDICES	181

1 INTRODUÇÃO

A sociedade, ao longo dos anos, vivenciou mudanças em sua estrutura que favoreceram o surgimento de novos arranjos familiares. E, dentro deste atual leque de possibilidades, a monoparentalidade é um dos modelos de família que mais tem chamado atenção nas estatísticas, tanto pela sua expressividade numérica, quanto por sua capacidade de provocar inúmeras demandas sociais ou, principalmente, mudanças expressivas nas relações entre os seus membros. Questões como pensão, moradia, emprego e convivência passam a fazer parte da rotina dos que optam pelo divórcio. Porém, as interrogações relativas aos filhos talvez sejam as mais desafiadoras, pois elas evidenciam a necessidade pelo equilíbrio em um contexto onde se caracteriza, naturalmente, o conflito.

Levando em consideração esta realidade, o debate acerca das necessidades vislumbradas pela família monoparental (divorciada) tornou-se um assunto discutido por diversas áreas, como a Psicologia, Sociologia e, caracteristicamente, o Direito; Ciências que já possuem anos de arcabouço teórico consolidado quando se trata do assunto (CRESCIMBENI, 1965; CORTES; FLEMING, 1968; BILLER, 1971; ATKINSON; OGSTON, 1974; BERG; KELLY, 1979; COOPER; HOLMAN; BRAITHWAITE, 1983; BOOTH; BRINKERHOFF; WHITE, 1984; BLOCK; BLOCK; GJERDE, 1986; BRADY; BRAY; ZEEB, 1986; AMATO, 1986; AMATO, 1987; AMATO, 1988; BAYDAR, 1988; BILLINGHAM; SAUER; PILLION, 1989; AMATO; KEITH, 1991; KNOESTER; BOOTH, 2000).

Entretanto, apesar da vasta literatura que reconhece os fenômenos sociais, culturais, religiosos, dentre outros adjacentes do divórcio, a aceitação comunitária da monoparentalidade e de outros arranjos ainda é um fenômeno relativamente problemático. A repercussão, por exemplo, do Projeto de Lei Nº 6.583/2013¹ que estabelece o “Estatuto da Família” é uma prova do quanto a sociedade brasileira permanece interessada em compreender as particularidades de cada núcleo familiar. Mas, em contrapartida, ainda sofre com o modelo de pensamento que confere superioridade à família tradicional em detrimento ao crescimento dos novos arranjos. Ou, sofre por ainda manter, mesmo que de maneira velada, a obrigação social

¹ Projeto de Lei Nº 6.583/2013 que dispõe sobre o Estatuto da Família e dá outras providências. Disponível em: < <http://goo.gl/AwIpYJ>>.

(principalmente dirigida às mulheres) de se formar o sonhado “lar doce lar” mediante um casamento que lhe agregue validade e status.

Diante deste impasse, diversas questões são constantemente colocadas em pauta para endossar a compreensão dos efeitos do divórcio sobre as relações sociais e familiares, podendo-se destacar aspectos como saúde física e mental dos envolvidos, mediação de conflitos entre o casal e a reorganização da rotina de atividades. Por isso, no contexto da presente pesquisa, acrescido às questões supracitadas, propõe-se a utilização das lentes do marketing para compreender outra vertente destes efeitos, que diz respeito a potencial vulnerabilidade vivenciada pela família nas atividades de consumo direcionadas aos filhos.

A discussão sobre a vulnerabilidade neste contexto recebe destaque, pois, desde 1988, com a promulgação da Constituição Federal² (documento que instituiu legalidade à dissolução do casamento) até os dias de hoje, pouco se viu a estabilização ou redução nas taxas de divórcio registradas no país. Em 2011, por exemplo, o IBGE anunciou que 30% dos casamentos brasileiros acabavam em divórcio. E, em 2014, 341.181 divórcios foram concedidos se consideradas apenas as extinções do casamento civil (BRASIL, 2014), ou seja, este número é ainda maior quando contabilizadas também as separações de fato, sem divórcio, as separações judiciais ainda não convertidas em divórcio e as dissoluções da união estável.

Essa tendência, além disso, não é uma exclusividade do Brasil. Pesquisas europeias indicam que países como Espanha, Portugal, Hungria e Bélgica tem registrado taxas acima de 60% na dissolução dos matrimônios (EUROSTAT, 2011). Além dos Estados Unidos onde, no mínimo, 53% dos casamentos celebrados chegam ao fim (UNSTAT, 2011).

Diante deste cenário, podemos corroborar, então, com Cherlin (1998) e o *National Center for Health Statistics* (2002), ao estimar que, pelo menos, metade dos casais atuais não vai cumprir a promessa do “até que a morte os separe”, e milhares de famílias terão seu comportamento de consumo alterado pela monoparentalidade. Sendo assim, por que não compreendê-la com maior profundidade por meio das lentes também do marketing? O presente estudo, então, propõe uma análise sobre a relação entre a passagem pelo divórcio e a reorganização das relações familiares de consumo direcionadas aos filhos, introduzindo neste processo a vivência de experiências de

² Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, disponível em: < <http://goo.gl/U0Wgrv>>.

vulnerabilidade. Pois, como questionam Rindfleisch *et al.*, (1997): de que maneira as mudanças fundamentais na estrutura da família tem influenciado a socialização de crianças como consumidoras?

Esse questionamento é colocado como um contraponto à ideia de que o marketing está focado somente no campo gerencial, ao oferecer técnicas de vendas, fortalecer marcas ou “empurrar” produtos para os consumidores. A expansão do seu escopo, encabeçada principalmente pela disciplina de Marketing e Sociedade, ressalta o potencial que a área possui para refletir sobre os sistemas sociais diante também de abordagens relevantes, como: a causa animal, as necessidades dos deficientes físicos, a ética nas relações entre os agentes de mercado, níveis de pobreza, além das transformações familiares (KOTLER; LEVY, 1969). E, ainda evidencia uma vasta base de conteúdo disponível para auxiliar organizações do mundo *business*, e até gestores públicos, a contribuir de maneira efetiva com o avanço da sociedade.

Nesse contexto, Roberts, Gwin e Martínez (2004) apontam que o marketing tem poder para investigar o papel das experiências familiares, e das alterações em sua estrutura, no desenvolvimento de atitudes prejudiciais de consumo, especialmente, as que desencadeiam vulnerabilidade; seja pela incapacidade, ou pela desmotivação temporária para assumir novos papéis ou tomar decisões complexas no processo de consumo direcionado às crianças.

Por conseguinte, esta pesquisa pretende refletir sobre **como se caracterizam as experiências de vulnerabilidade vivenciadas nas relações de consumo direcionadas aos filhos de famílias monoparentais femininas?** Ou seja, uma discussão sobre como o divórcio pode oportunizar o surgimento de experiências de vulnerabilidade que interfiram no consumo direcionado à criança em famílias monoparentais femininas.

1.2 Objetivos de pesquisa

A pesquisa pretendeu, como objetivo geral, **caracterizar as experiências de vulnerabilidade vivenciadas nas relações de consumo direcionadas aos filhos de famílias monoparentais femininas**. Diante deste objetivo principal, três objetivos específicos foram desenvolvidos para aprofundar o conhecimento desejado pelo estudo.

O primeiro objetivo específico buscou **descrever os principais aspectos do processo de divórcio que tenham impactado nas alterações do comportamento de**

consumo das famílias estudadas. Este objetivo possibilitou a identificação das primeiras características e estados individuais alterados pelo divórcio; a realização das pertinentes modificações na condução das entrevistas de acordo com a realidade de cada família; bem como, permitiu à pesquisadora maior aproximação com as voluntárias de pesquisa, para quebrar barreiras como a vergonha inerente ao assunto, ou maior sutilidade para lidar com assuntos delicados como o “sumiço dos pais”, pensão, e sentimentos.

Em seguida, a pesquisa objetivou **analisar os principais aspectos do consumo das famílias estudadas em seu estágio nuclear e em seu estágio monoparental de forma comparativa.** O alcance deste objetivo, mediante a utilização das entrevistas, possibilitou uma compreensão mais prática sobre as reais alterações provocadas pelo divórcio na rotina de consumo da criança, bem como nas relações desempenhadas pelos pais no processo decisório em questão. Além de observar o envolvimento de agentes externos e as estratégias de enfrentamento escolhidas para lidar com as consequências do divórcio.

Por fim, a pesquisa buscou **analisar as características e os estados individuais impactados pela passagem do divórcio.** A fim de identificar os aspectos caracterizadores da vulnerabilidade do consumidor no contexto em questão, a pesquisa utilizou os modelos teóricos de Baker *et al.* (2005) e a Tipologia de Morgan, Schuler e Stoltman (1995), para o desenvolvimento de afirmativas sobre a vulnerabilidade no contexto estudado. Dessa forma, as entrevistadas puderam comparar sua realidade com os principais aspectos já trabalhados pela literatura, dando indícios sobre a vivência da vulnerabilidade no consumo para a criança.

1.3 Justificativa

Embora existam vertentes de pesquisa que consideram o divórcio uma alternativa viável para melhorar a convivência de famílias em conflito (CHERLIN *et al.*, 1991; KIER *et al.*, 2000; GINTER; POLLAK, 2004; GRUBER, 2004, RAMIRES, 2004; AMATO; KANE; JAMESGINTHER, 2011), a maioria dos estudos afirma que os filhos de casais divorciados estão em situação de desvantagem se comparados aos filhos de lares intactos (AMATO; KEITH, 1991; BATES; GENTRY, 1994; RINDFLEISCH *et al.*, 1997; FLOURI, 2000; ROBERTS; GWIN; MARTÍNEZ, 2004; ROBERTS; TANNER; MANOLIS, 2005; FOMBY; CHERLIN, 2007).

Isso acontece porque a passagem pelo divórcio, tendência percebida em cada vez mais famílias (FLOURI, 2000), é classificada como uma ruptura marcante, principalmente para as crianças, já que as perdas materializadas durante o processo, eventualmente, poderão se sobrepor às melhorias alcançadas na convivência. Logo, apesar de se reduzirem os conflitos diários, aspectos emocionais e estruturais, por exemplo, poderão permanecer prejudicados até mesmo durante a fase adulta.

De forma sucinta, dois tipos de prejuízos são mais comumente relacionados pela literatura à passagem pelo divórcio: (1) diminuição no acesso a bens materiais, uma vez que a composição financeira da família costuma sofrer considerável redução em sua fonte de renda, e (2) restrições ligadas a aspectos intangíveis, como suporte emocional, formalização de modelos referenciais de conduta, e o direcionamento em decisões presentes e futuras; funções, tradicionalmente, características da maternidade e da paternidade desempenhadas em conjunto (FOMBY; CHERLIN, 2007; ROBERTS; GWIN; MARTÍNEZ, 2004).

Contudo, além dessas duas categorias, diferentes tipos de prejuízos são debatidos, há bastante tempo, por pesquisas que vem buscando compreender, por exemplo, seus impactos diretos sobre a autoestima (BERG; KELLY, 1979; COOPER; HOLMAN; BRAITHWAITE, 1983; AMATO, 1986), cultura (CORTES; FLEMING, 1968), sexualidade (BILLINGHAM; SAUER; PILLION, 1989), bem estar (BAYDAR, 1988), personalidade (AMATO, 1988; AMAT; KEITH, 1991; BLOCK; BLOCK; GJERDE, 1986), comportamento (BRADY; BRAY; ZEEB, 1986), relacionamentos (BOOTH; BRINKERHOFF; WHITE, 1984), vida estudantil (ATKINSON; OGSTON, 1974; BLANCHARD; BILLER, 1971; CRESCIMBENI, 1965), e o estado psicológico (BLECHMAN, 1982; AMATO, 1987) de pais e filhos após a ruptura da família.

O marketing nesse contexto apesar de, em sua perspectiva macro, poder desempenhar debates sobre os impactos de fenômenos sociais nas relações de consumo familiares, possui generalizada preferência pela análise do processo em si. A identificação e a caracterização dos sujeitos que influenciam e protagonizam as compras por meio de seus respectivos papéis e tipos decisões, endossam, conseqüentemente, a perspectiva micro e gerencial do campo, levantando questões do tipo: “Quem decide? Quais são as diferenças entre as decisões de pais e mães? Ou como o ciclo da família altera o gosto por determinado produto”? Sobre esta preferência, Commuri e Gentry (2000), ressaltam, então, que por ter sido extensivamente explorado, o debate acerca dos

papéis de compra na família se tornou repetitivo, deixando aberta uma série de oportunidades de pesquisas sobre o consumo familiar na visão do marketing.

Essa oportunidade levou o presente estudo a argumentar que as questões atualmente levantadas não promovem uma compreensão abrangente da dinâmica moderna de consumo familiar e dos fatores que possam prejudicar essa relação. Nem estimulam o pensamento crítico sobre a atuação da área e suas externalidades, como proposto pela perspectiva de Macromarketing.

Imagine, por exemplo, que as implicações do divórcio podem ser externalizadas por meio de agressividade, carência emocional, antipatia, depressão e, até mesmo, do consumo compulsivo; comportamento utilizado para lidar com o estresse associado ao evento, ou como tentativa de resgatar os padrões de vida existentes antes do rompimento familiar (ROBERTS; GWIN; MARTÍNEZ, 2004). Todas essas características, sentimentos e estados estarão atuando em conjunto durante as atividades de compra desempenhadas pela família. Sendo assim, “torna-se claro que os pesquisadores devem buscar compreender os efeitos do rompimento sobre o consumo” (RINDFLEISC; BURROUGH; DENTON, 1997, p. 323), analisando, em conjunto, a relação deste fenômeno com as características da vulnerabilidade.

De acordo com Rindfleisch, Burrough e Denton (1997), tradicionalmente, tanto pesquisadores como gestores de marketing acreditam que o modelo familiar composto por um pai, uma mãe e duas crianças seja a representação adequada das experiências de consumo vividas pela maioria dos consumidores. Tendo essa estrutura como base para determinar tendências populacionais e estratégias de negócio.

Dessa forma, a lacuna apresentada indica que há muito que se explorar sobre estruturas familiares alternativas e suas preferências ou padrões de consumo, tornando-se evidente a oportunidade que o marketing possui para analisar os efeitos do divórcio sobre a vulnerabilidade nas relações de consumo; em especial àquelas que estão direcionadas aos filhos.

A compreensão sobre o processo de transmissão de valores, atitudes e hábitos de consumo dentro de um núcleo familiar e suas gerações é um formato de pesquisa já bastante difundido (FLOURI, 2000). Entretanto, a investigação sobre a vulnerabilidade no consumo, motivada por experiências de rupturas estruturais na família, sinaliza a maneira como os pais lidam com a separação física e matrimonial para manterem-se conectados em prol dos filhos, e evitar situações de conflitos danosas como a alienação parental ou o distanciamento emocional.

Nesse estudo, portanto, a ênfase no consumo direcionado aos filhos não foi aleatoriamente definida. Passar pela experiência do divórcio quando o desenvolvimento da formação cidadã encontra-se em estágio crítico, e o relacionamento com as finanças e o consumo ocorre de maneira mimética ao comportamento dos pais (MOORE-SHAY; BERCHMANS, 1996; ROBERTS; TANNER; MANOLIS, 2005), confirma a potencialidade de consequências negativas que poderão emergir do fenômeno, e destacam a responsabilidade que a área de marketing possui para com o ambiente de consumo familiar.

Como suporte a essa constatação, Rindfleisch *et al.* (1997) argumentam que as crianças que passam pela experiência do divórcio tendem a supervalorizar o consumo de objetos materiais, em uma tentativa de se ajustarem aos novos papéis que agora desempenham na família. Corroborando, respectivamente, com Gentry *et al.* (1995) que já relatavam que maneira com a qual os membros de um núcleo familiar interagem com o mercado costuma ser drasticamente modificada por experiências transitórias de estrutura como o luto e o divórcio.

Um estudo dessa natureza, portanto, poderá contribuir para a construção do conhecimento sobre as transformações culturais e tendências comportamentais da família em torno do consumo, capazes de ocasionar experiências de vulnerabilidade. Servir como fonte de informações para a proteção do consumidor e da família, independente do seu formato. Além de levantar informações que contribuam para o planejamento deste núcleo, evidenciando a relação entre a passagem pelo divórcio e os riscos ao desenvolvimento de um comportamento de consumo inadequado não só na fase infantil, mas durante a adolescência e suas consequências por toda a vida (ROBERTS; TANNER; MANOLIS, 2005).

A maneira como os pais e os filhos se ajustam ao divórcio representa um processo dinâmico e contínuo (DREMAN, 2000). Por isso, a intenção desta pesquisa é discorrer sobre o tema de maneira acessível para as próprias famílias que se enquadram no perfil avaliado, oferecendo relatos e análises que possam auxiliá-las nas decisões de consumo diárias e no reconhecimento da vulnerabilidade. Além de desejar corroborar com o fato de que o marketing não é somente determinante para o sucesso de grandes empresas, mas também para a construção de uma sociedade empática e ética que apresente equilíbrio nos seus sistemas de troca.

1.4 Estrutura do trabalho

Para alcançar os objetivos e as reflexões pertinentes ao tema proposto, esta pesquisa foi dividida em cinco capítulos.

Este primeiro capítulo destinou-se à introdução. Nela foram dispostas as questões norteadoras e os objetivos de pesquisa, assim como a justificativa para a realização do estudo.

O segundo capítulo destinou-se à apresentação do referencial teórico. Composto pela discussão sobre os princípios de marketing e sociedade, vulnerabilidade do consumidor, família, e divórcio.

Em seguida, o terceiro capítulo descreveu o processo metodológico da pesquisa, enfatizando quem foram os sujeitos convidados a participar do processo empírico, as ferramentas e técnicas aplicadas para coleta dos discursos, e como ocorreu a análise dos resultados, apresentada no quarto capítulo.

E, por fim, o quinto capítulo destinou-se às conclusões, em conjunto às implicações teóricas e gerenciais, às recomendações para estudos futuros e à descrição das limitações vivenciadas durante o processo de pesquisa.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A discussão sobre marketing e sociedade apresenta-se como seção inicial para que o leitor desligue-se, temporariamente, da visão gerencial predominante em marketing, e compreenda os argumentos que embasam a caracterização da vulnerabilidade vivenciada nas relações de consumo direcionadas aos filhos em famílias monoparentais femininas. A proposta, então, é que esta leitura possibilite a abertura para uma reflexão “fora das amarras do universo empresarial” (COSTA, 2014, p.37).

Em seguida, o segundo capítulo conduz a narrativa sobre a vulnerabilidade no consumo, apresentando seus conceitos fundamentais e os modelos teóricos utilizados como respaldo tanto à fase empírica como à análise dos resultados. Este capítulo proporciona, ainda, uma discussão sobre os elementos que favorecem a vivência de uma experiência de prejuízo motivada pela transitoriedade na estrutura familiar.

Essa estrutura também receberá um capítulo específico para a discussão de tópicos como: o que é uma família, e de que maneira esse conceito tem evoluído ao longo dos anos. Além da relação entre os novos formatos de família e a consequente mudança nos comportamentos de consumo protagonizados por este núcleo. Por fim, o capítulo sobre o divórcio apresenta os conceitos-chave acerca do evento que transforma as famílias em sujeitos de pesquisa nesse estudo, estabelecendo ligação teórica entre os temas abordados e a construção das decisões metodológicas, de maneira preparatória para a etapa de campo.

Visando melhor compreensão dos princípios que sustentam o referencial teórico, apresenta-se o Quadro 1 com a lista dos principais autores e tópicos utilizados e discutidos em cada capítulo.

Quadro 1 - Principais autores e tópicos discutidos por capítulo

CAPÍTULO	AUTORES (mais citado destacado)	TÓPICOS
Marketing e Sociedade (1969 a 2014)	Hill e Martin (2014)	Paradigma do marketing e a troca
	Kotler e Levy (1969)	Expansão do escopo de marketing
	Kotler (1972)	
	Shaw e Jones (2005)	Escolas do pensamento de marketing
	Wilkie e Moore (2003)	“4 eras” do pensamento de marketing
	Costa (2014)	Histórico da disciplina
	Fry e Polonsky (2003)	Externalidades das ações de marketing
Vulnerabilidade do Consumidor (1983 a 2014)	Wolburg (2005)	Conceito de vulnerabilidade
	Turner (2007)	
	Shultz II e Holbrook (2009)	
	Garrett e Tomanoff (2010)	
	Brito e Duarte (2006)	Conceito jurídico de vulnerabilidade
	Silva (2011)	O que não é vulnerabilidade
	Barreto (2012)	
	Carvalho (2012)	
	Hunt (1983)	Contexto institucional da troca
	Costa (2014)	
	Andreasen; manning (1990)	Vulneráveis na literatura
	Burden (1998)	
	Smith; Cooper-Martin (1997)	
	Lee e Sóberon-Ferrer (1997)	
	Dercon (2005)	
	The World Bank (2006)	
	Artoni (2013)	
	Baker <i>et al.</i> (2005)	Modelo conceitual de vulnerabilidade
	Morgan <i>et al.</i> (1995)	Tipologia Consumidor-Situação
Família (1990 a 2014)	Dessen e Lewis (1998)	Surgimento de novas famílias
	Simionato e Oliveira (2003)	Conceito de família
	Levin e Trost (1992)	
	Paulo (2009)	Evolução do conceito de família
	Narvaz e Koller (2006)	Patriarcalismo e matriarcalismo
	Minuchin (1990, 1988)	Família como um sistema integrado
	Corman e Kaestner (1992)	Consequências da monoparentalidade feminina para o desenvolvimento da família e dos filhos.
	Biblarz e Gottainer (2000)	
	Corak (2001)	
	Lang e Zagorsky (2001)	
	Ginter e Pollak (2004)	
	Crosnoe <i>et al.</i> (2014)	
	Sanders (1999)	Qualidade das relações familiares
	Carvalho e Alves (2012)	Relações familiares de consumo
Divórcio (1991 a 2013)	Cano <i>et al.</i> (2009)	Evolução histórica do divórcio no Brasil
	Alegria e Neto (2013)	
	Whiteside (1998)	Efeitos do divórcio sobre a família (crianças e pais)
	Souza (2000)	
	Amato (1987; 1988; 2000; 2011)	
	Ramires (2004)	
	Mitcham-Smith e Henry (2007)	Fases dos ritos de passagem
	Van Gennep (1977)	
	Brown (2001)	Família divorciada e consumo
	Schouten (1991)	

Fonte: Elaboração própria (2016).

2.1 Marketing e sociedade

A literatura de marketing, atualmente, tem evidenciado novas perspectivas de estudo que compartilham os princípios da área com reflexões de impacto para a sociedade, descentralizando, conseqüentemente, a produção acadêmica e prática orientada predominantemente ao mundo *business*. Como descrito por Kotler e Levy (1969), por muito tempo, este campo foi considerado uma função pertinente somente às empresas com fins lucrativos. E, na década de 90, Christian Grönroos (1994) evidenciou que a definição de marketing estabelecida pela Associação Americana de Marketing (American Marketing Association, AMA) baseava-se, unicamente, nos limites de cada função organizacional; abrindo margem, em conseqüente, para questionamentos do tipo: por que o reducionismo deste conceito a uma lista de atividades concentradas na concepção, precificação, promoção e distribuição de ideias, bens e serviços de maneira simplificada? E, por que desconsiderar as relações de consumo e suas implicações para os demais envolvidos?

Com esta discussão Kotler e Levy (1969), Grönroos (1994) e outros autores apresentaram um movimento de ruptura com a tradicional filosofia do marketing voltado à eficiência da produção. Esse movimento indicou que, mesmo com toda a complexidade das questões sociais, a área já estava pronta para contribuir com uma nova perspectiva e superar seus limites. Por isso, a “Expansão dos paradigmas”, último estágio de evolução no pensamento de marketing, dividido, tradicionalmente, em quatro eras por Wilkie e Moore (2003), possibilitou a mudança do foco convencional nas atividades gerenciais, para uma linha de pesquisa que abraçou em seu conceito outras formas de atividades relacionadas à troca (SHAW; JONES, 2005).

Essa expansão mostrou-se tão pertinente que, hoje em dia, vê-se refletida na definição apresentada pela AMA (2013)³, que conceituou o marketing como: “a atividade, conjunto de instituições, e processos de criação, comunicação e distribuição de trocas que tenham valor para consumidores, clientes, parceiros, e a sociedade em geral”. Diante dessa nova concepção, os princípios de marketing foram estendidos a outras formas de entidades, não necessariamente com fins lucrativos, e levantaram questionamentos do tipo: como o marketing impacta a sociedade e como a sociedade

³ “Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large”. Disponível em: <https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx>. Acesso em: 06/03/2015.

impacta o marketing? Ou, como o marketing pode compreender o funcionamento dos sistemas integrados? Seus fundamentos agora, portanto, procuram contribuir não como um dispositivo que favorece o lucro empresarial ou individual, mas sim, como instrumento desenvolvido para servir aos interesses do público e da sociedade em geral (LAZER, 1969; KELLY, 1974).

Com essa nova perspectiva, a troca passou a ser entendida como um processo institucional de grande valor, não mais focado apenas nas transações financeiras orientadas ao mercado. Ao invés disso, distintas modalidades de trocas desempenhadas pela humanidade, como doações, o voto, tempo, sentimentos, crenças e opiniões passaram a ser trabalhadas pelas lentes do campo, para que alcançássemos compreensão mais assertiva sobre as consequências de sua atuação (KOTLER, 1972).

Este trabalho, portanto, identifica o marketing como uma área de conhecimento que recebe influências, condicionamentos e imposições da sociedade, e também atua, influencia e em boa medida a modifica (COSTA, 2014). Por isso, a perspectiva sobre o divórcio, um fenômeno social, pôde embasar a investigação sobre seus impactos no comportamento de consumo familiar direcionado aos filhos em famílias monoparentais femininas.

Para facilitar a visualização da evolução do marketing, no Quadro 2 encontra-se a divisão elaborada por Wilkie e Moore (2003).

Quadro 2 - As “Quatro eras” do pensamento de Marketing

ERA	CARACTERÍSTICAS
“Pré-Marketing” (Antes de 1900)	O campo ainda não era bem distinguido, misturando-se fortemente com a área de Economia.
I. “Descobrimos o campo”. (1900 a 1920)	Houve o desenvolvimento dos primeiros cursos cujos títulos apresentavam a palavra “marketing”, com ênfase na definição do alcance das atividades de marketing como instituições econômicas, além do foco no processo de distribuição.
II. “Formalizando o campo”. (1920 a 1950)	Houve o desenvolvimento dos princípios fundamentais de marketing e o estabelecimento de uma infraestrutura do conhecimento para o campo, como a AMA, diversas conferências e <i>journals</i> para debates e publicações.
III. “Mudança no paradigma – Marketing, gerenciamento e as ciências”. (1950 a 1980)	Crescimento acentuado da área, principalmente, nos Estados Unidos sob duas perspectivas centrais: o ponto de vista gerencial e as ciências comportamentais quantitativas como chave para o desenvolvimento futuro do conhecimento. Nesta época a infraestrutura criada na era anterior teve expansão massiva e evolução.
IV. “A mudança se intensifica – Fragmentação do <i>mainstream</i> ”. (1980 -)	Novos desafios são incorporados ao mundo <i>business</i> como foco nas finanças de curto prazo, <i>downsizing</i> , globalização e reengenharia. As perspectivas dominantes passam a ser questionadas nos debates filosóficos da ciência. A infraestrutura do conhecimento se diversifica e se especializa em novas áreas de interesse.

Fonte: Adaptado de Wilkie e Moore (2003).

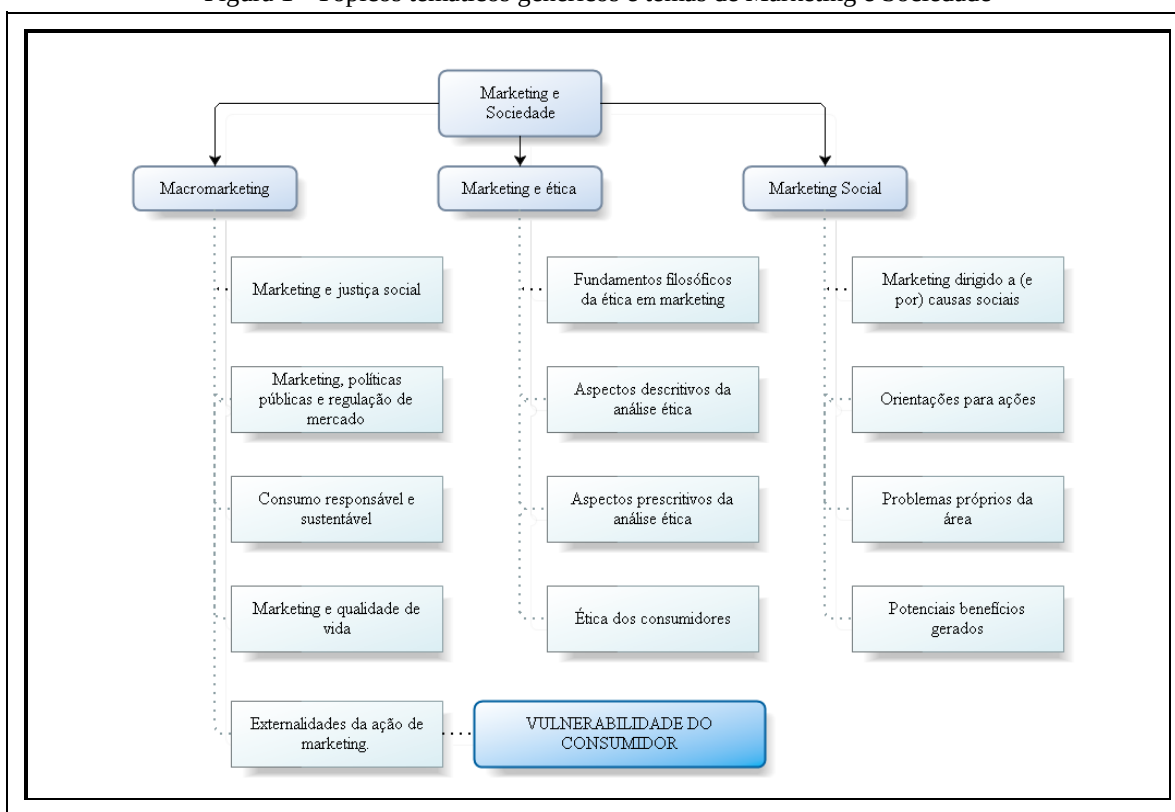
Segundo a divisão de Wilkie e Moore (2003), na segunda metade da terceira Era, um poderoso movimento de exploração e entusiasmo pela disciplina de marketing e sociedade foi iniciado. Empresários e pesquisadores, notoriamente, passaram a examinar novos cursos de investigação para alcançar a equidade e a justa operacionalização da sociedade, discutindo com afínco a questão da “responsabilidade social dos negócios”.

Os *journals* passaram a desenvolver colunas especializadas no debate referente à mudança no papel social e ambiental do marketing, publicando artigos sobre problemas populacionais, reciclagem, precificação de alimentos, poluição, consumismo, autorregulação, estratégia de marketing social e vulnerabilidade do consumidor. E, este último tópico, em especial, evidenciou os esforços empregados para diversificar o uso dos princípios da área, e oferecer orientações sobre: como formar consumidores capazes de se engajar em melhores processos de compra; instruir legisladores a garantir o direito ao acesso a produtos mais seguros e com maior qualidade; promover informação livre de manipulação; facilitar a escolha do que é bom para ser consumido; além de mecanismos e canais de defesa para os consumidores diante de situações de prejuízo no mercado.

Toda essa preparação vivenciada nos últimos momentos da terceira Era, possibilitou à “Era 4” uma estrutura própria mais eficiente para desenvolver e encorajar pesquisas sobre marketing e sociedade, e promover veículos de publicações de impacto como o *Journal of Macromarketing* (1981); além de canais mais intuitivos e regulares para troca de informações e debates (WILKIE; MOORE, 2003). É nesse contexto que a pesquisa sobre a vulnerabilidade e sua interferência no consumo direcionado aos filhos de famílias monoparentais femininas se enquadra, ou seja, no contexto da disciplina de marketing e sociedade.

A Figura 1 foi utilizada para facilitar a visualização do posicionamento desta pesquisa.

Figura 1 - Tópicos temáticos genéricos e temas de Marketing e Sociedade



Fonte: Adaptado de Costa (2014).

De acordo com a Figura 1, a pesquisa sobre vulnerabilidade no consumo se encaixa no quadrante do Macromarketing, mais especificamente na discussão sobre as externalidades da ação de marketing. Se fizermos, todavia, uma análise sistemática da imagem, percebemos que o estudo em questão também poderá, eventualmente, apropriar-se de argumentos sobre a ética (marketing e ética) e o papel das organizações sociais (marketing social) para aprofundar a reflexão sobre a vulnerabilidade. Há, portanto, uma conexão direta entre os três ramos da disciplina de marketing e sociedade disponível para nos contemplar com *insights* sobre o tema.

A ideia aqui discutida é que o mercado seja tanto “justo” como “eficiente” para os agentes de marketing e os consumidores, trazendo para o sistema as ações governamentais e o pensamento social em conjunto. Com esta visão, o debate proposto vai além da dualidade empresa-cliente. E, passa a considerar a complexa relação entre os vários associados ao ambiente mercadológico e seus elementos externos, destacando a pressão que alguns grupos possuem sobre outros atores para direcionar o consumo ou como as experiências traumáticas da vida podem promover situações de vulnerabilidade. Conceito discutido com maior afinco pelo próximo capítulo.

2.2 Vulnerabilidade do consumidor

Depois de compreender o posicionamento desta pesquisa na área de marketing, passaremos agora ao debate sobre o fenômeno em sua perspectiva teórica. O intuito deste capítulo, portanto, é (1) apresentar os conceitos de vulnerabilidade e vulnerabilidade do consumidor; (2) apresentar algumas expressões que não podem ser consideradas vulnerabilidade, mas que auxiliam a compreensão do seu conceito; (3) caracterizar quem são os sujeitos considerados vulneráveis pela literatura; e, por fim, (4) discutir os fatores determinantes da vulnerabilidade do consumidor de acordo com o modelo teórico proposto por Baker *et al.* (2005) e a Tipologia de Morgan, Schuler e Stoltman (1995).

Ao final, é fundamental que o leitor tenha compreendido tanto o conceito do fenômeno como suas características, para que as discussões sobre a família monoparental feminina e as experiências de vulnerabilidade vivenciadas no consumo para a criança apropriem-se das ideias expostas, dando congruência aos objetivos propostos e ao caminho metodológico. Dito isto, apresenta-se em seguida a definição do fenômeno aqui estudado.

2.2.1 Conceito de Vulnerabilidade do consumidor

Desde o resumo desta pesquisa, muito se falou sobre o fenômeno da vulnerabilidade, em especial, aquela que é vivenciada durante o consumo. Mas, afinal, o que de fato é vulnerabilidade? E como esse termo se relaciona com o mercado ou o marketing?

Segundo o dicionário Webster *online*, a palavra “vulnerável” é um adjetivo que caracteriza o indivíduo capaz de ser ferido, [2] suscetível a feridas e injúrias externas, [3] ou que é afetado de maneira lesiva. “Vulnerabilidade”, portanto, é a qualidade ou o estado de ser vulnerável. O lado fraco de uma questão ou do ponto por onde alguém pode ser ferido ou atacado⁴. O termo deriva do verbo “vulnerar”, que significa ferir, ou ofender gravemente, e encontra seu sinônimo em expressões do tipo: fragilidade, incapacidade, incompetência, inaptidão, desqualificação, inadequação, ou elo mais fraco (BAKER *et al.*, 2005).

⁴ Disponível em: <<http://www.merriam-webster.com/dictionary/vulnerable>>. Acesso em 12 de março de 2015

Em uma primeira leitura, as palavras “ferido” e “atacado”, contidas na definição, podem nos remeter à sensação de que uma injúria física é o subproduto evidenciado pelo termo vulnerabilidade. E, isso, de fato, não está errado. Um deficiente visual, por exemplo, que vai a um supermercado sem funcionários treinados para auxiliá-lo na seleção dos produtos, caso escolha um item vencido e sofra com infecções alimentares, experimentou uma situação de prejuízo cujo subproduto foi um ataque direto ao seu corpo.

Esse tipo de atentado, todavia, não é a única maneira de vivenciar prejuízos no consumo, pois a vulnerabilidade, em geral, pode também incluir a susceptibilidade do indivíduo a sofrer psicologicamente, emocionalmente, moralmente e até mesmo, espiritualmente, ao invés de simplesmente referir-se à predisposição física à dor (TURNER, 2007). Sendo assim, quando trazido para o cenário do consumo, a vulnerabilidade precisa ser contextualizada.

Todos os dias, milhares de pessoas se engajam em experiências de troca, sejam elas financeiras ou não, nas quais atuam como consumidoras ou fornecedoras de bens, serviços e informações. Essas experiências são modeladas não somente pelas condições impostas durante a negociação, como o preço ou um prazo de entrega, mas também pelos diversos fatores externos e características pessoais dos indivíduos que, quando combinados, definem o sucesso ou o fracasso da transação.

De maneira lógica, a avaliação deste sucesso (ou fracasso) se concretizará depois que os envolvidos no processo observem os resultados alcançados e lidem com a experiência atrelada ao consumo do que fora trocado. Entretanto, isso não quer dizer que a vulnerabilidade, ou seja, o ataque ao indivíduo, somente ocorrerá após a negociação e o consumo, pois ela pode se fazer presente em qualquer estágio do processo de troca (GARRETT; TOUMANOFF, 2010).

Alguns consumidores, por exemplo, já iniciam a interação com desvantagens óbvias que poderão comprometer sua experiência, como os deficientes auditivos e visuais. Outros, todavia, vivenciam a vulnerabilidade em momentos específicos da vida que, temporariamente, irão obstruir sua capacidade ou motivação para tomar decisões em seu favor, avaliar situações de risco com precisão no mercado ou, até mesmo, compreender e interpretar corretamente os atributos de um determinado produto ou serviço (WALSH; MITCHELL, 2005).

Sabendo disso, Wolburg (2005) afirma que, mesmo não havendo um dano real ao consumidor, quando os agentes de marketing tentam explorar as características

ou estados individuais deste sujeito para efetivar uma venda já houve o tratamento inadequado durante a transação; uma vez que a combinação entre estas características ou estados (individuais do sujeito) e as técnicas utilizadas pelos agentes é, justamente, uma das causas que lhes deixam impotentes em primeiro lugar.

A vulnerabilidade, portanto, é um fenômeno sério e que deve ser explorado também pela literatura de marketing, pois, além de ser complexa e, em muitos casos, de difícil reconhecimento, é capaz de criar o seu próprio auto reforço em um ciclo vicioso, já que o prejuízo dela resultante pode prejudicar o consumidor de tal forma que ele se torne ainda mais vulnerável (SILVA, 2011). À medida que essas experiências forem se repetindo e o indivíduo não demonstre nenhuma reação de enfrentamento, o dano será cada vez mais potencializado (SHULTZ II; HOLBROOK, 2009).

Segundo Baker *et al.* (2005), a vulnerabilidade do consumidor é:

[...] um estado de impotência oriundo do desequilíbrio nas transações de mercado ou do consumo das mensagens de marketing e dos produtos. A vulnerabilidade ocorre quando o controle foge das mãos do indivíduo e a transação passa a depender de fatores externos para que ocorra de maneira justa. Sendo assim, ela é fruto da interação entre estados individuais, características individuais e condições conjunturais que atuam em um determinado contexto prejudicando os objetivos do consumo, e afetando a percepção que o indivíduo tem de si mesmo (*self*) ou perante a sociedade. (BAKER; GENTRY; RITTENBURG, 2005, pg. 134).

As palavras de cunho científico parecem restringir o fenômeno às situações extremas, como no exemplo do deficiente visual que saiu prejudicado na interação com o supermercado. Mas, a vulnerabilidade acontece com maior frequência do que se imagina. E com indivíduos que talvez nem desconfiem que estejam suscetíveis a serem “ofendidos” em interações comerciais por, aparentemente, não terem maiores dificuldades de processar informações, ou não acharem que estão emocional e socialmente incapazes de resistir às tentações diárias do mercado (WOLBURG, 2005).

A concepção jurídica do fenômeno, então, pode ser apresentada para ratificar a importância de se reconhecer a vulnerabilidade e buscar mecanismos que contenham seus efeitos, pois, de acordo com a visão de Brito e Duarte (2006, p.1):

Vulnerabilidade, literalmente, significa o estado daquele que é vulnerável, aquele que está suscetível, por sua natureza, a sofrer ataques. No Direito, vulnerabilidade é o princípio segundo o qual o sistema jurídico brasileiro reconhece a qualidade do agente(s) mais fraco(s) na(s) relação (ões) de consumo. Logo podemos afirmar que a presunção da vulnerabilidade do consumidor é absoluta, isto é, independente da classe social a que pertença (BRITO; DUARTE, 2006, p. 1).

O entendimento apresentando evidencia que o próprio sistema jurídico brasileiro imputa susceptibilidade à vulnerabilidade para todos os consumidores, independente de suas características sociodemográficas ou pessoais. E, nesta pesquisa, reafirmar esse pressuposto é fundamental à compreensão da vulnerabilidade na família monoparental feminina, uma vez que os sujeitos aqui estudados⁵, não necessariamente são vistos pela literatura como pessoas que costumam sofrer prejuízos em experiências de consumo. Logo, todos os achados obtidos poderão ser utilizados para reforçar o argumento de que a vulnerabilidade é um fenômeno universal, além de contribuir para a delimitação do seu conceito, que muitas vezes é confundido com algumas expressões associadas ao seu contexto, mas que não podem ser utilizadas com o mesmo sentido.

2.2.2 O que não pode ser considerado vulnerabilidade do consumidor

Por serem abrangentes e diversificadas, as experiências de vulnerabilidade e o seu próprio conceito, muitas vezes, são confundidos ou erroneamente apresentados como algumas expressões que a elas estão associadas, mas, de fato não lhes conceituam. Antes, então, de prosseguirmos o debate sobre a vulnerabilidade do consumidor, faz-se imprescindível explanar o que se entende por estas expressões para que a temática seja apresentada com maior clareza. As expressões em questão são: proteção do consumidor, discriminação, estigmatização, risco e hipossuficiência.

Inicialmente, para Baker *et al.* (2005), corroborados por Silva (2011) e Carvalho (2012), consumidores vulneráveis não são aqueles que estão protegidos por leis. Apesar de serem comuns as experiências de consumo danosas vivenciadas por grupos como os homossexuais, minorias étnicas ou os deficientes físicos, é incorreto dizer que um consumidor será, indiscutivelmente, vulnerável em todas as situações somente porque possui características específicas que lhes enquadram em uma classe protegida. Por isso, destacamos a importância de uma análise das experiências de maneira individual e particular, para que sejam evitadas generalizações dessa natureza.

Em segundo lugar, a vulnerabilidade também não pode ser confundida com o preconceito nem a estigmatização, pois, ambos não são necessários nem suficientes para que haja vulnerabilidade, embora possam fazer parte da razão pela qual o

⁵As crianças são consideradas pela literatura como público vulnerável, porém, ressaltamos que o intuito desta pesquisa é avaliar a vulnerabilidade proveniente do divórcio e seus efeitos sobre o consumo dos filhos na visão dos pais, mais precisamente das mães. Por isso, dizemos que uma mulher adulta de meia idade não é tradicionalmente considerada vulnerável pela literatura da área.

fenômeno existiu em primeiro lugar (BAKER et al., 2005; SILVA, 2011). Mesmo que as situações de prejuízo envolvam, frequentemente, os consumidores mais discriminados ou estigmatizados, não é sensato determinar que todos eles estarão sempre vulneráveis quando se engajam no consumo. Logo, um negro, por exemplo, não pode ser considerado consumidor vulnerável somente porque possui essa determinada característica de pele.

Da mesma maneira, não é correto dizer que o consumidor em risco seja o mesmo que consumidor vulnerável, pois o risco é anterior à vulnerabilidade; ou seja, é a probabilidade de que a segurança na transação de consumo será perdida, enquanto a vulnerabilidade é a perda efetiva em si. Isso quer dizer que existem fatores de risco que maximizam a possibilidade de ocorrer vulnerabilidade em determinado contexto de troca, mas nem sempre eles serão totalmente responsáveis pela ocorrência do fenômeno, pois ele é uma função das consequências (DERCON, 2006; BAKER, 2009; CARVALHO, 2012).

E, por fim, não se pode confundir vulnerabilidade com hipossuficiência. Este termo é colocado pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC) para indicar que, segundo entendimento superior, mediante abertura de processo jurídico motivado pelo prejuízo em uma transação de mercado, as condições técnicas inferiores são desfavoráveis para que o consumidor prove suas alegações iniciais contra um fornecedor (melhor provido de meios probatórios). (BRITO; DUARTE, 2006; BARRETO, 2012). Em outras palavras, significa dizer que a autoridade responsável por julgar um caso entre consumidor *versus* fornecedor, se assim entender, poderá conceder à pessoa física o direito à inversão do ônus da prova baseado em sua hipossuficiência; ou seja, determinar que este consumidor encontra-se em desvantagem diante dos agentes de mercado para garantir seus direitos, uma vez que para ele será muito mais difícil reunir recursos financeiros, informações ou provas em seu favor.

Sendo assim, o CDC garante:

[...] A facilidade da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências (Art. 6º, inciso VIII, CDC, 1990).

Logo, caberá ao fornecedor comprovar a ocorrência, ou não, dos fatos alegados, estando sob sua responsabilidade provar sua inocência. A hipossuficiência,

portanto, reconhece a vulnerabilidade jurídica do consumidor, mas não necessariamente garante que o indivíduo estava vulnerável no momento da transação de mercado que lhe acarretou o prejuízo julgado, mesmo que a probabilidade disso ser verdade seja muito alta. Este conceito é análogo à interpretação jurídica de que, em um caso entre empregado *versus* empregador, o empregado também é a parte hipossuficiente diante da corporação.

Sintetizando a discussão apresentada, a presença da discriminação, da estigmatização ou do risco e o envolvimento de um consumidor protegido pela lei ou hipossuficiente não se caracterizam como vulnerabilidade. Mas, sim fatores que potencializam a probabilidade de ocorrência, ou agravam uma experiência dessa natureza. Além disso, é importante destacar a ideia apresentada por Baker *et al.* (2005) que enfatizam a existência de duas perspectivas da vulnerabilidade do consumidor: a vulnerabilidade real (*actual vulnerability*) e a vulnerabilidade percebida (*perceived vulnerability*).

Quando real, a vulnerabilidade apenas pode ser apreendida ouvindo-se e observando-se as experiências de quem está engajado no processo de consumo; ou seja, coletando evidências que caracterizem a vulnerabilidade de acordo com as particularidades e consequências da situação vivenciada pelo consumidor. Já a vulnerabilidade percebida ocorre quando outros indivíduos acreditam que uma determinada pessoa (ou grupo) é vulnerável, mesmo que eles discordem disso e, de fato, não sejam. Ela é fruto da dedução de terceiros, baseados em uma situação que o sujeito (ou o grupo) esteja vivenciando, ou em suas características como sexo, etnia, idade e deficiências (HOGG; HOWELLS; MILMAN, 2007). Por isso, nem tudo deve ser considerado “vulnerabilidade”.

As mulheres, por exemplo, podem sofrer diversas alterações emocionais e psicológicas durante o processo de divórcio. No entanto, não se pode afirmar que, automaticamente, estarão enfrentando vulnerabilidade real. Apesar da maior propensão a um estado dessa natureza durante a transitoriedade do status civil, ela (a esposa) ainda é capaz de tomar decisões coerentes e avaliar riscos que definirão seu comportamento diante às injúrias do consumo.

Esta dualidade, portanto, confirma o cuidado que os autores da área possuem para classificar a vulnerabilidade, tendo em vista a complexidade tanto para determinar seu conceito como para indicar sua abrangência (BRITO; DUARTE, 2006; MANSFIELD; PINTO, 2008). Diante disso, para auxiliar a compreensão do fenômeno,

é necessário debatermos sobre quem realmente são os indivíduos apontados pela literatura como mais suscetíveis a sofrer com experiências de vulnerabilidade em interações de consumo e, assim, observar seus diversos efeitos de maneira mais eficiente e concisa.

2.2.3 *Sujeitos classificados como vulneráveis na literatura*

Em suas primeiras aparições na literatura, os consumidores ditos vulneráveis foram assim considerados porque apresentaram, perante o consumo de determinados produtos, reações até então nunca vistas ou evidenciadas pela maioria da comunidade (popularmente falando, seriam alergias). As particularidades dessas reações lhes renderam o título de consumidores “incomumente suscetíveis”: um grupo de sujeitos que, gradativamente, despertou o interesse dos pesquisadores pelo estudo da vulnerabilidade proveniente das hipersensibilidades físicas e, posteriormente, seguindo a própria tendência de expansão do escopo do marketing, proveniente também de outros modelos de incapacidades como as emocionais, cognitivas e sociais (SMITH; COOPER-MARTIN, 1997).

Ao longo dos anos, portanto, o estudo da vulnerabilidade ganhou novas contribuições que alargaram sua abrangência e passaram a considerar outros fatores, além dos intrínsecos ao indivíduo, com potencialidade similar, ou até superior, para influenciar sua existência condicionando seus resultados. Foram caracterizados, então, os sujeitos vulneráveis como “aqueles que não têm competências, conhecimentos e atitudes que lhes permitam tomar decisões eficientes de consumo” (JONES; MIDDLETON, 2007).

Dentre estas contribuições encontram-se trabalhos como os de Baker *et al.* (2005), Walsh e Mitchell (2005), Silva (2011), Klein *et al.* (2011) e Artoni (2013), autores que retratam a vulnerabilidade como um fenômeno situacional (contextual), de acordo com a experimentação efetivamente vivida e constatada pelo próprio sujeito (vulnerabilidade real), de dificuldades para o alcance de suas metas no consumo. Nessa perspectiva, ainda que ninguém deseje vivenciar a vulnerabilidade, ela pode acontecer com qualquer indivíduo, motivada não só pelas práticas antiéticas da indústria, ou pela assimetria nas informações entre fornecedores e consumidores. Mas, também, pela passagem por determinadas experiências na vida que alteram a sua forma de processar o ambiente e os seus diversos estímulos de consumo.

Sendo assim, para esta pesquisa, adotou-se a perspectiva situacional de análise da vulnerabilidade do consumidor, a fim de que (1) o fenômeno em questão seja compreendido como um estado subjetivo, independente da predefinição de grupos sociais vulneráveis, ou do encaixe dos sujeitos aqui estudados a estes grupos de maneira permanente; e (2) seja compreendida a vulnerabilidade vivenciada pelo indivíduo tomador de decisão de maneira compatível com os elementos do seu contexto, evidenciando, portanto, as consequências do fenômeno para o seu próprio bem estar, e o bem estar dos que com ele possuam envolvimento direto (ARTONI, 2013).

Baseados na discussão proposta pela seção anterior (2.2.2) é sensato dizer que “minorias” ou “grupos estigmatizados” são assim classificados por apresentarem características que podem acarretar desigualdade nas condições de acesso a produtos, serviços, ou informações dispostas no mercado. Todavia, os prejuízos sofridos por consumidores vulneráveis não, obrigatoriamente, estão atrelados somente à privação de acesso, ou aos enganos no processo de troca advindos da exploração de uma característica pessoal.

Conseguir o que se quer consumir e desfrutar deste consumo também são ações que podem acarretar danos involuntários decorrentes da incapacidade para reconhecer riscos e se antecipar às externalidades futuras. Externalidades estas que poderão somente surgir anos após o processo de troca em si, devido ao acúmulo de decisões mal tomadas durante a vida, principalmente, mediante aos fortes estímulos da atual cultura do consumo. A perspectiva situacional, portanto, parece ser a mais adequada para a análise da vulnerabilidade decorrente da passagem pelo divórcio.

Esse entendimento, contudo, apesar de sua eficiência, não é o único existente. Em contrapartida à perspectiva situacional, Lee e Soberon-Ferrer (1997) e Artoni (2013) evidenciam, ainda, a vertente que analisa a vulnerabilidade do consumidor como um fenômeno estrutural ou social; definindo, portanto, certos grupos mais vulneráveis às práticas injustas do mercado de acordo com suas características similares e as desigualdades sociais.

Segundo Jones e Middleton (2007), a vulnerabilidade não é uma característica absoluta que o consumidor quer possuir ou não possuir. Sendo assim, torna-se evidente a presença de alguns grupos com tendências mais expressivas a experimentarem uma experiência desse tipo. Para o debate proposto por esta seção, é importante apropriar-se dessa perspectiva, momentaneamente, a fim de conhecermos

quem são estes grupos e, assim, observarmos as características conceituais da vulnerabilidade de maneira mais específica.

Andreasen e Manning (1990), por exemplo, afirmam que crianças, idosos, analfabetos, deficientes físicos, minorias raciais e étnicas, além dos pobres e os estrangeiros são exemplos de grupos que podem ser considerados vulneráveis devido à falta de controle que vivenciam nas transações de troca motivada por suas características e experiências limitantes. Da mesma forma, Mansfield e Pinto (2008) aplicam o conceito da vulnerabilidade ao segmento da população com deficiências cognitivas, indicando que estes consumidores costumam conviver com dificuldades extremas para lidar com atividades diárias como aprender, compreender e viver de maneira independente, o que resulta em uma interação não tradicional com o mercado, ou na própria falta de controle como discutido por Baker *et al.* (2005).

Stern *et al.* (2005) também indicam que as mulheres podem ser vistas como público vulnerável, uma vez que a histórica subordinação feminina evoluiu em um contexto sociocultural dominado por valores que igualam “a posse de bens à posse da mulher”. Além disso, a determinação de que a identidade deste grupo está fortemente associada ao homem que lhe proverá satisfação material, camufla a importância, conseqüentemente, de que ela desenvolva habilidades para consumir de maneira consciente, seja independente, ou aprenda a se defender em casos de prejuízo não só no mercado.

A sociedade espera das mulheres que elas ajam com menor assertividade se comparadas aos homens nas atividades de consumo, o que viabiliza a predisposição deste grupo a sofrer com fraudes e práticas injustas no mercado (LEE; SOBERON-FERRER, 1997). O estereótipo ou a estigmatização, nesse caso, contribuem, veementemente, para inferências relacionadas ao consumo feminino, o que pode lhes colocar em situações problemáticas, por exemplo, em bares ou concessionárias, ambientes considerados típicos do sexo oposto (ADKINS; JAE, 2010).

É importante ressaltar que, durante a pesquisa, os sujeitos abordados serão mulheres, pois a maioria dos filhos de casais divorciados mantém laços mais próximos com suas respectivas mães não somente porque residem com elas, mas porque, em vários casos, não contam mais com a presença do pai. Além disso, Lee e Soberon-Ferrer (1997) explicam que cônjuges são recursos valiosos para os consumidores, por promoverem suporte psicológico e opiniões que aumentam a capacidade de fazer melhores escolhas no mercado. Sendo assim, o status civil pode influenciar a

susceptibilidade do sujeito à vulnerabilidade, e as relações de consumo aprendidas e vivenciadas. Portanto, possuem forte influência do próprio comportamento materno, podendo a vulnerabilidade ser fruto das lacunas emocionais e cognitivas oriundas da ruptura na estrutura familiar e externadas pelo comportamento da mãe. A definição dos sujeitos será, posteriormente, detalhada pelo capítulo do método da pesquisa.

Retomando a discussão sobre os vulneráveis na literatura, Adkins e Jae (2010) indicam que os estrangeiros ou imigrantes podem ser assim considerados devido às diversidades nos padrões de consumo modelados pelos traços culturais; às possíveis dificuldades de compreender características muito específicas da língua nativa utilizadas em propagandas, e pela própria dificuldade na comunicação corriqueira. O que reforça os limites criados durante a transação e viabiliza o surgimento de um ambiente de consumo inapropriado.

Ringold (2005) aponta os analfabetos (ou aqueles que não tiveram contato com um modelo de educação formal) como outro grupo de consumidores vulneráveis, por não compreenderem conceitos básicos de economia, finanças, cidadania e política, imprescindíveis para o bom funcionamento das trocas no mercado. A autora afirma que o acesso à educação de qualidade, ainda na infância, tem impacto direto sobre a redução da vulnerabilidade enquanto consumidor. Porém, caso não seja possível, recorrer aos programas de educação para jovens e adultos também pode ser uma saída, se forem convidados a discutir sobre políticas econômicas, avaliando *trade-offs*⁶ e consequências das decisões de consumo, evitando com isso a vivência da vulnerabilidade em uma fase mais avançada da vida.

Os próprios Lee e Soberon-Ferrer (1997), citados previamente, definem as deficiências cognitivas e as interações sociais como categorias apropriadas para classificar consumidores vulneráveis. A proposta destes autores é que os indivíduos com habilidades limitadas para processar informações estão mais suscetíveis a serem vítimas de fraudes. Por isso, o envelhecimento é apresentado como um fator potencializador da vulnerabilidade, devido a sua relação direta com as perdas na capacidade de memorização e velocidade no processamento de informações. O que, possivelmente, poderá acarretar transtornos nas atividades de consumo de um idoso, mesmo que o indivíduo tenha acumulado um arcabouço robusto de conhecimento e experiências significantes ao longo da vida.

⁶ Trade – offs: o que se perde ou se deixa de ganhar de acordo com cada decisão escolhida.

A categoria das interações sociais, contudo, explica a vulnerabilidade baseada na assimetria das relações e no isolamento social. Para Lee e Soberon-Ferrer (1997), os grupos dominantes na sociedade (brancos, homens, ricos, etc.) tendem a legitimar seu poder diante dos desprivilegiados, fazendo com que a inferioridade no status socioeconômico reduza as oportunidades de negociação e aumente as chances de coerção e fraudes, evidenciando, com isso, a mencionada assimetria. E os consumidores que vivenciam isolamento social⁷, devido à inexperiência com a convivência em sociedade, podem não ser totalmente capazes de compreender os detalhes relacionados às crenças normativas sobre justiça, ética e tratamento igualitário no mercado; ou seja, eles poderão ser vítimas da própria ingenuidade ao acreditarem que “essa pessoa/empresa não faria isso comigo”.

Dercon (2006) ainda acrescenta que o termo vulnerável refere-se a grupos particulares como órfãos, viúvas, sem teto, e trabalhadores braçais que, diante da incapacidade para se beneficiarem com oportunidades lucrativas, e a falta de suporte estrutural, vivenciam a vulnerabilidade no consumo de maneira mais persistente e traumática. E, por fim, Cui e Choudhury (2003) especificam que as crianças não possuem o mesmo nível de conhecimento, experiência ou maturidade como os adultos para processar informações publicitárias. Assim como, alguns consumidores estão sujeitos a vícios ou comportamentos compulsivos resultantes da longa exposição às condições socioeconômicas desfavoráveis.

Diante do exposto, o Quadro 3 é apresentado para auxiliar a visualização dos grupos considerados mais suscetíveis à vulnerabilidade no consumo.

Quadro 3 - Sujeitos potencialmente vulneráveis identificados pela literatura

GRUPOS	AUTORES	ANO
Crianças, idosos, analfabetos, deficientes físicos, minorias raciais e étnicas, consumidores de baixa renda, estrangeiros.	Andreasen; Manning	(1990)
População com deficiências cognitivas e vítimas do isolamento social.	Mansfield; Pinto	(2008)
	Lee; Soberon-Ferrer	(1997)
Mulheres.	Stern <i>et al.</i>	(2005)
Estrangeiros ou imigrantes.	Adkins; Jae	(2010)
Analfabetos ou Semianalfabetos.	Ringold	(2005)
Órfãos, viúvas, sem teto, e trabalhadores braçais.	Dercon	(2006)

⁷ Indivíduos que se sentem menos conectados a amigos e fontes de informações ou suporte e, em consequência disso, muitas vezes socializam até mesmo com estranhos, dentre eles vendedores.

Outros autores/organizações		
GRUPOS	AUTORES	ANO
Idosos, jovens, desempregados, pessoas com doenças limitantes de longa duração, famílias de baixa renda, membros de minorias étnicas e pessoas sem qualificação educacional formal.	Burden	(1998)
Famílias com baixa renda ou classe média; famílias que vivem em áreas rurais e com poucos recursos, geralmente, dependentes da agricultura ou de atividades do campo.	Dang; Lanjouw	(2014)
	Lopez-Calva; Juarez	(2014)
	Ravallion	(2010)
	The World Bank	(2006)
Idosos, deficientes físicos e mentais, crianças e jovens em risco, ex-combatentes, portadores do vírus HIV- AIDS, minorias religiosas e étnicas e em algumas sociedades, as mulheres.	The World Bank	(2006)
Crianças, idosos e adolescentes.	Smith; Cooper-Martin	(1997)

Fonte: Elaboração própria (2016).

Todos estes autores confirmam que os esforços para classificar os indivíduos em grupos ou classes de consumidores vulneráveis não são em vão, mesmo que não haja consenso definitivo sobre quem de fato assim pode ser considerado. Isso porque estes sujeitos, geralmente, desconhecem a sua limitação e, conseqüentemente, tornam-se menos capazes de proteger seus próprios interesses ou de reconhecer onde conseguir assistência e orientação (BRENKERT, 1998; WOLBURG, 2005; WILSON; HOWELL; SHEEHAN, 2009). É por isso que legisladores e demais autoridades públicas, por exemplo, precisam de parâmetros para guiar decisões jurídicas e a criação de leis, havendo, portanto, benefício no uso das categorizações ou classificações mais abrangentes de acordo com características semelhantes e situações mais prováveis de lhes colocar em perigo (COMMURI; EKICI, 2008).

Vale salientar que, assim como discutido por Wolburg (2005), esta pesquisa considera que não há nada errado em definir um público-alvo para que as organizações possam concentrar seus esforços e aumentar as chances de satisfazer o consumidor. O problema encontra-se no potencial danoso que essa estratégia possui quando associada a dois outros fatores: o direcionamento do marketing para um grupo claramente percebido como vulnerável e a promoção consciente de bens e serviços que são potencialmente perigosos.

Sobre essa combinação, Brenkert (1998) e Wolburg (2005) discutem que os agentes de marketing possuem certas vantagens sobre o consumidor, possibilitadas, justamente, pela sua *expertise* em utilizar a estratégia de segmentação, a capacidade de compreender os desejos e as necessidades destes indivíduos, e a posse de maior conhecimento sobre o produto em si. Todas essas habilidades gerenciais não seriam um risco, se os consumidores, de maneira geral, possuíssem, em contrapartida, algumas

capacidades específicas como: fazer comparações na hora da compra, avaliar qualidade e preço, conhecer seus direitos básicos como consumidor, e possuir os recursos necessários para iniciar uma transação de troca.

Analisar de maneira crítica o uso da segmentação apenas será possível, portanto, se a narrativa deste trabalho protagonizar questionamentos sobre o que o marketing faz, como o faz, e o que ainda precisa ser feito para que a sociedade queira compreender seu impacto na totalidade de sua configuração, e não apenas em grupos específicos de pessoas (HILL; MARTIN, 2014). O dilema para as organizações atuais, então, não é somente produzir lucros e benefícios para os seus *stakeholders*. Mas, também garantir que suas externalidades, no mínimo, não sejam prejudiciais à sociedade, ou identifiquem, mesmo que de maneira primitiva, os custos para os envolvidos no processo de troca (FRY; POLONSKY, 2003).

A perspectiva deste trabalho, portanto, pretende compreender as experiências de vulnerabilidade no consumo para as crianças em famílias monoparentais femininas, por considera-las idiossincráticas; ou seja, o lado vulnerável deste núcleo não é acionado apenas por suas características, mas, também pelos fatores externos aos quais ele é exposto ou obrigado a vivenciar. A vulnerabilidade se baseia em um conjunto de limitações físicas, cognitivas, motivacionais e sociais que tiram o controle das mãos do indivíduo, fazendo com que a transação passe a depender de fatores extrínsecos para que ocorra de maneira justa (BAKER et al., 2005). Logo, os consumidores não vivenciam vulnerabilidade de maneira automática.

As pessoas se tornam vulneráveis quando há o risco de que alguém (um agente) ou alguma coisa (um evento) lhes cause prejuízo (COMMURI; EKICI, 2008) sendo, então, este fenômeno produto da combinação de três fatores: as características individuais, tanto demográficas como socioculturais, os estados individuais do sujeito, e as especificidades externas das situações de consumo vivenciadas. Esses três fatores foram trabalhados de maneira didática e visual por Baker *et al.* (2005) no Modelo de Vulnerabilidade do Consumidor, apresentado na seção seguinte, onde são discutidos os fatores condicionantes para uma experiência dessa natureza.

2.3 Modelos de vulnerabilidade

No início de sua definição Baker *et al.* (2005) argumentam que a vulnerabilidade é “[...] um estado de impotência oriundo do desequilíbrio nas transações de mercado ou da interação com mensagens de marketing e o consumo de produtos [...]”. Neste trecho, percebe-se que os autores destacam três grandes situações nas quais um estado de impotência poderá produzir vulnerabilidade: (1) as transações de mercado, (2) a interação com mensagens de marketing, e (3) o consumo de produtos.

Se colocadas em uma possível ordem temporal, conseguimos visualizar o próprio processo (de maneira simplificada) utilizado por milhões de pessoas, diariamente, para suprir suas necessidades: (1) elas interagem com uma mensagem de marketing que ressalta uma possibilidade ou despertam um desejo de consumo; (2) vão à busca desta possibilidade e realizam uma interação de mercado para, em seguida, (3) consumirem o que fora adquirido (experiência, bem ou serviço). Sendo assim, é importante considerarmos estas situações, antes de apresentarmos o modelo conceitual da vulnerabilidade, a fim de expandirmos a análise sobre como as características, os estados e os fatores externos realmente impactam o fenômeno estudado.

Segundo Hunt (1983), corroborado por Costa (2014), as transações de mercado são as interações em torno de um “objeto de interesse” (que corresponde à meta de cada agente, e está sob a propriedade ou posse de um dos indivíduos), condicionadas por uma série de regras que precisam ser aceitas pelos envolvidos; constituindo-se, com isso, o contexto institucional da troca. De maneira simplificada, esses objetos podem ser os produtos ou as ideias do ofertante, e o dinheiro, o esforço, ou a lealdade de quem demanda, ou seja, o que ambas as partes trazem para a negociação.

Compreender, por conseguinte, a vulnerabilidade proveniente desta situação não é muito difícil. Basta imaginarmos as centenas de experiências negativas que um consumidor pode vivenciar ao deparar-se, por exemplo, com preços abusivos, informações manipuladas ou omitidas, dentre outros aspectos condicionados pelos fornecedores (e demais fatores externos), e agravados ainda mais pelos aspectos intrínsecos ao próprio indivíduo como: sua escolaridade, idade, orientação sexual, estado civil e o acesso a recursos cognitivos ou financeiros (características e estados individuais) acionados de maneira desfavorável durante o processo de troca.

Já por interação com as mensagens de marketing podemos considerar o envolvimento entre consumidores e os esforços publicitários utilizados para persuadi-

los, lembrá-los ou informá-los sobre a existência/mudança de um determinado “objeto de interesse” que está sendo ofertado. Em outras palavras, são as experiências que os indivíduos vivenciam diariamente com comerciais, panfletos, *outdoors*, anúncios, vídeos, imagens dentre outras ferramentas de comunicação.

Essa situação, ou estágio do processo de consumo, talvez seja um dos mais trabalhados pela literatura do marketing, uma vez que as campanhas publicitárias (ou as ações do “P” de promoção) impactam um número considerável de consumidores ao redor do mundo de maneira rápida e “viralizante”. Além disso, elas possuem especificidades polêmicas oriundas, por exemplo, das mensagens direcionadas ao público infantil. Levando legisladores, organizações sociais e a sociedade em geral a se envolverem no acalorado debate sobre consumismo precoce e outros problemas surgidos como resultado da exposição desenfreada aos veículos de comunicação (combinação de fatores externos com a idade, característica individual).

Similarmente, Jones e Middleton (2007) afirmam que, enquanto os agentes de marketing conhecem a fundo as estratégias para direcionar a comunicação a um determinado público, dentre eles o público vulnerável, a discussão sobre ética nas estratégias de segmentação ou educação do consumidor é pouco difundida socialmente, e durante a formação destes agentes. O que torna o problema ainda mais sistêmico e prejudicial.

E, por último, mas não menos importante, a terceira situação elencada por Baker *et al.* (2005) é o próprio consumo destes “objetos de interesse” obtidos no processo de troca. Para esta situação talvez não seja necessária uma definição específica⁸, pois, o consumo é uma prática natural, à qual recorremos para suprir necessidades e desejos modelados pelos reflexos sociais e culturais de uma sociedade (BAKER, 2006). O que vale salientar sobre este item, é que o mercado costuma evidenciar a “soberania” dos clientes para determinar as características dos produtos e serviços que lhes são disponibilizados.

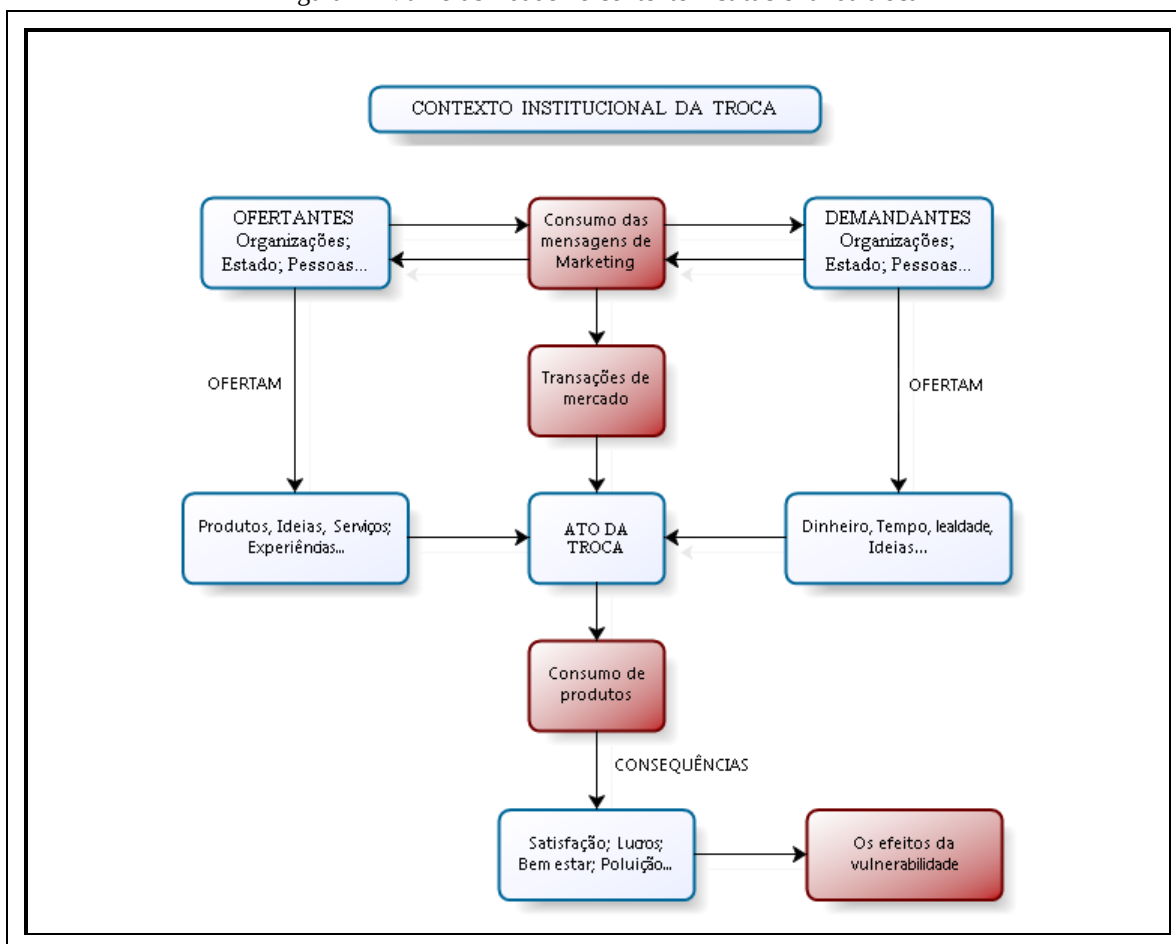
Mas, de maneira contraditória, nem sempre está realmente interessado em servir com ética e responsabilidade às necessidades e desejos destes mesmos consumidores; distribuindo “objetos de interesse” com alto poder para prejudicar em

⁸ Para uma boa discussão sobre o conceito do consumo e a ética do consumo diário recomenda-se a leitura do texto Exploring the ‘ethical everyday’: Na ethnography of the ethics of family consumption, por Sarah Marie Hall (2011).

curto, médio ou longo prazo, a vida emocional, econômica, psicológica ou física dos diversos tipos de consumidores que com eles interagem.

Para auxiliar a compreensão do que foi discutido, os aspectos da vulnerabilidade conceituados por Baker *et al.* (2005) neste trecho encontram-se representados pela Figura 2, uma adaptação ao *framework* proposto por Costa (2014) sobre o contexto institucional da troca. Na figura, as situações que podem abrigar experiências de vulnerabilidade dentro do processo de troca foram destacadas em vermelho. As transações de mercado foram alocadas no centro do processo, por terem relação direta com o ato da troca em si e simbolizarem todo o contexto institucional. A interação com as mensagens de marketing foi apresentada entre os agentes e antes do ato da troca para simbolizar a comunicação. E, após o ato da troca, apresentam-se tanto o consumo dos produtos como consequência da troca, onde se encontram também os efeitos da vulnerabilidade que interferiu no processo.

Figura 2 - Vulnerabilidade no contexto institucional da troca



Fonte: Adaptado de Costa (2014).

A Figura 2 apresenta a vulnerabilidade como um aspecto que, quando presente no contexto institucional da troca, atua por meio de diversas situações prejudicando os objetivos do consumo e, conseqüentemente, imputando fracasso à transação, já que uma das partes não foi verdadeiramente beneficiada. A fragilidade do consumidor não raramente possibilita a ocorrência de danos materiais e morais que exigem mecanismos eficientes que os auxiliem a superar a vulnerabilidade. Sendo assim, é necessário observar todos os aspectos da relação de consumo que facilitam a existência desse fenômeno, sejam eles pertinentes às experiências da vida, aos produtos e serviços, à logística e à comunicação, à ética envolvida nas relações desempenhadas, ou ao papel do marketing e suas externalidades (LOPES, 2006).

Compreendidas estas situações, podemos agora passar à compreensão dos demais elementos que compõe o fenômeno estudado. Para isso, Baker *et al.* (2005) elaboraram um modelo conceitual com os fatores causadores de vulnerabilidade, suas conseqüências e demais implicações.

2.3.1 Modelo de vulnerabilidade de Baker et al. (2005)

Conforme discutido por Baker *et al.* (2005), a vulnerabilidade envolve a presença de um consumidor e de um agente de marketing que conduza a existência dessa experiência. Sendo assim, para que o sujeito esteja vulnerável é necessário apenas que uma de suas características ou estados individuais (emocional e psicológico, por exemplo) coopere com os fatores externos para a formação do prejuízo diante da interação com as mensagens de marketing, das transações de mercado e do consumo de produtos (BAKER *et al.*, 2005). Estas combinações, portanto, podem induzir, explorar ou criar uma vulnerabilidade devido às condições incontrolláveis relacionadas às características físicas, cognitivas, motivacionais e sociais acionadas durante o processo de troca e consumo (BONIFIELD; COLE, 2007).

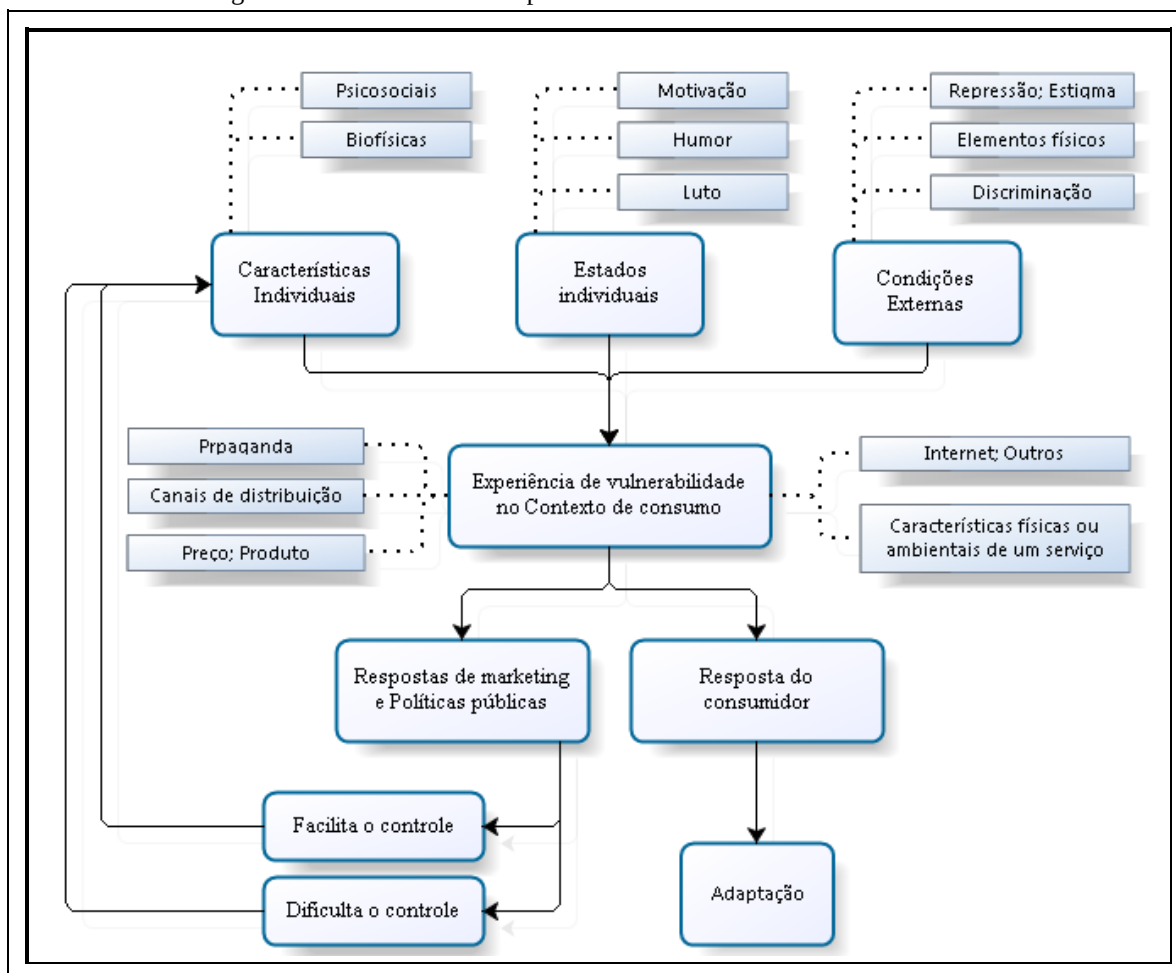
Para exemplificar, utilizamos novamente o caso do deficiente visual e o supermercado. O despreparo dos funcionários no atendimento ao consumidor (fator externo), e a característica física (cegueira) criaram uma situação de vulnerabilidade que poderia, facilmente, ter sido evitada se o responsável pelo caixa, por exemplo, tivesse conferido os prazos de vencimento, antes de simplesmente passar o item de maneira mecânica. Todavia, se de fato o funcionário viu o prazo fora da validade e mesmo assim passou o produto, a experiência da vulnerabilidade, claramente, foi induzida de maneira

antiética, mediante a exploração daquela característica física que tirou do consumidor a capacidade de controlar a situação.

O deficiente visual, entretanto, ao sair do supermercado, poderia ter entrado em outro estabelecimento e não ter sofrido nenhum tipo de prejuízo. Por isso, é importante reforçar a ideia de que a vulnerabilidade não está sempre presente e atrelada a uma determinada característica ou estado. É fundamental que se considere a multiplicidade de áreas e graus de vulnerabilidade com diferenças entre pessoas, para entendermos que os principais condicionadores do fenômeno não são os fatores intrínsecos, mas sim os extrínsecos ao consumidor (BAKER *et al.*, 2005).

Neste sentido, a Figura 3 apresenta a ideia de Baker *et al.* (2005) para representação gráfica do modelo conceitual da vulnerabilidade.

Figura 3 - Modelo conceitual para definir vulnerabilidade do consumidor



Fonte: Baker *et al.* (2005).

Ressaltamos que, apesar de a natureza singular e complexa dos fenômenos sociais tornar mais difícil para que uma única teoria capte holisticamente toda sua

realidade, este modelo foi escolhido para embasar tanto a construção do referencial teórico como a fase empírica desta pesquisa, por ter elevado prestígio diante da comunidade acadêmica, e pela facilidade de compreensão. O uso de expressões simples e a formulação gráfica concisa garantem ao modelo acessibilidade e rápida disseminação, além de apresentar o consumidor não só como um receptor passivo, mas como um agente que também traz à tona suas expectativas e recursos de maneira efetiva para o ambiente. O que, conseqüentemente, corrobora com a própria intenção deste trabalho que é fazer-se acessível, principalmente, aos indivíduos que vivenciam a vulnerabilidade e podem desconhecer o fenômeno; e por outros pesquisadores que também estejam interessados em disseminar os princípios do Macromarketing de maneira acessível.

O modelo apresentado indica que as características individuais, os estados individuais e as condições externas são os fatores que contribuem para a vulnerabilidade no processo de consumo. De acordo com Baker *et al.* (2005), primeiro, por características individuais compreendem-se os aspectos Biofísicos, como idade, aparência, habilidades funcionais, gênero, condições de saúde, raça/etnia ou orientação sexual. E os aspectos Psicossociais, como capacidade e desenvolvimento cognitivo, etnia “com a qual me identifico”, níveis de escolaridade, autoconceito ou status socioeconômico.

Segundo, por estados individuais compreendem-se as diversas circunstâncias que exprimem ou influenciam as condições emocionais e psicológicas dos indivíduos, como luto, mobilidade (territorial), humor, fases transitórias da vida (divórcio, aposentadoria, aculturação), motivações e objetivos. De acordo com Artoni (2013), a vulnerabilidade decorrente dos estados individuais pode ser considerada um subproduto dos sentimentos de impotência e desamparo que as pessoas vivenciam ao tentarem mensurar as incertezas da vida e de, ressaltarem as atividades e decisões que estão fora de seu controle individual. Por isso, podemos inferir que um casal divorciado que compensa seus conflitos presenteando os filhos ou cedendo aos seus desejos de consumo esteja vivenciando vulnerabilidade.

E, por último, as condições externas são os fatores que não estão sob o domínio imediato do consumidor, mas que também irão contribuir com a experiência de consumo como: discriminação, repressão, estigmatização, distribuição de recursos, elementos físicos e logísticos, dentre outras condições ambientais.

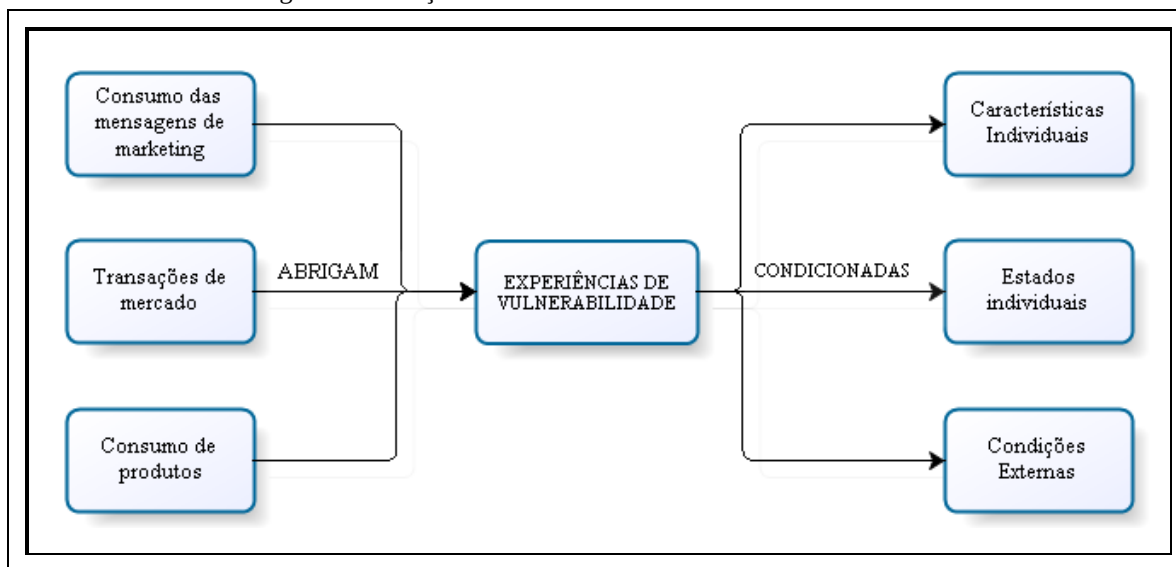
A combinação destes fatores internos e externos em uma situação de consumo não necessariamente resulta em vulnerabilidade, como discutido nos capítulos anteriores. Porém, caso se faça presente, a vulnerabilidade do consumidor pode gerar pelo menos duas consequências potenciais: (1) fazer com que o indivíduo responda à situação de maneira adaptativa, incluindo comportamento positivo, estratégias emocionais de sobrevivência, aprendizado com a impotência, ou o sentimento de desumanização; e (2) com que algum tipo de resposta de marketing e políticas públicas surja para facilitar ou dificultar o controle dos encontros de consumo futuros; ou seja, para evitar que a vulnerabilidade inicie o seu “ciclo vicioso”, e se torne um fator permanente no consumo do indivíduo, que não a reconhece e, por isso, não age em seu favor.

Para Adkins e Jae (2010), consequências comuns associadas às experiências de desequilíbrio no mercado que resultam em vulnerabilidade são: escolher produtos de baixa qualidade; sair do ambiente de troca sem o item desejado; engajar-se em transações injustas; prolongar o processo de troca mais do que o necessário; aumentar os riscos de injúrias físicas e endividamento, ou sofrer danos psicológicos e emocionais como estigmatização, desamparo aprendido⁹ e dificuldades para controlar crises de raiva. Por isso, de acordo com o exposto, é correto afirmar que ninguém escolhe vivenciar a vulnerabilidade. Mesmo assim, todos os consumidores, em algum momento da vida, estarão sujeitos a experiências desse tipo.

Para fazermos a conexão entre as situações anteriormente apresentadas e os fatores condicionantes da vulnerabilidade, apresenta-se a Figura 4. Nela, são evidenciados, de acordo com o conceito proposto por Baker *et al.* (2005), a interação com as mensagens de marketing, as transações de mercado e o consumo de produtos que viabilizam as experiências de vulnerabilidade, condicionadas, consequentemente, pelas características e estados individuais e as condições externas.

⁹ *Learned Helplessness*: É o estado mental no qual um sujeito, forçado a viver uma situação dolorosa ou desagradável, se torna incapaz ou se desmotiva a evitar subsequentes situações com esse mesmo estímulo, ou seja, mesmo que possa se esquivar dessa situação ele não o fará por achar que não tem controle sobre a situação, pois ela ocorre independente de sua vontade. O acúmulo de experiências de vulnerabilidade, portanto, pode fazer com os indivíduos aceitem e se tornem passivos, apesar de sua clara habilidade para mudar o cenário negativo. (ENCICLOPÉDIA BRITÂNICA, 2014, disponível em: <<http://goo.gl/9vusMU>>, acesso em 06/04/2015).

Figura 4 - Situações e fatores condicionantes da vulnerabilidade



Fonte: Elaboração própria (2016).

A partir da Figura 4, reafirma-se que a vulnerabilidade é o estado de impotência proveniente de um potencial desequilíbrio, e o Quadro 4, portanto, é apresentado para exemplificar a interação sugerida.

Quadro 4 - Exemplos de experiências de vulnerabilidade

SITUAÇÃO + FATOR		= EXPERIÊNCIA
+	Mensagens de marketing	Crianças diante da superexposição às mensagens de páscoa, dia das crianças ou época de natal.
	Características individuais	
+	Transações de mercado	Mulher que perdeu os filhos e precisa comprar um novo veículo para família, agora menor.
	Estados individuais	
+	Consumo de produtos	Homem de meia idade não acostumado a fazer feira que leva um produto vencido exposto nas prateleiras dos supermercados.
	Condições externas	

Fonte: Elaboração própria (2016).

Com esses exemplos podemos corroborar alguns aspectos trabalhados anteriormente, como: a ideia de que a vulnerabilidade está presente em qualquer estágio do processo de troca; pode afetar qualquer indivíduo em alguma fase do ciclo da vida, ou familiar; além de não permanecer restrita somente às experiências cujo subproduto é um atentado à integridade física do sujeito.

E para corroborar a profundidade e importância destas discussões, outro modelo que também evidenciou o rompimento com esta perspectiva da vulnerabilidade ligada somente às hipersensibilidades físicas, expandindo o seu escopo, foi a Tipologia Consumidor-Situação, desenvolvida por Morgan, Schuler e Stoltman (1995). Esta

tipologia é apresentada para auxiliar a discussão que vem sendo desenvolvida e possuir relação com o modelo de Baker *et al.* (2005).

2.3.2 Tipologia de Morgan, Schuler e Stoltman (1995)

Em sua narrativa sobre a vulnerabilidade, Baker *et al.* (2005) discutem sobre os fatores que condicionam essas experiências considerando ainda o trabalho de Morgan, Schuler e Stoltman (1995). Estes autores conceberam uma tipologia que buscou expandir a análise da vulnerabilidade proveniente dos atentados físicos, exprimindo outros aspectos que colaboram para a ocorrência do fenômeno, chamada de tipologia Consumidor-Situação.

A tipologia desenvolvida trabalha com a categoria “Consumidor”, que se relaciona aos fatores internos, subdivididos em: (1) Sensibilidades físicas, (2) Competências físicas; (3) Competências mentais e (4) Nível de sofisticação. E a categoria “Situação”, responsável por explicar os aspectos externos, subdivididos em: (1) Ambiente material, (2) Tomador de decisão, (3) Intervalo de consumo, (4) Uso da informação, e as (5) Condições temporárias.

O Quadro 5 encontra-se disponível para apresentar o trabalho de Morgan, Schuler e Stoltman (1995).

Quadro 5 - Tipologia Consumidor-Situação

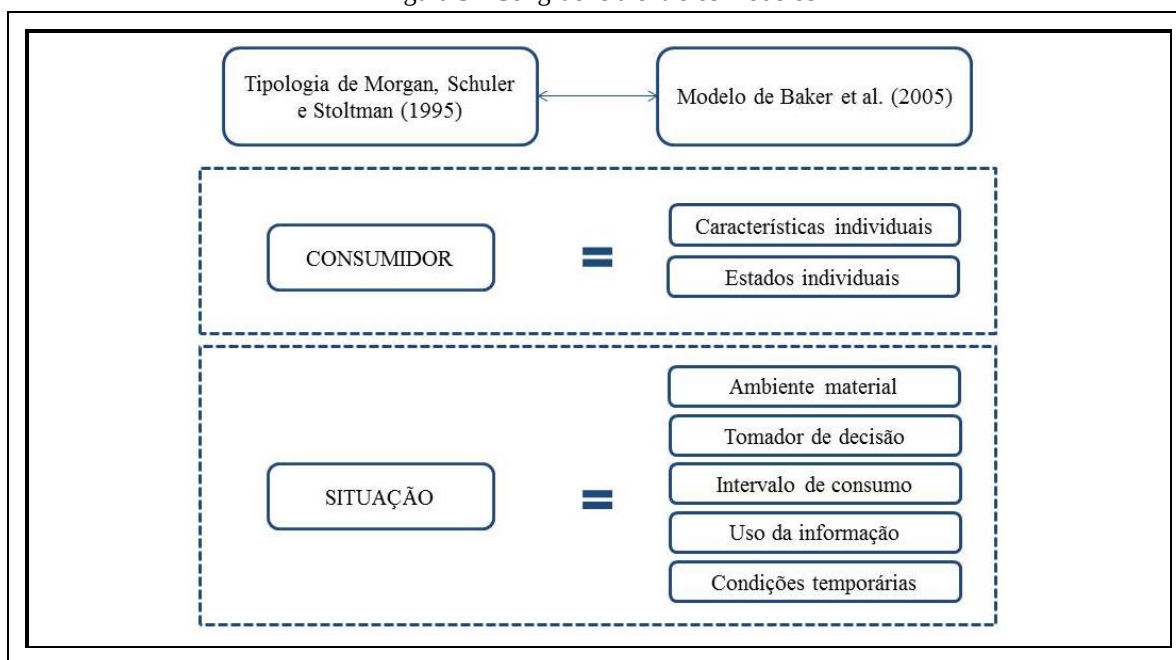
CONSUMIDOR	
Vulnerabilidade decorrente das (do):	Diz respeito ao:
Sensibilidades físicas (Exemplos: asmáticos, alérgicos a frutos do mar, intolerantes à lactose ou glúten, etc.).	Grupo de consumidores que pode sofrer com a vulnerabilidade devido às reações alérgicas e demais injúrias físicas causadas pelo uso de um produto específico (ou seja, a abordagem clássica).
Competências físicas	Grupo de consumidores que pode sofrer com a vulnerabilidade devido às deficiências físicas, sexo, raça, país de origem, religião, idade, e outras características que determinam o seu semblante/corpo/aparência.
Competências mentais	Grupo de consumidores que pode sofrer com a vulnerabilidade devido às deficiências como dislexia, transtorno de déficit de atenção e hiperatividade, analfabetismo, dentre outras anormalidades de processamento mental.
Nível de sofisticação	Grupo de consumidores que pode sofrer com a vulnerabilidade devido à ingenuidade proveniente do histórico socioeconômico de pobreza ou baixo acesso à educação.

SITUAÇÃO	
Vulnerabilidade influenciada pelo:	Diz respeito ao (aos) (às):
Ambiente material (Exemplos: produtos com dosagens específicas; consumo de produtos combinados como drogas e álcool; ou com ingredientes como lactose e glúten).	Produtos mais perigosos e com maior potencial de causar prejuízos. Aqueles que precisam de direcionamentos específicos para ser consumidos e geralmente causam dúvidas ou confusão.
Tomador de decisão	Situações em que o consumidor confia na decisão de um terceiro para escolher o que irá consumir, recebe recomendações mal intencionadas, ou não percebe a omissão de informações importantes sobre o uso ou efeitos colaterais do produto.
Intervalo de consumo	Intervalos entre os estágios do processo de compra, consumo e reconhecimento do prejuízo; Frequência com que faz compras; Frequência com que mantém contato com vendedores e outros agentes distribuidores; Condições especiais de compra como promoções “relâmpago” e ofertas limitadas.
Uso da informação	Situações onde há o mau uso dos meios de comunicação utilizados para informar e alertar consumidores sobre perigos e informações úteis para a interação correta com produtos e serviços.
Condições temporárias	Outras situações de perigo que não estejam claras para o consumidor e contempladas pelas situações anteriores por serem transitórias ou temporárias.

Fonte: Elaboração própria (2016).

Para manter a conformidade com a terminologia utilizada por Baker *et al.* (2005), é possível dizer que o grupo de consumidores representa as características e os estados individuais, e o grupo de situações representa as condições externas. A Figura 5 apresenta visualmente a congruência entre os modelos apresentados.

Figura 5 - Congruência entre os modelos



Fonte: Elaboração própria (2016).

Essa tipologia indica que a vulnerabilidade do consumidor é condicionada, portanto, pela interação entre um indivíduo e todas as suas características com uma situação de consumo, incorporando também a perspectiva situacional (BAKER et al., 2005). Para este trabalho esta perspectiva se faz coerente, pois a vulnerabilidade emergente da passagem pelo divórcio vai além da relação entre o consumidor e os prejuízos decorrentes do consumo de um produto e suas injúrias físicas. Ela é o subproduto do desequilíbrio e do sentimento de impotência vivenciado após o trauma emocional e psicológico, capaz de afetar a motivação e o interesse do indivíduo para avaliar situações de consumo, observando-se todas as suas características e entrelinhas.

Em uma tentativa de exemplificar a interação Consumidor-Situação, o Quadro 6 apresenta algumas combinações entre os grupos de consumidores e os grupos de situações, apresentando possibilidades de experiências (vulnerabilidade) decorrentes de cada.

Quadro 6 - Exemplos da Tipologia Consumidor-Situação

CONSUMIDOR + SITUAÇÃO			= EXPERIÊNCIA
+	Sensibilidades físicas		Uma mãe cujo filho é intolerante à lactose compra um leite inadequado devido a uma informação mal apresentada na embalagem do produto.
	Uso da informação		
+	Competências físicas		Uma mulher que compra óleo veicular fora da validade vendido em uma promoção relâmpago por uma oficina mecânica.
	Intervalo de consumo		
+	Competências mentais		Um consumidor analfabeto que não consegue diferenciar entre produtos <i>light</i> ou <i>diet</i> e sofre com diabetes.
	Ambiente material		
+	Nível de sofisticação		Empregada doméstica que contrai um empréstimo, influenciada pelo vendedor que precisa bater uma meta.
	Tomador de decisão		
+	Competências físicas	Nível de sofisticação	Uma idosa de baixa renda que adquire um título de capitalização ao invés de uma conta poupança influenciada pela explicação equivocada do funcionário de um banco.
	Tomador de decisão	Uso da informação	

Fonte: Elaboração própria (2016).

Dito isto, de acordo com os modelos apresentados:

“A vulnerabilidade do consumidor ocasiona um estado de impotência que se manifesta quando características individuais e estados individuais (que flutuam) interagem com elementos estruturais e outras características ambientais para produzir condições nas quais os desequilíbrios de mercado e os prejuízos podem ocorrer como resultado do consumo das mensagens de marketing, das transações de mercado e do consumo de produtos. Isso quer dizer que a vulnerabilidade do consumidor ocorre quando os sujeitos, involuntariamente, entregam aos fatores externos controle sobre a existência de justiça no mercado”. (ADKINS; JAE, 2010, p.3).

Ambos os modelos de Baker *et al.* (2005) e a tipologia de Morgan, Schuler e Stoltman (1995) procuram identificar quando e por que os consumidores experimentam vulnerabilidade, a partir das experiências que vivem no mercado e na vida. Sendo assim, eles oferecem uma percepção, adequada ao propósito deste trabalho, para analisar o que constitui a vulnerabilidade do consumidor mediante a passagem pelo divórcio.

Diante do exposto, o capítulo retratou a vulnerabilidade do consumidor para que pudéssemos discutir suas características e particularidades, antes de relacionarmos as externalidades desse fenômeno ao contexto do consumo em famílias divorciadas. Na seção de Apêndices o leitor encontrará um resumo do que foi trabalhado por este capítulo sobre vulnerabilidade do consumidor.

2.4 As famílias contemporâneas e o consumo

Quando pensa em família, quem são as pessoas que aparecem na sua mente? Você conseguiria fazer uma lista? Essas duas perguntas parecem simples a princípio, mas, juntas são capazes de iniciar um longo debate entre especialistas que buscam o verdadeiro significado da família e sua estrutura. Apesar de ser considerada a célula básica da sociedade (COSTA, 2012), o alcance do seu conceito é um desafio que ainda permeia o mundo contemporâneo. Por isso, tamanha é a importância do diálogo entre diferentes conhecimentos para captarmos a essência e novas modalidades deste núcleo.

Se dedicarmos, então, atenção ao exercício inicialmente proposto, algumas questões poderão surgir para provar o quão diferente pode ser o entendimento sobre a composição da família. Uns irão questionar se somente os laços sanguíneos devem ser considerados, enquanto outros poderão desconsiderar totalmente o fator genético para priorizar os elos emocionais e, assim, incluir até mesmo, amigos, animais de estimação, objetos e divindades. Com esta dualidade destaca-se o surgimento das diversas organizações familiares alternativas, como: casais com filhos de outros relacionamentos, casais homossexuais com filhos adotivos, produções independentes, e as famílias monoparentais (DESSEN; LEWIS, 1998; SIMIONATO; OLIVEIRA, 2003).

Conforme Souza (2000), as crianças e os adolescentes, atualmente, podem, em função dessas modificações familiares, responder de uma maneira muito inusitada a uma pergunta simples. Por exemplo, à questão “Você tem irmãos?”, ao invés dos esperados “sim” ou “não”, a resposta pode ser um inusitado “depende”. Em função destes recasamentos e novas uniões os filhos passam, hoje, a conceber a família de outras formas, algumas vezes incluindo meios-irmãos, outras vezes considerando apenas a família nuclear segundo uma vasta possibilidade de rearranjos que incluem avós, tios e madrastas.

Diante disso, ressalta-se que o exercício anteriormente proposto nos esclarece como as mudanças ocorridas na sociedade, especialmente, aquelas relacionadas à redução da fecundidade, à maior longevidade e novos valores de saúde, bem como à maior secularização e individualização dos sujeitos, ocorreram simultaneamente às transformações no tamanho e composição das famílias, das relações de gênero e dos padrões de consumo (CARVALHO; ALVES, 2012).

Sendo assim, podemos afirmar que:

“O conceito de família varia de acordo com o indivíduo, seu contexto, e a época em que essa questão lhe é proposta. Se o sujeito percebe os membros de sua casa como sua família, então, este será o conceito correto. Mas, nada impede que outro sujeito perceba um grande amigo como seu irmão, não havendo, portanto, incoerência quanto a isto”. (LEVIN; TROST, 1992, p.348).

Curiosamente, esta definição vai de encontro, por exemplo, ao texto principal do projeto de lei “Estatuto da Família”, aprovado em 29 de setembro de 2015, que a define como: “união entre homem e mulher por meio de casamento ou união estável, ou a comunidade formada por qualquer um dos pais junto com os filhos”. Apesar de no conceito estabelecido pelo deputado Anderson Ferreira (PR-PE) haver referência à monoparentalidade, o que para a pesquisa seria suficiente, vale a pena ressaltar que este não é o único modelo de família que merecia ser reconhecido.

Isso se torna verdade quando ouvimos não só a opinião pública¹⁰, mas também trazemos para o debate a cartilha do divórcio estabelecida em 2013 (mesma época em que o “Estatuto da Família” iniciou seus trâmites na Câmara dos Deputados) pelo Conselho Nacional de Justiça. Na ocasião, as famílias foram classificadas em seis diferentes tipos, descritos no Quadro 7.

Quadro 7 - Classificação de famílias de acordo com o CNJ

Tipos de famílias	Tradicional ou nuclear	Pai, mãe e filhos vivem todos juntos.
	Monoparental	Os filhos vivem apenas com um dos pais.
	Recomposta ou reconstituída	O pai ou a mãe voltou a se casar com outra pessoa.
	Alargada ou ampliada	Outros parentes (avós, tios e primos) vivem com a família nuclear (pais e filhos).
	Binuclear	Composta pelos dois lares que se formam após o divórcio de pessoas que tiveram filhos. A família binuclear não deixa de ser uma família; apenas se divide em dois núcleos após a separação ou o divórcio. Ambos os pais continuam responsáveis pelos cuidados dos filhos, atendendo às suas necessidades afetivas, espirituais, econômicas e físicas.
	Homoparental	Os dois ascendentes são do mesmo sexo, sejam homens ou mulheres.

Fonte: Cartilha do divórcio para os pais/CNJ (2015).

Sendo assim, por vivenciar na realidade das famílias entrevistadas um cenário de diversidade, esta pesquisa se coloca como um convite à reflexão sobre as

¹⁰ A enquête sobre o projeto de lei que trata do Estatuto da Família (PL 6583/13) obteve no total 10.282.070 votos no portal da Câmara dos Deputados. A enquête questiona se o votante concorda com a definição de família como o núcleo formado a partir da união entre homem e mulher, prevista no projeto. O resultado indicou que 48,9% dos participantes votaram a favor do projeto; 51,62%, contra; e 0,29% disseram não ter opinião formada.

propostas democratizantes da Constituição Federal, especialmente no que tange “a promover o bem de todos, sem qualquer forma de discriminação” (art. 4º, inciso IV). De que maneira o estabelecimento de um modelo padrão de família poderá transgredir os direitos constitucionais deste núcleo, ou até mesmo imputar-lhe novas situações de vulnerabilidade diante das ações que se destinam, por exemplo, à promoção de políticas destinadas à família? Este assunto não se esgota apenas mediante a reflexão anteriormente proposta. Dessa forma, é imprescindível que a sociedade se engaje na construção social desta vertente, a fim de aproximar a descrição jurídica e os conceitos teóricos à realidade brasileira atual.

2.4.1 Evolução do conceito brasileiro de família

Em se tratando de sua evolução histórica no Brasil, a família teve seus primeiros resquícios dispostos nos textos do Código Civil de 1916, onde se pressupunha um modelo único e padrão que excluía da proteção legal quaisquer outras formas familiares. Neste período, para que uma família fosse de fato família os principais padrões exigidos eram a presença de um matrimônio e da harmonia conjugal, além da hierarquia e do patriarcalismo. A mulher, considerada incapaz pelas próprias regras civis, devia obediência e submissão ao cônjuge, e os filhos entregavam, involuntariamente, ao pai o poder decisório sobre suas vontades (PAULO, 2009).

As organizações humanas, contudo, nem sempre foram patriarcais. Estudos antropológicos como os de Engels (1964) e Muraro (1997), por exemplo, indicam que, nos primórdios da humanidade, as sociedades eram coletivistas, tribais, nômades e matrilineares; ou seja, organizavam-se, predominantemente, em torno da figura da mãe a partir da descendência feminina e, conseqüentemente, possuíam um entendimento completamente diferente acerca da estrutura familiar, suas funções e o papel social deste núcleo (NARVAZ; KOLLER, 2006, p.50). Vale salientar que, para o contexto da pesquisa, este modelo de socialização de crianças criadas, predominantemente, de acordo com os padrões de consumo e comportamento materno nos leva a indagar: de quais formas estarão sujeitas às mudanças e lacunas (ou, quem sabe, benefícios) comportamentais, emocionais e psicológicas oriundas da ausência da figura paterna, e do aspecto “mãe” como chefe da família?

Diante disso, é importante questionarmos determinados princípios do tradicional patriarcalismo que ainda rege os principais costumes sociais¹¹, em busca de uma compreensão mais assertiva acerca dos novos desafios do sistema familiar contemporâneo, e dos próprios parâmetros jurídicos ou culturais que definem as diretrizes para o comportamento deste núcleo (NARVAZ; KOLLER, 2006); já que a estrutura das famílias tem o poder para determinar os tipos de gastos de cada unidade familiar, e a composição destes arranjos pode influenciar o uso do tempo e dos recursos monetários entre seus membros (CARVALHO; ALVES, 2012).

A família, apesar de parecer uma instituição cujo significado é bastante subjetivo, representa um espaço de socialização e busca coletiva por estratégias de sobrevivência. Este núcleo pode ser considerado um local propício para o aprendizado da cidadania e o desenvolvimento individual ou grupal de seus membros, independentemente dos arranjos ou das novas estruturas que vem se formando nos últimos anos. Além disso, é um espaço propício para o desenvolvimento da cultura familiar, definida como 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 (SIMIONATO; OLIVEIRA, 2003), bem como repercutem, significativamente, nas opções de consumo (CARVALHO; ALVES, 2012).

Este núcleo encontra-se sujeito a um complexo sistema organizado por meio de crenças, valores e práticas ligadas diretamente às mudanças da sociedade. Mudanças estas que podem exercer pressões sobre os seus membros para que se adaptem à realidade ao seu redor e fortaleçam o grupo. Mas, em contrapartida, também exigem novas regras sociais de amparo às novidades na ordem familiar (MINUCHIN, 1988; FACO; MELCHIORI, 2009).

As contemporâneas ordens familiares têm se tornado frequentes na sociedade. Porém, a imagem do grupo formado por um casal e seus filhos ainda é muito forte para a construção do senso comum. O que promove, em muitos casos, rejeição e aversão ao diálogo introdutório de outros vínculos porventura formados entre pessoas que não estejam categorizadas na classificação tradicional (PAULO, 2009). A fixação por esse modelo clássico no qual os pais biológicos (heterossexuais) possuem um papel

¹¹ Basta observarmos, por exemplo, o montante de sujeitos que na enquete sobre a procedência do “Estatuto da Família” concordam que o modelo tradicional tem maior validade sobre os alternativos. Disponível em <http://goo.gl/9wjPt0>

predominante e indiscutível na representação da família dificulta a observação das tendências estruturais deste sistema. E fazem surgir resistência, por exemplo, à possível evolução de políticas públicas que desmistificam a percepção da responsabilidade feminina pela esfera doméstica e pela maternidade, aproximando os homens das responsabilidades paternas¹².

Esta nova realidade no quadro estrutural das famílias coloca em cheque a universalização do seu conceito, indicando que este núcleo é uma abstração indeterminada e capaz de ultrapassar a relação com a definição biológica (PAULO, 2009). Além disso, sem a evolução deste conceito, as famílias monoparentais femininas podem sofrer muito com a vulnerabilidade não somente no consumo, mas também no próprio convívio social, cultural, religioso ou educacional, motivada pelo preconceito e/ou pelas brechas legais no amparo aos seus direitos.

A evolução da compreensão de família, deste modo, não pode ser tratada de forma dogmática, já que os novos padrões presenciados, hoje, não decorrem da natureza (LOUZADA, 2011). “A família não é algo biológico, algo natural ou dado, mas produto de formas históricas de organização entre os humanos” (NARVAZ; KOLLER, 2006, p. 49). Sendo assim, é perfeitamente possível que uma sociedade possa existir não necessariamente seguindo o formato tradicional da família e, sim, com a manutenção de uma identidade legal, econômica e sentimental mesmo quando estruturada de modo adverso (PAULO, 2009).

No caso desta pesquisa, o núcleo formado por uma mulher divorciada e os filhos desta relação, ou seja, a família monoparental feminina será a base para o tratamento dos aspectos da vulnerabilidade no consumo. Esta escolha evidencia o impacto dessa estrutura específica no modelo de pesquisa pretendido, pois a falta de um pai (a figura masculina) provocada pela sua morte possui, até mesmo, menos impactos negativos para a vida da criança (e da família como um todo) do que a falta provocada pelo divórcio (BIBLARZ; GOTTAINGER, 2000; CORAK, 2001; LANG; ZAGORSKY, 2001; GINTER; POLLAK 2004).

¹² Neste trecho, há referência à lei sancionada em 2014 pela presidência da república que determina obrigatoriamente a guarda compartilhada para casais que se divorciam e não chegam a um consenso sobre quem deve ficar com a criança.

Além disso, a maioria das famílias chefiadas somente por mulheres, mais especificamente no Brasil, encontra-se em situação de vulnerabilidade social¹³ (GOMES; PEREIRA, 2005; CARVALHO; ALVES, 2012) e, com isso, tendem a experimentar níveis maiores de restrições financeiras que, conseqüentemente, perpetuam um estado de pobreza nas próximas gerações por meio dos níveis de acesso à educação e lições de consumo mais escassos direcionados aos seus filhos. Sem falar na alta possibilidade de que, se estes filhos forem do sexo feminino, também acabem se tornando mães solteiras ou mulheres divorciadas (CORMAN; KAESTNER, 1992).

Acrescido a estes aspectos, como o cuidado com as crianças é majoritariamente atrelado à figura materna, o relacionamento em questão se torna sensível às pressões e adversidades que, porventura, desestabilizem o seu estado emocional (da mãe); justamente durante uma fase da vida da criança em que os efeitos da ruptura familiar poderão ser sentidos até mesmo anos após o seu início (CROSNOE et al., 2014).

Em 2002, com o novo Código Civil, o Brasil até vivenciou uma evolução no conceito de família, quando a pluralidade deste núcleo foi representada no cenário jurídico (perceba que essa concepção evoluída possui apenas 13 anos de vigência, por isso, ainda existem resquícios do preconceito atrelado ao debate sobre o conceito de família). A nova concepção parecia enxergar não somente uma, mas diversas famílias, com várias configurações possíveis, dentre elas as monoparentais e aquelas advindas da união estável.

O matrimônio deixava de ser essencial e indissolúvel, sendo aceito o encerramento de uma sociedade conjugal e a constituição de outras em seu lugar, sem limites para o número de descasamentos e recasamentos. A hierarquia, o patriarcalismo e a desigualdade cederam lugar à democracia e à isonomia entre os cônjuges e os filhos, não havendo, portanto, mais um “chefe de família”. No novo código, este núcleo “não seria mais regido pelo *pátrio poder*, ou seja, pelo poder do pai, como na época feudal. Mas, pelo *pater familiae*, que pressupõe a igualdade de poder entre os membros do casal” (PAULO, 2009).

¹³ Gomes e Pereira (2005) afirmam que à medida que a família encontra dificuldades para cumprir satisfatoriamente suas tarefas básicas de socialização e de amparo/serviços aos seus membros, criam-se situações de vulnerabilidade social. A vida familiar para ser efetiva e eficaz depende de condições para sua sustentação e manutenção de seus vínculos.

Alguns termos que constavam no código anterior (de 1916) foram alterados a fim de diminuir a linguagem androcêntrica nele contido, entre eles os termos “todo homem”, que foi substituído por “toda pessoa”; e a própria Constituição Federal (1988) representou um marco na evolução do conceito de família ao validar a tendência que este núcleo possui de se tornar um grupo cada vez menos organizado e hierarquizado e cada vez mais fundado na afeição mútua (SIMIONATO; OLIVEIRA, 2003; LOUZADA, 2011).

Entretanto, mesmo com o avanço na concepção de igualdade entre homens e mulheres, o papel da mãe permanece atrelado à imagem de provedora de cuidado aos filhos, enquanto o papel do pai, além de proporcionar o sustento, envolve questões de disciplina e de autoridade. Sendo assim, as mulheres ainda possuem uma posição de trabalhadoras complementares, e estão sujeitas a maior vulnerabilidade diante do senso comum, embora, atualmente, sejam elas muitas vezes as reais provedoras da casa (FLECK; WAGNER, 2003).

Em casos de divórcio, essa situação se agrava. A ideia de que as mães devem dedicar-se, integralmente, aos filhos e maridos expõem-nas a uma dupla culpa (e consequentemente, vulnerabilidade), ao afastar-se dos “deveres que lhes são naturais” para promover o sustento da casa, educação aos filhos, e ainda cuidados com aparência, bem-estar e sucesso profissional (FLECK; WAGNER, 2003). Agregado a isso, a mídia atual também reforça estas informações aumentando a culpa das mulheres que não se limitam à esfera doméstica e aos papéis patriarcais normativos de esposa e mãe dedicada (NARVAZ; KOLLER, 2006, p.52).

Estes fatores que dificultam o exercício da monoparentalidade, tais como a restrição financeira e a falta de suporte conjugal ou comunitário, em especial às mulheres responsáveis por uma família, remetem a um desequilíbrio na conjuntura social. Ou seja, nas condições externas que podem originar traços de vulnerabilidades em seu comportamento, e consequente influência sobre as decisões relacionadas ao consumo dos filhos.

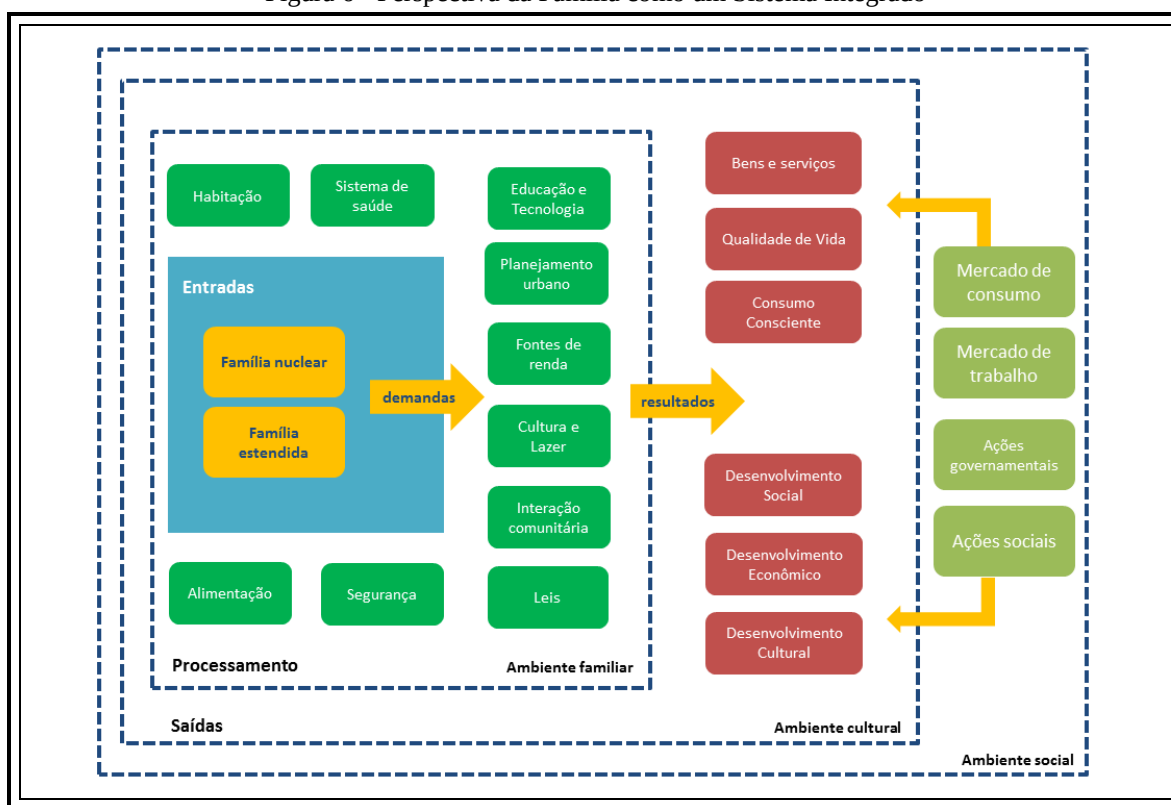
Uma vez que, estas condições fragilizam os laços sociais e dificultam o acesso a recursos de apoio para sua sobrevivência, agora como representante da família, a efetividade das políticas públicas, o esforço de comunicação empresarial, e a flexibilidade da opinião social são fundamentais à superação de sua condição de vulnerabilidade. Vale, contudo, salientar que existem casos em que a mulher é o sujeito pivô da separação e os filhos permanecem com o pai, havendo, portanto, necessidade de

estudos que averiguem as características da vulnerabilidade inerentes a esta estrutura familiar, onde o homem assume total responsabilidade também pelos filhos (DESSEN; LEWIS, 1998).

2.4.2 A família como um sistema integrado

Para manter a coerência do debate exposto com a perspectiva de marketing, neste estudo a família é compreendida como um sistema integrado, composto de subsistemas internos (relação entre irmãos ou marido e mulher, por exemplo) que também estão associados aos sistemas externos (como a comunidade). Essa associação também ocorre por meio de interações entre diferentes níveis, e cujos laços permitem a interligação entre os indivíduos e seus parentes, e o ambiente social, cultural e familiar (MINUCHIN, 1990; COX; PALEY, 1997). Este sistema é representado pela Figura 6.

Figura 6 - Perspectiva da Família como um Sistema Integrado



Fonte: Elaboração própria (2016).

Segundo a lógica de sistema de trocas, também evidenciado pela Figura 7, percebemos a atuação das famílias como agentes demandantes que suprem suas necessidades e desejos por meio da interação com os subsistemas ofertantes existentes

nos ambientes social e cultural, sejam eles de natureza privada, ou resultantes da atuação pública. Em decorrência do processamento entre demandas e ofertas, espera-se que as famílias tenham acesso à infraestrutura necessária para garantir qualidade de vida, acesso a bens e serviços com valor agregado, e ao apropriado ambiente para o consumo consciente, resistente, principalmente, à ação da vulnerabilidade.

Usar a perspectiva da família como um sistema destaca a ideia de que este núcleo é um “todo complexo e integrado” (MINICHUIN, 1998, p.8), onde os membros individuais são necessariamente independentes e capazes de exercer influência recíproca uns sobre os outros. Sendo, por conseguinte, uma noção compatível com o escopo estendido do marketing que busca aprofundar seu entendimento sobre os sistemas sociais por meio dos quais sua atividade será colocada em funcionamento.

Dada à interdependência entre estes contextos, os conflitos matrimoniais tendem a se estender por todos os subsistemas da família, dificultando a socialização das crianças e explicitando a perda do suporte mútuo característico das relações entre filhos de pais com o casamento intacto. Isso porque “as relações familiares, em geral, e o relacionamento entre pais e filhos, em particular, possuem impacto profundo sobre o bem estar psicológico, físico, social e econômico dos filhos” (SANDERS, 1999, p. 71). Por isso, uma lacuna específica na relação positiva com um dos pais gerada pelo rompimento da família pode ser tão danosa para o desenvolvimento da criança.

Sobre estas condições o ideal é que um limite seja criado entre o subsistema marido e mulher para que as crianças vislumbrem um modelo das relações adultas, em particular, as relações conjugais, providas de exemplos positivos de como as emoções devem ser externalizadas e os problemas resolvidos. Mas, na prática, será que de fato as famílias conseguem isso?

Um dos grandes problemas relatados no quesito “consequências negativas do divórcio”, por exemplo, é a própria síndrome da alienação parental, que ocorre quando, geralmente, o detentor da custódia intenta afastar, propositalmente, os filhos do relacionamento com o outro genitor. Essa situação pode ser fruto do apego excessivo (superproteção) e dos próprios contratempos emocionais e psicológicos oriundos do processo de divórcio, que desencadeiam uma série de conflitos e podem afetar diretamente o comportamento de consumo da família, onde, teoricamente, são vistos os efeitos da vulnerabilidade do consumidor (FONSECA, 2006; MITCHAM-SMITH; HENRY, 2007). E, mesmo que alguns casais continuem a oferecer suporte mútuo como pais em busca de uma relação positiva com os filhos, as mães estão mais sujeitas a

sofrer com o estresse do processo, tornando-se, temporariamente, imprevisíveis, reservadas, severas e alheias às necessidades da criança por lidarem, simultaneamente, com os desafios da monoparentalidade e os problemas com seu ex-cônjuge (COX; PALEY, 1997).

Para compreender, portanto, o processo de adaptação de qualquer indivíduo e sua relação com as mudanças na estrutura da família é necessário observamos as alterações que ocorrem em todos os subsistemas familiares e a influência de cada um sobre os seus membros. Nesse sentido, o conceito da vulnerabilidade deve ser trabalhado sob a perspectiva do divórcio, para que as consequências desse evento se tornem mais claras, uma vez que as mudanças na família tendem a quebrar os acordos que os pais determinam para criar seus filhos, e evidenciam o potencial risco para a formação dos futuros consumidores (CROSNOE et al., 2014).

2.5 O divórcio e seus efeitos sobre a família e o consumo

Até o presente momento, a discussão conduzida apresentou evidências de que as famílias têm sido drasticamente transformadas pelo aumento nas taxas de divórcio e outras mudanças sociais que, conseqüentemente, favorecem o surgimento de novos arranjos familiares. Em meio a estas evidências, foram expostos, no capítulo referente à vulnerabilidade do consumidor, os principais aspectos que caracterizam as experiências de vulnerabilidade, a fim de refletirmos acerca do divórcio como catalisador da relação entre a passagem por uma nova fase da vida e os possíveis impasses no ambiente de consumo.

Para que esta reflexão se concretize, entretanto, é imprescindível analisarmos também os aspectos caracterizadores do divórcio e, assim, alcançar uma compreensão mais assertiva sobre como este fenômeno pode ser interligado aos estudos em marketing e, principalmente, contribuir para o crescimento das pesquisas sobre a vulnerabilidade do consumidor.

Nas próximas seções são apresentados: (1) o conceito do divórcio e sua evolução histórica no Brasil; (2) as conseqüências gerais do divórcio sobre a família; e (3) a transitoriedade da família divorciada.

2.5.1 Conceito de divórcio e sua evolução histórica no Brasil

Assim como a maioria das palavras que compõe o léxico da língua portuguesa, o termo divórcio também deriva do Latim (“*divortium*”), e quer dizer “separação” ou “seguir por diferentes caminhos”. Esta palavra deve ser utilizada para caracterizar a separação judicial e a dissolução do casamento, ou a cessação dos seus efeitos civis (BRASIL, 1977; CANO et al., 2009). Contudo, informalmente, ela costuma a ser utilizada para caracterizar o rompimento entre um casal que, um dia, tenha confirmado seus votos de união eterna diante de suas testemunhas, autoridades religiosas, e um juiz.

Somente há 38 anos, em 1977, o divórcio foi instituído pela Emenda Constitucional nº 09, de 28 de junho, e nacionalmente regulamentado pela Lei nº 6.515, de 26 de dezembro, reguladora dos casos de dissolução da sociedade conjugal e do casamento, além dos seus efeitos e respectivos processos. Entretanto, como explica Cano et al. (2009, p. 214) “de fato, o divórcio e o recasamento já ocorriam, antes

mesmo da regulamentação pela via de lei. O problema, é que nenhum dos dois era reconhecido ou socialmente aceito”, principalmente, por confrontarem os costumes patriarcalistas e os dogmas religiosos que conduziam a sociedade com maior afinco naquela época (BOTTEGA, 2015; ARAÚJO, 2015).

Apesar de significar “separação”, de acordo com a perspectiva jurídica do conceito, entende-se que a separação judicial anula a obrigatoriedade de que os casais coabitem, mantenham fidelidade recíproca e permaneçam validados os arranjos do acordo matrimonial de bens. Porém, a separação não extingue o casamento. Ao invés disso, ela estabelece o prazo de um ano, no mínimo, para que o casal em conflito possa repensar a decisão, ou confirmá-la de vez, havendo, então, a dissolução real do matrimônio (o verdadeiro divórcio) e a possibilidade de que ambos estabeleçam um novo casamento civil (BRASIL, 1977).

Esta leve confusão entre os termos, principalmente os de cunho jurídico, é bastante comum no linguajar popular. Para facilitar o entendimento, o leitor pode encontrar um pequeno glossário com as expressões mais utilizadas no contexto em questão no Anexo 1.

Retomando o debate, desde sua regulamentação, sucessivos avanços foram introduzidos na lei para melhorar seus aspectos caracterizadores ou facilitar o processo de obtenção de um divórcio. O Quadro 8 apresenta de forma simplificada esta evolução, estando em destaque os eventos mais marcantes ocorridos no processo.

Quadro 8 - Principais eventos relacionados ao divórcio no Brasil

ANO	EVENTO
1893	Surge, por meio do deputado Érico Marinho, a primeira proposição divorcista, renovada em 1896 e 1899, porém sem sucesso. Em 1900 o deputado Martinho Garcez renovou a proposta divorcista, porém, ela também foi rejeitada.
1916	O anteprojeto de Código Civil proposto pelo jurista e legislador Clóvis Beviláqua em 1901 é aprovado consolidando, assim, o direito ao “desquite” no Brasil. Lembrando que o desquite não autorizava novo casamento, mas tão-somente autorizava a separação dos cônjuges e o encerramento do regime de bens.
1934	A Constituição de 1934 apresentou dispositivo constitucional acerca da indissolubilidade do casamento no Brasil, conforme previsão no artigo 144 ¹⁴ .
1946	Durante a vigência da Constituição de 1946 foi apresentado um projeto para retirar a expressão “vínculo indissolúvel” do texto legal, porém tal projeto sequer foi apreciado.
1969	A Constituição de 1969 determinou que qualquer projeto de divórcio somente poderia ser aprovado através de emenda constitucional.

¹⁴ BRASIL. **Constituição da República dos Estados Unidos do Brasil de 16/07/1934**. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constitui%C3%A7%C3%A3o34.htm>. Acesso em: 29 de abril de 2015.

1975	Apresentada a Emenda Constitucional nº 5, de 12/03/1975, que permitia a dissolução do vínculo conjugal após cinco anos de desquite ou sete anos de separação de fato. Essa emenda não foi aprovada em razão da não obtenção do quórum mínimo exigido.
1977	Divórcio foi instituído pela Emenda Constitucional nº 09, de 28/06/1977, de autoria do senador Nelson Carneiro. Essa emenda sofreu muitas críticas e gerou uma enorme polêmica para a época, pois tornava o casamento solúvel e propiciava às pessoas divorciadas a possibilidade de um novo casamento.
1977	A Emenda Constitucional nº 09 foi regulamentada pela Lei do Divórcio (Lei nº 6.515/1977) que inicialmente permitia apenas mais um casamento e alterava o nome do antigo instituto denominado “desquite” para o que conhecemos, hoje, como separação judicial.
1988	A Constituição Federal de 1988 instituiu o divórcio sem limitação numérica, mais precisamente no seu art. 226, § 6º.
1989	A Lei nº 7.841 (17/10/1989) revogou o art. 38 da antiga lei do Divórcio, excluindo assim a restrição numérica do pedido de divórcio. Porém, a separação judicial foi instituída como uma fase intermediária para a dissolução definitiva do casamento, como se fosse um estágio para saber se realmente era essa a vontade dos ex-cônjuges.
2007	Publicação da Lei nº 11.441, de 04/01/2007 que permitiu a realização do procedimento de separação e divórcio consensuais pela via extrajudicial, através de escritura pública perante o tabelião de notas, sem interferência do Poder Judiciário.
2008	A Lei nº 11.698, de 2008, promoveu alteração radical no modelo de guarda dos filhos, até então dominante no direito brasileiro, ou seja, da guarda unilateral conjugada com o direito de visita.
2010	Aprovação da Emenda Constitucional nº 66, de 13/07/2010, cuja nova redação do parágrafo 6º do Art. 226 da Constituição Federal, passou a prever que o casamento civil pode ser dissolvido pelo divórcio. A emenda apenas suprimiu a parte final do dispositivo, quanto à exigência do lapso temporal, não existindo mais qualquer contagem de tempo, e possibilitando o rompimento do vínculo conjugal pelo divórcio direto.
2015	Sancionada a Lei nº 13.105, de 16/03/2015, que, por exemplo, aumentou para dez dias o prazo para pagamento de pensão alimentícia e instituiu que a sentença estrangeira de divórcio consensual produza efeitos no Brasil, independentemente de homologação pelo Superior Tribunal de Justiça, dentre outras ações para agilizar o tempo de duração de um processo de divórcio.

Fonte: Elaboração própria (2016).

É possível verificar pelo histórico apresentado que “a evolução da forma de dissolução da sociedade conjugal e do vínculo matrimonial se deu de forma lenta e conforme as mudanças sociais” (BOTTEGA, 2015, p. 34). Tal reforma, foi fruto de um movimento legislativo que, há anos, vem reduzindo o intervencionismo estatal na vida privada dos cônjuges, notadamente, no que se refere à dissolução do matrimônio. Sempre buscando promover alterações que implicam na facilitação de sua obtenção. Com esta evolução percebe-se que as mudanças sociais e familiares são fortes aspectos que pressionam o sistema comunitário por respostas mais rápidas e objetivas, principalmente, quando se trata de um processo que discorre sobre a dignidade humana, e a complexa passagem por fases de ruptura na vida.

Contudo, mais do que somente entender o conceito e a evolução do divórcio, este estudo pretende apropriar-se do reconhecimento de seus efeitos sobre a família, para compreender melhor como os aspectos de consumo são modelados dentro

das novas estruturas familiares e, assim, buscar evidências das experiências de vulnerabilidade.

2.5.2 Consequências gerais do divórcio sobre a família

Em sua obra intitulada *“The parental alliance following divorce: an overview”*, Whiteside (1998, p. 4) afirma que:

“Em um bom divórcio, uma família com filhos permanece uma família. Os pais continuam a ser responsáveis pelas necessidades emocionais, econômicas e físicas dos filhos, e o ideal é que a parceria entre eles mantenha-se forte o suficiente, assim como cooperativa, para que os laços de parentesco com a criança continuem” (WHITESIDE, 1998, p.4).

O cenário descrito pela autora, entretanto, nem sempre se configura da mesma forma na vida real. A divergência entre os dois cenários pode acontecer devido à profunda e volátil jornada emocional que os pais enfrentam quando se divorciam. Ao mesmo tempo em que se deparam com a irreversível mudança estrutural no sistema de suas famílias, um dia, construídas por meio de sonhos e esforços recíprocos. As mudanças provocadas por essa jornada, portanto, tanto na estrutura como nos papéis desempenhados por cada membro, podem ser extremamente confusas e contraditórias, já que a socialização da família monoparental, geralmente, não se encaixa com os formatos socialmente impostos pela família nuclear.

Diante desta situação, a expectativa geral é que eventos como o divórcio produzam desequilíbrios no sistema familiar capazes de romper o núcleo original e levar os filhos a assumirem papéis adultos de forma prematura (MCLANAHAN; BUMPASS, 1998). Além disso, parceiros divorciados passam a ter dificuldades para deliberar sobre as necessidades dos filhos, tornando-se, conseqüentemente, responsáveis por balancear, de maneira independente, um sistema que está em constante desequilíbrio, ou como discutido por Whiteside (1998, p. 4): “responsáveis por manter uma família unida, sendo pais solteiros”.

Esta independência, naturalmente, faz do divórcio um processo complexo e pluridimensional sucedido de forma diferenciada em cada família; uma vez que o período de crise decorrente da separação afeta todos os membros de forma individualizada. Similarmente, ele também pode ser considerado um processo singular devido aos diferentes fatores econômicos, sociais, culturais e/ou religiosos, além das

redes de apoio que se estabelecem (ou não) diante da família, oferecendo-lhes suporte e meios para lidar com a situação (SOUZA, 2000; CANO et al, 2009).

Em geral, os membros de uma família não estão preparados para os impactos, principalmente os emocionais, acarretados pelo divórcio já que, pelo menos em tese, as famílias não se formam esperando que ele aconteça. Nesse sentido, Ramires (2004) e Cano *et al.*, (2009) argumentam que a transição da separação conjugal possui um efeito que transcende gerações, e aumenta a complexidade das tarefas vivenciadas na rotina, evidenciando uma potencial lacuna para observamos experiências negativas, dentre elas as de vulnerabilidade no consumo. Porém, não há um consenso sobre em que fase da vida dos filhos as consequências do divórcio se tornam mais visíveis e duradouras, havendo, portanto, necessidade por mais pesquisas (CHERLIN *et al*, 1991; MCLANAHAN; BUMPASS, 1998; AHRONS, 2007).

Com este pensamento, podemos visualizar a dificuldade vivenciada por um lar divorciado (ou monoparental) para manter em harmonia as decisões que vem de diversos agentes envolvidos com a família (avós, tios, padrinhos, etc.), e precisam fazer sentido para a vida da criança (MITCHAM-SMITH; HENRY, 2007).

As famílias com filhos pequenos têm dificuldade na comunicação sobre a decisão de separação do casal, o que pode gerar confusão para os filhos sobre o que está acontecendo. Frequentemente, a falta de comunicação intrafamiliar ocorre pela ideia de que “falar” pode prejudicar a criança, de modo que os filhos mantêm o silêncio, que é compreendido pelos pais como ausência de dificuldades (SOUZA, 2000, p. 1).

Em face deste cenário, as crianças têm sua saúde mental associada ao bem-estar dos pais e à qualidade do relacionamento entre ambos. Por isso, elas podem ser confrontadas com riscos consideráveis a este aspecto, se crescerem em uma família onde o casal esteja em conflito, quer vivam juntos ou não.

A adaptação dos filhos ao processo, analisada sob uma perspectiva temporal depende, portanto, de alguns fatores essenciais como: a quantidade e qualidade do contato com a figura parental não detentora da guarda; do ajustamento psicológico e da capacidade de cuidado do responsável pela guarda; do nível de conflito entre os pais após a separação ou o divórcio; do nível de dificuldades socioeconômicas que a família passa a enfrentar; e do número de eventos estressores adicionais que incidiram sobre a vida de todos (SOUZA, 2000).

Contudo, mesmo que estes fatores sejam trabalhados de maneira satisfatória, Ramires (2004) ressalta que, até as crianças tornarem-se aptas para reconhecer os resultados construtivos da separação, inicialmente, terão suportado um considerável sofrimento com o rompimento da família; ou seja, apesar dos benefícios obtidos, elas podem não sair totalmente ilesas do processo. Sobre esta possibilidade, Cano *et al.*, (2009) ainda explicam, inclusive, que até mesmo as separações desejadas, decorrentes de anos de insatisfação e sofrimento, também acarretam sentimentos de perda, solidão, vazio e tristeza. Características que permeiam o período pós-divórcio, e que podem ser confrontadas com o modelo de vulnerabilidade apresentando por Baker *et al.*, (2005).

O Quadro 9 é apresentando para relacionar os efeitos ou consequências do divórcio sobre os pais, com os fatores que condicionam as experiências de vulnerabilidade no consumo. A Tipologia de Morgan, Schuler e Stoltman (1995) não se encontra relacionada neste quadro, por se tratar apenas de uma maneira complementar para categorizar consumidores vulneráveis e situações onde estas experiências podem ocorrer, e não necessariamente para caracterizá-las, assim como faz Baker *et al.* (2005). Porém, como os dois modelos já foram anteriormente relacionados, as mesmas associações feitas na seção 2.3.2 também podem ser utilizadas neste momento.

Quadro 9 - Relação de efeitos do divórcio e o modelo de Baker et al. (2005)

Autor (es/as)	Consequências/efeitos	Ligação com os modelos teóricos
Abidin (1982).	Depressão, isolamento, apego às memórias do passado, restrição de papéis ¹⁵ , problemas de saúde.	Estados individuais e Características individuais.
Mclanahan e Bumpass (1998)	Mães divorciadas se tornam menos disciplinadoras do que as mães casadas.	Características individuais.
Souza (2000)	Mudanças de moradia, cidade, emprego, renda, círculos sociais, rotina de lazer e trabalho.	Condições externas.
Kier et al., (2000)	Mães divorciadas passam a confundir suas necessidades com a de seus filhos.	Estados individuais.
Féres-Carneiro (2003)	Mães divorciadas enfrentam o processo de redefinição da identidade individual.	Estados individuais e Características individuais.

¹⁵ A restrição de papéis diz respeito à temporária incapacidade que o casal enfrenta para assumir responsabilidades do sexo oposto como: a mulher pagar as contas, cuidar de um veículo, e assumir um emprego formal (tarefas em muitos casos típicas do marido), e o homem de fazer feira, gerenciar sua nova casa, e lidar com a sensação de não ser mais o homem provedor.

Mitcham-Smith e Henry (2007)	Brigas, hostilidade, culpa, raiva, desejo de vingança, vulnerabilidade, ciúmes e dor.	Estados individuais.
------------------------------	---	----------------------

Fonte: Elaboração própria (2016).

Os efeitos listados pelo Quadro 9 são capazes de acarretar alterações, principalmente, nos estados e características individuais dos cônjuges, levando-os a experimentar um período de vulnerabilidade que pode lhes tornar, temporariamente, incapazes de tomar decisões satisfatórias para seus filhos e/ou assumir papéis importantes para o bom gerenciamento da família. Outros efeitos, contudo, ainda podem ser discutidos.

Segundo McLanahan e Bumpass, (1998), crianças que vivem com os pais divorciados costumam a depender menos de serviços públicos ou possuem menores chances de enfrentar estados de restrição financeira, porque os homens costumam ganhar maiores salários do que as mulheres. Consequentemente a situação oposta passa a ser verdade. Apesar de incomuns, os casos em que o pai detém a guarda dos filhos são extremamente seletivos, fazendo com que, ao invés de sofrerem por causa das consequências do divórcio em si, a família passe a sofrer, por exemplo, com o abandono da mãe, ou sua incapacidade para cumprir este papel.

Ahrons (2007) também afirma que o conflito entre os casais que não conduzem um processo de divórcio amigável pode gerar sérios problemas para as decisões relacionadas aos filhos, como: em que escola eles irão estudar, como devem alimentar-se, vestir-se ou experimentarem situações de lazer, além de como serão as festas de formatura, aniversários e casamentos. Entretanto, até mesmo se o processo for amigável, questões como ego, competições por atenção e superioridade nos objetos e experiências que são oferecidos aos filhos podem gerar conflitos. Percebe-se com esta colocação, que muitas dessas decisões estão associadas às experiências de consumo e aos sentimentos que elas promovem. O que nos leva novamente a um contexto importante de pesquisa e reflexão.

Mauldon (1990) indica que devido ao estresse, a nova rotina de trabalho e o desequilíbrio emocional que passam a vivenciar no período do divórcio e nos primeiros anos subsequentes, os pais tendem a prestar menos atenção nas necessidades das crianças, dentre elas as de consumo. E, até mesmo, nas necessidades físicas, pois os filhos tornam-se mais suscetíveis a sofrer com doenças, uma vez que a renda diminuída

pode afetar o acesso aos planos de saúde, ou a perda da cobertura do seguro que, geralmente, está associada a um benefício trabalhista recebido pelo pai.

Diante dos argumentos apresentados, compreende-se que o divórcio se configura como um evento catalisador de um estado transitório capaz de induzir os pais a tomarem decisões insatisfatórias para os filhos, sob a influência da confusão, desorientação, tristeza, solidão, hostilidade dentre outros aspectos causadores de estresse. Nesse sentido, o estado individual que transita de casado para divorciado, associado às características individuais e aos fatores externos que não estão em seu controle podem fundamentar possíveis experiências de vulnerabilidade oriundas das relações de consumo direcionadas aos filhos.

Para finalizarmos, então, o debate apresentado no referencial deste trabalho, na seção seguinte discute-se sobre os conceitos do estado transitório liminar caracterizador do divórcio, e sua relação com a vulnerabilidade no consumo da família monoparental.

2.5.3 A transitoriedade da família monoparental

Assim como um evento causador de mudanças, estresse, perdas, benefícios de convivência, alterações na rotina, problemas de comunicação dentre outros aspectos, o divórcio pode ser igualmente responsável por desencadear um rito de passagem. Esta responsabilidade é comum não somente ao divórcio, mas também a diversos outros eventos da vida como: a mudança de emprego, o luto, a aposentadoria, maternidade, chegada à adolescência e, até mesmo, ao próprio casamento; todos, exemplos de situações nas quais as grandes transições de papéis despertam alterações consideráveis na identidade do indivíduo dentro de uma estrutura social (HOUSTON, 1999).

Segundo DaMatta (2000, p. 11), “os ritos de passagem são como uma resposta adaptativa obrigatória solicitada quando estes indivíduos são forçados a mudar de posição dentro de um sistema”; e costumam ter um roteiro formal e pouco variável, dependendo apenas das particularidades de quem os vivencia. Esta característica pode ser evidenciada, por exemplo, pela obrigatoriedade enfrentada por todos os cônjuges detentores da guarda para assumir as necessidades dos filhos, além do seu emprego, a casa e sua própria vida. Sendo assim, o roteiro da passagem pelo divórcio costuma seguir um padrão, originando situações que só variam de acordo com a capacidade do

sujeito para lidar com suas consequências. Em outras palavras, é o senso comum que nos diz: “todo casal que se divorcia um dia passou por isso”.

A transitoriedade oriunda dos ritos de passagem costuma ser evidenciada por três fases, de acordo com a divisão oferecida por Van Gennep (1977):

- Separação: configura-se como o momento em que o sujeito procura “fugir” do seu *status* atual e, muitas vezes, toma decisões drásticas como sair de casa, romper a comunicação, ou iniciar conflitos constantes com quem restringir sua fuga.
- Transição: o indivíduo passa a experimentar uma dualidade de papéis, e procura amenizar o conflito interno do “ser ou não ser” por meio de estados mentais que lhes permitam evidenciar sua capacidade de lidar com a transição (“estou me organizando”, “estamos nos acertando”, “eu vou ficar bem”).
- Incorporação: o indivíduo começa a apresentar os comportamentos esperados pelo novo *status*, como: interesse em novos relacionamentos, maior estabilidade emocional, financeira e a reintegração tanto aos antigos como novos círculos sociais.

De forma similar, Brown (2001) divide os estágios do processo de divórcio em três fases:

- Primeiro ano após a separação: confirmando um período de caos, confusão e crise.
- Fase do realinhamento: que se caracteriza pela transição na qual as questões econômicas, sociais e extrafamiliares vão sendo reorganizadas entre o segundo e terceiro ano após a separação.
- Fase da estabilização: quando se poderia dizer que, com efeito, há uma reorganização do novo sistema familiar.

A cartilha do divórcio para os pais, estabelecida pelo Conselho Nacional de Justiça (2013), ainda apresenta a visão de dois autores, Wallerstein e Blakeslee (2002), que mantém a divisão trifásica:

- **Separação:** quando há muitas discussões conjugais e um dos pais sai de casa. Há grande desorganização familiar, e as crianças muitas vezes presenciam agressões físicas e verbais entre os pais. Os pais, tão preocupados com seus próprios problemas, ficam geralmente menos atentos às necessidades dos filhos.
- **Reconstrução:** Os pais e os filhos tentam reconstruir suas vidas. Os pais podem mudar de profissão, voltar a estudar, conhecer novas pessoas ou mudar de casa. Os filhos também podem mudar de escola e criar novos amigos.
- **Estabilização:** A família encontra alguma estabilidade, mas é geralmente mais vulnerável do que as famílias que não experimentaram o divórcio, podendo apresentar algumas dificuldades, inclusive econômicas. Pode ocorrer em um período de dois a seis anos para uma completa adaptação a todas as mudanças decorrentes do divórcio.

E Ricci (2004) que promove maior aprofundamento à divisão concedendo-lhe sete fases:

- **Lar dos sonhos:** onde pai e filhos vivem juntos na mesma casa, com respeito, confiança e amor.
- **Problemas no lar:** quando os desentendimentos intensos e contínuos reduzem os sentimentos de confiança e respeito e aumentam as tensões até níveis insustentáveis
- **O lar que se divide:** o desrespeito e a desconfiança entre o casal aumentam cada vez mais. O lar ainda não está totalmente dividido, mas a separação é iminente.
- **O lar dividido:** Ocorre a separação física.
- **A casa da mãe, a casa do pai:** provavelmente, o mais difícil e o mais prolongado estágio. Ocorrem mudanças nos rendimentos, nas profissões, nos hábitos pessoais, nas amizades e nas rotinas.
- **A casa da mãe e a casa do pai (a):** a família consegue maior estabilidade.

- A casa da mãe e a casa do pai (b): os adultos já conseguem separar com mais facilidade sua relação conjugal da relação parental.

O Quadro 10 representa todos os estágios dos autores citados de forma sintetizada.

Quadro 10 - Fases do divórcio

ESTÁGIOS	AUTORES			
	Van Gennep (1977)	Brown (2001)	Wallerstein e Blakeslee (2002)	Ricci (2004)
Estágio 1	Separação	Caos, confusão e crise	Separação	Lar dos sonhos
Estágio 2	Transição	Realinhamento	Reconstrução	Problemas no lar
Estágio 3	Incorporação	Estabilização	Estabilização	Lar que se divide
Estágio 4	-	-	-	Lar dividido
Estágio 5	-	-	-	Casa da mãe, casa do pai
Estágio 6	-	-	-	Casa da mãe, casa do pai (a)
Estágio 7	-	-	-	Casa da mãe, casa do pai (b)

Fonte: Elaboração própria (2016).

A similaridade entre a divisão dos ritos de passagem e do próprio processo de divórcio nos fazem perceber a congruência entre o entendimento dos autores, evidenciada pelo Quadro 10 principalmente porque “o consumo durante os ritos de passagem tem sido relativamente ignorado nos estudos sobre comportamento do consumidor” (HOUSTON, 1999, p. 1). Sendo assim, se o divórcio se configura como um rito de passagem, entende-se que o consumo neste contexto também se apresenta como uma forma de expressar tais mudanças, posto que estes ritos demandam a aquisição de artefatos e experiências que simbolizem os novos papéis sociais do indivíduo, facilitando a transição (CARVALHO, 2012).

Além disso, Schouten (1991) enfatizou, ainda, a importância de se aprender mais sobre o “processo de consumo liminar” por meio da observação das maiores transições de papéis caracterizadoras dos ritos de passagem. Neste sentido, o presente estudo aborda esta lacuna, fundamentado na disciplina de marketing e sociedade, para analisar as experiências de vulnerabilidade vivenciadas no consumo de um grupo liminar em especial (pais divorciados) durante a passagem por este processo de

separação. A abordagem anteriormente explicitada culmina em seguida no modelo conceitual da pesquisa.

2.6 Modelo conceitual da pesquisa

De acordo com a discussão desenvolvida, a relação entre o divórcio e a vulnerabilidade do consumidor pode ser evidenciada, se considerarmos que as experiências de consumo vivenciadas em rituais de passagem são impactadas por aspectos multidimensionais capazes de afetar a disposição dos indivíduos para: (1) tomar decisões acertadas, (2) incorporar novos papéis em uma dada estrutura familiar e (3) lidar com as perdas que se materializam durante o processo. Diante dessas e das demais constatações apresentadas, na Figura 8, encontra-se destacado o modelo conceitual da pesquisa; uma proposta preliminar para embasar a fase empírica.

Na figura, inicialmente, encontra-se evidenciada, pela relação entre os ambientes social, cultural e familiar, a perspectiva da família como um sistema integrado e multidimensional. Que sofre influências da sociedade ao mesmo tempo em que também a influencia, por ser a sua célula *mater* (COSTA, 2012). No ambiente familiar vemos a ligação entre os sujeitos que enfrentam o processo de transição na estrutura da família e a representação do divórcio (evento responsável pelas mudanças estudadas) contida na relação entre os pais.

Como apresentado pela própria questão problema e os objetivos, esta pesquisa empregou esforços empíricos para caracterizar a forma como as experiências de vulnerabilidade emergidas desse contexto impactam as relações de consumo direcionado aos filhos de famílias monoparentais femininas. Por isso, este aspecto foi representado no centro da relação familiar, firmando-se como a ênfase do estudo.

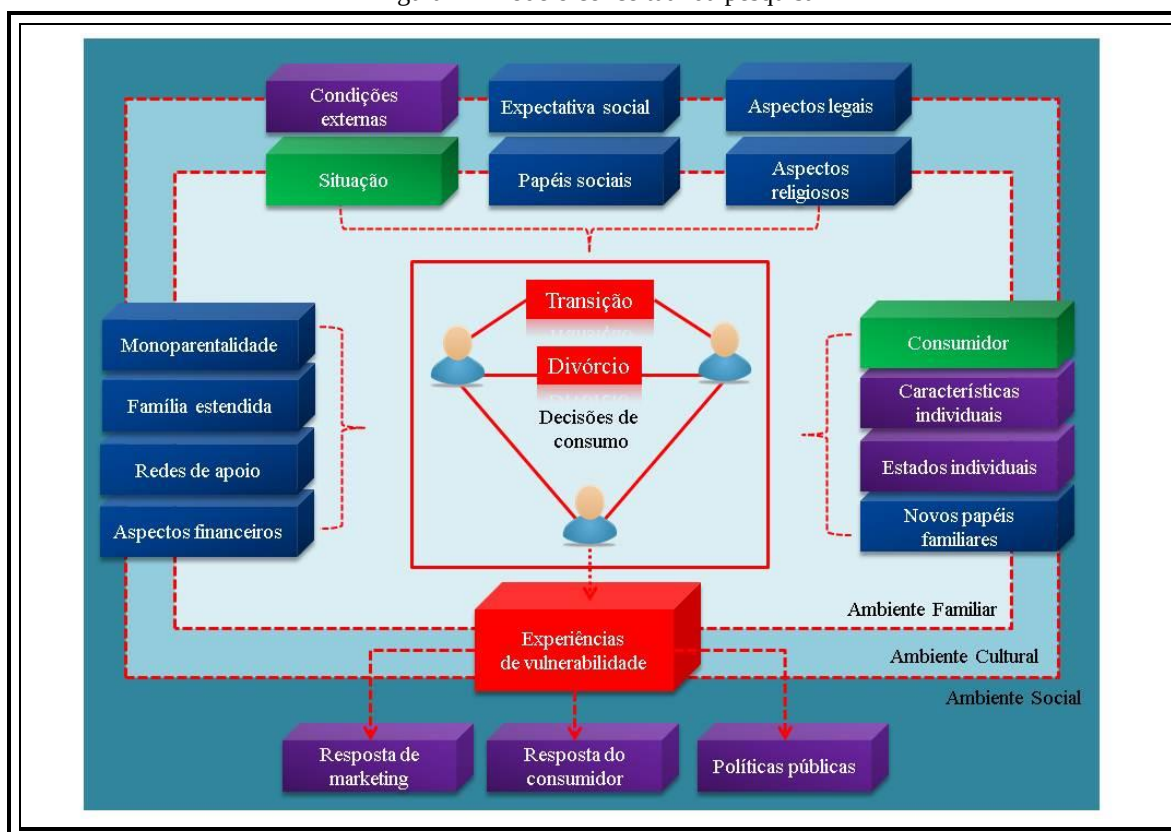
Interligados aos três ambientes (social, cultural e familiar) estão os aspectos trabalhados pelos modelos teóricos elucidados no referencial, e pela discussão desenvolvida ao longo dos capítulos. Destacados em roxo estão os aspectos trabalhados por Baker *et al.* (2005) e, em verde, a Tipologia de Morgan, Schuler e Stoltman (1995). Estes aspectos são simultaneamente caracterizadores da experiência de vulnerabilidade e externalidades surgidas do divórcio, ou seja, aspectos que, da mesma maneira com que influenciam o fenômeno, também são por ele influenciado.

Especificamente, estão representados os aspectos: (a) monoparentalidade: a estrutura familiar que se forma após o divórcio; (b) família estendida: os novos relacionamentos e filhos; (c) redes de apoio: terceiros que oferecem meios de suporte à família; (d) aspectos financeiros: acesso a recursos e estrutura; (e) características individuais: aspectos Biofísicos e Psicossociais; (f) estados individuais: circunstâncias

que exprimem ou influenciam as condições emocionais e psicológicas dos indivíduos; (g) condições externas: fatores que não estão sob o domínio imediato do consumidor, mas que também irão contribuir com a experiência de consumo; (h) aspectos legais e religiosos: que modelam principalmente os novos papéis sociais desempenhados pelos sujeitos e a expectativa que a sociedade cria em torno destas famílias; além dos (i) novos papéis familiares que os sujeitos passam a desempenhar de acordo com a estrutura resultante do divórcio.

Por fim, como consequência das experiências de vulnerabilidade, encontram-se representadas as opções discutidas por Baker *et al.* (2005): a resposta de marketing, a própria resposta do consumidor diante da vulnerabilidade, e as políticas públicas que poderão facilitar ou dificultar os próximos encontros de consumo, como exposto pela Figura 7.

Figura 7 - Modelo conceitual da pesquisa



Fonte: Elaboração própria (2016).

Desse modo, entende-se que a passagem pelo divórcio impacta a estrutura da família e condiciona o novo relacionamento entre os sujeitos, mediado, inclusive, por um conjunto de aspectos legais, religiosos, e culturais, por exemplo, que irão modelar as

novas relações familiares. Perante este cenário, acredita-se que, o novo comportamento de consumo da família deve ser observado sob as lentes de marketing, para que se analisem as possíveis experiências de vulnerabilidade emergidas, bem como o impacto que estas experiências desempenham, especialmente, sobre o consumo direcionado aos filhos. Posto isso, o capítulo seguinte apresenta o desenho da fase empírica desta pesquisa.

3 MÉTODO DA PESQUISA

Baseada em uma revisão sobre os estudos da área, Ramires (2004) afirmou que as primeiras pesquisas desenvolvidas acerca do divórcio nas décadas de 1950 e 1970 costumavam a ser guiadas por três suposições gerais: (1) a de que uma estrutura familiar nuclear se fazia necessária para a socialização satisfatória da criança; (2) que a ausência do pai implicaria severas consequências negativas, principalmente, para os filhos homens; e (3) que o divórcio era um evento traumático com efeitos deletérios e duradouros no ajustamento da família. Da mesma forma, Souza (2000) também indicou que as principais pesquisas sobre o tema, especialmente as que foram conduzidas em solo norte-americano, valiam-se, predominantemente, de técnicas baseadas em modelos numéricos para testar a veracidade destes pressupostos, tornando, portanto, o divórcio um tema bem explorado principalmente pela abordagem quantitativa.

A predominância de estudos com estas duas características levou Ramires (2004) e Souza (2000) a evidenciar lacunas metodológicas deixadas pela pouca investigação de outros fatores mediadores e/ou moderadores do divórcio, tais como: as características individuais dos pais e dos filhos; as variáveis internas caracterizadores da rotina familiar; fatores transacionais que acompanham o fenômeno como o declínio econômico, as mudanças de residência, bairro ou escola; e as alterações até mesmo nos círculos sociais. Aspectos que evidenciam clara congruência com o modelo de Baker *et al.* (2005).

Segundo estas autoras, muitos dos estudos baseados nos pressupostos citados e na abordagem quantitativa, por serem majoritariamente comparativos, pretendiam confirmar as expectativas de déficit no ajustamento das crianças em famílias divorciadas. Para tanto, os pesquisadores exibiam um leque de problemas comportamentais, sociais, acadêmicos e/ou psicológicos, identificados e listados de maneira sistemática após a realização de um confronto entre diversos aspectos da família divorciada e da família intacta.

Um fato importante, todavia, é que a aplicabilidade destes pressupostos, ao longo dos anos, verificou-se menos compatível com a realidade. Pois, os estudos longitudinais passaram a confirmar que apenas um terço dos “filhos do divórcio” apresentavam distúrbios manifestados em longo prazo, ou necessidades, por exemplo, de atendimento clínico psicológico especializado (RAMIRES, 2004, p. 185).

Motivadas, portanto, por esta inversão no cenário, “as pesquisas atuais tem buscado também investigar condições de vulnerabilidade e resiliência ligadas ao divórcio” (RAMIRES, 2004, p. 185)¹⁶, para compreendê-lo como um processo que demanda múltiplos ajustes diante de aspectos como: a crise deflagrada pela separação; a vida em uma família monoparental; os novos relacionamentos amorosos dos pais; o nascimento de meios-irmãos; ou o relacionamento com a família ampliada e seus novos hábitos de consumo.

Ao identificar, portanto, as lacunas citadas acredita-se que, a despeito da preferência geral por métodos quantitativos e pressupostos de prejuízos, a compreensão da experiência, dos significados e sentimentos relacionados ao fenômeno em questão precisa ser aprimorada por uma abordagem qualitativa (SOUZA, 2000, p. 137; MERRIAN, 2002 p. 6); escolha utilizada nesta pesquisa. Como característica própria da abordagem qualitativa, o estudo não partiu de hipóteses estabelecidas *a priori* que exigissem a busca de dados ou evidências que corroborassem ou negassem suposições. Logo, nenhuma categoria de análise foi previamente definida.

Além disso, este estudo pode ser classificado como: (1) empírico, por buscar codificar o lado mensurável da realidade; (2) exploratório, por desejar proporcionar maiores informações sobre a relação entre o divórcio e a vulnerabilidade do consumidor, evidenciando uma nova possibilidade de enfoque para o assunto; e (3) pesquisa de campo, por utilizar métodos de coleta como entrevistas para investigar os pesquisados em seu meio (PRESTES, 2012, p. 28).

3.1 Sujeitos de pesquisa e o processo de abordagem

De acordo com os dados apresentados pelo IBGE (2014), na maioria dos casos de divórcio no Brasil, seja por determinação judicial ou por força das circunstâncias, as crianças têm sua guarda concedida às mães. Isso acontece não somente por existir aspectos biológicos ou o senso comum cultural que reafirmam a predisposição natural feminina para cuidar de seus filhos. Mas, também, por uma série de fatores, como o desconhecimento do paradeiro do pai, a incapacidade financeira deste para prover o sustento e, principalmente, do seu desejo voluntário de não se

¹⁶ Tanto a constatação de Ramires (2004) para a nova tendência das pesquisas, como a constatação metodológica de Souza (2000), podem ser vistas nas informações dispostas no Anexo 2, um compilado dos estudos repetidamente citados entre os acadêmicos que trabalharam sobre o tema.

envolver com a criança, muitas vezes nem comparecendo às audiências de determinação da sentença (BRASIL, 2014).

Outro fator importante é que, em 2014, no Brasil, dos divórcios encerrados já em primeira instância e de natureza não consensual, ou seja, requeridos por apenas um dos cônjuges, mais da metade dos casos foram conduzidos por iniciativa das mães. (BRASIL, 2014). Este dado evidencia que as mulheres costumam exercer um papel crítico na separação e no divórcio, porém, não necessariamente indica que elas são o pivô do processo, e sim, as que se posicionam diante da insatisfação e decidem enfrentá-la, estando consequentemente mais expostas às consequências da vulnerabilidade (FÉRES-CARNEIRO, 2003).

Com essas constatações (que se tornaram decisivas para a definição dos sujeitos de pesquisa), diversos *insights* puderam ser trazidos ao debate, como: fora o empoderamento social das mulheres, que outros fatores têm lhes dado competências e subsídio para que assumam papéis talvez jamais cogitados em tempos passados diante dos relacionamentos e do consumo? As consequências negativas do divórcio para as mulheres são mais nocivas porque são elas as responsáveis por assumir a condução do processo? Ou, isso acontece porque são mais sensíveis e possuem características emocionais e pessoais de delicadeza e fragilidade, apesar de toda a força para decidir encerrar o casamento? A vulnerabilidade no caso das mulheres seria o subproduto dessa fragilidade inerente aos traços emocionais, ao sentimento de incapacidade para manter um casamento, ou elas não se tornam vulneráveis?

Levando em consideração esta realidade e os *insights* apresentados, julgou-se que a investigação do fenômeno poderia se revelar mais consistente e abrangente, se avaliada sob a ótica das mães, chefes de **famílias monoparentais resultantes do processo de divórcio com filhos (monoparentalidade feminina)**; de quem se esperava uma visão sistêmica das necessidades das crianças e suas respectivas rotinas de consumo. Esta decisão apresentou-se mais coerente por uma questão também de conveniência, já que seria difícil encontrar casos em que os pais (homens) tivessem a guarda dos filhos. E no decorrer da pesquisa, firmou-se como a mais correta, justamente

por evitar maiores constrangimentos às famílias que não sabiam do paradeiro destes homens. Por isso, a visão dos pais não foi consultada na pesquisa¹⁷.

Por não ser conhecido o universo de famílias monoparentais femininas com filhos existentes na cidade de João Pessoa, Paraíba, não foram definidos processos de amostragem. Contudo, adotaram-se alguns critérios intencionais para seleção e abordagem das voluntárias, sendo eles:

- mulheres que foram casadas e passaram por um processo de divórcio, separação judicial, ou separação física do seu cônjuge;
- mulheres que não necessariamente foram casadas, mas conviveram de forma marital, obtendo o status de união estável, e que passaram por um processo de separação judicial, ou separação física do seu cônjuge; e
- mulheres divorciadas/separadas com filhos até 12 anos, ou filhos maiores de 12 anos, mas que na época do divórcio estavam na faixa etária desejada.

Apesar de, inicialmente, a pesquisa pretender abordar somente famílias monoparentais femininas cujos filhos ainda fossem crianças, e o tempo de vivência do divórcio estivesse enquadrado nos primeiros estágios classificados pela literatura, optou-se por expandir o estudo às demais fases e idades dos filhos. Esta decisão foi tomada, pois várias famílias com este perfil secundário se interessaram pelo tema da pesquisa, e demonstraram lembrar com destreza de muito mais experiências envolvendo as relações de consumo infantil que vivenciaram na época e poderiam abrigar situações de vulnerabilidade. Dessa forma, adotou-se uma abordagem mais abrangente do fenômeno, que englobou tanto os casos de famílias que passaram recentemente pelo processo do divórcio, como famílias que já estavam no último estágio de estabilidade.

Acredita-se que esta decisão tenha favorecido uma caracterização mais crítica da vulnerabilidade nas relações de consumo infantil, pois seus aspectos e efeitos foram analisados de maneira longitudinal, ou seja, sendo possível observar como as famílias aprenderam a lidar com suas consequências.

¹⁷ De qualquer forma, reconhecemos que ouvir somente o lado das mães significa compreender apenas 50% da realidade estudada. Recomenda-se, portanto, que as análises aqui apresentadas, bem como os discursos, sejam lidas com parcimônia, e isenção da escolha pela defesa da mãe ou do pai.

O Quadro 11 apresenta o perfil das voluntárias selecionadas e o tempo de duração das entrevistas.

Quadro 11 - Perfil das entrevistadas

Nome fictício/ Tempo de entrevista	Filhos do ex-cônjuge	Idade				
		Da mãe		Dos filhos		
		No divórcio	Atual	No divórcio	Atual	
Maria	(00:42:27)	1	26 anos	28 anos	3 (anos)	> de 12
Paula	(00:56:59)	1	28 anos	33 anos	3 (anos)	> de 12
Joelma	(00:33:59)	1	23 anos	50 anos	3 (meses)	< de 12
Sabrina	(00:51:57)	1	21 anos	24 anos	4 (meses)	> de 12
Nathalia	(00:18:38)	2	25 anos	39 anos	3 e 6 (anos)	< de 12
Lourdes	(00:27:13)	3	32 anos	44 anos	12, 10 e 8 (anos)	< de 12
Fernanda	(00:46:29)	2	35 anos	52 anos	7 e 5 (anos)	< de 12
Silvia	(00:33:24)	2	34 anos	52 anos	7, 8 (anos)	< de 12
Ana Clara	(00:35:07)	2	40 anos	42 anos	12, 5 (anos)	< e > de 12
Vanuza	(00:23:00)	1	28 anos	42 anos	Recém-nascido	> de 12
Cristina	(00:38:22)	3	39 anos	69 anos	5, 6 e 7 (anos)	> de 12
Elisa	(00:36:24)	1	30 anos	32 anos	2 (meses)	> de 12
Thaís	(00:46:45)	2	40 anos	57 anos	8 e 9 anos	< de 12
Marcela	(00:20:59)	2	31 anos	45 anos	9 e 12 anos	> de 12
Diana	(00:33:21)	2	37 anos	47 anos	11 e 14 (anos)	< de 12
Nome	Status civil	Escolaridade		Com quem reside	Situação empregatícia	
Maria	Solteira	Fundamental completo		Filhos, mãe e irmãos	Empregada	
Paula	Solteira	Superior completo		Filhos	Empregada	
Joelma	Casada	Superior incompleto		Filhos e novo esposo	Empregada	
Sabrina	Divorciada	Superior completo		Filhos, pais e irmãos	Estudante	
Nathalia	Divorciada	Ensino médio completo		Filhos e pais	Empregada	
Lourdes	Solteira	Ensino médio completo		Filhos	Empregada	
Fernanda	Casada	Doutorado completo		Filhos e novo esposo	Funcionária pública	
Silvia	Divorciada	Superior completo		Novo relacionamento	Aposentada	
Ana Clara	Separada	Superior completo		Filhos	Autônoma	
Vanuza	Solteira	Superior completo		Filhos	Empregada	
Cristina	Divorciada	Fundamental completo		Filhos	Pensionista	
Elisa	Divorciada	Superior incompleto		Filhos	Empregada	
Thaís	Casada	Superior completo		Filhos	Funcionária pública	
Marcela	Divorciada	Ensino médio completo		Pais	Autônoma	
Diana	Divorciada	Superior completo		Filhos	Funcionária pública	

Fonte: Elaboração própria (2016).

Do dia 30 de agosto de 2015 ao dia 16 de outubro do mesmo ano, quinze mulheres foram aleatoriamente selecionadas dentre as voluntárias indicadas pela rede de amigos, familiares e trabalho da pesquisadora. Todas as entrevistas foram realizadas de acordo com a disponibilidade das voluntárias em locais e horários de sua preferência, o que possibilitou à pesquisa usufruir das vantagens associadas a um ambiente favorável e seguro para falar sobre o tema. Estes locais foram suas respectivas residências, casa de parentes, ou escritórios de trabalho.

Aproximadamente, 31 mulheres foram convidadas para fazer parte da pesquisa por meio eletrônico, contato direto pessoal da pesquisadora ou por intermédio de terceiros que favoreceriam o encontro. Contudo, nem todas tiveram disponibilidade de tempo para participar, por serem mulheres cuja rotina envolvia, por exemplo, dois empregos, faculdade ou cursos profissionalizantes e o próprio horário destinado somente aos filhos. Além disso, houve casos em que apesar de serem chefes de famílias monoparentais femininas com filhos, as voluntárias não tinham sido efetivamente casadas, ou não estiveram em um relacionamento com características suficientes para classificá-lo como união estável (status que lhes confere os mesmos direitos das mulheres casadas). Estes casos, portanto, não foram trazidos à pesquisa.

De acordo com as divisões estabelecidas no referencial, o Quadro 12 indica os estágios dos ritos de passagem e do processo de divórcio de cada voluntária.

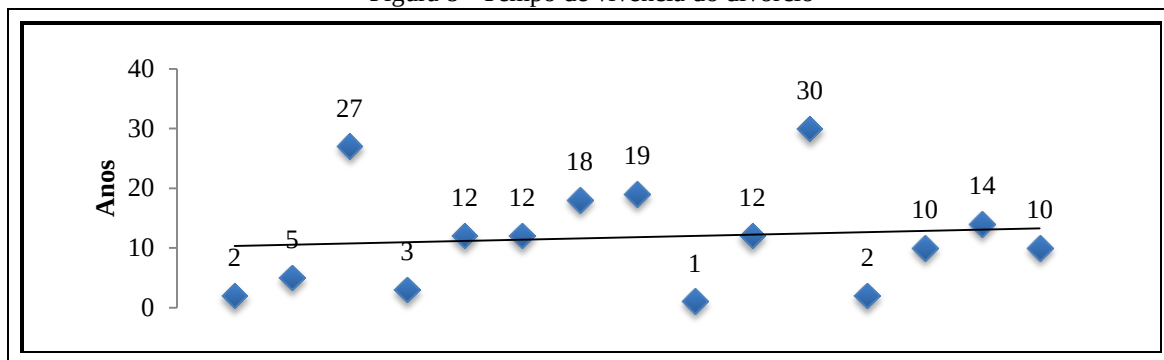
Quadro 12 - Estágios do rito de passagem e do divórcio

Pseudônimo (Tempo do divórcio)	Estágios do divórcio			
	Rito de passagem	Divórcio		
	Van Genneep (1977)	Brown (2001)	Wallerstein e Blakeslee (2002)	Ricci (2004)
Maria (2 anos)	Separação	Caos, confusão e crise	Separação	Lar dividido
Paula (5 anos)	Transição	Estabilização	Estabilização	Casa da mãe, casa do pai (a)
Joelma (27 anos)	Incorporação	Estabilização	Estabilização	Casa da mãe, casa do pai (b)
Sabrina (3 anos)	Transição	Realinhamento	Reconstrução	Casa da mãe, casa do pai (a)
Nathalia (12 anos)	Incorporação	Estabilização	Estabilização	Lar dividido
Lourdes (12 anos)	Incorporação	Estabilização	Estabilização	Lar dividido
Fernanda (18 anos)	Incorporação	Estabilização	Estabilização	Casa da mãe, casa do pai (b)
Silvia (19 anos)	Incorporação	Estabilização	Estabilização	Casa da mãe, casa do pai (b)
Ana Clara (1 ano)	Separação	Caos, confusão e crise	Separação	Lar dividido
Vanuza (12 anos)	Incorporação	Estabilização	Estabilização	Casa da mãe, casa do pai (a)
Cristina (30 anos)	Incorporação	Caos, confusão e crise	Estabilização	Lar dividido
Elisa (2 anos)	Incorporação	Estabilização	Estabilização	Casa da mãe, casa do pai (b)
Tháís (10 anos)	Incorporação	Estabilização	Estabilização	Casa da mãe, casa do pai (b)
Marcela (14 anos)	Incorporação	Estabilização	Estabilização	Casa da mãe, casa do pai (b)
Diana (10 anos)	Incorporação	Estabilização	Estabilização	Casa da mãe, casa do pai (b)

Fonte: Elaboração própria (2016).

A Figura 8 complementa o Quadro 12, indicando o tempo de vivência do divórcio de maneira gráfica, ou seja, há quantos anos ocorreu o evento. Cada ponto azul representa uma das voluntárias. Os números acima indicam o tempo em anos.

Figura 8 - Tempo de vivência do divórcio



Fonte: Elaboração própria (2016).

O convite às voluntárias e a coleta de dados foram encerradas mediante a percepção da similaridade nos discursos e a consequente consistência na delimitação das categorias de análise.

3.3 Processo de coleta dos dados

A fim de viabilizar sua coleta de dados, foram utilizadas entrevistas individuais face a face; um processo no qual o pesquisador e o participante, por meio de questões relacionadas à pesquisa, realizaram um diálogo (MERRIAM, 2009).

Essa técnica foi escolhida por permitir contextualizar o comportamento dos sujeitos, relacionando-os aos sentimentos, significados e experiências, além de resgatar dados sobre o passado. E, também porque permitiu o alcance de respostas mais profundas, as quais não se conseguem extrair somente de questionários e/ou fontes documentais. O objetivo principal das entrevistas foi buscar informações e conhecer mais sobre o fenômeno na perspectiva das entrevistadas (MERRIAM, 2009).

Em apoio às entrevistas, a pesquisa utilizou dois equipamentos eletrônicos para captação do áudio, a fim de apreender o conteúdo de maneira mais eficiente e segura, já que um dos aparelhos foi utilizado como reserva para suprir potenciais falhas técnicas surgidas no momento. Foram adotadas, portanto, **entrevistas individuais face a face, com roteiro semiestruturado de perguntas mediante a captação digital de áudio.**

Para que as voluntárias sentissem menos desconforto ao compartilhar emoções e informações sobre o tema, as perguntas do roteiro lhes foram previamente explicadas. Dessa forma, foram amenizados os possíveis sentimentos de vergonha ou insegurança referentes ao processo.

Outra estratégia utilizada para reduzir o aspecto de formalidade da pesquisa e propiciar um debate mais natural foi solicitar apenas no fim das entrevistas que as voluntárias autorizassem o uso das gravações na pesquisa de forma verbal e eletrônica; ou seja, somente depois de estarem certas de que não tinham compartilhado nenhuma informação íntima, ou que remetesse as suas respectivas identidades, é que foram solicitadas a cumprir os trâmites éticos obrigatórios da pesquisa.

Sendo assim, elas primeiro gravaram a autorização em áudio, e depois foram convidadas a concordar com as cláusulas do Termo de consentimento livre e esclarecido, disposto no Apêndice 2. Optou-se pelo recebimento eletrônico das autorizações para garantir que as entrevistadas não se sentissem coagidas a concordar com nenhum dos termos na frente da pesquisadora, e que estes documentos não fossem extraviados ou danificados ao longo do tempo.

3.3.4 Pré-Teste

Em consulta à literatura, Gil (2008) reforça a importância de testar cada instrumento, sobretudo para avaliar o vocabulário empregado nas questões, e assegurar-se de que possam captar os significados que se pretende examinar. Marconi e Lakatos (2003), por sua vez, consideram que a validade dos instrumentos de pesquisa deve ser averiguada preliminarmente a sua aplicação definitiva, fazendo-se necessária a realização de um pré-teste ou teste piloto, de modo a se constatar se estes têm condições reais de garantir resultados confiáveis.

Para aprimorar, portanto, o processo de coleta de dados foram realizadas duas entrevistas classificadas como pré-teste, no mês de julho de 2015, com voluntárias selecionadas por conveniência, de acordo com o perfil previamente estabelecido. Na ocasião, o roteiro de entrevistas contemplava questões abertas divididas em três blocos de perguntas, apresentadas no Apêndice 4.

A utilização do modelo de roteiro apresentado no Apêndice 4 foi considerada inviável por dois fatores: o foco das perguntas centrado mais nas características do divórcio do que nas relações de consumo por ele alteradas, e o

tamanho do roteiro, que resultou em entrevistas, de certa forma, cansativas com mais de uma hora de duração. Estes dois aspectos seriam problemáticos por não possibilitarem uma análise eficiente dos objetivos propostos, e por tomarem muito tempo das entrevistadas. Sujeitos que pela própria característica da rotina (mulheres com mais de um emprego, filhos, um lar para gerenciar, estudantes, etc.) provavelmente não poderiam dedicar muito tempo à pesquisa.

Como estratégia para dinamizar o processo de coleta e a sua precisão, as perguntas, então, foram transformadas em um novo modelo de roteiro, explicitado detalhadamente na seção seguinte.

3.3.5 Roteiro de entrevistas

Para viabilizar a coleta de dados, o novo roteiro de entrevistas foi construído com base nos modelos teóricos selecionados, na problemática do estudo e no modelo conceitual desenvolvido para a pesquisa. O Quadro 13 representa visualmente o processo de construção deste novo roteiro.

Quadro 13 - Construção do roteiro de pesquisa

PROBLEMÁTICA DE PESQUISA	Passo 1:		Passo 2:		Passo 3:		Passo 4:	
	Revisitar a literatura		Reunir os principais aspectos já identificados pelas pesquisas		Unificar os modelos para embasar a coleta		Desenvolver questões caracterizadoras do fenômeno estudado	
	Referencial		Aspectos encontrados		Modelo Conceitual		Roteiro	
	Literatura sobre Vulnerabilidade do Consumidor		Susceptibilidade; Inferioridade; Materialismo; Insegurança; Raiva; Vergonha; Tristeza; Capacidade de adaptação.		Consumidor	Características individuais		20 ^a , 25 ^a , 29 ^a , 30 ^a , 31 ^a , 32 ^a , 33 ^a , 34 ^a , 35 ^a , 36 ^a , 37 ^a , 38 ^a , 46 ^a
						Estados individuais		23 ^a , 26 ^a , 27 ^a , 38 ^a , 39 ^a , 40 ^a , 41 ^a , 42 ^a , 43 ^a , 44 ^a , 45 ^a
	Referencial		Aspectos encontrados		Modelo Conceitual		Roteiro	
	Literatura sobre Divórcio		Ciúme; Discórdia; Liberdade; Interesse; Indiferença; Superproteção; Abandono; Rivalidade; Comparação; Brigas; Discórdia; Autoafirmação; Centralização; Inconformidade; Carência; Agressividade; Desejo por controle; Competição; Inveja		Novos papéis familiares		8 ^a , 10 ^a , 18 ^a , 21 ^a , 41 ^a , 42 ^a , 48 ^a	
					Monoparentalidade		1 ^a , 2 ^a , 3 ^a , 6 ^a , 7 ^a , 12 ^a , 14 ^a , 15 ^a , 17 ^a	
					Redes de apoio		4 ^a , 5 ^a , 45 ^a	
					Aspectos legais		18 ^a , 19 ^a , 29 ^a , 32 ^a , 35 ^a	
Aspectos financeiros					9 ^a , 11 ^a , 13 ^a , 15 ^a , 16 ^a , 18 ^a , 19 ^a , 21 ^a , 24 ^a , 28 ^a			

Fonte: Elaboração própria (2016).

No total, sete questões abertas e 39 afirmativas formaram o roteiro de entrevistas, dividido novamente em 3 (três) blocos: o 1º bloco objetivou a apreensão geral do processo de divórcio, ou seja, o reconhecimento das particularidades da passagem pela experiência em cada família representada, a fim de caracterizar o fenômeno em questão de maneira global, ou “transportar” a pesquisadora para o contexto da situação permitindo-lhe personalizar o resto da entrevista.

O 2º bloco buscou identificar os efeitos da monoparentalidade advinda do divórcio sobre o processo de consumo, observando as alterações nas relações de consumo direcionadas às crianças. E o 3º bloco reuniu as questões referentes à caracterização da vulnerabilidade nesse contexto de consumo, levando em consideração as características e estados individuais trabalhados no capítulo do referencial, além das questões relacionadas ao perfil sociodemográfico das voluntárias.

Apesar de os modelos conceituais utilizados como base ainda representarem as Condições Externas/Situações como terceiro elemento caracterizador da vulnerabilidade, inicialmente, planejou-se que essas condições seriam atreladas à realidade da família estendida. Dessa forma, somente as entrevistadas cujos ex-cônjuges já tivessem outros relacionamentos e filhos estariam aptas a contribuir, respondendo às perguntas elaboradas.

Como somente seis das entrevistadas se enquadraram também nesse perfil, optou-se por, nesta pesquisa, não serem apresentados os resultados relativos às condições externas e a família estendida. Contudo, mesmo diante da inexpressividade na quantidade de respondentes, percebeu-se que a riqueza dos detalhes coletados poderia viabilizar a formação de um novo estudo com outras análises focadas na compreensão de aspectos como: preconceito, fatores logísticos ou estruturais, e as condições sociais, econômicas e culturais das famílias em questão (logo, uma possível segunda fase desse estudo poderá consistir na exploração dessa característica da vulnerabilidade do consumo em famílias monoparentais femininas).

Nesta pesquisa também não foram incluídas as relações de consumo que envolvessem os novos relacionamentos das voluntárias (padrastos, namorados, etc.) por uma questão de respeito à privacidade destes indivíduos, que em alguns casos estavam presentes no local da entrevista, e não se mostraram confortáveis com a discussão envolvendo os ex-cônjuges de suas respectivas companheiras.

a) Bloco 1: Reconhecimento geral do processo de divórcio

As perguntas neste momento visaram reconhecer aspectos básicos do contexto familiar na iminência do divórcio, e os primeiros estados emocionais e características individuais que pudessem ter afetado e sido afetadas pelo processo. A intenção da pesquisadora era se aproximar das entrevistadas ouvindo os relatos sobre o processo de divórcio para, assim, determinar como deveria conduzir o resto da entrevista.

Para exemplificar como esse momento inicial alterou a condução da entrevista, informações cruciais como o “sumiço do pai”, “os trâmites legais da separação” e “informações sobre a pensão” davam indícios tanto da complexidade da experiência como das relações de consumo que poderiam surgir mediante tais circunstâncias. Esta liberdade no roteiro lhe conferiu o caráter de semiestruturação.

Segundo Boni e Quaresma (2005) para se alcançar uma narrativa natural, muitas vezes, não é interessante fazer perguntas diretas ao pesquisado, mas sim fazer com que relembre partes de sua vida. Assim, a pesquisadora pôde ir suscitando a memória das entrevistadas para aproximá-las da realidade vivenciada.

Apropriando-se, desta orientação, as questões utilizadas foram previamente organizadas e descritas no Quadro 14.

Quadro 14 – Bloco 1 – Reconhecimento Geral do Fenômeno

Objetivo: Fazer com que a entrevistada descrevesse o processo de divórcio vivenciado.		
Perguntas:		Objetivo da pergunta:
1 ^a	Há quanto tempo você é divorciada? E quanto tempo durou o processo de divórcio? (Da decisão até a liberação da sentença?).	Identificar em que fase do processo de divórcio encontra-se a família, de acordo com as classificações de Brown (2001), Wallerstein e Blakeslee (2002) e Ricci (2004). Identificar o tempo de vivência do processo.
2 ^a	Quantos anos você e os seus filhos tinham na época do divórcio?	Identificar, principalmente, a época em que os filhos vivenciaram o processo, e a idade das mães neste mesmo período, para viabilizar uma análise quanto ao impacto deste aspecto na vivência da vulnerabilidade, e até mesmo na capacidade de enfrentamento de suas consequências.
3 ^a	A iniciativa de se divorciar partiu de você? Como você se sentiu fazendo isso ou recebendo o pedido do seu ex-marido?	Identificar se os sujeitos pesquisados confirmam a tendência apresentada pelo IBGE de que as mulheres costumam iniciar o processo do divórcio e, com isso, analisar os possíveis impactos associados à representação deste papel.
4 ^a	Quem contou aos filhos sobre o divórcio? E como eles reagiram?	Identificar estados individuais e fatores externos ligados aos filhos e aos demais familiares que tenham se envolvido com o processo de divórcio.
5 ^a	Como a família reagiu à notícia? Quem te apoiou, quem foi contra?	

6 ^a	Como foi o relacionamento entre você e seu ex-marido durante o processo de divórcio?	Identificar conflitos entre o casal durante o processo de divórcio, pois segundo Mitchan-Smith e Henry (2007), o nível de intensidade destes conflitos é um indicativo da hostilidade e do estresse associado à fase de pós-divórcio, além de ser o fator mais significativo no ajustamento da criança no processo.
7 ^a	De maneira geral, como você se sentiu na época do divórcio?	Identificar estados individuais de acordo com a classificação de Baker <i>et al</i> (2005). E, identificar de que forma as mulheres classificam a época do divórcio (libertação, ou fase de tristeza).

Fonte: Elaboração própria (2016).

Com estas perguntas foi possível reconhecer como a família representada pelo sujeito de pesquisa vivenciou o processo de divórcio, sem levantar memórias muito negativas que pudessem desestabilizar o comportamento emocional das voluntárias. Assim, construiu-se um ambiente propício para iniciar o segundo bloco de perguntas, agora de fato concentrado no reconhecimento das relações de consumo e suas características.

b) Bloco 2 – Parte a: efeitos da monoparentalidade advinda do divórcio sobre o processo de consumo

Neste bloco, as perguntas estavam focadas em reconhecer os efeitos da monoparentalidade advinda do divórcio sobre o processo de consumo, observando as características das relações de consumo direcionadas às crianças **antes** da separação em si. Entretanto, diferente do primeiro bloco, onde as entrevistas foram conduzidas por intermédio de perguntas abertas, neste momento, foram utilizadas afirmativas que solicitavam um aspecto de concordância e uma justificativa, para que as voluntárias pudessem dialogar de maneira mais assertiva, baseadas em suas próprias experiências.

Este novo formato foi escolhido após a realização do pré-teste, quando se verificou que as participantes tiveram dificuldade para compreender o que se pedia quando utilizadas perguntas muito genéricas. Em resposta a esta dificuldade, a pesquisadora transformou as questões em afirmativas para que as entrevistadas comparassem o que se afirmava com a sua realidade. Assim, tornou-se mais fácil para as participantes fazerem uma avaliação mais precisa do fenômeno, ao se identificarem (ou não) com as situações relatadas, e justificarem o porquê disso.

As perguntas deste bloco eram introduzidas mediante a seguinte explicação:
“Neste momento, as perguntas estão direcionadas a compreender como você e seu ex-

marido lidavam com as atividades de consumo direcionadas aos seus filhos ANTES do divórcio. Tenha em mente esse período. Para isso, eu vou ler algumas afirmativas e gostaria que você me dissesse se concorda ou não com o que foi dito, e depois me explique o porquê”.

O Quadro 15 apresenta o 2º bloco de perguntas.

Quadro 15 – Bloco 2ª – Antes do divórcio

Afirmativas + (Concorda ou discorda, e por quê?)		Objetivo:	
Antes do divórcio [...]	8ª	Eu e meu ex-marido conversávamos sobre as compras para nossos filhos.	Observar o processo de diálogo dos cônjuges nas decisões de compra para os filhos.
	9ª	Eu e meu ex-marido dividíamos bem entre a gente os gastos com nossos filhos.	Observar o processo de divisão dos gastos nas decisões de compra para os filhos.
	10ª	Eu e meu ex-marido opinávamos de forma equilibrada nas compra para nossos filhos.	Observar a intensidade de participação nas decisões de compra para os filhos.
	11ª	Eu e meu ex-marido controlávamos juntos os gastos com nossos filhos.	Observar o processo de divisão dos gastos nas decisões de compra para os filhos.
	12ª	Eu e meu ex-marido não brigávamos sobre as compras para nossos filhos.	Observar a maturidade para condução do processo de decisão de compra para os filhos.
	13ª	Eu e meu ex-marido não comprávamos tudo o que os nossos filhos pediam.	Observar a maturidade para condução do processo de decisão de compra para os filhos.
	14ª	Eu e meu ex-marido concordávamos com o que deveria ser comprado para nossos filhos	Observar a intensidade de participação nas decisões de compra para os filhos.
	15ª	Eu e meu ex-marido comprávamos presentes mesmo fora de ocasiões especiais.	Observar a flexibilidade do orçamento destinado às compras para os filhos.
	16ª	Eu e meu ex-marido não nos endividávamos para comprar coisas para nossos filhos.	Observar a maturidade para condução do processo de decisão de compra para os filhos.
	17ª	Eu e meu ex-marido ouvíamos nossos filhos antes de comprarmos coisas para eles.	Observar a flexibilidade de participação dos filhos nas decisões de compra para eles.

Fonte: Elaboração própria (2016).

Para que os sujeitos visualizem o significado do consumo para os filhos, esta pesquisa usou como base as necessidades de uma criança determinadas pelo Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), que corresponde à Lei nº 8.069, de 13 de Julho de 1990, no Art. 4º das Disposições Preliminares, que diz:

É dever da família, da comunidade, da sociedade em geral e do poder público assegurar, com absoluta prioridade, a efetivação dos direitos referentes à vida, saúde, alimentação, educação, ao esporte, ao lazer, à profissionalização, cultura, dignidade, ao respeito, liberdade e à convivência familiar e comunitária (BRASIL, 2002).

Neste caso, as respostas deveriam ter como base os aspectos de saúde, alimentação, educação, esporte, lazer, profissionalização e cultura, ou seja, aqueles que poderiam ser materializados em situações de consumo. Este mesmo parâmetro também foi utilizado na parte seguinte do roteiro de entrevistas.

c) Bloco 2 – Parte b: efeitos da monoparentalidade advinda do divórcio sobre o processo de consumo

Nesta parte, as perguntas estavam focadas em reconhecer os efeitos da monoparentalidade advinda do divórcio sobre o processo de consumo, observando as características das relações de consumo direcionadas às crianças **após** o processo de separação em si. Para isso, novamente foram utilizadas afirmativas que solicitavam um aspecto de concordância e uma justificativa, para que as voluntárias pudessem dialogar de maneira mais assertiva, baseadas em suas próprias experiências.

As perguntas deste bloco eram introduzidas mediante a seguinte explicação: *“Neste momento, as perguntas estão direcionadas a compreender como você e seu ex-marido lidavam com as atividades de consumo direcionadas aos seus filhos, principalmente, **nos primeiros cinco anos DEPOIS** do divórcio¹⁸. Tenha em mente esse período. Para isso, eu vou ler algumas afirmativas e gostaria que você me dissesse se concorda ou não com o que foi dito, e depois me explique o porquê”*.

O Quadro 16 apresenta o 2º bloco de perguntas, parte b.

Quadro 16 - Bloco 2b – Efeitos da nova estrutura no consumo para os filhos

Afirmativas + (Concorda ou discorda, e por quê?)		Objetivo:	
Depois do divórcio [...]	18ª	Eu e meu ex-marido reduzimos o diálogo antes de comprar algo para os nossos filhos.	Observar no diálogo dos cônjuges nas decisões de compra para os filhos.
	19ª	Meu ex-marido só divide(dia) os gastos para os filhos comigo porque é(era) obrigado.	Observar alterações na divisão dos gastos nas decisões de compra para os filhos.
	20ª	A minha opinião sempre acaba(va) prevalecendo nas decisões de compra para nossos filhos.	Observar alterações na intensidade de participação nas decisões de compra para os filhos.
	21ª	Eu assumi a maior parte dos gastos com meus filhos.	Observar alterações na divisão dos gastos nas decisões de compra para os filhos.

¹⁸ Nos casos em que não havia passado cinco anos do divórcio, o texto era personalizado para a realidade captada na primeira pergunta do roteiro.

Depois do divórcio [...]	22ª	Passei a brigar com meu ex-marido por causa das coisas que ele compra(va) para nossos filhos.	Observar alterações na maturidade para condução do processo de decisão de compra para os filhos.
	23ª	Eu passei a ceder mais às vontades dos meus filhos. E o pai também.	
	24ª	Eu me endividei para comprar coisas para meus filhos.	Observar a maturidade para condução do processo de decisão de compra para os filhos.
	25ª	Eu passei a ouvir menos os meus filhos antes de comprar coisas para eles.	Observar a flexibilidade de participação dos filhos nas decisões de compra para eles.
	26ª	Por um momento eu me senti incapaz de (ou não soube) manter o padrão de vida dos meus filhos.	Observar a capacidade de adaptação ao novo orçamento de compra para os filhos.
	27ª	Eu passei mais a ouvir a opinião de terceiros antes de fazer compras para os meus filhos.	Observar a influência de terceiros sobre o processo de compra para os filhos.
	28ª	Meus filhos passaram a consumir coisas diferentes, de acordo com as minhas preferências.	Observar as necessidades de adaptação ao novo orçamento de compra para os filhos.

Fonte: Elaboração própria (2016).

Ressalta-se que neste bloco e nos subsequentes, algumas alterações no tempo verbal das afirmativas foram necessárias para englobar os casos de voluntárias cujos filhos já não estavam mais na fase infantil.

d) Bloco 3: Características da vulnerabilidade no contexto de pesquisa

Por fim, o terceiro bloco de perguntas abordou a caracterização da vulnerabilidade no consumo da família monoparental feminina. No caso específico do contexto estudado, como a vulnerabilidade não estaria restrita somente a um tipo de interação de consumo (por exemplo: vulnerabilidade diante do consumo de brinquedos, alimentação, lazer, etc.), optou-se por manter o uso das afirmativas e justificativas, facilitando, assim, o entendimento das entrevistadas e sua capacidade para recordar situações que expressassem o possível comportamento vulnerável, com base em informações já descritas pela literatura do assunto.

Os Quadros 17 e 18 apresentam o terceiro bloco de perguntas.

Quadro 17 – Bloco 3a: Caracterização das características individuais

MODELOS:	Modelo de Baker <i>et al</i> (2005) + Tipologia de Morgan, Schuler e Stoltman (1995).	
FATORES:	Características individuais + Consumidor	
Afirmativas + (Concorda ou discorda, e por quê?)		Fatores
29ª	Eu e meu ex-marido já competimos (mesmo que indiretamente) para ver quem comprava as melhores coisas para nossos filhos.	Competição

30 ^a	Eu já proibi os meus filhos de interagirem com algum produto comprado pelo pai deles.	Superproteção
31 ^a	Eu não gosto(ava) de delegar as compras dos meus filhos para o meu ex-marido.	Centralização
32 ^a	Eu não gosto(ava) das programações de passeio que meu ex-marido faz(ia) com meus filhos.	Insegurança
33 ^a	Eu sempre peço(pedia) que meu filho me conte(asse) o que ganhou(ava) do pai no dia em que ficaram juntos.	Desejo por controle
34 ^a	Eu acho que meu ex-marido tenta(va) comprar o amor dos nossos filhos com presentes.	Materialismo; Interesse
35 ^a	Eu incentivo(vava) meus filhos a pedirem (para comprar) coisas ao pai.	
36 ^a	Eu reclamo(ava) com meu ex-marido quando ele compra(ava) algo errado para nossos filhos.	Agressividade
37 ^a	Com o pai eu acho que eles não insistem(tiam) tanto para comprar alguma coisa.	Complexo de Inferioridade

Fonte: Elaboração própria (2016).

Quadro 18 - Bloco 3b: Caracterização dos estados individuais

MODELOS:	Modelo de Baker <i>et al</i> (2005) + Tipologia de Morgan, Schuler e Stoltman (1995).	
FATORES:	Estados individuais + Consumidor	
Afirmativas + (Concorda ou discorda, e por quê?)		Fatores
38 ^a	Eu me sinto(ia) bem sabendo que o pai deles não interfere(ia) mais na nossa rotina de compras.	Indiferença; Sentimento de liberdade
39 ^a	Eu me sinto(ia) triste por não poder dar mais presentes aos meus filhos como antes do divórcio.	Tristeza
40 ^a	Eu fico(ava) triste quando meus filhos preferem(riam) os presentes ou as programações do pai.	Ciúme
41 ^a	Eu já comprei algo para os meus filhos na tentativa de mostrar ao pai deles o quanto estamos(estávamos) bem.	Necessidade de autoafirmação
42 ^a	Eu já comprei coisas para os meus filhos tentando amenizar a ausência do pai. Ou a minha ausência.	Carência
43 ^a	Eu acho que meu ex-marido não participa(ava) o suficiente das decisões de compra para nossos filhos.	Inconformidade
44 ^a	Irrita(ava)-me saber que a relação dos meus filhos com o pai passou a ser mais somente em situações de lazer.	Raiva
45 ^a	Eu já me senti mal em ter que pedir ajuda aos outros para comprar coisas para os meus filhos porque meu ex-marido não me ajuda(ava).	Vergonha
46 ^a	Eu passei a ser mais controlada com as compras para os filhos depois que assumi as despesas da família.	Capacidade de adaptação

Fonte: Elaboração própria (2016).

Por se tratar de um roteiro semiestruturado, novas perguntas poderiam emergir durante a coleta dos dados, de acordo com a condução específica de cada entrevista. Algumas destas perguntas encontram-se destacadas no Quadro 19.

Quadro 19 - Perguntas que emergiram no momento da coleta

Novas perguntas	Por que foi feita?
Você pode dar exemplos de quando isso aconteceu?	Para captar exemplos das situações de consumo em que a vulnerabilidade ocorreu.
Por que você acha que se comporta(ava) dessa maneira?	Para incitar a autorreflexão.

Por que você acha que deixou de se comportar dessa maneira?	Para incitar a autorreflexão.
Quem te ajudou a superar isso?	Para captar exemplos de sujeitos importantes para o processo de reestruturação do processo de consumo familiar.

Fonte: Elaboração própria (2016).

Para complementar a entrevista, ao final, as voluntárias foram convidadas a preencher o perfil sociodemográfico com informações sobre idade, estado civil atual, número de filhos, grau de escolaridade, situação empregatícia, com quem dividem residência, e quem foram as pessoas que mais auxiliaram na criação dos filhos na época do divórcio.

3.4 PROCESSO DE ANÁLISE DOS DADOS

A técnica de análise do conteúdo foi selecionada no momento da elaboração do projeto de pesquisa e, após sua realização, ainda apresentou-se como decisão metodológica adequada para obtenção dos resultados pretendidos. De acordo com Bardin (2006), ela pode ser conceituada como um conjunto de procedimentos de análise das comunicações, que se refere ao estudo tanto dos conteúdos nas figuras de linguagem, reticências, entrelinhas, quanto dos manifestos. Por isso, mostrou-se viável para a caracterização da vulnerabilidade no consumo direcionado aos filhos de famílias monoparentais femininas.

Para seguir os procedimentos de codificação e tratamento dos relatos, a análise do conteúdo foi conduzida de acordo com os passos apresentados por Campos (2004) no Quadro 20.

Quadro 20 - Fases da Análise do Conteúdo por Campos (2004)

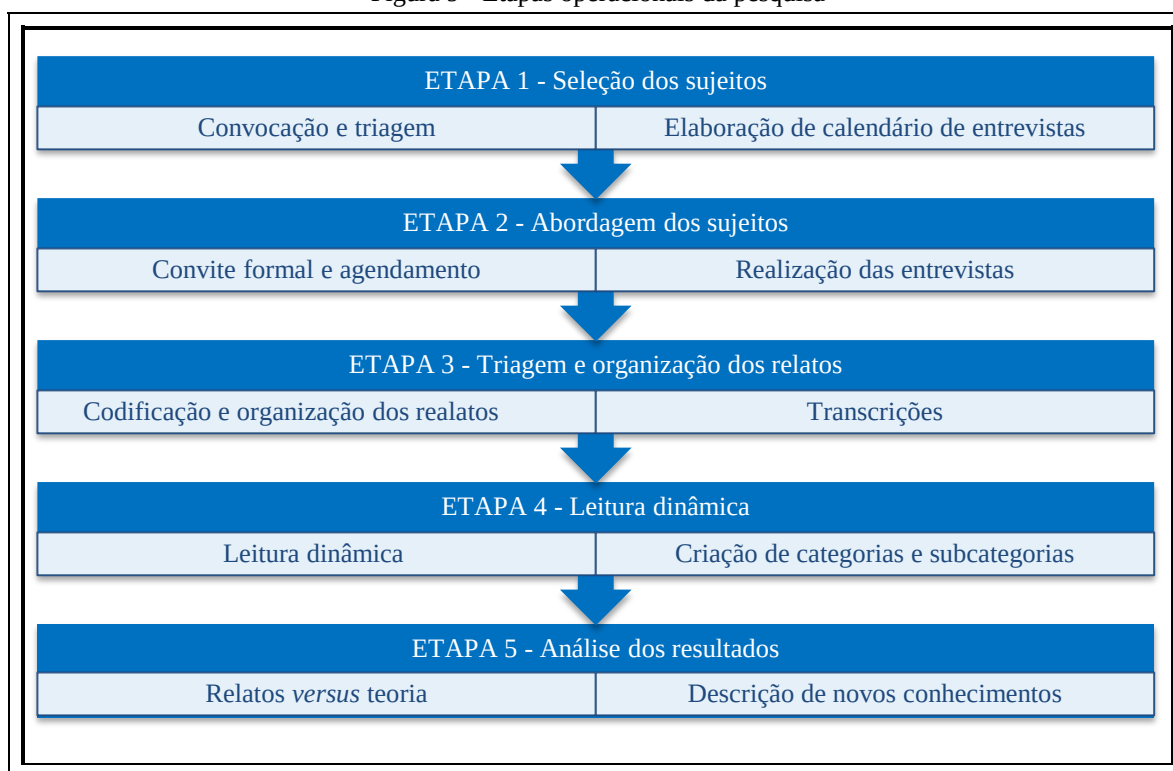
FASE	DESCRIÇÃO
Transcrição	As entrevistas foram transcritas e organizadas com o apoio das plataformas do Pacote Office da Microsoft (2010) Word e o Excel. Apesar de ser uma ferramenta destinada aos números, no Excel é bem mais simples manusear recortes de textos para agrupá-los em categorias e subcategorias de acordo com os padrões determinados.
Pré-exploração e leituras flutuantes	Ocorreu após a transcrição, com o intuito de familiarizar-se com os discursos, reconhecer as primeiras particularidades das entrevistas, e a provável tendência das respostas.
Seleção das unidades de análise	Buscou-se o evidenciamento das unidades de análise temáticas, que são os recortes do texto. Esta atividade foi feita segundo um processo de análise ora focado na mensagem explícita, ora nas significações não aparentes do contexto. Para tal, foram utilizados os objetivos do trabalho e as teorias como primeiros norteadores.
Codificação	Marcação das unidades de análise, com cores que permitiram seu agrupamento posterior (em categorias ou subcategorias). E codificação das entrevistadas, que receberam nomes avulsos para terem suas respectivas identidades protegidas.

Processo de categorização e subcategorização	Momento de definição dos grandes enunciados que abarcam um número variável de temas, segundo seu grau de intimidade ou proximidade, e que puderam por meio de sua análise, exprimir significados e elaborações importantes para aos objetivos de estudo e criar novos conhecimentos. A definição das categorias emergiu do contexto das respostas e de acordo com a relevância implícita, ou seja, poderia ser um tema importante que não se repetia no relato de outros respondentes, mas que guardava em si, riqueza e relevância para o estudo.
--	--

Fonte: Baseado em Campos, (2004).

Apesar de, didaticamente, o Quadro 20 aparentar-se como uma sequência lógica, acredita-se que o exercício de compreensão e discussão dos resultados é um processo que pode ser feito conjuntamente aos outros passos da análise, interligando-se, por exemplo, o material coletado ao corpo teórico norteador e às inferências realizadas (CAMPOS, 2004). Dito isto, e de acordo com todos os passos apresentados, a operacionalização prática da pesquisa encontra-se resumida na Figura 9.

Figura 9 - Etapas operacionais da pesquisa



Fonte: Elaboração própria (2016).

E, para condensar todas as informações discutidas no capítulo referente ao Método, o Quadro 21 é apresentado com a Síntese do desenho da pesquisa.

Quadro 21 – Síntese do desenho da pesquisa

Tipo de pesquisa	Empírica, exploratória; Campo.
Abordagem	Qualitativa.
Método	Entrevistas individuais face a face, com roteiro semiestruturado, registradas por meio da captação de áudio.
Sujeitos	Famílias monoparentais femininas, fruto do divórcio, com crianças de até 12 anos que estivessem na fase 1 ou 2 do processo, ou filhos maiores de 12 anos, mas que na época do divórcio compreendiam o critério anterior.
Análise	Análise do conteúdo.

Fonte: Elaboração própria (2016).

No Capítulo seguinte encontram-se dispostas a análise e a interpretação dos resultados alcançados pelo estudo.

4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo são apresentadas a análise e a interpretação dos resultados obtidos após a realização da pesquisa. Para manter a conformidade com a divisão das questões atribuída em blocos no roteiro de entrevista, também foram desenvolvidas três categorias principais, sendo elas: reconhecimento geral do processo de divórcio (bloco 1), o consumo da família nuclear *versus* o consumo da família monoparental (bloco 2), e a caracterização da vulnerabilidade (bloco 3). As subcategorias que emergiram de acordo com os relatos são apresentadas em cada seção.

O Quadro 22 apresenta a organização de categorias e subcategorias:

Quadro 22 - Organização de categorias e subcategorias

Bloco	Categorias	Subcategorias
Bloco 1	Reconhecimento geral do processo de divórcio	-
Bloco 2	O consumo da família nuclear <i>versus</i> o consumo da família monoparental	Negociação e diálogo
		Divisão dos gastos e controle orçamentário
		Conflitos nas decisões de compra
		Presentes e “mimos”
Bloco 3	Caracterização da vulnerabilidade	Características individuais
		Estados individuais

Fonte: Elaboração própria (2016).

Para entender como se davam as relações de consumo desempenhadas pelas famílias estudadas, inicialmente, a pesquisadora buscou desenvolver um nível favorável de aproximação com o contexto de vida das voluntárias e seus filhos. Dessa forma, o bloco destinado ao reconhecimento geral do processo de divórcio foi utilizado para identificar as características e as modificações consequentes em seus hábitos, costumes e comportamentos de consumo direcionados à criança.

Na ocasião, sete questões foram utilizadas para tentar compreender de maneira abrangente, porém, não invasiva, a realidade que enfrentaram na época da separação, e as situações vivenciadas que pudessem caracterizar a formação de um comportamento vulnerável nas relações de consumo em questão. As análises referentes a esta categoria são descritas a seguir.

4.1 Reconhecimento geral do processo de divórcio

No curso da vida, uma pessoa passa por diversas mudanças de status. E, a cada nova mudança, um antigo modo de ser se esvai, dando espaço para um renovado modelo mental (MCALEXANDER, 1991). Durante esse processo de construção e reconstrução do ser, é natural que o sujeito enfrente períodos de confusão ou crise, até adaptar-se novamente à realidade; e que encontre em novos hábitos (ou lugares, etc.) o subsídio para lidar com o estresse do evento (MARTINS FILHO, 2010).

Dessa forma, mediante as mudanças de status, algumas características individuais e condições externas poderão favorecer o sucesso da transição. Dentre as características e condições identificadas pela pesquisa, duas delas pareceram decisivas para o processo de superação do divórcio: a capacidade para refletir sobre os motivos que o ocasionaram, e as estratégias de “*coping*”, ou seja, os mecanismos de defesa utilizados para lidar com as consequências de suas mudanças.

Estes dois aspectos contribuíram tanto para a compreensão da transição de *status*, como para a compreensão da vulnerabilidade vivenciada no período, pois, o divórcio também ocasionou alterações de moradia, situação empregatícia, renda, rotina e, principalmente, alterações no comportamento de consumo para os filhos ou na administração das finanças em geral. Sendo assim, a disposição para aceitar a nova realidade e a capacidade para adequar-se ao novo contexto contribuíram, consequentemente, com o aumento ou a superação da condição de vulnerabilidade.

A análise dos relatos evidenciou que o comportamento de consumo pós-divórcio só alcançou certo nível de assertividade, depois que as voluntárias refletiram sobre a situação na qual agora se encontravam, optaram por sua estratégia de *coping* e permitiram-se aprender a lidar com as inconstâncias e adversidades. Para Andreasen (1984), a probabilidade de que uma unidade de consumo mude suas atitudes, percepções e/ou comportamentos (com ou sem a intervenção de um agente de mudança, como os de marketing) é diretamente proporcional à quantidade e aos tipos de mudanças de status que essa unidade tenha passado ou esteja passando.

Sendo, portanto, a família esta unidade, e o divórcio a mudança de status, entende-se que os novos comportamentos de consumo também se caracterizaram como uma estratégia para lidar com o estresse característico do evento. Esse estresse pode ser entendido como “as demandas ambientais, internas ou sociais que requerem do indivíduo o reajuste perante seus padrões antigos de comportamento” (THOITS, 1995).

Logo, é fundamental que o indivíduo reflita sobre a experiência da transição para que, com o passar dos anos, alcance a estabilidade inerente ao novo status.

A reflexão, além de promover o autoconhecimento, permite que os sujeitos, quando confrontados com forças adversas, não permaneçam inativos. Mas, reajam ativamente por meio das estratégias de *coping*, que são as “tentativas cognitivas e comportamentais para gerenciar demandas situacionais estressantes, que podem incluir (ou não) atividades de consumo” (LEE; MOSCHIS; MATHUR, 428).

Nos discursos analisados foi possível identificar relatos que ressaltaram a maneira como a reflexão e a escolha por uma estratégia de *coping* contribuíram para a superação ou o aumento da condição de vulnerabilidade, como exemplificado a seguir:

“Bom, é uma decisão muito [...] **Bem, acho que é a decisão mais difícil de você tomar, porque você passa dias, né? E vem todo o contexto, né?** Que não chega nem perto da realidade do divórcio. **Hoje eu já tenho outra visão sobre o divórcio, e hoje é que eu sei como é difícil.** Como é grave mesmo, né?” (NATHALIA).

“Esses dias eu vi ali a vizinha mandando embora e ‘chutando a lata’ porque não queria mais. Então quer dizer, as pessoas vivem a vida inteira assim expulsando, **enquanto deveriam manter um diálogo. Vamos conversar porque tá acontecendo isso. Porque quantas famílias não estão aí separadas, e os filhos ficam com tantos problemas, né?**” (THAÍS).

“Após a maturidade, o sofrimento faz a gente amadurecer um pouco. E, através desse amadurecimento, percebi que era isso mesmo que tinha que acontecer. **Era uma relação que já tinha dado o que tinha que dar. Mas, aí por outro lado eu vejo que eu era uma pessoa muito diferente, e me vejo hoje uma pessoa bem melhor, nesse sentido de ser uma pessoa bastante complicada, de ter vários aspectos que eu não renunciava.** Então, isso tudo deixava a relação cada vez mais difícil. E, quando terminou, eu senti muito porque eu ainda gostava, ainda tinha sentimento. E, aos poucos, isso foi sendo sanado. Eu comecei a transferir meus sentimentos dele pra ela **[a filha]**. Então, eu já não pensava mais no marido e sim no pai da minha filha, e aí isso foi uma coisa muito importante, porque eu comecei a deixar o sentimento para lá e, graças a Deus, hoje, está bem resolvido” (PAULA).

“**Mas, se eu tivesse lutado, talvez?** Porque como eram os dois mais com a mente infantil a gente não conseguiu retomar o caso” (JOELMA).

“**Eu me enterrei muito no trabalho** porque era uma maneira de eu esquecer um pouco o que estava acontecendo, **mas eu tinha muito traçado.** Eu sabia exatamente o que precisava ser feito. E eu fiz. **Mesmo não sendo fácil, e não sendo agradável**” (FERNANDA).

De acordo com os relatos, o processo reflexivo desenvolveu com o tempo maturidade nos sujeitos, dando-lhes condições para avaliar as consequências de suas decisões na época do divórcio. As voluntárias, principalmente as que se divorciaram

mais novas, evidenciaram que, atualmente, se consideram pessoas diferentes, que aprenderam com a situação e agiriam de outra forma, caso passassem por um novo processo de separação. Especialmente, na questão do diálogo com o parceiro, já que por não saberem lidar com os conflitos durante a fase iminente do evento, muitas delas decidiram não ir atrás dos seus direitos (pensão, divisão dos cuidados, participação do pai na vida da criança); o que afetou diretamente o gerenciamento e o sustento da família.

Passar pela fase de reflexão e autoconhecimento é colocado como um ponto essencial para o modelo de vulnerabilidade trabalhado por Baker et al. (2005), uma vez que a condição vulnerável exige do indivíduo uma resposta à situação; que poderá assumir um caráter adaptativo, incluindo comportamentos positivos, estratégias emocionais de sobrevivência e aprendizado, ou a impotência e o sentimento de desumanização.

Na maioria dos relatos, percebeu-se que as voluntárias durante o estágio de caos, confusão e crise do ritual de passagem (BROWN, 2001), por estarem sob o efeito de sentimentos e estados como a raiva, angústia, inconformidade, ciúme e tristeza vivenciaram momentos de desequilíbrios emocionais, psicológicos e financeiros.

“Pra mim foi uma decisão que eu tomei precipitada, hoje eu vejo isso. Você sempre toma as decisões no calor da emoção. E, se você tomasse, respirasse pelo menos dez minutos, você não faria tudo o que você faz. Resolver uma vida em poucas horas, eu não faria. Mas, no meu caso eu fiquei, fiquei abalada, né? **Você fica abalada emocionalmente, de saúde, financeiramente, e é assim. Fica totalmente desestruturada a sua vida” (NATHALIA).**

“Foi aquele negócio bem chato mesmo, bem horrível na minha vida. Porque eu fiquei com muita raiva dele, né? Muita raiva mesmo” (JOELMA).

E o que diferenciou a condição de vulnerabilidade foram justamente as estratégias de *coping* adotadas nessa fase, como consequência da qualidade do processo de reflexão. O apego ao trabalho, a transferência do sentimento para outras pessoas e atividades, o distanciamento parcial ou completo do ex-cônjuge, e o retorno à dependência dos pais, foram algumas das estratégias que evidenciaram relação fundamental com o desenvolvimento da família monoparental feminina e suas atividades de consumo.

As voluntárias, por exemplo, que adotaram a estratégia de apego ao trabalho deram à família condições de vida superiores a que possuíam antes do divórcio. Fato que lhes permitiu proporcionar aos filhos maior contato com experiências de viagens,

educação, lazer e conforto. Esse avanço nas condições de vida foi viabilizado, principalmente, pela adoção de um comportamento de consumo mais liberal, já que agora eram responsáveis por todo o processo decisório de compras para os filhos, não estando mais sujeitas às restrições financeiras geralmente impostas pelos maridos. O comportamento liberal, entretanto, não pareceu ser algo externalizado repentinamente. Percebeu-se que, mesmo quando casadas, as mães já tinham o desejo de oferecer melhores condições aos filhos (produtos e experiências mais adequadas às necessidades), porém, eram constantemente reprimidas pelo homem.

Vale salientar que, como discutido no referencial da pesquisa, a vulnerabilidade não se caracteriza somente pela privação ou por situações essencialmente ruins de consumo. Conseguir o que se quer consumir, em muitos casos, também pode gerar efeitos nocivos no comportamento de consumo infantil, uma vez que as crianças passam a ter menos noção do esforço empregado para o ganho do dinheiro, e a utilidade dos objetos (ANDREASEN, 1984; McALEXANDER, 1991; BURROUGHS; RINDFLEISCH, 1997; RINDFLEISCH; BURROUGHS; DENTON, 1997).

Sendo assim, a adoção do comportamento de consumo mais liberal, apesar de representar um alívio, ou uma nova fase para o consumo da família monoparental, impôs aos sujeitos pesquisados situações de vulnerabilidade, como a autopunição, caso não oferecessem melhores bens ou experiências que reafirmassem sua capacidade para sustentar a família; e endividamento, por necessitarem recorrer a fontes externas de captação de recursos para manter o novo sistema de consumo desenvolvido.

Aquelas que optaram pelas estratégias de *coping* negativas como o rompimento total com o ex-cônjuge, o afastamento dos filhos, e o retorno à dependência dos pais, evidenciaram viver situações de vulnerabilidade, como sentimentos de impotência diante da incapacidade para prover o sustento; tristeza, por não poderem mais dar presentes e experiências de lazer; vergonha por dependerem de terceiros para o sustento; e, principalmente, desorientação para controlar as despesas com as necessidades básicas de educação e saúde.

Por ser uma decisão nem sempre consensual, o divórcio é uma mudança de *status* com alto potencial para gerar situações de desequilíbrio e conflitos, principalmente na vida das crianças (MARTINS FILHO, 2010). Sabendo disso, a pesquisa também se propôs a identificar de que maneira o recebimento ou o ato de pedir

o divórcio afetou o comportamento de consumo adotado pela família monoparental feminina, a fim de evidenciar novas características da vulnerabilidade.

Obviamente, quando não consensual e de iniciativa do homem, a separação se mostrou muito mais nociva à vida da mulher e dos filhos, geralmente surpreendidos por traições, abandono e violência doméstica. Nestes casos, a nova rotina de consumo das famílias se viu cercada por situações de vulnerabilidade ocasionadas por sentimentos de inconformidade, culpa, medo, angústia, depressão, solidão, e condições externas como alugueis, mudanças, empréstimos, redução da renda e dependência de terceiros.

“Arrasada, né? Foi um choque porque a gente não esperava. Um namoro de muito tempo e foi um negócio de surpresa, assim sem motivo porque ele não me deu. Só deu depois, porque ele quis conversar comigo. Mas, já tinha feito e eu não quis voltar atrás por pressão dos meus pais, que diziam que eu não podia ficar para lá e para cá” (JOELMA).

“O divórcio foi consensual, mas a iniciativa de se separar foi dele. A mulher sempre sai muito ferida, né? Porque assim, é quem sonha mais, quem planeja mais. Então, assim acaba frustrando bastante, né? E, assim, foi meio confuso porque o que a gente sempre sonhou que era ter um filho veio um pouquinho tardio. Uma coisa meio fora de época. Mas, de qualquer forma, valeu a pena” (ELISA).

“Quando você casa, você casa pensando que vai ver para a vida toda, não é isso? É um projeto de vida. Eu não tinha planos de viver sem ele. Eu tinha planos de viver com ele. Então, assim é um processo dolorido é algo muito difícil” (DIANA).

Quando não consensual, mas partindo da mulher houve ainda o agravamento devido às situações, por exemplo, de perseguições, discussões e ameaças por parte dos homens, o que dificultou o contato das mães com seus filhos, e prejudicou a rotina não só de consumo, mas de segurança de toda a família.

“Pra mim foi um alívio, e por outro lado foi sofrido, porque eu tive que me separar dos meninos. Eu tive que sair da cidade. Até então não dava pra continuar aqui porque ele me perseguia. E houve situações em que eu tive que abrir mão dos meus filhos porque eu fiquei sem nada de pensão. Então, não tinha como ficar com eles e privá-los de educação, de saúde, de colégio melhor, de uma vida mais confortável. Para eles não perderem isso eu tive que deixá-los e ir embora. Então, foi dolorido por isso. Mas, me livrar da pessoa em si foi um alívio” (MARCELA).

“Na realidade não existiu um pedido. Existiram fatos. Questão de que ele vivia muito no mundo, e se acabava descobrindo que estava com mulheres em lugares, e eu acabava descobrindo. Aí, vinham as discussões do porque daquilo. E, a gente vai vendo que aquilo vai cada vez mais ficando próximo daquilo que era o nosso relacionamento. Então foi preciso. Mas, foi difícil, porque ele ia e voltava. Ia, depois deixava as aventuras e depois voltava, e eu

acabava aceitando. Aí, chegou um tempo que eu achei que não dava mais para ficar nessas idas e voltas” (THAÍS).

A condição de “prisão” associada ao casamento foi outro fator que incentivou às mães, após a separação, a optarem por um estilo de vida mais permissivo quanto ao consumo para os filhos. Essa constatação confirma o pensamento de McAlexander, Schouten, e Roberts (1992): “no divórcio as pessoas às vezes experimentam um marcante senso de liberdade para experimentar as atividades anteriormente indisponíveis dentro da estrutura e confinamento do casamento”. Principalmente, porque a figura paterna na maioria dos casos, apesar de não dar a devida atenção às necessidades de consumo da criança (a mãe é sempre responsável por identificar se o filho precisa de roupa, material escolar, comida, remédio, lazer, etc.), dava atenção aos custos associados a este quesito.

Sendo assim, as mães ficavam em sua maioria responsáveis por identificar as necessidades, buscar opções e preços, ir às lojas, barganhar descontos e efetivamente pagar pelos produtos para os filhos. Mas, em poucas situações, eram donas do dinheiro ou podiam decidir de forma plena o que deveria ser comprado. Esse impasse foi responsável, conseqüentemente, por sentimentos de frustração e impotência, já que elas conheciam as necessidades dos filhos, mas não poderiam supri-las da maneira mais adequada.

Os limites impostos pelos pais fizeram as mães, em muitos casos, usarem uma parcela ou todos os seus rendimentos com brinquedos, passeios, comida, e outros “mimos” para aliviar a severidade no consumo familiar. Por isso, a permissividade foi um reflexo do desejo de possuir coisas melhores e viver experiências que antes não eram permitidas. A vulnerabilidade nesse sentido encontra-se no paradoxo de ter a liberdade agora para consumir, mas estar em uma fase onde os rendimentos e as habilidades emocionais, psicológicas e até mesmo cognitivas para tal estavam afetadas por conta do divórcio.

As mães, entretanto, que tinham o casamento como uma relação positiva e sofreram mais com a dor da separação, passaram por maiores fases de desequilíbrio no orçamento no sentido de duração. Em ambos os casos, contudo, elas foram, em algum momento, forçosamente convidadas a aprender lições de gerenciamento dos gastos, e a dizer não aos filhos mediante as restrições. Por isso, esta pesquisa também identificou que o divórcio mostrou-se uma experiência traumática, que desequilibra financeiramente o núcleo familiar, porém, suas ações nocivas com o tempo conseguem

ser amenizadas porque a família aprende a viver em determinadas condições que se tornam menos traumatizantes no final das contas.

4.2 O consumo da família nuclear *versus* o consumo da família monoparental

Após descrever os aspectos principais do processo de divórcio vivenciado pelas famílias estudadas, a pesquisa se propôs a analisar os efeitos da vulnerabilidade advinda do divórcio nas relações de consumo para os filhos. Para isso, as perguntas do 2º bloco do roteiro de entrevista discorreram sobre as diferenças no comportamento de consumo da família nuclear *versus* a família monoparental.

4.2.1 *Negociação e diálogo*

Segundo Weiss (1997), é possível distinguir três modelos gerais de processos decisórios de consumo desempenhados por famílias: (1º) quando a família não tem conflitos internos, (2º) quando os conflitos existem, mas, os pais (ou responsáveis) parecem trabalhar em conjunto para superá-los e, (3º) quando os conflitos são resolvidos por um conjunto de ações impostas unilateralmente. De acordo com os relatos analisados, o modelo mais comum vivenciado pelas famílias do estudo foi o 3º.

Quando indagadas sobre o processo decisório de negociação e o diálogo dos cônjuges nas decisões de compra para os filhos, percebeu-se que as mães eram, majoritariamente, as iniciadoras desse processo, e os pais não costumavam participar ativamente do assunto. Por estarem mais próximas aos filhos e suas respectivas necessidades, elas atuavam como uma espécie de mediadoras entre as crianças e os pais (provedores financeiros), além de representá-las “nas reuniões” para planejamento do orçamento familiar, quando essa prática existia.

“Conversávamos. Geralmente eu... Eu sempre fui muito, até hoje eu tenho essa fama de tomar a iniciativa, porque ele era muito **mais acomodado. Então, assim, eu comunicava, mas ele deixava meio que pra lá. Eu sempre fui muito de tá perto, de tá junto de ver o que estava faltando**, então eu comunicava. Não existia assim correspondência, mas eu acabava comunicando” (DIANA).

“Concordo. Pelo menos acontecia. **Tinha. Embora ele às vezes não levasse muito a sério e eu tomava à frente.** Tipo no quarto dele tinha o berço né? Essas coisas. Aí, quando eu resolvi comprar cama para rapazinho, essas

coisas, eu vim dizendo: 'eu vou comprar'. Aí, ele: 'não eu que escolho, aí vou lá e passo o cartão'. **Mas, às vezes ele não levava a sério isso, até que eu tomava uma iniciativa**, arrumava um cartão, ia lá e comprava. Aí, depois ele ia e chegava com o dinheiro. Mas, tinha o hábito de conversar. Roupas, tudo... Tudo que fosse pra comprar com ele a gente conversava” (MARIA).

Nos casos em que a negociação e o diálogo eram recíprocos mesmo que de forma simples, (representando o 2º modelo exemplificado por Weiss (1997)), o processo aparentou ter um caráter rígido de “prestação de contas”, ou bem centrado na representação dos papéis de “pagador” (o pai) e “administrador do dinheiro” (a mãe).

“Conversávamos. A gente tinha que conversar porque eu não trabalhava. Ele não deixava eu trabalhar. Eu era só dona de casa. Então, ele trabalhava e eu administrava o dinheiro. **Então, tinha aquela coisa, ele me dava e eu administrava, então, tinha que prestar contas**. Então a gente estava sempre conversando sobre isso” (LOURDES).

“Olha, na realidade sempre ficou por minha conta. Pelo fato dele viajar muito se ele tivesse fora, **me mandava o dinheiro e eu, junto com elas, ia fazer as compras**” (THAIS).

“Razoável, não discordo totalmente, mas não concordo. Assim, até porque já tinha um consenso formado, já sabia o que era preciso, então, não tinha muito que ficar falando o que era necessário em relação ao consumo. Por exemplo, quando eu estava grávida com relação ao quarto, ao enxoval do bebê, então como era uma coisa necessária, **a gente não conversava muito, ia fazendo uma coisa prática**” (SABRINA).

Quando não havia a reciprocidade de nenhuma forma, a maior parte das famílias pesquisadas viveu sérios conflitos nas relações de consumo direcionadas para os filhos.

“Não. Nunca teve isso não. Ele não recebeu a notícia de que eu estava grávida com alegria. Ele não queria de jeito nenhum. **Então, não tinha diálogo, nunca teve não**” (JOELMA).

“Não. **Porque eu vivia numa situação crítica, porque muitas vezes ele saía de casa numa segunda e só voltava na outra e não deixava nada**. A gente passava necessidades sérias se não fosse minha mãe que me ajudasse com o pouquinho que ela tinha, eu teria passado muita fome com meus filhos” (CRISTINA).

As características observadas no processo de negociação e diálogo, portanto, introduziram um primeiro aspecto caracterizador da vulnerabilidade vivenciada pelas famílias estudadas: os casais não costumavam analisar, pensar, ou refletir em conjunto sobre as necessidades da criança, e o que podia ser consumido para supri-las adequadamente. A limitação orçamentária e as imposições definidas pelo marido

determinavam as opções disponíveis para o consumo, causando, conseqüentemente, um processo centralizado e estressante para a figura feminina.

De acordo com Burns e Granbois (1980), os níveis de interação da família no processo de negociação, diálogo ou planejamento do orçamento familiar variam proporcionalmente à duração do compromisso para com estas atividades, e à quantidade de recursos que nelas são envolvidos. Isso porque, depois de estabelecidos os papéis desempenhados pelo casal, o compromisso tende a se tornar apenas rotina, como procedimentos de pagamentos e compras repetidas. Logo, é de se esperar que pouca ou nenhuma interação, ao longo dos anos, seja desenvolvida pela família, até que, em algum momento, aconteça sua extinção.

Como consequência, observou-se que as famílias, apesar de nucleares, não agiam com o “sentimento de time”, no qual a capacidade analítica e racional dos pais poderia ser combinada à afetividade ou à empatia das mães para gerar melhores decisões de consumo. Essa característica evidenciou, por conseguinte, uma espécie de dilema vivenciado pelas entrevistadas: como comprar de acordo com a necessidade da criança e ainda respeitar os limites impostos para evitar conflitos com o marido?

Nos casos evidentes de um diálogo equilibrado com um processo decisório mais focado na compreensão das necessidades da criança, observou-se um comportamento diferenciado. A existência dessa característica aparentou ser impactada, principalmente, pelo nível de escolaridade e a classe social no qual o núcleo familiar se inseria.

“Concordo. Conversávamos. **A gente sempre teve uma postura de que as meninas teriam tudo o que pudesse ser dado a elas desde que isso fosse pra elevar a possibilidade de desempenho delas, vamos dizer assim.** A gente nunca brigou. Foi sempre concordando. Vamos dar a bicicleta de natal? Vamos dar a bicicleta de natal, entendeu? Sempre houve concordância. Antes do divórcio nós não tivemos problema com isso não”. (FERNANDA).

O processo de negociação e diálogo evidenciou ainda ser afetado pela flexibilidade de participação dos filhos, já que as prioridades masculinas e femininas apresentaram-se significativamente diferenciadas, apesar de serem casados. Este fato, conseqüentemente, aparentou reforçar o conflito envolvido no processo de consumo da criança, já que as mães não se sentiam apoiadas pelos cônjuges.

“Não. Totalmente diferente. Era mais eu. **O negócio dele era mais besteira, brinquedo caro, essas coisas, e eu era mais roupas, e a gente discordava bastante de algumas coisas**” (MARIA).

“**No nosso caso também tinha muita divergência aí nessa área.** Divergia muito. Eu tinha mais sonhos do que ele” (NATHALIA).

“Ele sempre foi taxativo. É isso e pronto. **E eu sempre querendo dar mais e sem condição.** E ele sempre com mais, mas sempre regando” (ANA CLARA).

“Não, não. Nunca foi assim não. Eu acabava gastando o meu salário todo, e ele não gastava todo porque ele priorizava algumas coisas que ele gostava, como o carro. **Enfim, umas coisas que pra ele eram importantes. E, pra mim não.** Pra mim até hoje o importante era os filhos era a casa, essa administração” (DIANA).

Por não terem apoio dos maridos, as mães entrevistadas passaram a optar entre a centralização do processo em sua pessoa, ou o compartilhamento direto com os filhos. Essa segunda decisão, de acordo com as divisões estabelecidas por Ricci (2004), é muito mais visível na fase de “lar dividido” ou “a casa da mãe, a casa do pai”.

“Não. Nessa época a gente, assim, comprava o que os filhos queriam. Mas, muitas das vezes, era o que a gente achava que era bom pra eles, que era bonito que era interessante. Algo que ia fazer bem. **Não tinha muito essa percepção de ouvir, saber o que eles estavam querendo.** Até hoje, eu escuto muito das meninas que a vontade delas desde pequena era ganhar livro. E não era livro, era mais brinquedos coisas que a televisão ou a mídia bota pra gente comprar” (NATHALIA).

“**É tão direcionado pra mim, porque eu que convivia mais, eu que ficava mais, né?** Mas, eu acho que eu não fazia muito isso não e não faço até hoje, eu não escuto muito eles não. Quando eu vejo que está precisando eu vou e compro. Antigamente, eu acertava mais porque eles eram pequenos. Mas, enfim, hoje, eu não acerto tanto. Mas, até hoje eu faço isso, se eu vir que eles estão precisando de uma coisa eu fico lembrando” (DIANA).

“[...] **Até mesmo a partir dos 7 anos, eu pagava, mas elas quem iam e escolhiam comigo, desde a parte da alimentação. Elas olhavam e diziam assim ‘mainha, olhe! Não, não gostei disso, a senhora deixa a gente escolher’.** Até mesmo quando chegava na loja, as vendedoras ficavam olhando assim: ‘não é a senhora que vai escolher não?’ E eu dizia que não porque elas diziam que eu não sei escolher o que elas querem (risos). Então, eu pago, agora eu digo assim: ‘olhe vamos comprar nessa condição, você escolhe até esse preço’. **E isso foi sempre conversado comigo e elas. E ele não.** Quando chegava dava comida, dava presente levava pra passear, tirava um final de semana pra viajar. Até um tempo desse ela estava questionando ‘mainha, quando a gente era pequena a gente viajava tanto, a gente tinha mais lazer’ e hoje, a gente nem tem tempo assim” (THAIS).

Vale salientar que ambas as decisões encontram o seu potencial vulnerável, seja porque a criança passa a se tornar “dona” do processo, ou porque nunca é ouvida, e

a frustração que se forma pode acarretar problemas futuros nas suas relações de consumo.

Após a experiência do divórcio, na maioria das famílias pesquisadas, a negociação e o diálogo referente ao consumo dos filhos passaram a não existir mais, evidenciando a tendência discutida por Burns e Granbois (1980). Essa característica indica que a separação física do casal, na prática, não interrompeu somente a convivência dos cônjuges, mas também prejudicou, especialmente, a relação dos pais (homens) com os filhos.

“Acabou totalmente o diálogo. Não tinha mais diálogo não” (JOELMA).

“Com certeza. Eu acho que era o que menos a gente tocava no assunto. Até porque, assim, nós passamos um período sem pensão. A pensão só começou a existir mesmo depois de dois anos certinhos, entrando certinho no banco. Antes disso era complicado, porque ele é uma pessoa que tem dificuldade de honrar compromissos, datas. Ele tem essa certa dificuldade. E isso me estressava bastante, então era complicado” (DIANA).

“Sim. Reduzimos. **Não tinha mais diálogo, né?** Ele comprava de um jeito, e ele comprava de outro” (NATALHA).

“Com certeza. **Passou a não haver nenhum tipo de diálogo.** Eu comprava o que achava que devia na minha maneira e ele comprava o que ele devia da maneira dele [...] então, a coisa passou mesmo a ser assim: ele dava pensão e eu fazia as compras. Quando ele saía com elas, ele comprava o que ele achava que devia comprar de acordo com o que elas pediam, ou ele achava certo, mas passou a não haver nenhum diálogo” (FERNANDA).

“Homem, se quando a gente era casado não tinha nada, não tinha essa conversação do que vamos ou não comprar. E depois da gente se divorciar?” (CRISTINA).

Quando mantidas minimamente, as atividades de diálogo ou negociação nas famílias estudadas passaram a conter muitas restrições, seja para evitar os conflitos do casal, ou para evitar a frustração do “não” (quando o pai parece não mais se interessar sobre o consumo da criança, ou quando começa a deliberadamente negar recursos).

“O diálogo que eu tenho com meu ex-marido é muito pouco. Hoje em dia, é muito pouco mesmo, só o básico, o necessário, sobre meu filho mesmo, **e se ele me perguntar alguma coisa, porque eu não tomo iniciativa para nada com relação a ele não.** Não tem esse diálogo porque a gente não decide mais o que vai comprar para meu filho. Se ele quiser dar alguma coisa a ele, ele dá. Se eu quiser também eu dou. Não tem esse diálogo não” (SABRINA).

“Totalmente. Assim, logo no começo, quando a gente separou, a gente ainda conversava, se falava. Mas, depois, **foi ficando meio pesado quando ele me ligava e não me respeitava e dizia coisas que eu não queria ouvir.** Então, eu fui já diminuindo, entendeu?” (ANA CLARA).

“Totalmente. **Reduziu porque primeiro ele não ajudava.** A gente não divide os custos não. Eu assumi tudo. Então não tinha diálogo não” (LOURDES).

Três exceções foram observadas nesse contexto. A Maria relatou que conseguiu manter o diálogo, mesmo sabendo das restrições pessoais entre o casal, para defender os direitos do filho.

“Eu acho que não. Com relação às coisas para o meu filho a gente não diminuiu não. Às vezes a gente não... No início, né? No início era difícil porque sempre acabava discutindo, mas não por conta do que era pra ele, e sim porque tudo era motivo de brigar, né? Era pra eu evitar pedir as coisas, pra evitar, porque eu já pensava na briga que eu sabia que ia ter. Mas, coisas que eu sabia que eram necessárias pra ele eu não reduzi não. Eu não pedia assim 'ah, compra presente pra ele' isso aí eu não pedia não. **Mas, pra comprar as coisas dele eu pedi**” (MARIA).

A Paula relatou que o diálogo foi mantido de forma amigável, havendo inclusive um benefício para as relações de consumo que se tornaram menos desagradadas, já que a nova realidade financeira obrigou-a a assumir uma postura mais controlada.

“**Manteve, manteve o diálogo. E eu acredito que antes existia um consumismo maior.** Existiam duas pessoas assalariadas e tal, depois eu passei a me reger baseada no valor dentro do que eu trabalhava e recebia com a pensão que ele dava, mas abrindo a aresta de que ele nunca deixou faltar nada para ela. Até a questão do excesso ele sempre concordou comigo apesar de que eu mesma me políciei e diminui automaticamente. Mesmo não tendo problema eu diminuí” (PAULA).

E a Vanuza relatou que também manteve a abertura para dialogar com o ex-cônjuge sobre os aspectos relacionados ao consumo de sua filha.

“Eu era pra ser britânica, porque eu sou pontual no horário, pontual em pagar contas. Se brincar eu pago antes do vencimento. Então, ele já não é assim, ele é meio relaxado pra isso. **A briga só é essa, mas em termos de o que eu precisasse, se eu entrar em contato, conversar com ele e pedir ele nunca me negou.** Ele podendo ele me ajuda. Não tem desses problemas não que muita gente tem por aí” (VANUZA).

Contudo, apesar de conseguirem gerenciar o diálogo e a negociação do consumo com os maridos para reduzirem os conflitos, Maria, Paula e Vanuza, assim como outras entrevistadas, passaram a ter maior domínio sobre o processo de compra para os filhos. A opinião das mães, após o divórcio, naturalmente, prevaleceu diante dos

demais membros do antigo núcleo, principalmente os pais, já que o distanciamento da realidade dos filhos pareceu limitar a capacidade que estes possuíam para compreender as necessidades de consumo da criança.

“Sim. Com certeza. Sempre foi mais a minha opinião. Em escolha de escola, em escolha de tudo, até pra estudar, em questão até de roupa [...] até para as decisões pra ela, mas que ele poderia dar também opinião, geralmente eu dou o ultimato” (VANUZA).

“Prevalece. **Na verdade prevalece sempre porque sou eu que tenho contato com ele no dia a dia e sei as necessidades do que ele precisa.** E o que eu posso dar a mais pra ele, dependendo de ele precisar ou não, porque eu quero eu dou. Sou eu que conheço a realidade, o dia a dia” (SABRINA).

Observou-se, portanto, que quando havia o desequilíbrio entre opiniões existia, paralelamente, o surgimento de duas características nas mães, de acordo com a situação: superioridade ou submissão. Se a opinião da mulher prevalecia, elas procuravam estipular novos padrões de qualidade para o consumo e, conseqüentemente, a não apreciar da mesma forma o que era comprado pelos pais. Nos casos contrários, quando a opinião do homem prevalecia, mesmo após o divórcio e de as mães terem a guarda, elas se viam obrigadas a aceitar determinadas condições que não acreditavam ser compatíveis com as necessidades da criança.

Isso se tornou mais visível, principalmente, nos casos em que havia a determinação judicial do valor da pensão, pois os pais passaram a utilizar a sentença como justificativa para se eximir da responsabilidade de conhecer melhor e contribuir mais com as necessidades de consumo dos filhos (seja com dinheiro ou não). Essa situação pareceu limitar o poder de argumentação da mãe e, conseqüentemente, provocou privações, endividamento e frustração.

“Não. Prevalecia não. **Mesmo depois do divórcio era o que ele queria, ‘pronto tá aí e pronto! Posso fazer mais nada, né’?** Às vezes ele chegava com alguma coisa, sem eu precisar, né? ‘Não mais eu não precisava disso não’. ‘Ah, mas eu já comprei, fique’. Então a gente não tinha aquele ‘olhe compre isso, compre aquele, não sei o que’. Depois do divórcio isso tudo acabou. Depois que entrou no processo mesmo de assinatura o processo acabou” (JOELMA).

“Com relação a ele não. Mas, aqui em casa eu que determino tudo. Se pode, o que não pode, se dá, entendeu? Porque aí vai de acordo com as minhas condições, hoje, que diminuíram muito. **Mas, em relação a ele nunca prevalece**” (ANA CLARA).

Além disso, observou-se que a divergência de opiniões ressaltou outra característica da vulnerabilidade: a necessidade de autoafirmação, ou a disputa velada entre as vontades dos cônjuges.

“Às vezes. Na maioria das vezes sim. Mas, às vezes ele fazia, já chegava com o presente. Eu dizia que não era pra comprar isso porque ele estava precisando de outras coisas mais importantes, então, e quando eu menos esperava, ele já chegava com presente, com um animalzinho que não era pra ter dado. Então às vezes prevalece mais, **e às vezes ele faz os gostos dele**” (MARIA).

Nestas famílias monoparentais femininas, o prevalecimento da opinião materna trouxe consigo o reforço à característica de compartilhamento do processo direto com os filhos, pois as mães passaram a ouvi-los mais antes das compras. Apesar de Cox e Paley (1997) argumentarem que, nesse período, elas tendem a se tornar mais severas ou alheias às necessidades da criança, as voluntárias da pesquisa não apresentaram esse comportamento. Pelo contrário, desenvolveram laços mais fortes de comunicação e interesse pelas compras dos filhos.

“Não passei a ouvir mais. Com certeza” (LOURDES).

“Não. Eu escutava também, né? Escutava o lado deles” (NATALHA).

“Não. Mesmo que eu não dê, eu sempre escuto o porquê. Porque ele sempre justifica o porquê ele quer aquele ‘eu não tenho esse ainda’, eu escuto mas não dei, mas eu escuto e depois eu explico porque não posso” (MARIA).

“Não. **Eu acho que eu passei a ouvir mais, ou eu passei a cercear menos porque antes eram duas cabeças pensando o que pode e o que não pode, e eu nunca fui contra.** Eu nunca contradisse né? Mesmo que eu achasse que podia, se ele achasse que não podia, enquanto casado comigo, eu ficava quieta. Depois, quando eu me separei, o meu leque do que podia era maior. Então, a gente terminou tendo algumas diferenças na maneira de consumir porque consumíamos coisas que antes ele vetava vamos dizer assim [...] Tipo o Mcdonalds, ou tipo a pizza à noite, no domingo, ou tipo vamos passar o dia inteiro no clube e ninguém para pra almoçar. A gente come um lanche, depois toma um sorvete, aí a gente janta direito. Era uma coisa muito comum fazer com as meninas que, enquanto eu estive casada, era difícil fazer porque ele queria parar e fazer o almoço e tal. Então, algumas coisas assim mudaram, eu era mais flexível vamos dizer assim” (FERNANDA).

“Não, não. Sempre ouvi e procurei dar o que eles precisavam” (MARCELA).

Ou, até mesmo, encontraram nas crianças o apoio que não tiveram quando casadas, ou de outros familiares adultos quando enfrentaram as restrições financeiras da monoparentalidade. Para Ricci (2004), esse novo status assumido pelos filhos se caracteriza quando os cônjuges dirigem suas emoções negativas ao outro

instrumentalizando a criança e/ou procurando nelas o apoio, formando-se uma aliança para compensar os sentimentos de desilusão, raiva e hostilidade (ALMEIDA; MONTEIRO, 2012).

“Não. Aí, a gente conversou porque eu tive que dizer que agora era um pouco mais difícil. Não, na verdade na situação financeira teve um dia que meus filhos perguntaram ‘mainha diga o que está acontecendo’? **Foi! Uma vez eles disseram ‘se a senhora não disser o que está acontecendo a gente não vai saber’**, porque eu procurava resolver as coisas sozinha” (SILVIA).

Vale salientar que essa característica muitas vezes pode se tornar um elemento de vulnerabilidade no consumo infantil, caso as mães não saibam estipular limites necessários para evitar o endividamento e outros problemas comportamentais. E em conformidade com essa possibilidade, a entrevistada Cristina evidenciou sua percepção quanto às diferenças entre o modelo de criação antigo e contemporâneo no contexto do consumo estudado.

“Eu não escutava mesmo, não era, Andressa? Eu não tinha como comprar. Aí eu vejo, **hoje em dia, a criação completamente diferente, os filhos é quem mandam nas mães**. Em mim não. Acabou? Não tem. Vou roubar”? (CRISTINA).

O discurso da entrevistada Cristina nos leva a uma reflexão sobre como a evolução da família deu a criança um papel de superioridade no processo de consumo familiar. E, como as organizações podem se beneficiar dessa característica para impulsionar as vendas ou direcionar esforços de comunicação. Contudo, é importante salientar o visível conflito de gerações, e o fato de que a entrevistada Cristina viveu o divórcio em um contexto de extrema privação inclusive do consumo de subsistência.

Dessa forma, assim como indicado por Amato e Fowler (2002), ela precisou exercer um nível de controle muito maior sobre o consumo dos filhos por estar em uma situação precária até mesmo de moradia, aspectos que as demais famílias não precisavam levar em consideração; ou seja, esta pesquisa não buscou evidências para determinar, então, qual desses seria o melhor estilo para a criação das crianças. A ideia era discutir a potencial vulnerabilidade encontrada em cada um.

Outro resultado observado nesta subcategoria evidenciou que nas famílias pesquisadas, além de a criança ter maior participação no processo de consumo, as mães, após o divórcio, passaram a ouvir menos a opinião de agentes externos antes de saírem às compras para os filhos. De acordo com os relatos, seja pela nova restrição financeira

que, obrigatoriamente, as impediu de consumir mais, ou pela própria característica de não levarem em consideração a opinião de terceiros, o processo de consumo nas famílias monoparentais femininas pareceu mais restrito à relação mãe e filho.

“Eu não tinha dinheiro. Assim, ele sempre ganhou do bom e do melhor ele sempre ganhou. Agora, da minha parte eu nunca tive dinheiro para tá comprando porque eu era estudante” (JOELMA).

“Não. Eu acho que eu acabei, diante da situação financeira, eu mesma me posicionei eu posso, eu não posso. Isso pode, isso não pode. Então eu priorizei o que: alimentação, a escola, né? Pra mim sempre foi prioridade não tirá-los da escola privada, porque eu acredito que foi algo assim determinante colocá-los como coloquei no curso de inglês, porque eu acredito que você ter uma segunda língua, enfim isso abre portas, né? Então assim, eu sabia muito bem o que eu queria diante da condição que eu tinha na época financeira, né? Então eu procurei administrar da melhor forma possível o que eu tinha na mão para não correr o risco de me endividar, e enfim de passar por uma situação mais difícil” (DIANA).

“Não. Sempre, eu sempre metia a cara assim e não gostava muito de opinião, fazia assim dentro do que eu podia comprar e fazia as vontades sem pedir muita opinião, achava e ainda acho muito interessante” (NATALHA).

“Não. Nunca. Eu tenho a minha opinião. Eu sei o que eu devo comprar para eles, eu sei o que eles gostam. Não. Nesse caso aí eu não escuto ninguém. Porque eu sei o que está dentro da condição naquele momento, e que eu me adequo àquela condição para comprar coisas que eu sei que eles vão gostar, então não escuto não” (ANA CLARA).

“Não. Nunca ouvi a opinião de ninguém porque o dinheiro era curto na ocasião né, Não tinha como ouvir a opinião, porque o que eu tinha só dava pra comprar aquilo e acabou. E nunca também eu procurei opinião de ninguém com relação a essas coisas” (CRISTINA).

“Não. Porque assim, eu nunca precisei de que alguém opinasse ‘por que você vai comprar isso’ assim, porque eu nunca questioneei ‘eu devo comprar isso ou não’? Porque eu sempre tive pé no chão. Saber comigo mesmo e com elas se a gente poderia comprar ou não, naquele momento, se poderia deixar pra depois, mas nunca tive opinião de ninguém porque nunca dei oportunidade de ninguém assim, optar” (THAIS).

Aquelas que, em algum momento, consideraram a opinião de agentes externos ressaltaram a participação de amigas e os avós nesse processo de decisão de compra.

“Escuto às vezes, às vezes não. **Assim, das amigas.** Minha mãe não é muito de falar não porque ela mora em Campina. É mais das amigas, às vezes a gente pega e eu pergunto 'e isso o que que tu faz'? Aí, às vezes escuto, às vezes” (VANUZA).

“Ah! Sim. E isso só me motivava a comprar mais, **eu escutava muito amigas, assim, que já tinham experiência com maternidade, né?** Então, assim, eu ouvi muito conselho de amigas. E outras já diziam assim, ‘isso não é necessário, isso é fútil’, mas tem coisas que a gente não resiste não. Eu me arrependi de comprar o berço. Porque tinha o berço e o cercadinho que é

aquele móvel, né? O berço dele ficou montado só 3 meses, só decorando realmente o quarto, porque ele dormia no cercadinho no meu quarto. Então se eu tivesse um outro filho eu não compraria um berço, compraria já um cercadinho que ele vai diminuindo o tamanho e fica ideal. Inventaram também uma tal de almofada de amamentar e eu só usei no primeiro dia pra tirar foto. Vou dizer igual a uma amiga minha: ‘tem uns cangaços que não tem futuro não’, é só pra fazer volume mesmo” (ELISA).

“Não. Porque eu é quem me controlo mais. **Se eu fosse ouvir pai e mãe , meu pai e minha mãe, amigos aí eu estava ‘ferrada’**. Já estava comprando tudo porque fazem os gostos tudo dele, a minha mãe. O que pedir, quer fazer. Aí, eu ouço a pessoa mas eu não faço. Às vezes eu fico até meia chateada porque, assim, quem se mete mais é a avó no caso, mas assim não em relação a brinquedo, mais a roupa a dizer ‘saia com ele pra tal canto’ pra não sair com outras pessoas amigas, ou então educação de castigo. Aí, quer se meter para tirar do castigo, ou então eu falo e reclamo aí vai e bajula, passa a mão na cabeça dele. Às vezes eu fico chateada só por causa disso né? Porque tenta tirar minha moral então, mas aí só aqui em casa que a avó estraga” (MARIA).

“Não. Eu sou muito segura. Muito decidida às vezes. **Porque se você for ver, eu moro com meus pais, então, os avós às vezes estragam.** Tem hora que eu faço ‘pauzão não faça isso com meu filho, não’. Ai ele faz ‘eu sou avô, não sou pai’. Ai, eu ‘tá bom’ então não posso falar nada. Ai meus pais me respeitam, eles me ajudam, mas têm horas que eles querem burlar um pouquinho, então eu tenho que ser firme” (SABRINA).

Percebeu-se pelos discursos que a participação de terceiros ocasionou situações de vulnerabilidade no processo de consumo para a criança, assim como indica o modelo de Baker *et al.* (2005). Ressalta-se o caso da Elisa, cujo divórcio aconteceu em um momento muito próximo à maternidade, fatores que lhes renderam dupla vulnerabilidade (ser mãe divorciada). O alívio perante a separação pôde ser, no entanto, compensado pela alegria das compras para o primeiro filho, o que resultou na aquisição de itens supérfluos, ainda mais reforçada pelas indicações das amigas e vendedores externos.

Similarmente, os discursos de Maria e Sabrina evidenciaram um novo conflito entre gerações. Os avós, ao assumirem um novo papel no processo, muitas vezes se sentiam novamente tocados pela alegria da presença de uma criança na casa, e acabaram desenvolvendo atividades de consumo que foram de encontro ao estilo de criação desejado pelas mães. Dessa forma, a estratégia de *coping* de “retorno à casa dos pais”, pode vir acompanhada da condição de vulnerabilidade em que as mães precisarão gerenciar a relação de consumo entre os avós e os filhos.

4.2.3 Divisão dos gastos e controle orçamentário

Da mesma forma que o processo de negociação e diálogo, a divisão dos gastos e o controle financeiro relacionado ao consumo dos filhos também se mostrou, para as famílias pesquisadas, uma atividade desequilibrada. Na maioria dos casos no estágio nuclear, a prática da divisão dos gastos não foi evidenciada devido a uma série de imposições dos maridos (como impedir a mulher de trabalhar), ou pelas próprias imposições sociais, como a falta de oportunidade, menores salários, e a “obrigação” de dedicar-se integralmente aos filhos.

“Eu não gastava quase nada aqui dentro de casa quando eu estava casada. Minha parte, minha contribuição dentro de casa era só a feira, porque o meu trabalho ele dá o cartão de feira, né? Então eu ajudava dessa forma, mas outras contas não, e ele também nunca cobrou. Então ele assumia tudo. **Eu tinha meu trabalho de dona de casa, né?** De mãe. E ele entrava com o dinheiro” (MARIA).

“Não. Tudo era com ele. **Era tudo com o pai**” (JOELMA).

“Na medida do possível, né? **Porque como era ele quem trabalhava né?** Então, as coisas eram meio que encaixadinhas, então era dessa forma” (LOURDES).

“**Eu não dividia porque eu não trabalhava.** Então, a situação era complicada. Eu o ajudava no trabalho dele, mas eu não tinha renda. Então, a parte financeira realmente partia dele” (MARCELA).

Esse aspecto reforçou a característica paternalista das famílias pesquisadas, e a premissa de que “somente os homens deveriam ser provedores”. Além de corroborar com as ideias de Shoham e Dalakas (2005) ao indicarem que os casais costumam a tomar decisões em conjunto quando são mais novos e a esposa trabalha. Quando os casais já estão juntos por muitos anos e a mulher não está no mercado de trabalho, o marido tende a fazer maiores imposições sozinho.

Em um caso particular, observou-se a participação dos avós (paternos e maternos) na divisão dos gastos, pois ambos os cônjuges, por serem muito novos, não trabalhavam.

“A maior parte dos gastos realmente era do lado dos pais do meu ex-marido porque na época a gente não trabalhava. Então, o sustento vinha dos pais e maior parte era dos pais deles. Aí, a outra parte era com meus pais na medida

do possível, quando era necessário aqui em Patos¹⁹. Eu me lembro uma vez que eu vim aqui pra patos e meu filho tinha quatro meses. Ele teve uma crise de garganta muito forte e não tinha pediatra, nenhum hospital, aí não atendia pelo plano de saúde? Então, paga consulta, paga remédio... foram meus pais, eu não precisei ficar ligando pra ele [O ex-marido], mas a grande parte é tudo os pais dele também” (SABRINA).

Nesse caso, a divisão dos gastos e o controle orçamentário, por contarem com a presença de terceiros, evidenciaram novamente a condição de vulnerabilidade referente ao conflito entre opiniões das avós e das mães.

“Os pais do meu ex-marido compraram as coisas na época e eu fiquei muito estressada. Mas tudo bem, já passou, porque é aquela coisa de mãe de primeira viagem, porque, assim, eu queria tudo do meu jeitinho e não queria a intromissão de outra pessoa. **Era assim com a mãe dele na época. Ela me ligava muito então eu me desgastava muito e ficava cansada.** Mas, fora isso não, as outras partes meus pais compravam outras coisas também, já combinava com eles para ir a João Pessoa, e combinava com meu ex-marido quando tinha que ir comprar com os pais dele” (SABRINA).

Observou-se que a participação conjunta e equilibrada no controle financeiro e nas decisões de consumo não era uma característica forte das famílias pesquisadas em seu estágio nuclear. Contudo, por ainda contarem com duas pessoas engajadas, mesmo que minimamente, no controle financeiro e no acompanhamento do consumo, as famílias nucleares ainda eram menos endividadas que a família monoparental feminina.

“Depende do que são essas coisas. Questão de saúde devido ao tratamento dele. Inclusive, até hoje, eu pago o tratamento dele. Eu me afundei financeiramente porque ele era só um bebê e tinha que tomar leite, ele não comia o que ele come hoje. Então, assim, realmente a gente se endivida mesmo, não tem pra onde correr. Tem que prover. A criança precisa e assim, não é coisa supérflua não. É coisa necessária mesmo” (ELISA).

Até mesmo os casos de endividamento por descontrole de um dos cônjuges conseguiam ser equilibrados pela presença de duas rendas. Logo, o endividamento conseguia ser superado por um valor fixo maior que eventualmente liquidava a dívida.

“Como existia um excesso meu financeiro, havia sim dívidas. Eu não tinha aquele controle financeiro familiar. Aquela coisa do vamos anotar, vamos ver quanto podemos gastar. Então, era sempre tudo muito descontrolado de minha parte. Dele, como ele era o responsável por contas de água, luz e outras coisas, sempre a parte de saídas, de lazer, essas coisas, ficava muito

¹⁹ Patos = cidade no interior da Paraíba.

comigo, porque eu gostava muito de usufruir disso. E ele, como tinha que ser o grosso a feira tudo, ele controlava mais nesse sentido financeiro” (PAULA).

“Eu me endividava em termos de material escolar. Assim, chegava o final do ano e você teria que como eram as duas e aí o material era um valor maior então aí a gente se endividava, mas era tudo sob controle” (THAIS).

“Não. Só material de escola, mas brinquedo essas coisas não” (LOURDES).

Após o divórcio, para a maioria das famílias estudadas, principalmente a divisão dos gastos passou a ser uma atividade realizada (quando realizada) somente por obrigação por parte dos pais, ou seja, sem o desejo voluntário de oferecer melhores condições de vida para os filhos.

“Sim. Sim. Com certeza. Não tinha livre espontaneidade nunca não. Teve que ser instituída a pensão pra que ele contribuísse. Foi uma sugestão dele inclusive do valor. Eu não optei, ‘ah! vai ser x’. Foi ele quem optou o valor, mas, sem nem um grãozinho pra nada. Quando às vezes a gente conversava e ligava e dizia ‘ah! vai ter comprar isso’, ou ele dizia: ‘vou, vou providenciar’. Mas, isso não acontecia. Ele não dizia não, mas também não dava. Então eu já conhecia a pessoa, né? Então eu já não contava. Eu já tomava a iniciativa porque nunca existiu isso” (DIANA).

Percebeu-se que a adoção desse comportamento estava fortemente associada aos sentimentos e aos estados individuais vivenciados como consequência da separação. Logo, não contribuir para o suprimento das necessidades de consumo da criança era uma espécie de mecanismo para atingir diretamente o outro cônjuge em questão.

“Sim. Depois do divórcio, tudo foi obrigado, né? Pela justiça. Não tinha mais a iniciativa de comprar, de agradar, porque, assim, o rancor e a mágoa vinham, e aí ele agia assim” (NATALHA).

“Nem todos. Porque, assim, o que ele dá na realidade eu só pago a escola, só! Entendeu? Então, as outras despesas são todas comigo. Tudo, tudo, tudo. E ele não admite se eu precisar de alguma coisa, e digo que tá precisando, porque ele nega. Ele não dá de jeito nenhum, embora ele tenha condições para isso. Mesmo sendo para os filhos ele nega” (ANA CLARA).

O aspecto de “obrigação”, em alguns casos, evidenciou ser uma colocação proposta pela própria família das mães, que inclusive reforçava a condição de vulnerabilidade quando, às vezes até de forma sarcástica, solicitava que as filhas “comprassem a briga” pela divisão dos gastos.

“Foi obrigado. Ele foi obrigado a fazer isso. Até então, porque eu fui pressionada também. ‘Ele não te engravidou? Então ele vai arcar com tudo do seu filho’. Foi minha família. Ele foi obrigado a fazer isso” (JOELMA).

Esse processo de reajuste da divisão dos gastos e do controle orçamentário além do caráter obrigatório, também evidenciou ser mais complexo, justamente, na fase de caos, confusão e crise, confirmando os apontamentos da literatura quanto aos estágios dos rituais de passagem (BROWN, 2001).

“Com certeza, principalmente, nos cinco primeiros anos, tá e assim e dividia de forma não equivalente, vamos dizer assim. Ele dava um ‘x’ por mês e eu que me virasse com o resto. Então, realmente foi difícil nos primeiros anos de reestruturação, foram mais difíceis” (FERNANDA).

“No primeiro ano nem isso. Ele não deu nada. Aí depois quando eu entrei na justiça, com um ano quando eu entrei na justiça pra pensão aí ele aproveitou e fez o divórcio. A única coisa que você fica pensando é quantas coisas que você viveu e depois é como se nada tivesse acontecido” (SILVIA).

A vulnerabilidade nesse contexto pode estar associada ao pensamento de Amato e Fowler (2002) que, em linhas gerais, destacam o fato de que as crianças tendem a ter inclusive melhores opções de consumo quando os pais conseguem prezar pela relação minimamente calorosa e solidária; ou seja, aquela na qual se investe tempo com os filhos para monitorar suas preferências e hábitos de consumo, se estabelecem regras de compras, há o encorajamento da comunicação aberta sobre as condições financeiras, e as reações ao mau comportamento são gerenciadas com discussão ao invés da punição.

Para as mães que conseguiram gerenciar positivamente as atividades em questão, apesar do divórcio, percebeu-se que isso só foi possível porque elas conseguiam manter a comunicação apenas para esse fim, sem misturar os conflitos pessoais.

“Pelo menos comigo não. Até porque tudo é com o pai. O pai banca ele de tudo, né? Assim, todos os gastos é o pai. Eu só fiquei com a parte, assim, até hoje é assim, a parte da feira, o resto dos gastos é o pai. E, mesmo assim, nunca dá para o mês todo. Então, digamos que eu faça de 15 em 15 dias, mas aí quando eu não tenho eu recorro ao pai dele. Digo: 'olhe o lanchinho dele acabou antes do tempo'. Os eventos que tem na escola se forem numa época em que eu não tenha dinheiro, tanto faz se são 10 reais, ou besteira, ou 30, ou 40, recorro ao pai também” (MARIA).

“Meu filho recebe a pensão porque é um direito dele e, no caso, uma obrigação do pai. Da mesma forma como eu acho que seria uma obrigação minha se ele morasse com o pai, né? Eu não sei se ele faz por obrigação, porque ele nunca reclamou. Sempre tem o prazo certo no início do mês. O valor certo. E, ele nunca questionou não. Nunca tentou diminuir o valor da pensão. O valor da pensão já está estipulado até os 18 anos do meu filho, e

nunca teve isso de tentar reduzir nada não. **A gente pode ir ajustando a pensão a medida em que vai aumentando as necessidades da criança?**²⁰ Não sei se pode, mas meu filho não tem isso não. Ele recebe um salário mínimo e um plano de saúde por fora, e quando ele completar cinco anos, o pai vai ficar responsável pelas mensalidades escolares. Pronto essa é a divisão” (SABRINA).

O conflito gerado pelo desequilíbrio na divisão dos gastos e no controle orçamentário evidenciou que o endividamento fez parte do período de ajuste das atividades de consumo da família monoparental, principalmente nas compras de material escolar (que exigiam parcelamentos consideráveis) e de aspectos de saúde.

“Sim. Com certeza, principalmente na parte da educação, para manter aquele padrão que você tinha e eu não tive coragem de chegar para os filhos e dizer ‘olhe, não vai dar, mamãe vai cortar isso e isso’. Então eu fui levando, levando, e isso aí ocasiona em endividamento” (NATALHA).

“Algumas vezes. Com material escolar, roupa essas coisas. Brinquedo não porque já eram grandinhos, mas, assim, no caso computador que foi evoluindo essa coisa de internet, então realmente eu fiquei meio mal só nessa parte” (LOURDES)

“Não para comprar coisas. Mas, para pagar a escola. Porque quando passou esse ano, aí as coisas ficaram muito atrasadas. Aí quando acabava o ano, no início do outro que eu recebia o 13º aí eu pagava, então eu ainda fiz algumas dívidas, com certeza, porque para não pagar juros. Mas, acabei pagando mais nos empréstimos do que se eu fosse pagar com juro ou fazer acordo” (SILVIA)

“Muito, muito. Porque sempre esperava pelo apoio dele e quando não vinha eu tinha que partir pra quê? Pra me endividar, pra banco pra não deixar faltar as coisas. Mas assim, final de ano, vinha mais material pra elas, dar uma arrumada na casa e acabava se endividando mesmo. Peguei empréstimo sim” (THAIS).

Além disso, em alguns casos, as mães evidenciaram situações em que optaram por adiar planos pessoais para manter o padrão de vida dos filhos, ou certos investimentos na questão de educação, cultura e profissionalização.

“Sim. Também material escolar. Minha filha faz aula de música, e eu tive que... se bem que violão não é uma coisa cara, mas me endividei para comprar, assim, você ir parcelando para ir aos poucos pagando entendeu?

²⁰ Segundo a Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002, ou seja, o Código Civil, no Art. 1.694: “Podem os parentes, os cônjuges ou companheiros pedir uns aos outros os alimentos de que necessitem para viver de modo compatível com a sua condição social, inclusive para atender às necessidades de sua educação. § 1º Os alimentos devem ser fixados na proporção das necessidades do reclamante e dos recursos da pessoa obrigada. § 2º Os alimentos serão apenas os indispensáveis à subsistência, quando a situação de necessidade resultar de culpa de quem os pleiteia”. Isso significa que a pensão é instituída de acordo com a avaliação das necessidades dos filhos, mas depois de definida, ela só pode ser alterada se a condição financeira de quem paga mudar, e não necessariamente se a necessidade de quem recebe sofrer alterações.

Para me adequar, deixei de fazer um curso que eu estava fazendo para pagar uma aula de música para a minha filha, tu tá entendendo? Coisas assim, que eu tenho que abrir mão, ou eu tenho que endividar pra poder atender ou manter. Assim, coisas que eu sei que valem a pena, tá valendo a pena eu pagar uma aula de música para a minha filha. Não que eu vá me endividar para coisas supérfluas que não tenham retorno mais na frente” (ANA CLARA).

E, ainda, arcaram com as dívidas dos próprios ex-maridos.

“Não. Eu fiquei endividada na época muito endividada, porque ele não era uma pessoa controlada então me deixou assim com muitas coisas para pagar. Então, na verdade eu passei dois anos pagando coisas, negociando com fornecedores que ele devia, porque na época em que ele era meu marido eu confiava e acabava dando cheque. Ele usava algumas coisas minhas e eu fiquei com esse prejuízo. Eu tive que me organizar, passar dois anos sem gastar com nada. Então, foi bem complicado, mas, foi algo que me ensinou bastante” (DIANA).

Ressalta-se o caso da Elisa que, como explicitado na subcategoria anterior, vivenciou o processo de maternidade e divórcio em paralelo, o que lhe expôs a uma condição de dupla vulnerabilidade, externalizada nas atividades de consumo para o filho. Salienta-se a presença do próprio processo reflexivo quanto à condição de vulnerabilidade vivenciada, já que, hoje, ela provavelmente não adotaria o mesmo comportamento se tivesse outro filho.

“Sim. Porque eu quis realmente preparar a chegada dele. Então assim, ele chegou como um reizinho mesmo. Eu comprei um quarto muito legal pra ele, o enxoval. Ele ganhou também muita coisa, porque muita gente se sensibilizou, né? No meu trabalho. Hoje eu não trabalho mais lá. Mas, no meu trabalho, na faculdade, entre amigos pessoais, muito chá de bebê, mas aí pra mim ainda era pouco eu queria mais, muito sapatinho, muito adereço para decoração, e era muito “massa”, era um sonho. A gente se endivida depois, e eu hoje não faria isso com um segundo filho” (ELISA).

O processo de divórcio e os conflitos gerados na divisão dos gastos e do controle orçamentário, muitas vezes, foram responsáveis pelo desenvolvimento do sentimento de frustração ou incapacidade para manter o padrão antigo de vida dos filhos. Confirmando-se, conseqüentemente, a discussão previamente trazida pelo referencial teórico, na seção 2.5 (o divórcio e seus efeitos sobre a família e o consumo).

“É. A gente se sente incapaz. Porque mesmo que você, eu creio que mesmo você tendo condições mesmo há um desajuste. Aí você não mantém de maneira nenhuma. Até porque eu vejo muito isso, as estatísticas, e até pessoas que tem condições mesmo ficam totalmente desequilibradas, você não consegue mais manter os padrões antigos” (NATHALIA).

“Me senti incapaz, por algum momento. Porque assim, nós tínhamos um padrão e hoje eu tenho outro entendeu? Mas, assim, eu converso muito com meus filhos e eles entendem. Eu digo ‘filha, filho, mainha não pode agora. Mas, quando mainha puder a gente faz, eu lhe dou’, e eles entendem. Eles compreendem. As vezes eu saio com meu filho, ele tem 6 anos e ele quer comprar determinada coisa, aí eu digo ‘amor, não pode, mainha não pode comprar esse aqui agora, você quer esse?’ Então, eles compreendem porque eles sabem da minha situação. Eles tem entendimento” (ANA CLARA).

“Completamente incapaz. Até porque quando teve a separação judicial os meninos passaram um tempo comigo, e como eu percebi pela situação que como eu fiquei sem pensão nenhuma, eu não tinha como priorizar o conforto, as coisas deles, ficou meio complicado. Eu me senti completamente incapaz pela situação financeira em que eu me encontrava” (MARCELA).

As mães pesquisadas que vivenciaram pouco ou nenhum sentimento e estado de incapacidade evidenciaram esta realidade devido à característica individual, aparentemente mais desenvolvida, para lidar com as finanças e a educação para o consumo.

“Não. Porque eu tenho muito os pés no chão. Assim, eu sempre estou mostrando pra ela o que a gente pode e o que a gente não pode. Não é porque fulano tem que você também tem que ter. Fulano tem porque fulano tem certa situação financeira, então, você não tem porque a minha situação financeira é assim, então também não faço das tripas coração pra dar nada a filho não. Eu dou aquilo que eu posso. Dentro das minhas limitações” (VANUZA).

“Não. Eu nunca me senti incapaz, e eu terminei melhorando o padrão de vida das minhas filhas. Mas, isso teve um preço, eu tive uma carga, eu me impus uma carga de trabalho bastante elevada pra conseguir realizar e melhorar o que a gente já tinha. Eu recebi uma orientação psicopedagógica pra tratar disso com as meninas depois da separação. E o que a psicóloga disse é que eu mudasse o menos possível a rotina delas e eu consegui manter a rotina delas, exatamente como era, não houve uma perda de padrão de vida, pelo contrário, um ano depois um ano e meio depois houve um ganho no padrão de vida delas, isso ficou bastante perceptível, inclusive pra elas, elas sabiam disso” (FERNANDA).

E estes fatores, novamente, pareceram ser afetados pelo nível de escolaridade e a classe social na qual as famílias já estavam anteriormente inseridas.

4.2.3 Conflitos nas decisões de compra

Inerente ao processo de negociação e diálogo, e ainda mais presente na divisão de responsabilidades, os conflitos nas atividades de consumo também foram avaliados pela pesquisa. Segundo as análises, em seu estágio nuclear, as famílias

estudadas não apresentaram indícios de viverem desacordos constantes propiciados pelas atividades de compras para os filhos.

Estes conflitos eram evitados ou minimizados, seja porque os casais, já acostumados com seus papéis e rotina, tinham certo nível de entendimento, ou porque, como constatado pelas subcategorias anteriores, o próprio envolvimento dos homens era tão pouco que não chegava a gerar problemas diários fora o estresse/sobrecarga sentido pelas mães.

“Não. Nós não éramos de brigar não. Eu acho que assim, eu ficava meio que aborrecida, mas assim, brigar mesmo a gente não teve essas experiências de briga não” (DIANA).

“Nessa área não. Brigávamos não. O que um decidia, o outro acatava” (NATHALIA).

“Não. Não brigávamos. Ele sempre concordava e fazia o melhor possível” (MARCELA).

“Com certeza, não. Porque ele não opinava em nada. Ele só dizia ‘pode comprar isso, pode comprar aquilo’, quando elas queriam. E, se eu pudesse. Então, mas ele nunca questionou tipo ‘ah! isso é besteira, vai dar isso às meninas não!’ Foi tão pouco a questão assim dele se doar, querer dar as coisas pra elas. Quando no final de semana que ele viajava e voltava ele já trazia o que elas queriam. ‘Quer o que?’ Ah painho queria isso’. E muitas vezes ele viajava e de lá mandava lembrança presente pra elas. Mas em termo de vestes, alimentação não teve questão, porque era só comigo” (THAIS).

“Ele, na verdade, como também tinha outra filha de outro relacionamento que morava com a gente, ele tentava ver isso. Até porque eu não fazia divisões do tipo ‘ah! mais pra minha filha do que pra filha dele’. Sempre era das duas, mas sempre ele... Ele ficava mais ausente nesse sentido de compras pra ela. Ele ficava mais ausente, mas não era a favor. Mas também não havia briga por conta disso” (PAULA).

“Tinha uma coisa que nós não concordávamos: eu achava que as meninas podiam, esporadicamente, no final de semana, por exemplo, comer Mcdonalds. E ele era absolutamente contra esse tipo de coisa. Então, a gente tinha uma discussão às vezes por essas coisas. Então, existiam coisas assim da rotina que havia discordância. As coisas importantes não” (FERNANDA).

Nos casos em que o relato evidenciou situações dessa natureza, novamente elas existiam devido às diferenças nas prioridades de consumo para os filhos, na visão de cada cônjuge.

“Às vezes, né? Às vezes entrava numa pequena discussão por conta disso, porque era pra comprar alguma coisa e ele não queria porque achava que era desnecessário. E vice-versa” (MARIA).

“Eu acho que eu brigava mais. Eu sempre queria mais e ele achava que estava exagerando assim, né? ‘É muito gasto! Para que comprar isso assim?’ Então, a gente entrava em conflito assim talvez em algumas coisas. Às vezes,

ele queria dar brinquedo sem necessidade. Aí eu falava que não precisava, é melhor comprar roupa, então tinha essas coisas. às vezes eu concordava e às vezes ele não concordava” (LOURDES).

“Não. Às vezes ele brigava porque ele é meio... não seguro, é meio amarrado. Ele não é aquele tipo que gosta de dar, não é mão aberta. Ele sempre foi do ‘não’, de negar. Se bem que o que a gente queria comprar não era desnecessário, são coisas necessárias, mas é da natureza dele” (ANA CLARA).

Após o divórcio, os conflitos inerentes às decisões de compra passaram a ser menores porque os pais reduziram por completo sua participação nas atividades.

“Não. Nunca. Que eu me lembre não. É mais fácil eu brigar se ele não comprar. Mas eu nunca tive esse problema não. A minha reclamação é quando ele atrasa de mandar o dinheiro das despesas dela” (VANUZA).

“Não. Nunca briguei com ele por causa disso não. Até porque ele não comprava. Se ele comprava ficava por lá mesmo. Nunca chegou de ‘porque você comprou isso pra ele’? Nunca aconteceu não” (JOELMA).

“Não. Porque ele não comprava. Então não tinha briga não, até porque era brigar sozinha. Porque na mente dele aquela quantia era suficiente para suprir tudo, enfim. E, ele achava que estava cumprindo toda a responsabilidade, então, não” (DIANA).

“Não. Não houve não até porque como eu falei anteriormente ele reduziu mesmo. Era limitado somente ao que a justiça ordenou” (NATHALIA).

“Não, não houve não. Das coisas que ele não compra, né? Que ele não compra, mas que compra não. Porque na realidade ele não compra nada. Aí sobre isso já chegamos a discutir. Porque assim, eu preciso de alguma coisa, e peço pra que minha filha entre em contato com ele, porque eu não entro em contato com ele de jeito nenhum, porque é muito desagradável. E, ele se nega, sempre ele se nega. Ele nunca chegou pra dizer ‘estou à disposição’ ou ligou pra saber se está precisando de alguma coisa, se tá faltando alguma coisa não. Nunca” (ANA CLARA).

Essa limitação dos pais fez com que as experiências de consumo das crianças passassem a ser mais parecidas com as preferências da própria mãe, confirmando novamente a ideia de que as entrevistadas dominaram esse processo, ou priorizaram suas opiniões. Além disso, a nova realidade de consumo também foi afetada pelas condições financeiras da família monoparental, ou pelas condições impostas pelo valor da pensão. E as principais mudanças observadas foram na questão do lazer, vestuário e da alimentação.

“Consome. Na maioria das vezes. Às vezes é como eu disse ela escolhe, mas a maior parte sou eu” (VANUZA).

“Então, depois da separação ele passou a consumir... Assim, como eu fiquei com a feira, ele come o que cabe no meu bolso. Hoje em dia, eu não posso mais estar comprando assim o tempo todo ameixa fresca, as coisas mais caras, essas besteirinhas, porque agora eu faço a feirinha dele aqui de casa e pra escola. Então, é tudo contadinho sem estar comprando besteira demais, né? Quando ele está com o pai dele, aí ele compra outros tipos de coisa, então eu passei a evitar mais, deixou de comer outras coisas de besteira. Não falta, mas tem menos” (MARIA).

“Sim. Tudo muda, né? Mas, não assim aquela coisa de que é pior. Digamos que do bom para o médio. Mas, não pior. Porque a gente reduz em outras coisas pra suprir outras, entendeu? Então a gente vai fazendo aquele jogo de cintura” (SILVIA).

“Ou necessidades, é melhor. De acordo ainda nem com as preferências ou as necessidades, mas de acordo com as condições mesmo. E, assim, a gente comprava muito coisa supérflua na feira, chocolate, doce, aquelas massas que você faz uma sobremesa, aquela comida italiana que é o ravióli, risole, comprava muito antes. E, depois realmente eu cortei, um bocado de coisa” (ANA CLARA).

“Sim, por exemplo, a gente viajava. E pra viajar com a família a gente teria que ter um carro né? Até o momento, a gente ainda não tem um carro, então essa história de viajar ficou um pouco pra trás. Ter um lazer, viajar, sair um final de semana, isso aí realmente a gente deixou de lado porque, né? Teria que ter o carro” (THAIS).

“Não, pra mim foi uma situação bem básica mesmo. Eles ficaram sem internet, a questão de alimentação mudou bastante. Então, eles gostavam de comer algumas que eu não podia colocar dentro das compras de casa. Então, a privação foi assim, foi de modo geral, de passeios, de presentes, de alimentação, de internet, de educação em termos de pesquisa pra eles de colégio, eu senti muito isso” (MARCELA).

“É. Antes do divórcio, não tinha muito o consumo. Mas, hoje em dia, é bem a minha preferência, realmente é aquilo que eu quero. Por mais que eu escute meu filho, eu tento encaminhar mais para o meu lado assim pra ver se adequa e na maioria das vezes é. Mas, tu acha que eu vou deixar ele comprar um tênis que ele acha o máximo e eu acho feio que só? Ou então, ele quer sair e quer tomar um sorvete, ele faz a festa e eu vou lá e dou. No outro dia meu filho está de novo com gripe. Aí, tem horas que eu tenho que ouvir, mas tem hora que tem que ir pro meu lado também, porque se não fica cedendo demais pra uma criança que não tem essa noção toda do que é, ele é muito criança ainda, não tem como ir muito pelas preferências dele, então vai muito pelas minhas” (SABRINA).

Para Hall (2011) o consumo diário das famílias é desafiado, constantemente, por negociações e conflitos, fazendo com que o conceito de “amor e devoção familiar” seja um pouco romântico. De forma similar, Belk (2005) explica que as famílias nem sempre estão unidas em suas decisões, mas tendem a passar um bom tempo se relacionando por meio de interações que envolvam o consumo. Por isso, essa atividade pode ser bastante tensa.

Isso não quer dizer, contudo, que as experiências de consumo na monoparentalidade passaram a ser somente marcadas pela privação devido às restrições

financeiras ou conflitos. Pois, como já enfatizado, algumas mães melhoraram seu padrão de vida após o divórcio, e deram aos filhos coisas que consideravam superiores (de acordo com as necessidades ou prioridades em sua visão), ou que não podiam dar antes devido às imposições delimitadas pelos pais.

“Teve o caso assim, como o computador, o celular. Porque na época eles não tinham essas coisas e eu passei a dar, pelo menos isso. E teve mudança assim, nas vestes nas coisas, assim mudou para melhor, com certeza” (LOURDES).

“Sim. Porque eu acabei, por exemplo, quando saiam com o pai era a comida que o pai dava, e sem ele eu passei a dar as minhas mais saudáveis. Então, eu fiz isso. Era meu totalmente. A alimentação que nós temos hoje aqui em casa é totalmente diferente da que o pai dele tem na casa dele, rotina, enfim. Tudo” (DIANA).

“Não. É, não pelas minhas preferências, mas pela possibilidade que eu passei a ter deles consumirem coisas diferentes. E assim, elas, como a situação econômica financeira melhorou, elas passaram a ter acesso a coisas que antes elas não tinham né? Isso também tem um pouco a ver com o ciclo de amigos. Porque, quando eu me casei, eu me afastei um pouco de um ciclo de amigos que foi reatado depois da separação. E, reatar essa relação com esse ciclo de amigos também mudou um pouco a maneira delas consumirem vamos dizer assim. Esses meus amigos viviam em um padrão diferente que eu vivia quando estava casada. Eles eram de um padrão mais alto. Quando eu me divorciei eu voltei a frequentar esses amigos e aí, naturalmente, as meninas voltaram a frequentar lugares e consumir coisas que elas não consumiam antes, mas não em quantidade, mas talvez em qualidade né? É só uma questão mesmo de, houve uma, houve um ajuste econômico financeiro né? então pra elas foi benéfico” (FERNANDA).

Ressalta-se o relato da entrevistada Fernanda que confirmou a afirmação discutida por Kalmijn e Groenou (2005) de que pessoas divorciadas respondem ativamente ao seu divórcio quando reconstróem suas redes de amizades e reorganizam a vida social, conseqüentemente, compensando a perda do cônjuge e do pai. Mesmo assim, é possível que as melhores condições de vida dos pais gerem conflitos e mudanças no comportamento dos filhos, quando passam a fazer comparativos entre as duas realidades.

“Não. Não cheguei a brigar. Eu falava, dizia que eu não tinha concordado, mas não chegava a brigar. Eu mostrava pra ele que não concordava, mas como foi o dinheiro dele eu não brigava não. Eu só dizia assim, que ele também não acostumasse dessa forma porque ia afetar a educação dele, né? chegou um ponto em que ele estava me cobrando as coisas que o pai dava e eu não podia dar todo tempo tanto presente. Então, eu mostrava minha indignação quanto a isso. Mas, brigar, brigar mesmo não brigava não” (MARIA).

“[...] Ela gosta muito de sushi. Aí, quando ele está com ela, ele vai, aí sai, aí almoçar sushi, aí vai comer de noite sushi. Então, ele cria hábitos que eu não

posso ter com ela, e aí não é tanto a questão de consumo, mas é a questão da vivência. É tipo assim, se eu não estou vivendo com ela, eu não posso chegar no tempo que eu estou com ela e querer educá-la e querer consertá-la porque é tão pouco tempo que eu vou aproveitar. Então, ele aproveita esbanjando. Não de presenteá-la que isso é uma coisa que a gente tem muito, ele tem essa mesma mentalidade, mas sobre a questão de sair e levar pra passear, pra num sei o quê, isso aí ele tem todo direito porque ele veio pra isso, mas que muitas vezes é mal interpretado por ela porque no momento que ele está, no momento que ela está com o pai, ela tem tudo isso, no momento que ela está comigo ela nem sempre tem, entendeu? Essa parte já, muito, ela cobra, até hoje ela cobra, É tanto que, até eu disse assim: ‘filha não se torne uma criança interesseira de sair, seu pai ele vem, ele tem mais condições de lhe levar em determinados lugares, ele tem carro, então fica tudo mais fácil’. E ela já começou um pouco a compreender isso. Já chegou uma vez de ele vir muito cansado de lá do sertão e ela não sair e ele ficar muito dentro de casa e ela questionar ‘meu pai não saiu que num sei o quê’ e isso foi bom pra ela ... eu consegui fazer uma boa relação com ela e explicar pra ela que o que importa é a presença do pai independente do que ele vai fazer” (PAULA).

Nesse caso, a vulnerabilidade inerente à fase de lar dividido, ou, casa da mãe, casa do pai (RICCI, 2004), pode ser caracterizada pela necessidade de compensar a ausência e/ou pelo desejo de reforçar seu papel como “pagador”. Aspectos que geram conflitos nas decisões de consumo e na reorganização das prioridades na fase monoparentalidade.

4.2.4 *Presentes e “mimos”*

A última subcategoria evidenciada pelos discursos do 2º bloco propôs-se a observar a flexibilidade do orçamento destinado às compras que não estivessem englobadas nas necessidades básicas dos filhos, ou seja, os presentes e/ou “mimos” (presentes fora de época ou ocasião especial). De acordo com os relatos, em seu estágio nuclear, as famílias pesquisadas evidenciaram consciência quanto à necessidade de se impor limites no consumo desse tipo, para que os filhos reconheçam a importância do planejamento financeiro.

Por isso, na maioria dos casos, percebeu-se que o hábito de negar certos desejos da criança era comum.

“Não. Nunca. Até hoje não. Eles aprenderam a lição, assim, tinha que ter a necessidade disso entendeu. Se houvesse realmente a necessidade então era comprado, mas quando não então não tinha não” (DIANA).

“Sim. Nem tudo. Tinha que... A gente sabia dizer o não também” (NATHALIA).

“Não. Nunca. A gente sempre teve muita preocupação com orçamento com custos de vida. Quando as meninas nasceram ainda existia no Brasil uma situação bastante complicada de reestruturação econômica e a gente nunca teve folga pra dizer vamos dar tudo que eles querem isso nunca existiu” (FERNANDA).

“Não. Nem tudo porque têm coisas que são supérfluas, a gente tem que dar prioridade ao que de fato precisa. Só porque tem uma condição que se pode comprar nem tudo a gente pode dar” (ANA CLARA).

Vale salientar que os pais, em alguns casos, foram apontados como menos preocupados com a tarefa de dizer “não” quando confrontados diretamente pela criança (e não pelas esposas), evidenciando comportamentos mais permissivos.

“Não. Isso também a gente tinha o controle. Muitas vezes elas diziam: ‘painho eu queria isso’ e eu às vezes dizia: ‘menina isso não dá pra comprar’. ‘Não! Mas, ‘oxente’ painho ia dar’. ‘Certo. vamos ver’. Aí, quando menos esperava ele pegava elas e se mandava, se tivesse com dinheiro ou cheque. Se ele tivesse com dinheiro ele comprava. Às vezes eu dizia não, mas ele chegava com elas e comprava” (THAIS).

“Não. Concorro. Nem tudo a gente comprava. Por ele até compraria, né? Mas, eu segurava. E, até hoje é assim. Se pedir ele compra. O que pedir, compra de besteira” (MARIA).

Pelos discursos, percebeu-se que esse comportamento muitas vezes era adotado para amenizar sentimentos de ausência, ou pela necessidade excessiva de agradar os filhos, ser aprovado como pai e/ou evitar o confronto com o choro ou a insistência da criança. Além disso, em alguns casos, ele foi fruto de um desejo do passado que não foi suprido na infância dos pais, e agora veio à tona.

“Como ela é muito pequena, ela não chegou a esse ponto de pedir algo que desejasse na verdade e a gente concedesse. Na verdade, partia mais de mim. Acho que por conta do passado, às vezes a gente deseja, tem vontade de comprar alguma coisa, uma boneca que a gente não teve e quer que a filha tenha. Na verdade, não era nem desejo dela. Até hoje, graças a Deus, ela não tem isso de eu quero isso, eu tenho que ter isso, até hoje não tem” (PAULA).

Contudo, apesar de não terem o hábito de comprar sem limites, o que é muito positivo, a maioria das famílias pesquisadas evidenciou fazer compras de presentes independente das datas comemorativas ou ocasiões especiais.

“Comprava. Final de semana passeou ia à feirinha aí sempre tem as pessoas vendendo brinquedo, essas coisas. Então, quando ele via que vendia, então o pai comprava. Viajava, aí trazia uma lembrancinha de viagem, né? O que fosse. Roupa, camisa, brinquedinho de lá do local. Tinha o hábito de presentear” (MARIA).

“Sim. Às vezes sim. Eu tenho muito disso. Eu não tenho muito de tem que comprar roupa para o natal, tem que comprar roupa para ano novo, aqui é assim, havendo a necessidade, se você está necessitando disso então você tem independente da data” (DIANA).

“Ele costumava comprar mais para o menino. De vez em quando ele chegava em casa com um bonequinho ou um carrinho. Era mais para o menino. No caso são duas meninas e um menino, então ele dava mais preferência para o menino” (LOURDES).

“Eu sim. Ele não. Isso às vezes o incomodava” (FERNANDA).

“Tinha isso. Não muito. Os presentes melhores eram em ocasiões de aniversário, natal, mas a gente sempre dava alguma coisa. Viajava e trazia uma lembrança tinha isso” (MARCELA).

“Não. Muito difícil, Muito raro mesmo. Às vezes vai ao supermercado e criança você sabe como é. Ou, sei lá numa lojinha de brinquedo 'mainha, eu quero isso, quero aquilo' mas raramente só pra... Às vezes tinha uma promoção, né? Pra agradar, né? Mas, não nunca assim sempre não. compra um carrinho um negócio, porque criança você sabe como é, né? Mas, poucas vezes acontecia isso” (ANA CLARA).

Esse hábito não está sendo questionado pela pesquisa, ou colocado como prejudicial. As famílias têm capacidade para avaliar quando um presente pode ser dado à criança sem que o seu comportamento se torne materialista, por exemplo. Contudo, após as experiências de divórcio, de acordo com Roberts, Tanner e Manolis (2005), o hábito de apresentar pode passar a ser afetado; seja porque deixa de ser praticado (devido às restrições financeiras), ou porque agora acontece de maneira ainda mais frequente pelos motivos errados, ou seja, condizente com as características de uma condição vulnerável.

“Eu cedo mais. Ele reclama mais porque eu cedo muito às coisas. Que eu deveria ter mais pulso forte e às vezes não tenho. **Porque às vezes a gente quer suprir essa falta da separação do pai, da presença do pai.** Então, a gente termina cedendo muita coisa que não deveria. Já comprei *tablet*, celular, as besteiras às vezes que ela pede. Essas coisas a gente termina dando pra ver se supre. **Eles pedem e, às vezes, a gente nem está podendo dar, mas eles pedem e naquele momento é a forma que você encontra pra suprir**” (VANUZA).

“Sim. Isso aí acontece. Hoje, vendo as estatísticas do divórcio, acontece porque a gente quer suprir algumas áreas que errou. Que deixou faltar. Que os filhos sofreram. Às vezes, porque o filho está triste e você acha que o presente vai preencher. Alguma coisa assim acontece. sim. Bastante. **E eu fiz, ele também fez. A família em si toda fez. É um equívoco, mas, todos fizeram**” (NATHALIA).

“Com certeza. Porque, assim, não foi nem para preencher nada porque eles não sentiram muito a falta do pai não. **Foi mais assim, para satisfazer a mim, porque agora eu posso. Eu trabalho.** Eu tenho dinheiro, então eu

posso dar. Mais ou menos isso. Era um desejo meu de satisfazer esse papel. E o pai não teve o mesmo comportamento” (LOURDES).

“Eu passei. Mas não agradando com presentes, eu passei brincando, passeando e levando para o parquinho, com presentes não. Já o pai faz. **O pai faz e eu costumo dizer a ele que ele já tem muitos e muitos brinquedos.** Ele é aquela criança que tem de tudo e muito fácil, então não valoriza. E eu não vou tá comprando e repetindo presente. Então, eu tento fazer diferente, levar pra praia, pra bica, ou coisas assim. Passei a fazer mais os gostos dele porque eu saía final de semana. Aí, eu saía pra alguma coisa que tipo uma festinha assim com minhas amigas, mas que tinham outras crianças aí na verdade era melhor pra mim e não pra ele. Então, eu passei um tempo a fazer mais os gostos dele, levar em aniversário de criança, fazer passeio de criança” (MARIA).

Segundo Hall (2011) as ideias de “querer” e “necessitar” são negociadas durante o processo decisório de consumo da família, não de forma rígida, mas sim determinada pelas circunstâncias. Por isso, a necessidade é definida como algo que não pode ser comprometido. E o ato de querer se refere a algo desejado, mas que não necessariamente vale o sacrifício. Com a passagem pelo divórcio, portanto, a circunstância passa a exercer uma alteração na lógica da necessidade, justamente porque o sacrifício passa a ser um alívio emocional à culpa pelo divórcio, e os presentes poderão agir como o remédio para o estresse ou o conflito.

Com as observações desta subcategoria, encerra-se a análise do 2º bloco. Na seção seguinte, discutem-se as questões referentes ao terceiro bloco, onde a caracterização da vulnerabilidade foi trabalhada de acordo com as perspectivas dos modelos teóricos apresentados na seção (2.3), e do modelo conceitual desenvolvido para esta pesquisa, apresentado na seção (2.6).

4.3 Caracterização da vulnerabilidade

Após discorrer sobre as diferenças entre o comportamento de consumo da família nuclear *versus* a família monoparental, a pesquisa, em sua última seção de análise, apresenta os resultados relativos à caracterização da vulnerabilidade. Para isso, as perguntas do 3º bloco do roteiro de entrevista concentraram-se nos princípios trabalhados pelos modelos de Baker *et al.* (2005) e Morgan, Schuler e Stoltman (1995).

Segundo estes autores a vulnerabilidade se caracteriza quando uma série de estados e características individuais combina-se às condições ou aspectos externos propícios à formação do comportamento vulnerável. Dessa forma, esses três aspectos tornaram-se as categorias utilizadas para a análise dos relatos.

4.3.1 Características individuais

Enfrentar a passagem pelo divórcio pode acarretar diversas alterações no comportamento dos indivíduos. Dessa forma, segundo Baker *et al.* (2005) casais divorciados podem utilizar o consumo como uma estratégia para lidar com a necessidade de uma nova identidade, ou até mesmo com as novas necessidades dos que em conjunto foram afetados pela experiência.

Apropriando-se deste conceito, a pesquisa observou uma série de comportamentos que poderiam caracterizar a vulnerabilidade influenciada pela passagem do divórcio, sendo eles: (1) competição entre os cônjuges, (2) superproteção, (3) centralização, (4) insegurança, (5) desejo por controle, (6) materialismo (ou interesse), (7) agressividade e (8) complexo de inferioridade.

De acordo com os relatos analisados, a competição entre os cônjuges, mesmo não tendo sido observada na maioria dos casos estudados devido às próprias restrições financeiras inerentes ao período, aconteceu de forma velada ou unilateral, ou seja, partindo apenas de um dos pais. Além disso, a presença de terceiros na competição, especialmente, os avós, foi um indício de que esse comportamento, quando se fez presente, evidenciou características de vulnerabilidade no consumo para a criança.

“Não. Talvez se ele também tivesse essa iniciativa de realmente também gostar de... **Acho que teria esse ‘duelozinho’, com certeza.** É, porque ele não tem. Mas, eu já vi um caso assim que o casal duelava quem dava o melhor ao filho” (ELISA).

“Só não competi porque eu não entro no jogo, mas se fosse depender dele competiria. **Aí, nesse caso, ele compete com a minha mãe.** E até hoje ainda é assim. Se a minha mãe disser que vai dar, até hoje se a minha mãe disser ‘ah! vou dar um tablet para ele’ e o pai souber aí o pai vai e compra na frente, entendeu? Mas, eu? Eu não. Quer comprar? Compre. ‘Quem vai gastar é você’. Então eu não competi não” (MARIA).

“É, na verdade, alguns familiares dele competem. Não comigo, mas tipo... querem suprir, querem dar coisas a ela excessivamente. Às vezes, ela chega com uma boneca, não sei como. Com um vestido, não sei como. Eu não acho ruim, mas aí eu fico aquela história dá e eu não tenho como suprir. Eu não tenho como. Não é competição, eu não tenho como suprir isso. Se ela idealizar que os pais dela, que o pai dela e a família do pai dela, tipo, têm mais condições do que a mãe entendeu? Eu não faço esse parâmetro, mas eu analiso dessa forma em que eu acredito que ela possa pensar nisso. Eu não dou, eu não ligo muito pra isso. Mas, aí eu vejo também por esse lado, se ela pensar assim ‘ah! porque na casa dos meus avós eu recebo muita coisa, porque na casa dos meus avós, meu avô, minha avó me enche disso, aquilo,

aquilo outro’. Esses mimos são bons, mas em excesso nunca, né? tudo que é excesso é ruim” (PAULA).

Como observado na categoria 4.2 (O consumo da família nuclear *versus* o consumo da família monoparental), quando nucleares, as famílias com maior poder aquisitivo ou escolaridade desempenhavam melhor processo decisório de consumo (centrado nas necessidades da criança baseados em um bom orçamento). Contudo, ao enfrentarem o divórcio, a competição se tornou um elemento mais nocivo; justamente porque a menor restrição financeira era capaz de sustentá-la, ou porque a competição passou também a incluir os filhos na própria expressão do comportamento.

“Não. Nós nunca fizemos esse tipo de coisa. Não, não. Assim, acho que, por exemplo, hoje, ele tem um padrão de consumo muito mais alto que o meu. Então, eu não compro calça jeans para as meninas de R\$400,00. Ele compra, não é? Mas ele compra acho que não é nem porque a calça custa R\$400,00. Ele compra porque ele gosta da marca, porque a calça veste bem, porque ele acha que é melhor comprar de R\$400,00, porque dura mais. Mas, assim... não há uma competição. É não tem uma competição entendeu? Entre a gente. Existe um... acho que existem maneiras diferentes de consumir, minhas e dele, mas não é competição. Se ele compete comigo eu não sei, mas eu não faço competição com ele, tá? Não existe isso. Vêm farpas, várias, não é? ‘O seu cabelo tá crespo e feio porque sua mãe não cuida’, ‘você tá gorda porque sua mãe não te leva no médico’, vêm farpas via as meninas. Já veio mais. Ele paga muita coisa pra uma filha, mas ele não paga o mesmo pra outra. Ele faz uma diferença enorme entre as meninas, porque uma delas se deixa afetar, Entendeu? Mas, assim, entrou numa loja com ela outro dia e comprou calça jeans. Gastou quase mil e tantos reais, e aí ela chega e diz que quer que ele pague um curso de alemão pra ela... e ele diz que não tem dinheiro. Então, essas coisas afetam as meninas, mas não a mim diretamente. Me afeta via as meninas não é? não diretamente” (FERNANDA).

Com o relato da Fernanda, entende-se que a competição pode ser um comportamento utilizado para afetar o outro cônjuge, evidenciando, até mesmo, certos traços de alienação parental. Essa disputa seja velada ou não, quando expressada na forma do consumo abriga um alto potencial de se transformar em conflitos e desvios de personalidade. E, essa característica é similar ao segundo comportamento avaliado, a superproteção.

A proibição ou a restrição parcial das interações com as experiências e objetos de consumo direcionados à criança pelos pais, na maioria dos casos estudados, retratou apenas o maior cuidado das mães (ou seja, somente a proteção) como visto, em especial, pelo exemplo relatado por Diana.

“Acho que um CD que eu achei que era impróprio, ele tinha dado pra um dos meninos, e eu tomei o CD. Assim, fiquei altamente irritada na época, liguei

para o pai porque não era um CD apropriado para um menino de onze anos, e assim quebrei o CD não deixei mesmo. Fiquei muito nervosa quando vi o CD. CD não era um DVD, e eles lembram até hoje” (DIANA).

“[...] Na verdade, falando sobre essa questão de compra, uma vez houve um conflito entre a gente que foi na parte alimentícia. Ela não come determinadas coisas de lanche escolar, e o pai, **para fazer o ‘mimo’, saiu comprando coisas exorbitantes dentro do supermercado.** E aí eu fui e falei para ele que não precisava, porque eu fazia as compras dela. [...] Algumas coisas eu comprei o que ela queria e outras não, porque, na verdade, ela vai ter que aprender a gostar de determinadas coisas porque o que ela quer a gente também não pode sempre favorecer. ‘Ah! o que eu quero é isso, o que eu quero é isso, o que eu quero é isso’. Ela vai se tornar um adulto sempre ‘eu quero, eu quero, eu quero’. E não se acostumar tipo pequenas coisas de diferença de um biscoito pra outro ‘Ah! porque você não gosta?’ porque eu comecei a achar que era capricho e não porque paladar mesmo, só por capricho” (PAULA).

“Teve casos assim de ‘não. Isso aí você não vai usar não. Devolva’. Isso já aconteceu. Não me lembro mais o que, mas é tanto que ele deixava pra lá e eu entregava a avó dele. Aconteceu isso umas duas ou três vezes. Não chegou a causar nenhum problema, mas ele deixou de dar. Só” (JOELMA).

Contudo, ainda se percebeu a existência de traços caracterizadores da vulnerabilidade quando, por exemplo, o consumo só podia ser feito na presença de um dos cônjuges, na tentativa de que ele recebesse o crédito pela experiência prazerosa proporcionada aos filhos.

“Não. Nunca. O pai fazia isso porque ele comprou um vídeo game pra elas. **E, aí ele não deixava elas trazerem pra casa. Ficava na casa dele.** Só que isso foi uma época em que ele morava em outra cidade. Aí tipo, pra elas jogarem vídeo game tinha que ir pra casa dele. E só quando nos mudamos para João Pessoa é que elas trouxeram o vídeo game” (FERNANDA).

Por também ser uma característica da alienação parental, consequência do divórcio, a superproteção é um comportamento que pode gerar conflitos no consumo da criança. Alguns exemplos desse comportamento são retratados inclusive pela própria Lei N° 12.318²¹, que argumenta a interferência na formação dos filhos quando se realiza campanha de desqualificação da conduta do genitor no exercício da paternidade ou maternidade; dificulta-se o exercício da autoridade parental ou, até mesmo, dificulta-se o contato da criança com genitor e o que ele busca oferecer.

Assim como a competição e a superproteção, a centralização também foi uma característica percebida nas famílias estudadas, inclusive com maior intensidade. Na maioria dos casos, esse comportamento foi adotado porque as mães estavam mais

²¹ Dispõe sobre a alienação parental e altera o art. 236 da Lei no 8.069, de 13 de julho de 1990.

conscientes das necessidades rotineiras da criança. Contudo, as próprias condições que se formaram após a separação também propiciaram sua existência.

“Não. Porque eu sempre tive essa história de qualidade, saudável, entendeu? E quando ele ia não era, se fosse alimentação se fosse muito gostoso era o que ele queria, não é? Ele fazia. Tanto é que por exemplo, refrigerante, os meninos adoram coca cola, e eu “agradeço” isso a ele, porque por mim não é. Eu nem uso. **Então ele tem muito, algumas coisas que eu acho que ele interferiu foi nesses detalhes, mas o resto era tudo comigo mesmo**” (DIANA).

“Não também. Não porque no caso como ele foi... É... Ele foi embora. **Não teve, não teve contato, não teve essa, entendeu?** Não chegou a... Ele ficou muito pouco aqui depois que a gente se separou” (LOURDES).

“Eu não sou de delegar nada, né Andressa? **Eu sou muito centralizadora e com relação às meninas isso é muito forte. Nunca fui de delegar nada não.** Eu sempre, sempre preferi que ele mandasse o dinheiro e eu comprasse, ou então elas iam com a coisa muito pré-determinada do que precisava ser comprado. Mas não. Eu nunca tive com ele uma relação após a separação de dizer ‘ah, você vai comprar as roupas pra esse ano e eu vou comprar tal’. Nunca houve isso. Não há esse tipo de diálogo, né? E eu também nunca fui daquele tipo ‘há eu comprei uma calça jeans pra um, eu tenho que comprar uma calça jeans pro outro’. Não. Você tá precisando de calça jeans? Eu compro uma calça jeans pra você, o outro tá precisando de cd virgem pra gravar não sabe o quê? Eu compro o cd virgem para o outro. Nunca houve essa necessidade de padronizar, de fazer tudo igual” (FERNANDA).

“**Nunca deleguei ou pedi que ele comprasse.** Até porque assim, logo no começo ele fazia algumas compras, porque vivemos 15 anos ele conhece os filhos e sabe os gostos. E, no começo, ele fazia isso pra agradar aos filhos ou não sei pra me agradar. Mas, nunca determinei que ele comprasse isso ou aquilo. Ele mesmo sabia e trazia e agradava. Mas, hoje em dia não faz mais” (ANA CLARA).

“**Não. Eu opino, eu peço pra comprar ou não comprar. Eu oriento.** Nada de açúcar, nada artificial pra ele. Consumo alimentar, essas coisas. Porque eu sei que isso não é legal, eu quero uma alimentação legal pra ele. Ainda mais porque ele tem uma tendência a ficar mais gordinho, então eu evito isso. Nada disso, nada daquilo. E eu não tenho problema com isso. **Ele obedece**” (ELISA).

“**Não gosto. Não gosto e não vejo por que.** Tá dando certo aqui comigo? Eu não consigo suprir e atender às necessidades e expectativas dele? Meu filho gostando ou não, eu não acho necessário. Como ele passa um intervalo muito grande sem ver meu filho, ele não conhece. Então, como ele iria comprar? **Como é que ele ia saber alguma coisa que meu filho realmente precisa ou gosta. Ele só sabe o superficial. Não conhece a fundo pra eu delegar**” (SABRINA).

Esse fator observado corrobora com os achados de Roberts, Wortzel e Berkeley (1981) ao indicarem que as mães são, claramente, as primeiras agentes socializadoras do consumo da criança, justamente, porque elas chamam para si a responsabilidade de comprar basicamente tudo o que os filhos precisam durante essa

fase. Além disso, independente do estágio em que se encontra o ciclo de vida da família, as mães tendem a assumir a chefia pelas atividades de consumo (administradoras do dinheiro). Contudo, se outros membros, como as crianças, tiverem liberdade para exercerem influência sobre as decisões, tanto as quantidades e os tipos de produtos consumidos serão amplamente afetados.

Se antes do divórcio este consumo já era bastante centrado nas mães devido à imposição, por exemplo, do cumprimento de um papel social, após o divórcio ele se tornou ainda mais centrado na figura feminina; que agora se enxerga duplamente responsável, já que ela precisará suprir as lacunas também das funções paternas. Nesse caso, o claro distanciamento dos pais é um dos fatores que mais contribuiu para a formação do comportamento centralizador. Por isso, foi possível perceber aspectos como “não delego porque faço melhor”, “se delego, dou todas as diretrizes”, ou “se recebo alguma quantia, não dou mais satisfações”.

“É, eu sempre tive muito essa parte de omitir desde que a gente era casado. Então, ele também não pede satisfações. Ele manda o dinheiro bem, se eu precisar de alguma coisa eu digo que é pra aquele sentido. É ‘olha estou precisando disso por causa disso’. Ele compreende, e ele não indaga. Eu não tenho porque negar o que eu compro pra ela. É, na verdade é como dizem, a gente convive tão bem, ele vai tanto lá em casa que ele vê, às vezes que pega, vê o que está indo, o que não foi feito, o que não foi comprado por ele, então ele vê” (PAULA).

Ressalta-se que a reflexão das próprias entrevistadas quanto à importância de se dividir as responsabilidades foi percebida, evidenciando-se, conseqüentemente, os prejuízos que a centralização pode trazer para o comportamento de consumo da criança e o equilíbrio da família.

“Não. Acho que não acontecia, não é? Não. Porque assim... Eu... Você fazendo essas perguntas eu estou vendo que ele não participava era de nada. Isso é verdade! E é verdade, tá vendo! Eu **estou** totalmente perdida com essa questão porque, realmente, eu de tanto me preocupar com a questão de cuidar delas, de não deixar faltar as coisas, que eu até esqueci um pouco que ele [...] Fazer ele se sentir na obrigação também de estar presente. Entendeu? Talvez até tenha sido... acontecer a separação porque parece que eu cuidava só. **Muitas vezes ele questionava** ‘as filhas são só suas?’ Porque talvez eu não dava **muita oportunidade de ele cuidar.** Porque eu queria **estar** sempre, não achava certo, por exemplo, ele queria sair só com as meninas, eu não deixava porque eu não confiava”... (THAIS).

“Eu gostaria de ter feito isso” (SILVIA).

A intervenção jurídica na delimitação de papéis e responsabilidades para com a criança e suas necessidades de consumo, portanto, parece ser ainda mais necessária quando observamos que as mães tenderão a adotar um comportamento centralizador, protetor e, em alguns casos, competitivo.

A existência da centralização observada também pôde ser verificada como um reflexo da insegurança que as mães evidenciaram passar a sentir após o divórcio na interação entre os filhos e os pais; principalmente, nas famílias em que, mesmo quando nucleares, os homens não tinham o interesse pelos cuidados com a criança.

“Não. Agora está tranquilo. **Mas, antes no início da separação eu não gostava, porque ele era menorzinho, e o pai nunca foi de prestar atenção nele.** O pai quando a gente era casado não dava banho, não prestava atenção às horas de comer, não cuidava né? Então, no início em relação à passeio eu não gostava. Tanto é que eu sempre colocava pulseirinha de identificação, mesmo sem o pai nem saber, porque eu tinha medo né? Aí os passeios eu realmente não gostava porque era praia, andar de cavalo, então eu não gostava. Mas, também não tinha como eu evitar né?” (MARIA).

“[...] Ele já pegou meus filhos uma única vez. Depois de um ano que ele pegou os meninos e os levou para a casa dele, que ele vive com essa pessoa hoje. Também não impedi. Até porque eu aceito e respeito, e digo para os meus filhos respeitarem também porque não tem nada a ver. Mas, nunca impedi não. Até porque os passeios que ele continua fazendo são os mesmos que fazíamos antes. **Só tem aquele certo cuidado, né? Porque a mãe é mais cuidadosa do que o pai. Mulher é mais atenciosa. O pai acha que o filho se vira**” (ANA CLARA).

Em alguns casos, foi possível também perceber que por não estabelecer uma programação para interagir com as crianças, alguns pais despertavam a insatisfação com os dias de visita. Aumentando, conseqüentemente, a insegurança, a centralização e certos traços de competição (“estar comigo é melhor, pois te ofereço coisas diferentes”) nas mães. Além disso, ainda havia a criação da expectativa para uma determinada experiência de lazer em conjunto que, muitas vezes, não chegava a ser cumprida, gerando a frustração na criança e as situações de cobrança.

“Não gostava mesmo. Meu ex-marido ficava os finais de semana com elas e ele buscava as duas, levava pra casa da mãe dele e ficava o dia inteiro deitado no sofá assistindo televisão com elas. Então, realmente eu não gostava, achava que era uma judiação fazer aquilo. Por sorte a casa dos avós é grande, tinha os primos. Ele deixava elas saírem com os primos e os tios e elas, então faziam algum tipo de lazer, mas não era uma coisa que me agradava. **Porque, às vezes, elas queriam fazer alguma coisa e ele até dizia que ia fazer, e depois não fazia. Elas voltavam muito decepcionadas né?** Então, isso realmente era uma coisa que às vezes me incomodava muito” (FERNANDA).

A insegurança também foi percebida quando o comportamento masculino era de restringir totalmente a comunicação com as mães sobre o que seria feito com a criança nos dias de visita. Ou, devido ao comportamento abusivo de alguns pais. E para ser amenizada, as mães até faziam certos tipos de sacrifício como aceitar novamente o ex-marido na convivência da casa, para que ele tivesse o contato com os filhos diante de sua supervisão.

“Eu nunca soube. Quando foi definido o dia de visita, ele nunca me disse ‘vou levar meu filho pra tal canto’. Eu não sabia o destino do meu filho. E como ele era pequeno, eu não sabia se ele tinha viajado, ele nunca me disse ‘olha, vou levar meu filho para Recife’. Ele nunca me falou não. Quando era o dia dele pegar, ele pegava e eu também não perguntava ‘ele foi pra onde’? Agora com relação à alimentação ‘ele já comeu’? Isso aí eu perguntava” (JOELMA).

“Eu não gostava pelo fato de ele beber. Entendeu? Assim, ele bebia, pra ele sair no carro com elas duas sozinhas, eu ficava meu Deus! Pirada. Não dava certo, não dá certo. ‘Não, só vou ali com uns amigos tomar uma cervejinha’. Até uma vez ele foi com elas, e por elas serem muito espertas ‘mainha quando chegou à praia, chegou uma moça ficou lá conversando com painho e a gente não gostou’. Parece que ele acabou dando carona a ela. Quer dizer, eu fiquei muito preocupada com isso porque, eu disse ‘nunca mais você vai sair com as meninas sozinho’. Sempre tinha um aborrecimento [...] e, assim, separou, mas muitas vezes ele, depois de 2010, estava em Natal, mas passou 1 mês, não tinha onde ficar. Ficava aqui normal, eu cozinhava, lavava, era o pai das minhas filhas, eu dava a oportunidade de ele ficar mais perto delas porque eu queria que elas tivessem mais a presença dele” (THAIS).

Segundo Roberts, Tanner e Manolis (2005) a insegurança nas relações familiares produz tendências materialistas que serão utilizadas como uma estratégia de *coping* para aliviar as tensões e satisfazer necessidades. Em curto prazo, ele poderá oferecer uma sensação de felicidade por meio da negação dos problemas e prazeres hedônicos. Contudo, em longo prazo o materialismo poderá justamente aumentar o sentimento de insegurança que se pretendia combater (KASSER, 2002). O conjunto das características descritas, por conseguinte, evidenciou o próximo comportamento observado pela pesquisa, desejo por controle.

Uma das características mais evidenciada pelos discursos analisados foi o desejo por controle exercido pelas mães. Apesar de a centralização para com as necessidades de consumo já ser um indicativo dessa necessidade por determinar padrões e regras, ficou claro que as entrevistadas em vários casos também solicitaram “informações” mais diretas sobre a relação de consumo entre os pais e os filhos. Ou, até

mesmo já mantinham o hábito do compartilhamento dessas informações com as crianças pra que não fosse necessário solicitar.

“Peço. Mas, às vezes nem peço. Às vezes já chega mostrando, né? Mas eu converso. Pergunto o que ele deu, não só o pai, o que foi que ele ganhou do lado da avó também, porque ele já chega dizendo, então eu nem pergunto, ele já chega dizendo. **Mas, de tudo eu sei que ele ganhar, o que o pai dá tudo eu sei**” (MARIA).

“Sim. Fazia várias perguntas. O que é que você foi fazer, o que seu pai deu? **Acontecia muito isso**” (JOELMA).

“Sim. Isso aí **sempre tem aquela entrevista quando chega em casa**. É verdade, eu acho que em todos os casos tem” (NATHALIA).

“É, pergunto. Não tem como não perguntar. É perguntava” (LOURDES).

“**Eu sempre perguntava o que é que tinha acontecido. Porque assim ‘o que deu’? ‘vocês comeram o quê’? ‘não, comeram’? ‘deu presente’? ‘mas o que comeu’? ‘refrigerante’! ‘refrigerante’?** Quando elas eram pequenas, começaram a tomar refrigerante e depois começaram a pedir ‘não eu quero’! Mas, eu evitava o máximo de dar refrigerante, era suco. Aí o pai dava isso, mas, não era pra ter dado, mas não tinha outra coisa, era essas coisas (THAÍS).

“Converso com ele. Ele me conta tudinho. **Às vezes, não conta na hora, mas ele me conta depois. ‘Quem é que estava com você’, ‘seu pai abraçou você’? ‘O que você comeu’?** Se ganhar presente eu vejo porque ele trás. Mas, comida que ele consome lá, eu pergunto ‘o que você comeu’? Ele não diz na hora, mas acaba falando depois” (SABRINA).

“Nunca precisei pedir. **Todo mundo chegava contando. Isso é muito normal das meninas comigo, todo mundo chega contando, chega falando o que é bom e o que é ruim, chegava reclamando, chegava dizendo o que tinha acontecido.** Não nunca pedi, nunca precisei pedir. Elas chegavam falando ‘mãe, ganhei isso’, ‘mãe minha avó deu aquilo’, ‘mãe não sei o quê’ todo mundo chegava contando então nunca tive que pedir nada” (FERNANDA).

“Não. Fizeram. Quando eles eram menores eu tinha preocupação por talvez não confiar, eu perguntava sempre assim **‘como é que foi o passeio’? ‘foi tudo em ordem’?** Eu tinha medo de ter acontecido algo e os meninos, os dois, são muito discretos, então não querem me preocupar, então eu tinha essa preocupação, se tinha sido tudo em paz” (DIANA).

Apesar do seu caráter um pouco cômico, pois todas as entrevistadas relataram essa característica de forma descontraída e normal para qualquer mãe, o desejo pelo controle pode assim ser considerado porque as mulheres evidenciaram não confiar na qualidade do que os pais ofereciam aos filhos, especialmente no quesito da alimentação. A vulnerabilidade nesse caso encontra-se na diferenciação de papéis que se formam após o divórcio: a mãe, responsável pela guarda, precisa exercer o controle sobre as atividades de consumo e demais necessidades, já que o pai, responsável apenas

esporadicamente, tem menor disposição para pensar em melhores opções de um consumo, por exemplo, mais saudável.

Outro aspecto analisado foi o materialismo nas relações de consumo em questão. No estudo sobre o comportamento do consumidor o materialismo é um tópico relevante que, costumeiramente, recebe o complemento de pesquisas interessadas em compreender seus impactos negativos. Contudo, apesar de Burroughs e Rindfleisch (1997) discutirem que, em alguns casos, ele pode ser utilizado como uma estratégia para enfrentar a pressão do divórcio, especialmente, reduzindo situações de estresse, para uma melhor discussão sobre a vulnerabilidade, o materialismo também é aqui analisado sob a perspectiva dominante das pesquisas; perspectiva negativa, já que a maioria não chega a um consenso (ROBERTS; TANNER, 2005).

De acordo com os relatos analisados, o materialismo pôde ser visto em diversas relações de consumo desenvolvidas entre pais e filhos, evidenciando tanto a ideia de que ele foi benéfico para a criação de interações com valor interpessoal, como para a criação de interações de consumo danosas. O uso, por exemplo, do consumo para formar uma opinião positiva sobre a imagem do pai foi um dos principais aspectos identificados.

“Hoje, mais não. Mas, no início da separação sim. Muito. Só comprava. Toda vez que ia, era a vez dele ficar com o pai, o menino chegava aqui cheio de presente caro. Coisa que criança gosta, tipo os bonecos do super homem, carrinho de controle, então sempre ele fazia isso. **E, inclusive, ele usava isso realmente pra o menino dizer que queria ficar com o pai ‘mãe eu quero dormir com meu pai, ficar mais com meu pai’ porque sabia que ia ganhar presente.** Inclusive, meu filho também fala: ‘mas você não compra, você não faz isso’ então, ele usa muito desse argumento. Logo no início sim” (MARIA).

O relato de Maria deixou claro não só o materialismo, mas novamente o comportamento de competição, já que o pai buscou produzir na criança o desejo de sempre estar com ele, e ainda julgar a mãe por não lhe oferecer experiências similares. Em outros casos ainda, também foi possível observar a tentativa de usar os presentes em troca de demonstrações de afeto, mesmo que de uma maneira sutil já que as mães tentaram amenizar a existência desse comportamento nos relatos.

“Não sei se chegou a esse ponto, talvez sim. **Eu acho que ele tentou né, demonstrar assim, é eu acho que sim.** É... no pouco tempo que ele ficou por aqui” (LOURDES).

“Não. Ele não tinha essa capacidade, não talvez a capacidade... Mas, ele gostava muito, assim, de talvez, assim, quando sentia que **elas estavam aborrecidas com ele, ele procurava chegar e levar pra passear. Talvez até comprar um tipo um bichinho, animal de estimação como foi o caso de Lila (UMA CADELA) né?** E, com minha filha mais velha acho que só boneca né? Nem boneca, talvez porque ela era mais tranquila. Tinha mais a questão da mais nova. Ele se preocupava porque a mais nova exigia muito dele” (THAÍS).

A ideia da compensação também foi observada, ou seja, o uso das experiências de consumo para amenizar a ausência na vida cotidiana. Essa prática corrobora com a ideia de que a orientação às posses materiais pode ocorrer quando os indivíduos encontram situações desconfortáveis na família (KASSER, 2002).

“Eu acho que ele tenta compensar. **E o presente dele em vez de ser “presente” é dar presente. Ao invés dele se fazer mais presente ele se utiliza desses ‘artifícios’ que a gente tem como consumir hoje em dia pra enganar meu filho de certa forma.** A criança claro que fica alegre com um brinquedo. Até com um copinho, mete o sorriso no rosto. **Então eu acho sim. Por mais que não sejam todas às vezes, mas claro que é, algumas vezes ele faz isso e faz isso pra conquistar**” (SABRINA).

O conceito do desenvolvimento de interações valorosas entre pais e filhos foi evidenciado, especialmente, com as experiências de lazer. Segundo Burroughs e Rindfleisch (1997) esse comportamento é assim adotado para satisfazer a necessidade de “permanência”, ou seja, uma forma de amenizar a distância que o próprio divórcio impõe, principalmente quando as mães seguem a vida com outros parceiros e atividades junto à criança.

“Não. Não. A gente tem bem resolvida essa parte. É eu acredito que ele faça mimos de saída mesmo ‘pai eu quero ir para o parque não sei aonde’, ‘vamos’! **Então, eu acredito que seja mais pra esse lado, mas presente ele não, não, não tem esse hábito**” (PAULA).

A utilização do comportamento materialista como estratégia para lidar com a separação, contudo, não é um comportamento exclusivo dos pais. As mães também podem evidenciar traços inerentes a esse comportamento, em muitos casos, induzindo a aproximação apenas pelo interesse material. Seja por sofrerem com o ressentimento emocional, terem inveja das condições do ex-cônjuge, ou raiva pela separação. Ou, ainda devido às próprias restrições financeiras surgidas após a separação, que geram o sentimento de inconformidade (“ele também tem obrigações”).

“Sim. Muitas vezes sim. Pedir algo que eles queriam e sempre viam a mim, e eu dizia: ‘o pai de vocês também tem obrigações além da pensão alimentícia eu tenho outras obrigações, então vocês também tem que pedir pra ele as coisas extras’. Eu falava: ‘se vocês morassem com eles tudo seria de vocês’” (NATHALIA).

“Isso eu realmente eu fazia. ‘Peça ao seu pai, quando ele chegar peça a ele porque tem que dar’, ‘mas mainha’, ‘peça pro seu pai pra dar porque o momento é esse’. Muitas vezes acontecia que ele dizia que não estava podendo, que estava sem dinheiro e aquele ‘blá, blá, blá’” (THAÍS).

“Ah! Várias vezes. ‘Ah! mãe, eu estou precisando disso’, ‘eu não tenho dinheiro, vê se seu pai te dá’. Mas, nunca com aquela intenção de... tipo se ele não comprasse, não comprava, estava tudo bem. Mas, assim nunca houve aquela coisa de vamos ‘arrancar’ dinheiro do seu pai porque ele não dá. A minha filha mais velha é quem faz isso porque como ele não dá muita coisa pra ela, ela que faz. Mas, assim que a gente mudou para cá, as meninas meio que ficavam brigando quem ia pedir porque eram muitos discursos, um sermões, e-mails de páginas e páginas pra falar, pra justificar. Enfim, era um saco então a mais nova por muito tempo parou de pedir as coisas para o pai. Só quando ela ia pra lá, que eles iam ao shopping, porque o pai delas adora ir ao shopping. Aí perguntava: ‘está precisando de alguma coisa?’ Aí ela falava, tipo um tênis ou material escolar mesmo. Livro, ele não se importa de comprar livro então muito livro de arquitetura mesmo que é caro ela comprou no cartão dele. Agora, isso hoje em dia, mas antigamente elas não pediam as coisas pra ele não. Nunca existiu isso não de vá lá e peça, ganhe dele” (FERNANDA).

Apesar de a maioria das entrevistadas não ter evidenciando esse comportamento de forma consistente durante a análise, foram observados traços de condutas correlatas, inclusive das mães na tentativa de inibir o comportamento materialista ou somente por interesse.

“Não. Não cheguei não. Não cheguei a fazer isso não. Mas, se ele estivesse aqui talvez... É, pediria, acho que sim, acho que qualquer um faria isso” (LOURDES).

“Não. Eu incentivo assim, em relação ao lanche. ‘Pai, compre meu leite’, pedia pra ele pedir quando saía com o pai ‘pai compre meu lanchinho’, ‘pai corta o meu cabelo’, incentivo assim. As coisas quando precisa, coisas necessárias. Mas, para tá comprando presente e roupa não” (MARIA).

“Não. De jeito nenhum. Inclusive, ela tá começando agora a ficar com esse hábito de ‘ah! eu vou pedir a meu pai’. Até então ela não tinha de forma alguma. Até uma vez eu disse assim ‘se você quiser, dê uma ligadinha pro seu pai’, e ela não pedia. É tanto que ela deixa aquilo, de ter um passeio, de comprar determinada coisa, porque ela não pedia ao pai. Só que aí ela, de uma hora pra outra, começou esse hábito, mas aí eu comecei a proibir ‘não, seu pai está sem condições agora’. ‘Houve essa festa, houve isso, houve aquilo, não peça, deixe que mainha se mainha tiver condições, mainha lhe dá, se não a gente conversa com seu pai depois’. Então, eu tento proibir ela esse contato, ‘eu quero isso’, ‘me dê isso’ não, pra não manter uma relação consumista e mais uma relação de amor, que até o que acontece hoje nos casamentos né? Nos divórcios é isso, ‘peça a seu pai, seu pai tem dinheiro, pode não sei o quê, mande ele, não sei o quê’ (PAULA).

“Algumas vezes que eu vi que ele estava precisando eu dizia: ‘peça ao seu pai porque eu não tinha condições’. Chegou a acontecer isso. E ele comprava” (JOELMA).

“Nunca. Não faço isso. Não é de mim. Porque tem pessoas né? ‘Não vai sair com o pai? Então, manda comprar isso, manda comprar aquilo’. Eu já vi amigas minhas fazerem isso. ‘Ah! vai sair com seu pai, seu pai tem dinheiro. Peça, compre!’ Não. Até porque eu não passo essa consciência para os meus filhos” (ANA CLARA).

“Eu digo a ele aqui em casa, mas é assim: Ele queria uma coisa, eu nem me lembro o que é que foi. Aí, eu digo: ‘você pede ao seu papai’. Mas, quando ele está bem longe de vir. Aí, ele chega e meu filho nem se lembra mais. Aí, é mesmo que nada. Ele nem chega a pedir. Mas, eu incentivo nessas coisas de ‘peça pra o seu pai sair com você pra não sei aonde’, vá comer isso com seu pai, vá tomar um sorvete’. Isso aí eu digo sim pra ver se ele muda o lazer” (SABRINA).

“De jeito nenhum. Pelo contrário. Eu já digo o seguinte: ‘quando falar com seu pai, pergunte como ele está, se ele está bem, que está com saudades. Se eu escutar você pedindo alguma coisa, já sabe... de castigo, né?’ Não incentivo porque eu não acho correto. Você não tem que procurar as pessoas por interesse em alguma coisa, porque se eu fizer isso eu vou gerar nela só interesse, fazendo com que ela fique aquela pessoa interesseira de procurar o pai ou qualquer outra pessoa pra ter alguma coisa. Isso é errado. Eu não tenho essa visão não. Eu acho que ela tem que procurar o pai porque está com saudade, porque quer vê-lo, mas pra pedir? Não. De jeito nenhum. Nem permito isso” (VANUZA).

Um caso específico chamou atenção por representar o acordo que o casal precisou fazer para que o comportamento materialista não fosse incentivado. Para muitas famílias, quando a separação é mais dolorosa do que libertadora, o contato entre os cônjuges se torna complicado. Por isso, usar os filhos como intermédio parece ser a saída mais adequada por um tempo. Vale, contudo a reflexão sobre esse comportamento, justamente pela potencial vulnerabilidade nas relações de consumo que ele abriga.

“Não, não cheguei a incentivar. Mas, eu já cheguei a dizer: ‘peça ao seu pai’, e depois ele chegou e disse: ‘não mande os meninos pedirem’. Aí, quando precisava de alguma coisa eu mesma ia lá e pedia ‘está precisando disso e você tem que dar’” (SILVIA).

O debate proposto por Burroughs e Rindfleisch (1997), nesta pesquisa é, portanto, endossado pela perspectiva negativa do materialismo. Assim como discute Rindfleisch e Burroughs (1999), há evidências de que as rupturas na estrutura familiar cooperam para que este comportamento seja utilizado para o aumento do bem estar. Contudo, é preciso refletir: vale a pena aumentar esse tipo de interação entre pais e

filhos, sabendo-se dos prejuízos que podem ser causados pela vulnerabilidade do consumidor? Esta indagação pode ser direcionada às pesquisas futuras.

O divórcio, por acarretar diversos sentimentos de tristeza, solidão e raiva, também apresenta potencial para impactar as relações de consumo desempenhadas pelas famílias. Por isso, o comportamento agressivo e o complexo de inferioridade, consequências do estresse inerente ao fenômeno, foram observados pela pesquisa.

Como a maioria das entrevistadas não evidenciou traços dessa conduta percebeu-se que a agressividade é, possivelmente, uma característica impactada pelos sentimentos de liberdade ou abismo vivenciados após a separação. Mesmo assim, o comportamento ainda evidenciou ser controlado, ou seja, existir apenas por questões de proteção à criança e, novamente, devido ao maior empenho das mães em avaliar o que é bom ou não ser consumido pelos filhos (como brinquedos ou alimentos nocivos).

“Reclamo. Tipo arma de brinquedo. Arma de brinquedo eu reclamo. A semana passada aconteceu dele comprar uma lanternazinha em formato de uma arma, e tem aquele laser vermelhinho que fica apontando. Aí, eu reclamei e ele levou de volta porque eu disse ‘não pra que um brinquedo desse?’ Primeiro em formato de uma arma, e segundo apontando a luzinha vermelha, né? Isso aí eu reclamei. Embora chegar lá, eu tenho certeza que ele dá. Faz os gostos. Mas, aqui não. E falo para o meu filho quando chegar lá ‘vá brincar com outras coisas’, ‘peça para o seu pai lhe ensinar a mexer naqueles laptopzinhos de criança’, eu fico sempre falando assim pra ele não querer esses brinquedinhos assim” (MARIA).

“É. Com certeza, tipo brinquedinho de arma, não gostava não” (LOURDES).

“Falava também. Principalmente, besteira, coisa de alimentação, né? O que não fazia bem pra ele eu dizia ‘dê isso ao menino não, você num já sabe que ele é gordinho’? Mas aconteceu também” (JOELMA).

“Depois da separação nunca mais. Antes sim, eu dizia: ‘poxa podia ter comprado melhor né? Não precisava ser esse, ela queria o caderno com a Barbie na capa e você comprou o caderno azul, ou verde? Por que?’ ‘Ah! porque era mais barato’. Poxa vida a diferença não justificava, ela ia ficar feliz com o caderno da Barbie, mas depois nunca mais, não se discute esse tipo de coisa. Aliás, mais nada” (FERNANDA).

“É. Isso é normal né? Quando a gente vê que não era importante pra elas, elas queriam, ele deu ou dava, a gente viu que não era pra ter acontecido, mãe sempre reclama mesmo” (THAÍS).

Assim, como a agressividade o complexo de inferioridade também não foi uma característica fortemente impactada pelo divórcio nos casos estudados. Mesmo assim, ele ainda foi evidenciado em alguns casos em que as mães pesquisadas percebiam a superioridade dos pais para controlar os impulsos de consumo da criança.

Esse comportamento, contudo, era esperado, já que as mães passam mais tempo com os filhos do que os pais. E, como as entrevistadas relataram inibir o materialismo ou a aproximação somente por interesse, há maior intervenção para que os filhos não adotem a insistência pelo consumo quando estiverem com os pais, mas não consigo mesmas.

“Comigo, porque ela convive mais comigo. Com ele, ela só pede assim: quando ela quer alguma coisa ‘vou perguntar se meu pai pode’. Eu digo: ‘pergunte, se ele puder, peça a ele’. Mas eu não vou dar. Aí ela pergunta. Se ele disser que não ela também fica tranquila” (VANUZA).

“Isso. Ela está começando com esse hábito agora, mas é bem mais comigo, bem mais comigo” (PAULA).

“Não. Era mais comigo até porque acho que formou na mente delas que como ele dava a pensão alimentícia, elas achavam que aquele valor, já que elas não entendiam de valores, que aquele valor dava pra suprir todas as necessidades. Então, era mais comigo. E, até hoje, tem na cabeça delas, cresceram, mas aquilo não sai da cabeça, né? ‘Você assuma, botou no mundo’, essas coisas que filhos falam” (NATHALIA).

“Comigo. O pai é sempre, né? Mais durão e a gente mãe é mais, mais bobona né? Aí sabe, ‘ah mãe, por favor, por favor’. Insistência, principalmente a mais nova, a mais nova sabe onde é o meu ponto fraco” (LOURDES).

“Não tanto quanto comigo. Eu acho que quando pedem o pai diz não, então é não e acabou. Porque eles sabem que quando pedem o pai diz não e acabam não insistindo” (ANA CLARA).

“Isso é. Eles não insistiam tanto não, mas pediam mais a mim” (SILVIA).

Esse comportamento só não foi evidenciado pelas mesmas entrevistadas que eram adeptas da aproximação também pelo interesse em objetos materiais.

“Não. Antes elas pediam quando ele chegava eu dizia ‘olha, teu pai tá chegando, pede’ ou então tá fora? ‘liga’, ou então manda uma cartinha. Aí, elas pediam mesmo e eu incentivava pra elas pedirem” (THAIS).

Vale ressaltar que várias das crianças das famílias estudadas, naturalmente, não possuíam as características avaliadas, evidenciando de fato o comportamento adotado pelas mães pelo quesito avaliado anteriormente.

“Insiste com ninguém não. Ele é bem tranquilo quanto a isso. Meu filho nunca foi assim. Ele consegue entender se pode e se não pode” (SABRINA).

“Não. Não insistiam. Eles sempre foram muito de aceitar o que você dava pra eles e eles aceitavam normal sem maiores questionamentos. Eles gostavam, no geral eles gostavam do que ganhavam” (MARCELA).

“Não. Ele nunca foi de pedir não. Ele aceitava. Mas, não pedia não. Comigo também não. A gente via a necessidade dele e comprava sabe? Mas ele não é de pedir. Meu filho nunca foi de pedir não” (JOELMA).

Como resumo, portanto, de todos os comportamentos avaliados, o divórcio nas famílias estudadas evidenciou alterar as características individuais de acordo com o disposto no Quadro 23.

Quadro 23 - Características Individuais - Parte a

Comportamento	Forma de alteração	Vulnerabilidade evidenciada
Competição	Moderada	Compra de objetos supérfluos, ou em excesso; julgamento ou comparativo entre os cônjuges pelos filhos; conflitos entre avós e os pais.
	Unilateral (pais)	
Superproteção	Moderada	Comportamento adotado porque os pais não costumam empregar maiores esforços para avaliar melhores opções de consumo.
	Unilateral (mães)	
Centralização	Forte	Por terem a guarda e acharem que os pais não avaliam de forma adequada o consumo para os filhos, as mães evidenciaram o comportamento centralizador no consumo da criança, na tentativa de “protegê-la”.
	Unilateral (mães)	
Insegurança	Médio	Vivenciada, principalmente, nas atividades relacionadas ao lazer nos períodos de visita dos pais; justamente pela não avaliação das opções de consumo, ou pela comunicação prejudicada entre os cônjuges.
	Unilateral (mães)	
Desejo por controle	Forte	Solicitar aos filhos uma espécie de “relatório” sobre o que fizeram, consumiram ou como se relacionaram na presença do pai e a família paterna.
	Unilateral (mães)	
Materialismo	Médio, mas forte nos pais.	Consumo de objetos supérfluos; uso de presentes em troca de demonstrações de afeto; compensação pela ausência; aproximação por interesse; sentimentos de ressentimento, raiva, inveja ou inconformidade.
	Bilateral	
Agressividade e Complexo de Inferioridade	Fraca	Reclamações ou brigas relacionadas ao consumo de objetos ou experiências inadequadas.
	Unilateral (mães)	

Fonte: Elaboração própria (2016).

Entende-se que a manifestação desses comportamentos/características durante as atividades, ou relações de consumo para os filhos, é capaz de promover a existência das experiências de vulnerabilidade. Caracterizando, conseqüentemente, a perda de controle sobre o auto reforço ao seu ciclo vicioso, já que o prejuízo dela resultante pode prejudicar as famílias de tal forma que elas se tornem ainda mais vulneráveis (SILVA, 2011).

No item a seguir, encontra-se a análise referente ao segundo aspecto caracterizador da vulnerabilidade, que diz respeito aos estados individuais.

4.3.2 Estados Individuais

Assim como as características individuais, o modelo de Baker *et al.* (2005) também indica que os estados individuais podem propiciar o surgimento da vulnerabilidade nas experiências de consumo, especialmente quando da passagem por alguma situação de rompimento ou quebra na estrutura familiar. Apesar de todas as categorias de análise já trabalharem o estado individual principal analisado, que é o divórcio, esta categoria específica utilizou os discursos para identificar outros estados emocionais ou psicológicos por ele afetados. Apropriando-se deste conceito, observou-se, então, uma série de estados (relacionados também às características individuais analisadas) que poderiam caracterizar a vulnerabilidade no contexto de pesquisa.

De acordo com os relatos, o estado de liberdade, sentido pela satisfação que a mãe encontra ao poder gerenciar as novas relações de consumo de acordo com suas preferências, foi bastante expressivo após o divórcio. Saber que o ex-cônjuge não interferia mais na rotina de compras da criança e da família, na maioria dos casos tornou-se um alívio para a convivência familiar.

“Não é sentir bem. Eu não sei se é porque eu tenho duas filhas mulheres, fica tudo mais fácil. É tudo mais tranquilo sem o homem da casa na casa. A rotina é mais leve porque eu e as meninas a gente come qualquer coisa, a gente anda pela casa, entendeu? Então assim, ficou mais leve. Então assim, fica mais tranquila a rotina eu acho. As meninas no fim de semana elas acordavam mais tarde, o café da manhã sempre foi muito simples era leite com Nescau pão e manteiga, e a gente saía e a gente comia na hora que dava fome, era uma rotina mais leve, quando o pai delas estava em casa era uma rotina mais dura. Então, é mais fácil” (FERNANDA).

“Sim. Muito bem. Foi muito bom. Eu gosto demais, Acho ótimo, nesse sentido eu acho que foi melhor. Ele que não me escute. Melhorou com certeza. Eu acho que Deus sabe todas as coisas e de alguma forma Deus nos protegeu de passar por experiências não agradáveis de convivência” (DIANA).

“Muito bem, obrigada! Muito tranquila. Acho ruim isso não. O divórcio tem seus pontos negativos e positivos, e um dos positivos é exatamente esse: você consegue passar educação inclusive nessa parte de consumo de forma unilateral, sem ter essa interferência do outro. Você seguir aquilo que você acredita que é o certo. Pra mim eu acho isso ótimo” (SABRINA).

Por serem famílias que não trabalhavam com o sentimento de time para discutir sobre o consumo dos filhos, esse estado foi observado justamente pela sobrecarga que as mães sentiam no estágio de família nuclear. A monoparentalidade, nesse sentido, embora apresente dificuldades por centralizar as necessidades familiares

sob a responsabilidade materna, também lhe confere o direito de usar sua característica individual de proteção, combinando-a as melhores informações que possui sobre as necessidades da criança para um processo de consumo, no mínimo, mais aprimorado.

Para algumas mulheres, contudo, esse contexto de liberdade ainda assim representou certos traços prejudiciais, dentre eles a vulnerabilidade. Como várias das entrevistadas relataram a ausência da participação paterna (até mesmo, no estágio nuclear), a “liberdade”, então, não foi conquistada, mas sim imposta pelas condições. Nesses casos, a privação no consumo foi evidenciada, pois a não interferência dos pais fez falta para o equilíbrio das despesas.

“Ele não comprava nada. Não existia rotina de compras. Hoje em dia, é que existe isso de se divorciar e cada um ficar com uma parte das despesas dos filhos, mas antigamente não existia isso não. Divorciou era cada um ia viver sua vida sem a ajuda de ninguém” (CRISTINA).

“Não. Eu preferia que ele interferisse, exatamente chegasse junto” (NATHALIA).

“Nem sim, nem não. Eu gostaria que ele tivesse se envolvido mais” (SILVIA).

Outra situação observada foi a interferência de maneira invasiva, ou seja, quando o pai procura auxiliar expressando, por exemplo, a competitividade. Ressalta-se que o caso da Maria é, justamente, aquele em que o marido disputa com os avós, e tem bastante necessidade de autoafirmação.

“É porque ele ainda interfere um pouquinho né? Ainda interfere. Então, eu não me sinto bem. Porque hoje ele quer mostrar que sabe cuidar. Mas, aí não em relação a somente o que eu compro, é até em relação a sair, os passeios, ele quer que eu tenha cuidado. Então, hoje, ele quer mostrar o que não foi. ‘Corta a unha dele’, e não precisa. Ele tá dizendo que precisa eu cortar a unha dele porque isso eu sei, sempre que fui eu que fiz. Então, às vezes, eu me chateio porque é uma coisa que eu sempre fiz. Até hoje, e ele tentando me ensinar”? (MARIA).

E, até mesmo, por não conhecerem as necessidades da criança, ou interferirem de maneira judicial, solicitando a diminuição do valor da pensão.

“Me sentia, porque como era a pensão... Antes era ruim porque ‘me dê o dinheiro’ que eu sabia o que tinha que fazer. Tinha a roupa, o colégio, tinha passeio, lazer, né? E eu acho que foi por isso que ele viu que tanto dinheiro necessitava para o meu filho. Por isso que ele entrou várias vezes para diminuir os gastos porque ele dizia ‘ah! não vejo o menino com nada’. Mas, ele teve esporte, o que teve de bom pra meu filho oferecer já que eu não podia só educar ele, então eu queria o melhor pra ele, então tinha que pedir ao pai dele” (JOELMA).

“Na verdade ele não conhece nossa rotina né? Ele não conhece o que a gente faz, o que a gente deixa de fazer” (ELISA).

Assim como a liberdade, outro estado observado foi a tristeza. Devido às restrições financeiras impostas pela monoparentalidade e o divórcio, várias mães relataram sentirem-se dessa forma ao reconhecerem as novas circunstâncias.

“Às vezes eu me sinto triste assim, um exemplo, se ele me pedir... Ele me pediu uns patins, aí eu não tenho condições de comprar os patins agora. Aí eu disse: ‘filho, mamãe compra pra você no dia do seu aniversário, no natal, que eu vou juntar um dinheiro’, mas aí eu me sinto triste porque às vezes ele fica triste. ‘Ah! mãe, você não ganha muito dinheiro como o meu pai para comprar né?’ Mas, depois de um tempo eu fico bem porque eu sei que ele me entende, aí é onde entra minha mãe, ‘oh! filha vamos se juntar então e vamos comprar’ entendeu? Mas, as vezes eu me sinto triste” (MARIA).

“Às vezes, eu me entristeço pelo fato de algumas coisas relativas à escola. Porque antes, quando ele trabalhava nessa mesma escola, ele além da pensão ele embutia essa parte que você sabe que escola pede muita coisa né? É passeio de não sei de quê, foi não sei pra onde, aniversário de menino não sei o quê, e aí era tudo com ele. A partir do momento que houve... que ele passou a não trabalhar mais na escola, passou toda essa parte de taxas, de coisas pra mim. E, às vezes, situações que eu não tenho como deixar ou ‘veja com seu avô’, não tem. Aí eu me chateio nisso. Entendeu? De não poder suprir com essa parte” (PAULA).

“Me sentia, porque o dinheiro foi diminuindo e eu queria dar as coisas a ele. Às vezes eu soltava uma piadinha pra saber se alguém conseguia entender, isso aí realmente eu me senti lesada com relação a isso” (JOELMA).

“Isso sim. Eu até mudei de emprego pra ficar mais perto delas porque quando acontece o divórcio você vira o pai né? Você vira o pai, como se diz o ‘pãe’! Você passa o dia trabalhando e o filho fica ali. Não tem a presença materna em casa. Ai também não tem a presença paterna, ai fica a mente deles fica complicada” (NATALHA).

“É. Até porque assim comprávamos algumas coisas, não era sempre de tá dando presente, brinquedo, de tá comprando. Não existia muito essa coisa não. A gente investia muito em viagens pra eles, porque satisfazia a gente, nós gostávamos muito de viajar. Nós 4. Curtíamos muito viagem, sair, restaurante, coisinha de família. Mas, nada de muito brinquedo não. Sinto mais falta dessas outras programações, por eles também, porque eles sentem muito. Eles até cobram muito de mim ‘mainha vamos viajar’? Eles cobram, mas tem aquela questão do gasto que é grande e eu não tenho essa condição, hoje, de fazer isso” (ANA CLARA).

Os reajustes, portanto, na alimentação, nas opções e frequência de lazer, no convívio com as atividades da escola, dentre outros evidenciaram a existência de um estado potencialmente vulnerável, pois nessas condições é bem provável que o consumo seja utilizado para aliviar situações de estresse ou reduzir a culpa sentida pelo divórcio.

Essa tristeza, em alguns casos também foi responsável por propiciar a característica da competição, justamente, quando os filhos passavam a preferir às experiências de consumo que podiam ser proporcionadas pelos homens, ou cobravam as mães pelo mesmo padrão.

“Fico às vezes por conta disso né? Porque aí, às vezes, ele vai comparar, ‘mãe peça para o seu patrão lhe dar mais dinheiro pra você comprar mais brinquedo para mim’. Aí, eu me sinto, às vezes, triste. Mas, eu me criei de outra forma, então eu tento passar essa criação que eu tive pra ele, pra ele não ser assim. Então, pelo menos quando ele está comigo ele mostra que ele me entendeu” (MARIA).

“Já fiquei, mas como eu disse antes, é dela, tipo assim, chegar contando ‘ah! fui pra tal canto com meu pai’ que não sei o quê, que não sei o quê. E, na verdade, eu me sinto às vezes frustrada em não poder oferecer a mesma coisa. Entendeu? Devido à questão de não ter meios mesmo, de automóvel, e outras situações” (PAULA).

“Não. Assim, minha filha principalmente ‘ah! mainha era tão bom quando a gente viajava para Natal’. A gente viajava muito” (ANA CLARA).

Esse estado, contudo, evidenciou suas exceções. As mães entrevistadas que, depois do divórcio, por exemplo, puderam dar melhores condições de vida para os filhos, seja porque passaram por um aumento na renda, conseguiram novos empregos ou gerenciaram bem as novas condições financeiras, não relataram a existência da tristeza nesse sentido. Bem como as mães que, apesar das restrições, ainda promoviam melhores experiências do que os pais.

“Nunca teve isso também. Muito pelo contrário. É dia de ficar com o pai esse final de semana? ‘seu pai vem buscar’, ‘mesmo mãe, jura’? Então, não teve problema” (FERNANDA).

“Eles nunca preferiram. Embora eu não pudesse dar ao mesmo nível que o pai pode, até hoje, mas, eles nunca... eles preferiam a minha companhia” (MARCELA).

“Não. Nunca aconteceu isso não. Às vezes, ele nem gostava de ir. Aconteceu um lance assim de eu ter sido obrigada a deixar ele ir. Ele não aceitou a gravidez, aí depois que o menino tá bem, bonitinho aí quer passear? Ele só queria passear com ele. Ele só queria mostrar que tinha um filho, isso várias vezes aconteceu e eu não gostava dessa cena. É tanto que ele entrou na justiça, porque antes de decidir o dia era eu quem dizia ‘hoje você não vai’ aí, ele entrou na justiça pra dizer quais são os dias que ele ia. Isso aí foi o fim pra mim, sem saber pra onde é que ele ia, eu ficava doidinha porque ele era pequenininho. Não tinha como dizer o que tinha acontecido, né”? (JOELMA).

O desejo pelo status observado no relato da Joelma apresenta ainda outra característica da vulnerabilidade, especialmente pela necessidade de autoafirmação, ou pelo desejo de transparecer uma imagem que não condiz com a realidade. Esse comportamento também foi percebido para as mães. Consumir para “mandar recados” ou “prestar contas”.

“Já. Várias vezes. Comprei bicicleta, deixa eu ver... festas, festinhas. É, cinema essas coisas, tudo meu essas coisas, mas eu acho que a bicicleta eu conto mais porque ele queria, o menino queria né? Aquela bicicleta e no caso assim ele falava assim ‘agora não, agora não’ e depois eu dei a bicicleta. (ANDRESSA: chegou a ter alguma resposta da parte do seu ex-marido?) Não, não, não. (ANDRESSA: você sentiu isso da parte dele? Ele querendo mandar alguma mensagem pra você? Quando comprava alguma coisa pros meninos?) Claro! Sempre. Ele sempre demonstrava sim. Olhava assim né? como se tivesse ‘hummm... tá bom, está me tirando’? (ANDRESSA: um ar de deboche?) É, isso! É”! (LOURDES).

“Já. Já. Roupa, calçado. Assim, eu confesso que hoje eu sou uma pessoa que pouco eu adquire pra mim, muito mais pra ele, né? É, muito mais com certa moderação e na nossa realidade financeira né? Mas, eu sempre procuro o melhor pra ele mesmo” (ELISA).

“Com certeza. Muitas vezes. Muitas vezes, eu pude fazer isso, mostrar pra ele. Mas isso é bobagem, você diz ‘ah, fazer isso pra ele saber que tá bem’. Mas, e aí? Deixa de lado a responsabilidade dele! Não deve ser assim, você tem que mostrar que é obrigação, é o dever dele, tá sempre ajudando, doando” (THAÍS).

“Não. É mais pela relação do dinheiro que ele manda. Eu comprar algo pra ela no sentido ‘mostra a pai o que mainha comprou pra você’ até pra ele entender que eu não só gasto o dinheiro dela comigo, gasto o dinheiro dela com ela” (PAULA).

Além do consumo pela aparência, o consumo direcionado para suprir a ausência tanto da mãe como do pai, também foi observado em alguns dos relatos, evidenciando o estado da carência.

“Eu acho que isso foi só pouquíssimas vezes, mas aconteceu já de... de suprir essa ausência. É, até no aniversário dela mesmo que foi dos 5 anos, eu ia viajar e coincidia a data, e aí eu tive que... falei até pra minha mãe: ‘mãe, vou comprar um bolinho pra que nessa data tenha o bolinho lá, que não sei o quê, mãe, não sei o quê’, ‘aí vou dar um dinheiro pra tu sair com ela’. Aí no final das contas não aconteceu por causa do aconselhamento ‘não faça isso, teve uma festa dela, ela ganhou muito presente’ e eu queria suprir, aí terminei não suprimo, mas ficou a ideia” (PAULA).

“Já. Muitas das vezes né? Brinquedo, comida que não era pra comprar naquele momento, fazia. A gente sempre faz” (NATHALIA).

Vale ressaltar que a estratégia de “*coping*” de apego ao trabalho, não foi entendida pelas entrevistadas como algo negativo, ou seja, não haveria a necessidade de compensar a ausência com o consumo, justamente porque a ausência é para aumentar as condições financeiras e, por conseguinte, os padrões de compra.

“A história da culpa, né? Eu nunca me senti culpada por trabalhar muito. Eu acho que elas sempre entenderam que o meu trabalhar muito era pra poder dar a elas o que elas tinham. Então, a minha ausência, que realmente teve períodos que foram muito grandes, teve períodos que elas efetivamente sentiram a minha ausência, eu não me sentia culpada e tentava ganhá-las com presentes não. Mas, eu tentava quando eu estava, estar com elas! **Agora por exemplo, houve períodos difíceis de quando eu estava com elas, principalmente, pela minha filha mais velha, eu não podia conversar com uma amiga que ela se incomodava. ‘você conversa com ela e não dá bola pra mim’.** E ela queria estar em todas as minhas programações também era uma coisa meio difícil” (FERNANDA).

A característica ressaltada pela Fernanda vivenciada por sua filha é colocada em destaque, pois o ciúme é um comportamento que pode se tornar evidente em todos os envolvidos com o divórcio.

“Não. Acho que nunca foi essa a intenção. Uma coisa que deu muito certo pra minha filha mais nova foi a viagem pra Europa. Eu fui com ela, ele ficou com ciúme e levou ela de novo! E não foi proposital, mas aconteceu. Partiu dele o ciúme porque ela viajou comigo em dezembro, nós voltamos no comecinho de fevereiro, passou 2 meses lá, aí ela foi pra São Paulo, pra ver todo mundo levar os presentes e tal. Aí ele ‘vamos em julho’? Ela ainda lá, já comprou as passagens, e tinha acabado de chegar. Ela fez a programação toda, fez tudo, e agora ele levou a mais velha. E, com certeza, foi por ciúmes. E tanto é que ele quis ir em várias cidades que ela tinha ido comigo, e aí era assim, Munique por exemplo, ele disse que ‘ah se já fez com sua mãe? então não vamos’. Porque é como se ela tivesse que ir em lugares diferentes, mas ela queria mostrar a ele o que ela tinha visto. Da minha parte então eu sempre disse quanto mais feliz ele estiver menos problemas irá nos dar. Gente não feliz não incomoda. Eu levo isso muito a sério” (FERNANDA).

Outro estado avaliado pela pesquisa foi a raiva possivelmente expressada pelo novo formato das relações entre pais e filhos. Durante o estudo percebeu-se que o distanciamento dos homens provocou uma série de conflitos como compras erradas, frustração e privações. Contudo, além disso, ele também provocou a raiva sentida pelas mães justamente porque a convivência dos pais com os filhos passou a ser mais em situações de lazer; ou seja, enquanto elas precisavam adotar uma postura mais severa de cuidados e educação, os homens ganham a imagem positiva, atrelada às experiências de consumo mais prazerosas, ou à rotina mais liberal.

“Às vezes, eu fico um pouco chateada. Porque eu acho que ele deveria dar mais assistência. E não vim só uma vez perdida e pegar pra passear. Eu acho que ele deveria ser mais presente na vida dela. Mais presente na escola, mais presente no dia a dia, nem que fosse duas vezes por semana aparecer. Não só quando for pra passear. Então isso eu acho que me chateia, porque eu queria que ele fosse mais presente na vida dela. E a criança ela não precisa só de passear. Ela precisa da presença” (VANUZA).

“Ah! Sim. Não, hoje, mas antigamente quando ele vinha pra ficar com ela de férias eu cheguei a questionar ‘olhe, se está com ela uma semana, dá pra você educar! Então, ela tem que ter hora pra dormir, hora pra escovar os dentes, ela tem que ter, ela tem que ter a rotina dela. Se ela vai sair pra se divertir é uma coisa, mas você tem que policiar’. Porque quando, a maioria das vezes, ela chegava lá em casa transformada, queria dormir a hora tarde, não queria escovar os dentes, queria ficar assistindo televisão, não queria fazer as atividades, então não existia uma rotina com ela, era só mais pra isso, era uma coisa desenfreada. Se ela não quisesse comer não comia, que ela não tem um apetite muito bom, ela é magricela, não gosta de comer, e aí ele não insistia também. Ou, tinham situações que pegava e transformava a alimentação dela como uma criança” (PAULA).

“Me irritava. Ele só pegava meu filho, às vezes, só pra passear mesmo. Como aquela era uma obrigação que ele tinha, passeava e devolvia. Isso aí eu fiquei muitas vezes... É aquele negócio, não... tá gordinho! Bonitinho! vou dar uma volta com ele, né? Aí isso aí me irritou muito” (JOELMA).

“Sim. Irrita porque assim como a mãe ela procura suprir todas as áreas que é um erro né? Porque a gente só pode suprir a nossa que é a de mãe, elas queriam que ele também fizesse assim, pra que eles não sentissem tanto a falta, não vivesse tanto aquele divórcio” (NATHALIA).

O último estado avaliado foi o sentimento de vergonha que muitas mães sentiram por necessitarem da ajuda de terceiros para complementar o sustento dos filhos. Esse estado foi um dos mais expressivos para a compreensão da vulnerabilidade no contexto estudado. Essa relação provocou situações constrangedoras, cobranças, deboche, dentre outros que evidenciaram o prejuízo causado quando o casal, por causa do divórcio, não trabalha em conjunto para sanar as necessidades de consumo da criança.

“Pedi. Várias vezes aconteceu isso de eu pedir ao pai e ele dizer não, ‘você se vire’. Várias vezes aconteceu isso. E eu não sou de estar pedindo, mas eu tinha que me passar por isso. **Eu tinha que chorar mesmo.** ‘Olhe tá precisando disso e eu não sei mais o que fazer’. Até em relação à remédio. Já aconteceu isso. De ele não estar presente, eu precisar dele, e ele não querer passar pra vó paterna. Então, eu tinha que pedir ao pessoal lá de casa. Tinha que recorrer a eles” (JOELMA).

“Assim, eu sabia que ele não ia me ajudar mesmo, então eu acabava tendo que pedir a uma irmã. Acho que já pedi uma matrícula. **E me senti mal, porque assim, ele era o pai, né?** E eu acho que a responsabilidade dos filhos é dos pais, os outros ajudam se quiserem entendeu? Não é obrigação, eu sempre acho que não é obrigação dos avós ou dos tios, não... eles podem dar presentes se quiserem, mas a obrigação dos filhos é o pai e a mãe” (DIANA).

“Já, principalmente à família, no caso, quando ele não correspondia tinha que ir ao pai ou a mãe dele, os familiares” (NATHALIA).

“Não. **Eu fiz empréstimo pra pagar a escola.** Se bem que quando você está numa fase difícil, seria bom que tivesse alguém pra chegar e dizer ‘faça assim, dá um conselho’. Também eu não dizia pra ninguém como é que as pessoas iam me dar conselhos”? (SILVIA)

“Claro que a gente sempre se sente mal nessa situação, né? Porque se existe uma coisa difícil na vida é a gente saber que os filhos precisam de uma coisa, e você não tem. **E quando as pessoas te dão elas ficam jogando na cara aquilo que te deu.** E aí, a gente não se sente bem, se sente culpada por isso e coisas n da vida, porque não tem mãe nenhuma que se sinta feliz sabendo que o filho precisa e ela não tem. [...] Nem mesmo a questão da alimentação. Meus filhos sempre passaram privações e somente pela misericórdia divina a gente conseguiu superar. Hoje em dia, a gente vive com pouco mas se satisfaz com pouco. Sabe dirigir com sabedoria as finanças” (CRISTINA).

“É. **É uma situação embaraçosa, muito ruim mesmo, porque quando você vem pedir é porque realmente você não tá dando a conta né? E é embaraçoso.** Cheguei a pedir medicamento, porque justamente quando eu estava com os cartões de crédito tudo cheio de lata de leite, então eu precisei realmente de um medicamento quando ele estava doente, aí eu realmente tive que recorrer a ele. Mas é embaraçoso” (ELISA).

“Sim, sim. Ah! com certeza. Essa frase aí é interessante. Realmente, quando você sabe que o pai não tá podendo, ou não tá querendo, ou então não quis saber e você sabe que a necessidade é grande! Realmente, às vezes eu já tive necessidade de pedir apoio a alguém da família, né? **Mas ao mesmo tempo eu fiquei meio chateada ‘caramba, poderia estar sendo ele e eu ter que ir pra alguém da família pedir apoio porque ele não compareceu com a obrigação dele, né’?** Realmente a gente acaba se aborrecendo mesmo” (THAÍS).

“Sim. **Me sentia um pouco constrangida por não poder comprar sozinha.** Aconteceu algumas vezes. Tipo teve que precisar do cartão da minha mãe que tinha o limite suficiente pra poder comprar alguma coisa que meus filhos precisavam” (MARCELA).

“Pra o meu ex eu nunca pedi. Então nunca cheguei a me sentir mal. E pra outras pessoas claro que assim, tem aquela coisa de que eu não queria estar dependendo dos meus pais. Você quer que o filho seja você e ele, você quer ter a disponibilidade financeira e o controle também, mas eu peço a eles muitas vezes sem querer, mas eles nunca fizeram questão não” (SABRINA).

Ressalta-se o relato da Sílvia que, para não passar pelo constrangimento de pedir auxílio aos familiares, preferiu recorrer a um empréstimo para pagar as despesas com a educação dos filhos. Como resumo, portanto, de todos os estados avaliados, o divórcio nas famílias estudadas evidenciou alterar os comportamentos de acordo com o Quadro 24.

Quadro 24 - Características Individuais - Parte b

Comportamento	Forma de alteração	Vulnerabilidade evidenciada
Liberdade	Moderado	Privações no consumo; embates judiciais pelos reajustes nos valores da pensão.
	Unilateral (mães)	
Tristeza	Forte	Compra por pena; Consumo para aliviar estresse; Consumo para mandar mensagens; Necessidade de autoafirmação; Competição.
	Unilateral (mães)	
Carência	Médio	Consumo para suprir ausência.
	Bilateral (pais e mães)	
Ciúme	Moderado	Consumo por aparência; Competição.
	Multilateral (mães, pais e filhos)	
Raiva	Forte	Pais somente para o lazer.
	Unilateral (mães)	
Vergonha	Forte	Dependência de terceiros; Contração de empréstimos; Conflitos familiares.
	Unilateral (mães)	

Fonte: Elaboração própria (2016).

A análise das categorias, portanto, evidenciou que as experiências de vulnerabilidade no contexto estudado se caracterizam quando as famílias vivenciam situações de consumo para os filhos nas quais se manifestam os estados e características individuais alterados pela passagem do divórcio. Ocasionalmente, consequentemente, comportamentos que: (1) as impedem de compreender o que de fato está sendo comprado por necessidade ou é apenas utilizado como compensação. (2) dificultam o gerenciamento das finanças familiares, prejudicadas, por exemplo, pelas compras de materiais escolares, alimentação, despesas com saúde e lazer; (3) ocasionam conflitos motivados pela competição entre cônjuges, ou até mesmo entre outros parentes e agregados. (4) se comportam de forma materialista para promover melhor convivência, relacionamento interpessoal, e autoafirmação da imagem dos pais; (5) aumentam o uso das atividades de consumo como única forma de interação entre pais (homens) e filhos; (6) e promovem um comportamento de maior ansiedade pelo consumo motivado pelo sentimento de liberdade para consumir em um período de restrições financeiras.

Estas experiências também são condicionadas pelo tempo de vivência do divórcio, pela estratégia de *coping* adotada para lidar com a sua passagem e, especialmente, pelo nível de maturidade que os pais adquirem para amenizarem os conflitos. Ao observarem, portanto, a importância de um processo de consumo centrado nas necessidades da criança e nas novas condições de vida da família, e não somente na comodidade ou conveniência para cada cônjuge.

5 CONCLUSÕES

O estudo em questão teve como objetivo caracterizar as experiências de vulnerabilidade vivenciadas nas relações de consumo direcionadas aos filhos de famílias monoparentais femininas. Para isso, utilizou uma abordagem qualitativa mediante realização de entrevistas com mães, chefes de famílias monoparentais femininas, convidadas a refletir sobre as atividades de consumo para os filhos em vários estágios do divórcio. Com o apoio das gravações, das transcrições e da análise do conteúdo, a pesquisa observou a formação de categorias que apreendiam os significados das experiências avaliadas, tendo como base a teoria discutida pelo referencial teórico, e as novas perspectivas ressaltadas pela similaridade dos discursos.

Apesar de a produção de conteúdo sobre o divórcio já ter sido bem alicerçada pelas contribuições de ciências como o direito, a psicologia e a sociologia, entende-se que o marketing também foi capaz de endossar sua compreensão utilizando a abordagem da vulnerabilidade do consumidor. Este campo, ao propor uma análise sobre o consumo diferenciada da tradicional perspectiva gerencial, nos mostra que as diversas situações da vida, dentre elas o divórcio, podem alterar o comportamento de compra dos indivíduos. Propiciando, por conseguinte, desequilíbrios nos sistemas de troca, uma vez que uma das partes não está em condições de avaliar corretamente suas necessidades e as melhores opções de produtos para supri-las.

A partir das análises, a pesquisa evidenciou que o tempo de vivência do processo de divórcio é um aspecto decisivo para a redução da vulnerabilidade no consumo, pois a maturidade adquirida para lidar com as novas necessidades e realidades financeira, psicológica e emocional da família aumenta com o passar dos anos. Os filhos passam a compreender o esforço da mãe e, quando não buscam suas próprias fontes de renda muito cedo, aprendem a cobrar mais o auxílio paterno. Ou, se adequam ao novo modelo de consumo instituído, dando ao relacionamento com o pai um caráter mais esporádico e descontraído (apenas para lazer).

As mães que passaram pelo divórcio na faixa dos 20 aos 30 anos vivenciaram mais experiências negativas de consumo como endividamento e empréstimos, além de apresentarem maior sentimento de arrependimento com as decisões tomadas na época. Estas mulheres adotaram estratégias de *coping* para lidar com o divórcio mais “simples” como retornar à casa dos pais. Já as que já tinham mais de 30 anos, na época, conseguiram reequilibrar o sustento da família mais rapidamente

de maneira independente (com menos auxílio de terceiros), e mostraram maior habilidade para avaliar situações de vulnerabilidade no consumo para os filhos; principalmente, por adotarem estratégias de *coping* que envolviam a busca pela capacitação educacional e profissional.

Em apenas um caso, apesar do alto nível de maturidade e do tempo longo de vivência do divórcio, a família, até os dias atuais, não conseguiu quebrar o ciclo de restrições financeiras. Este núcleo vive tanto em situação de vulnerabilidade social (por enfrentar desemprego, alimentação precária, moradia em área de risco e etc.), como de vulnerabilidade no consumo (por depender de empréstimos, doações, e ter muitas dívidas).

As mulheres que pediram o divórcio porque o enxergavam como uma “prisão” ou estavam infelizes (ou seja, sentiram alívio com o divórcio), após a separação adotaram um comportamento de consumo mais liberal e permissivo para os filhos, mesmo diante do desequilíbrio financeiro liminar. Isso porque a figura paterna durante o casamento costumava praticar uma postura controladora dos gastos e protagonizava, quase sempre, o papel de pagador (dono do dinheiro).

A partir do momento em que as mães assumiram também o papel de pagadoras, novos hábitos de consumo foram instituídos, dentre eles muito mais alimentação saudável, lazer e investimentos em educação ou saúde, além do sentimento de que agora sim os filhos teriam condições melhores de vida. Essa ideia verificada corrobora, portanto, o pensamento de Hall (2011) já que isso acontece porque as responsabilidades morais para com a família, especialmente, aquelas atribuídas às mães, estão associadas ao conceito de “cuidado por meio do consumo”. E, este conceito está diretamente ligado ao ato, por exemplo, de alimentar a família.

Para as mulheres que foram surpreendidas com a notícia do divórcio, sentimentos e estados de confusão, desespero, depressão e angústia foram responsáveis por desequilibrar a rotina de consumo; que se tornou temporariamente desregrada, não por uma necessidade de libertar o desejo reprimido, mas sim por não estarem familiarizadas com a responsabilidade de gerenciar as contas, e/ou ainda estarem emocionalmente incapazes para pensar nisso. Somente em um dos casos, a própria mãe que assumiu as despesas com a família não sofreu com as restrições orçamentárias, pois a sua renda aumentou consideravelmente após o divórcio. Dessa forma, sua capacidade para gerenciar dinheiro não foi uma habilidade adquirida por meio de experiências

restritivas orçamentárias, mas sim uma característica individual própria, aprimorada, inclusive, pelo maior nível de escolaridade.

Na maior parte dos casos foram as mães que se envolveram com a atividade de divulgar para os filhos e a família a notícia da separação. Contudo, nem sempre esse anúncio era necessário porque todos já acompanhavam o sofrimento, as restrições financeiras, e a vulnerabilidade social (desemprego, assédio, violência, e descaso por parte dos maridos).

Nos casos em que as mulheres não assumiram sozinhas as responsabilidades com a família após a separação, os pais (avós) se posicionaram como principais acolhedores das mães, que passaram a viver novamente com a sua estrutura nuclear inicial, mas agora acrescida dos netos. O “retorno às origens” gerou um novo modelo de consumo familiar, que agora inclui os avós como decisores, influenciadores e/ou pagadores, além de incluir, apesar do acolhimento amoroso, os sentimentos de vergonha, incapacidade, e tristeza por agora dependerem de rendas alheias para o sustento dos filhos. E, nesse contexto, os filhos questionadores, ou seja, aqueles que não compreenderam as razões do divórcio despertaram mais vezes nas mães o sentimento de culpa, sanado em alguns casos com atividades de consumo (principalmente comida e lazer) para aliviar a pressão da cobrança e da ausência paterna.

Apesar da separação total de corpos, ocorrida em praticamente todos os casos, os conflitos entre o casal ainda existiam de maneira intensa, principalmente quando o assunto era moradia, pensão, e divisão das responsabilidades com os filhos (como visitas e despesas). Assim como argumentado pelo referencial teórico, os casais com maiores conflitos durante a separação passaram a não se apoiar mais nas decisões de compra para os filhos. Mesmo assim, nos casos em que não houve o afastamento total do marido, havia desconfiança, descaso ou cobranças que tornavam a comunicação e o relacionamento conflituoso.

De acordo com a análise, existiu uma separação clara entre dois tipos de sentimentos com relação ao divórcio: ou alívio, ou abismo. Isso quer dizer que um grupo de mulheres desejou o divórcio, fato que lhes rendeu menos tempo de desorientação emocional e psicológica, e lhes conferiu maior domínio sobre os gastos para os filhos. E, no outro grupo, o desequilíbrio negativo fez perdurar por mais tempo os sentimentos de inconformidade, tristeza, raiva, dentre outros que propiciaram mais experiências de vulnerabilidade.

Isso não quis dizer, contudo, que essas experiências estiveram restritas somente aos casos de “abismo”. As mães entrevistadas que desejaram o divórcio, mesmo que por um período mais curto, também enfrentaram dificuldades para gerenciar o consumo e o orçamento familiar. E, por adotarem um comportamento mais permissivo, também se envolveram com dívidas, consumo para aliviar culpa ou ausência, e o desejo de darem melhores condições aos filhos (o que não necessariamente eram melhores condições de vida, mas sim o sentimento prazeroso associado ao consumo).

De acordo com os relatos, antes do divórcio o nível de diálogo entre as famílias com relação ao consumo infantil, apesar de ser quase sempre uma iniciativa da mãe, ocorre de forma mais regular com a característica de “prestação de contas”. O equilíbrio na negociação entre pais e mães não costuma ser alcançado, pois a maioria das famílias privilegia a figura do pai, ou seja, com o homem sendo responsável pelo provimento financeiro e despesas gerais, e a mulher responsável pela administração das despesas com os filhos. Dessa forma, é muito comum que, mesmo tendo o controle do dinheiro e a opinião de maior relevância para o processo decisório, por não ser a “dona dos rendimentos” as mães são constantemente “podadas” pelas restrições impostas pelos maridos.

A postura dos pais ausentes ou alheios ao consumo direcionado aos filhos mostrou-se predominante. Essa constatação evidenciou que os homens das famílias pesquisadas ainda possuíam a visão de que as crianças são responsabilidade das mães. E, a maioria das mães reforçava esse comportamento ao tentar se proteger dessa ausência chamando para si todas as responsabilidades, ao invés de cobrar a participação. Para evitar conflitos, por exemplo, elas costumavam abrir mão de direitos como pensão ou demais auxílios, e buscavam suprir as necessidades da criança como podiam. Mas, essa decisão implicou em uma vulnerabilidade caracterizada por estados e condições externas de desequilíbrio.

Antes do divórcio a divisão dos gastos com os filhos entre o casal costumava ser desequilibrada, pois muitas mulheres não trabalhavam, ou possuíam renda inferior a de seus maridos. Além disso, os homens costumavam adotar uma postura dominante no quesito financeiro, impondo limites na divisão dos gastos, como se o fato de a mulher auxiliar com o aumento da renda ferisse a “honra para com o papel masculino da família”.

Por ainda estarem sob um mesmo teto, o controle dos gastos para com os filhos, em muitos casos, ocorria de maneira regular e combinada entre os cônjuges, ressaltando-se a postura controladora do pai e intermediadora da mãe (entre os desejos da criança, sua opinião sobre o que a criança precisa, e o orçamento liberado pelo pai). Esse controle em conjunto fez com que famílias nucleares fossem menos endividadas do que as monoparentais, já que, apesar de em muitos casos ser autoritário, o comportamento mais controlado dos homens equilibrava a postura bondosa e empática das mães na hora do consumo.

Quando o marido participava, mesmo que de forma mínima, das decisões de compra para os filhos na família nuclear, os desentendimentos costumavam ser menos frequentes e por motivos mais simples, como a discordância entre um presente ou um passeio, por exemplo. Para os casos em que havia brigas ou discordância neste quesito, os motivos costumavam girar em torno da ausência voluntária ou da divergência de prioridades (o que deve ser comprado) entre homens e mulheres.

Por ter uma rotina de compras que sofre menos intervenções de condições externas de endividamento ou restrições orçamentárias, as famílias nucleares possuíam o hábito de apresentar os filhos com maior frequência, mesmo fora de ocasiões especiais. Além disso, esse hábito era mais frequente porque as mães adotavam um comportamento de “mimo” com o seu dinheiro, para aliviar a pressão das restrições impostas pelos pais. As famílias monoparentais, contudo, apesar da menor frequência, ofereciam presentes pelos motivos errados, como compensar a ausência, reduzir o sofrimento ou proporcionar um alívio temporário para o sentimento de estresse, impotência e confusão, evidenciando, portanto, os traços da vulnerabilidade no consumo.

5.1 Implicações acadêmicas da pesquisa

Durante o Capítulo referente ao Divórcio e seus efeitos sobre a família e o consumo o Quadro 9 foi apresentando para relacionar os efeitos ou consequências do divórcio sobre os pais com os fatores que condicionam as experiências de vulnerabilidade no consumo. Na ocasião, as teorias estudadas como base (MORGAN, SCHULER E STOLTMAN, 1995; BAKER et al., 2005) foram condensadas para que o leitor pudesse conhecer aspectos já traçados pela literatura.

Nesta seção, portanto, a pesquisa apresenta, no Quadro 25, suas evidências e achados, na tentativa de contribuir com novas perspectivas para o campo.

Quadro 25 - Novas relações entre o divórcio e a vulnerabilidade do consumidor

Autores	Efeitos já discutidos pela literatura	Ligação com as teorias	Evidências da presente pesquisa
Abidin (1982)	Depressão, isolamento, apego às memórias do passado, restrição de papéis, problemas de saúde.	Estados individuais e Características individuais.	Também houve evidências de aspectos como depressão, apego ao passado, restrições de papéis e problemas de saúde, principalmente, o estresse.
Mclanahan; Bumpass (1998)	Mães divorciadas se tornam menos disciplinadoras do que as mães casadas.	Características individuais.	Essa característica não foi evidenciada da mesma maneira pelos sujeitos nesta pesquisa. As mães em sua época de divorciada não pareceram se tornar menos disciplinadoras, pelo contrário, mais rígidas ou controladas.
Souza (2000)	Mudanças de moradia, cidade, emprego, renda, círculos sociais, rotina de lazer e trabalho.	Fatores externos.	Todas as mudanças externas citadas pela literatura também foram vistas pela pesquisa, e evidenciaram potenciais situações de vulnerabilidade, mas, em alguns casos representaram a influência das estratégias de “ <i>coping</i> ” e o sentimento de abismo ou alívio.
Kier <i>et al.</i> , (2000)	Mães divorciadas passam a confundir suas necessidades com a de seus filhos.	Estados individuais.	Característica muito evidenciada também pela pesquisa, principalmente, pelos comportamentos, por exemplo, de centralização, superproteção e insegurança.
Féres-Carneiro (2003)	Mães divorciadas enfrentam o processo de redefinição da identidade individual.	Estados individuais e Características individuais.	A pesquisa evidenciou que a maturidade adquirida após o divórcio com o tempo é o que auxilia na redefinição da identidade individual, além das estratégias de coping adotadas, do apoio familiar recebido e dos sentimentos de abismo ou alívio.
Mitcham-Smith; Henry (2007)	Brigas, hostilidade, culpa, raiva, desejo de vingança, vulnerabilidade, ciúmes e dor.	Estados individuais.	Apenas o desejo de vingança não foi percebido pela pesquisa de maneira literal, contudo a competitividade, evidenciada em forma de consumo, além do consumo para mandar recados foram aspectos que exemplificaram o comportamento conflituoso dos casais.

Fonte: Elaboração própria (2016).

Os efeitos listados pelo Quadro 25 mostraram-se capazes de acarretar alterações, principalmente, nos estados e características individuais das mães, levando-as a experimentar um período de vulnerabilidade que lhes tornou, em alguns momentos, menos propensas a tomar decisões satisfatórias para seus filhos ou assumir papéis importantes para o gerenciamento da família. Outros efeitos, contudo, ainda podem ser discutidos.

Para isso, o Quadro 26 representa o aglomerado dos achados teóricos da pesquisa, para representar as características da vulnerabilidade no contexto estudado.

Quadro 26 - Caracterização da vulnerabilidade no contexto de pesquisa

ACHADOS DA PESQUISA	Dimensões	Achados	Características da vulnerabilidade
	Negociação e diálogo	Conflito entre gerações e outros familiares	Avós e outros familiares passaram a interferir no consumo da criança, seja com um comportamento competitivo, permissivo, ou conflitante com o estilo de educação para o consumo adotado pelas mães.
		Consumo mais liberal	As mães passaram a adotar um comportamento mais liberal pelo desejo de oferecer coisas melhores aos filhos e superar as restrições impostas pelo pai.
		Redução do diálogo	A família monoparental tornou-se mais independente da opinião dos pais, tanto pelo seu afastamento voluntário como pelo desinteresse no consumo da criança.
		União mãe e filho no processo de compra	Como resposta ao desinteresse dos pais, as mães passaram ou a controlar totalmente o consumo para os filhos ou a dividir justamente com eles todas as decisões do processo.
		Menor suscetibilidade a agentes externos	A opinião de terceiros tornou-se menos importante para as mães sobre como elas devem consumir para os filhos.
	Divisão dos gastos e controle orçamentário	Abandono paterno	As famílias monoparentais femininas sofrem com o desligamento da participação paterna na divisão dos gastos e controle orçamentário para os filhos encarando, conseqüentemente, a necessidade de adquirir rapidamente capacidade para assumir também o papel de pagadoras das contas.
		Privações de consumo	A nova realidade financeira exige da família monoparental novos cortes orçamentários ou reduções de aspectos como vestimentas, lazer, alimentação e saúde.
		Endividamento	A renda única passa a exigir das mães, principalmente, para manutenção dos padrões antigos de educação e saúde, a escolha por empréstimos.
		Sobrecarga da mãe	As mães passam a se tornar sobrecarregadas com o acúmulo de funções e despesas, gerando estresse, tristeza, cansaço e irritação.
	Conflitos nas decisões de compra	Avaliação precária do consumo	Os pais tendem a reduzir ainda mais a avaliação sobre os impactos do que os filhos consomem, tornando-se “pais passeio”, ou menos rígidos com horários e limites de preços. Logo, ganham uma imagem positiva perante os filhos, enquanto as mães precisam assumir o papel de disciplinadoras e controladas no consumo, corrigindo os comportamentos nocivos estimulados pelos pais.
		Conflito de prioridades	Os pais e as mães passam ainda mais a divergir sobre as prioridades de consumo para a criança, dando espaço para conflitos com relação a como o dinheiro da pensão, por exemplo, deve ser gasto, ou o que deve ser comprado para a criança.
		Alterações nas preferências de consumo	As mães passam a dominar o processo de consumo, determinando novas condições em especial, de alimentação, investimentos em educação e saúde.
	Presentes e “mimos”	Evitar o choro	Os pais tendem a usar mais o consumo para evitar conflitos diante do choro da criança.
		Reduzir estresse da ausência	Os pais tendem a utilizar o consumo para reduzir o sentimento de ausência sentido pela criança.

		Necessidade de aprovação	Os pais tendem a utilizar mais o consumo para se sentirem aprovados pelos filhos como pais, ou seja, para aliviar o sentimento de culpa pelo divórcio.
	Características individuais	Competição	Os pais tendem a competir pelo amor dos filhos com os avós das crianças e outros familiares por meio do consumo. As mães, contudo, não costumam participar da competição justamente pelas restrições financeiras mais fortes.
		Superproteção	Algumas mães podem, por entenderem que os pais não se dedicam de fato à criança, a limitar a interação dos filhos com o consumo proporcionado por eles, sejam experiências ou objetos.
		Centralização	Por não acreditar que os pais estão interessados no consumo da criança, as mães tendem a não delegar mais ou a centralizar todas as decisões, aumentando o estresse e os conflitos com os ex-cônjuges.
		Insegurança	Principalmente os conflitos de comunicação elevam a insegurança das mães durante a interação dos filhos com as experiências de lazer proporcionadas pelos pais nos períodos de visita.
		Desejo por controle	As mães podem desejar buscar informações sobre a relação de consumo entre pais e filhos, utilizando a criança como intermediária.
		Materialismo	Os pais tendem usar o consumo para agradar mais os filhos ou reprovar os ex-cônjuges. As crianças tendem a fazer comparativos entre as experiências de consumo proporcionadas pelos pais.
		Agressividade	As mães tendem a se tornar mais atentas ao consumo da criança, por isso, se for necessário, não evitam o conflito com os pais ou reclamam sobre a nocividade de certas atividades de consumo.
		Complexo de Inferioridade	As mães se enxergam menos capazes do que os pais de reprimir os desejos de consumo da criança, principalmente, pela maior convivência com a criança.
	Estados individuais	Liberdade	A liberdade conquistada representa maior permissividade e alegria sentida mediante o consumo. A liberdade imposta representa as privações que a família poderá sentir devido ao abandono dos pais e a redução na renda.
		Tristeza	A impossibilidade de oferecer novas experiências devido às restrições financeiras gera profunda tristeza nas mães, que se sentem incapazes de manter ou padrão de vida dos filhos.
		Carência	Os filhos passam a sentir a ausência dos pais, e as mães podem utilizar o consumo, como alimentação e lazer, para reduzir o estresse associado.
		Ciúme	O consumo por aparência ou para mandar recados pode fazer parte da rotina da criança, como uma forma de competição entre os ex-cônjuges.
		Raiva	As mães tendem a sentir raiva devido ao papel de “pai passeio” assumido pelos pais, ou seja, ficam inconformadas com a atitude paterna de comodidade.
		Vergonha	As mães podem sentir vergonha ou sentirem-se inferiores por precisarem recorrer a terceiros para pagar contas e fazer compras para os filhos em situações de dificuldades financeiras.

Fonte: Elaboração própria (2016).

Diante das conclusões apresentadas pelo estudo, foi possível entender que a relação com os filhos, apesar de ser uma tarefa recompensadora, exige muito esforço, paciência e dedicação dos pais, principalmente na fase do divórcio e, em especial, nas relações de consumo. A separação, sem dúvidas, é um momento difícil e estressante da vida, que acaba gerando uma série de mudanças de forma brusca e, muitas vezes, sem aviso prévio para os envolvidos. Por isso, torna-se um evento impactante não só para o casal, mas também para os filhos. Aqueles que necessitarão de maior compreensão e ajuda para se adequarem às mudanças na família.

Se confrontado com o fim do relacionamento amoroso, o casal precisará permanecer conectado por meio de seus filhos. Portanto, é intrigante pensar no desafio em vista, e na importância de se abrir mão de valores antigos ou desejos pessoais pelo bem maior de todos. Em meio às diferenças, os pais devem buscar a amenização de seus conflitos para continuar sendo parceiros, enfrentando os problemas de forma saudável, mesmo que para isso seja necessário o acompanhamento psicológico, e até mesmo espiritual.

A reflexão permitida pelas histórias de vida de quem vive o divórcio nos mostra a volatilidade dos sentimentos, e a realidade por trás de cada decisão difícil a ser tomada. Por isso, mesmo sabendo da importância do trabalho em equipe do casal, entende-se a complexidade existente na união de dois corpos separados por um universo de fatores. Esse paradoxo dos casais separados, mas unidos nos mostra a relevância da discussão sobre o consumo durante o ajuizamento dos processos de divórcio, para que profissionais capacitados em várias áreas possam contribuir com a redução das externalidades e efeitos negativos dos eventos de ruptura na estrutura familiar.

E, por ser uma tendência populacional que, provavelmente, não vai retroceder, a pesquisa reforça a ideia de que o empoderamento da mulher é um aspecto benéfico no enfrentamento do divórcio, para que ela entenda a importância de se capacitar para tomar decisões indesejadas ou difíceis e gerenciar uma família.

5.2 Implicações práticas e gerenciais da pesquisa

Diante do exposto, em especial, pelos achados da pesquisa, nesta seção algumas implicações práticas e gerenciais são elencadas para que o estudo possa contribuir para além das considerações teóricas.

O contexto da pesquisa evidenciou a importância de se expandir os horizontes da vulnerabilidade do consumidor, incluindo também cenários de consumo que não necessariamente estarão amarrados à influência de um único tipo de mercado ou indústria. As experiências de vida dos indivíduos também possuem forte impacto no comportamento de consumo e nas alterações que ele sofre ao longo da vida. Por isso, é essencial que os princípios de Macromarketing sejam concebidos diante também das particularidades e necessidades de cada fase, dos eventos estressores como o divórcio ou o luto, além das tendências populacionais, especialmente nos arranjos familiares. Só assim, todos estarão envolvidos com a atividade de equilibrar o sistema de troca nos momentos em que os indivíduos não estarão dispostos a tomar as melhores decisões.

A discussão proposta pela pesquisa, conseqüentemente, evidencia a contribuição dos achados para a área de marketing, e contextualiza o recente reacendimento no *mainstream* do debate jurídico sobre divórcio, que culminou na sanção da Lei Nº 13.058, em 22 de dezembro de 2014²². Esta lei é responsável por determinar que os juízes devam, invariavelmente, conceder a guarda compartilhada aos casais em processo de divórcio que não chegarem a um acordo sobre o destino da criança. Ou seja, a ideia de que o distanciamento ou alienamento dos pais podem ocasionar desvios consideráveis na formação dos filhos foi juridicamente corroborada, e apontou a importância de se promover mecanismos que auxiliem o trabalho de empresas, legisladores, educadores, dentre outros, na prevenção contra as experiências de vulnerabilidade emergidas do divórcio.

Compreender a dinâmica da família quando se trata das decisões de consumo em determinados estágios pode promover *insights* relevantes sobre como as organizações poderão direcionar seus esforços e estratégias de marketing sem agredir ou desrespeitar os princípios da vulnerabilidade do consumidor (SHOHAM; DALAKAS, 2005). E como exemplo desse modelo de participação das organizações, ressaltam-se os esforços de marketing realizados pelo O Boticário, uma empresa de cosméticos, que

²² Lei nº 13.058, de 22 de dezembro de 2014: estabelece o significado da expressão “guarda compartilhada” e dispõe sobre sua aplicação. Disponível em: < <http://goo.gl/KqfYzR>>.

desde 2015 tem direcionado algumas peças de comunicação às famílias divorciadas, seja com o foco na reconciliação, ou o foco no empoderamento da mulher divorciada.

A campanha “LindaEx”, por exemplo, que tenta reduzir o estereótipo de que a mulher, na iminência ou após o divórcio precisa descuidar de sua aparência ou autoestima, nos mostra como o consumo pode ser usado de forma benéfica para auxiliar na transição, na busca por uma nova identidade, e na redução das dificuldades que afetem o relacionamento com os filhos.

A Figura 10 apresenta algumas imagens da campanha supracitada.

Figura 10 - Imagens da campanha "LindaEx"



Fonte: O Boticário no Youtube (2016).

Esse consumo de forma positiva, todavia, não será alcançado se as mulheres não receberem as devidas orientações nos momentos em que procurarem aconselhamento de familiares, profissionais de saúde e/ou figuras governamentais, por exemplo. Sendo assim, é fundamental que assistentes sociais, psicólogos, juízes e advogados também possam buscar conhecimentos sobre a literatura aqui exposta, já que o consumo, as restrições financeiras, as pensões e a divisão das responsabilidades representarão grande impacto no dia-a-dia das famílias.

A discussão sobre o consumo no contexto do divórcio precisa ser tão trabalhada quanto os aspectos como educação, sexualidade, bem estar, saúde física, dentre outros. Ela precisa fazer parte da rotina nos processos de separação. Por isso, o desenvolvimento de cartilhas, cursos de educação financeira, encontros de famílias na mesma situação, palestras comunitárias e, principalmente, o ensino sobre o consumo e o mercado desde a educação infantil, são ações essenciais para que a sociedade possa estar preparada para lidar com as implicações da monoparentalidade.

5.3 Limitações e recomendações para pesquisas futuras

Tratando-se do método de pesquisa ressalta-se que, em sua fase de projeto, o estudo pretendia utilizar uma abordagem qualitativa por meio da videografia, ou seja, uma técnica que complementasse a captação do áudio para o aprimoramento da percepção de emoções e entrelinhas. Contudo, essa decisão não se tornou viável, justamente, pela delicadeza do assunto. Muitas das entrevistadas convocadas não se sentiram confortáveis com a filmagem, apesar de os aparelhos serem amadores ou discretos. Portanto, se em pesquisas futuras a videografia for autorizada, recomenda-se seu uso para que mais significados sejam captados.

É essencial que o pesquisador faça mais entrevistas de pré-testes para ganhar maior familiaridade com o roteiro de entrevista. Por isso, se possível, separe um prazo considerável para a realização dos ensaios.

Recomenda-se que outras pesquisas sejam desenvolvidas para o aprimoramento da compreensão sobre as condições externas relacionadas ao contexto por este estudo explorado. Além disso, é importante também endossar a perspectiva trabalhada por meio da abordagem quantitativa. Para isso, as afirmativas utilizadas no roteiro de entrevista podem ser associadas a uma escala numérica de concordância para relacionar variáveis e testar hipóteses.

Por fim, sugere-se que os pais também possam ser ouvidos para que haja maior imparcialidade nos relatos e maior compreensão do fenômeno sobre todas as possíveis perspectivas. Olhar para o modelo conceitual da pesquisa sob a perspectiva feminina pode fazer com que o estudo sofra com as limitações de uma coleta de dados focada em somente um dos membros da família.

Contudo, entende-se que essa apropriação permitiu maior robustez das análises e certo nível de replicação, o que poderá promover maior aplicabilidade da pesquisa. E sugere-se que a pesquisa possa ser realizada com famílias monoparentais masculinas para uma comparação da caracterização da vulnerabilidade em ambos os contextos.

Realizadas as devidas ressalvas concernentes às limitações e sugestões da pesquisa, entende-se que o estudo alcançou seu objetivo proposto dentro do recorte específico trabalhado, e encerra aqui suas considerações.

REFERÊNCIAS

ABIDIN, R. R. **Parenting Stress Index-Manual**. Charlottesville, Virginia: Pediatric Psychology Press. 1982.

ADKINS, Natalie Ross; JAE, Haeran. Marketplace vulnerability of limited English proficient consumers: opportunities to increase knowledge in Macromarketing. **Journal of Macromarketing**, v. 30, n. 1, p. 93-104, 2010.

AHRONS, Constance R. Family Ties After Divorce: Long-Term Implications for Children. **Family process**, v. 46, n. 1, p. 53-65, 2007.

AHUJA, Roshan Bob'D.; STINSON, Kandi M. Female-headed single parent families: An exploratory study of children's influence in family. **Advances in consumer research**, v. 20, n. 1, p. 469-474, 1993.

ALLISON, Paul D.; FURSTENBERG JR, Frank F. How Marital Dissolution Affects Children: Variations by Age and Sex. **Developmental Psychology**, v. 25, n. 4, p. 540-549, 1989.

ALEGRIA, A.; NETO, H. V. Considerações acerca da evolução social e legal do divórcio no Brasil e a interpretação doutrinária à emenda constitucional nº 66 de 2010. **Revista Hórus**, v. 7, n. 2 (Abr/Jun), 2013.

ALMEIDA, Nelly; MONTEIRO, Susana. Os meus pais já não vivem juntos: intervenção em grupo com crianças e jovens de pais divorciados. **Lisboa: Coisas de Ler**, 2012.

AMATO, Paul R. Marital Conflict, the Parent-Child Relationship and Child Self-Esteem. **Family Relations**, v. 35, n. 3, p. 403-10, 1986.

AMATO, Paul R. Family Processes in One-Parent, Stepparent, and Intact Families: The Child's Point of View. **Journal of Marriage and the Family**, v. 49, n. 2, p. 327-37, 1987.

AMATO, Paul R. Long-term implications of parental divorce for adult self-concept. **Journal of Family Issues**, v. 9, n. 2, p. 201-213, 1988.

AMATO, Paul R. The consequences of divorce for adults and children. **Journal of marriage and family**, v. 62, n. 4, p. 1269-1287, 2000.

AMATO, Paul R.; BOOTH, Alan. A Prospective Study of Divorce and Parent-Child Relationships. **Journal of Marriage and the Family**, v. 58, n. 2, p. 356-65, 1996.

AMATO, Paul R.; FOWLER, Frieda. Parenting practices, child adjustment, and family diversity. **Journal of marriage and family**, v. 64, n. 3, p. 703-716, 2002.

AMATO, Paul R.; KANE, Jennifer B.; JAMES, Spencer. Reconsidering the “good divorce”. **Family relations**, v. 60, n. 5, p. 511-524, 2011.

AMATO, Paul R.; KEITH, B. Parental divorce and the well-being of children: a meta-analysis. **Psychological bulletin**, v. 110, n. 1, p. 26, 1991.

AMATO, Paul R.; SOBOLEWSKI, Juliana M. The effects of divorce and marital discord on adult children's psychological well-being. **American Sociological Review**, v. 66, n. 6, p. 900, 2001.

ANDREASEN, Alan R. Life Status Changes and Changes in Consumer Preferences and Satisfaction. **Journal of Consumer Research**, v. 11, n. 3, p. 784-94, 1984.

ANDREASEN, Alan R.; MANNING, Jean. The dissatisfaction and complaining behavior of vulnerable consumers. **Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior**, v. 3, p. 12-20, 1990.

ARAÚJO, Eduardo Pereira de. Evolução histórica dos institutos da separação e do divórcio no direito brasileiro e a Emenda Constitucional n.º 66/2010. **Conteúdo Jurídico**, Brasília: 19 out. 2010. Disponível em: <<http://goo.gl/XNV0AU>>. Acesso em: 29 de abril, 2015.

ARTONI, Patrícia Regina Caldeira Daré. **Vulnerabilidade situacional afetando a intenção comportamental**: um estudo no setor de serviços automotivos. 2013. 132 f. Tese (Doutorado) - Curso de Administração de Empresas, Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2013.

ATKINSON, Brian R.; OGSTON, Donald G. The effect of father absence on male children in the home and school. **Journal of School Psychology**, v. 12, n. 3, p. 213-221, 1974.

BAKER, Stacey Menzel. Consumer normalcy: Understanding the value of shopping through narratives of consumers with visual impairments. **Journal of Retailing**, v. 1, n. 82, p. 37-50, 2006.

BAKER, Stacey Menzel. Vulnerability and resilience in natural disasters: A marketing and public policy perspective. **Journal of Public Policy & Marketing**, v. 28, n. 1, p. 114-123, 2009.

BAKER, Stacey Menzel; GENTRY, James W.; RITTENBURG, Terri L. Building understanding of the domain of consumer vulnerability. **Journal of Macromarketing**, v. 25, n. 2, p. 128-139, 2005.

BAYDAR, Nazli. Effects of Parental Separation and Reentry into Union on the Emotional Well-Being of Children. **Journal of Marriage and Family**, v. 50, n. 4, p. 967, 1988.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1979.

BARRETO, Alice Medeiros. **Nove meses de consumo**: da maternidade à vulnerabilidade. 2012. 140 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado em Administração, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2012.

BATES, Myra Jo; GENTRY, James W. Keeping the family together: How we survived the divorce. **Advances in Consumer Research**, v. 21, p. 30-30, 1994.

BERG, Berthold; KELLY, Robert. The measured self-esteem of children from broken, rejected, and accepted families. **Journal of Divorce**, v. 2, n. 4, p. 363-369, 1979.

BIBLARZ, Timothy J.; GOTTAJNER, Greg. Family structure and children's success: A comparison of widowed and divorced single-mother families. **Journal of Marriage and Family**, v. 62, n. 2, p. 533-548, 2000.

BILLER, Henry B. Father absence, divorce, and personality development. **The role of the father in child development**, v. 489, p. 552, 1981.

BILLINGHAM R. E.; SAUER, A. K.; PILLION, L. A. **Family structure in childhood and sexual attitudes and behaviors during late adolescence**. Trabalho apresentado na Conferência Anual do Conselho Nacional das Relações Familiares, New Orleans, Los Angeles, Novembro, 1989.

BLANCHARD, Robert W.; BILLER, Henry B. Father availability and academic performance among third-grade boys. **Developmental Psychology**, v. 4, n. 3, p. 301, 1971.

BLECHMAN, Elaine A. Are Children with One Parent at Psychological Risk? A Methodological Review. **Journal of Marriage and the Family**, v. 44, n. 1, p. 179-95, 1982.

BLOCK, Jeanne H.; BLOCK, Jack; GJERDE, Per F. The Personality of Children Prior to Divorce: A Prospective Study. **Child Development**, v. 57, n. 4, p. 827-40, 1986.

BOOTH, Alan; AMATO, Paul R. Parental Marital Quality, Parental Divorce, and Relations with Parents. **Journal of Marriage and Family**, v. 56, n. 1, p. 21, 1994.

BOOTH, Alan; AMATO, Paul R. Parental predivorce relations and offspring postdivorce well-being. **Journal of marriage and family**, v. 63, n. 1, p. 197-212, 2004.

BOOTH, Alan; BRINKERHOFF, David B.; WHITE, Lynn K. The Impact of Parental Divorce on Courtship. **Journal of Marriage and the Family**, v. 46, n. 1, p. 85-94, 1984.

BONI, Valdete; QUARESMA, Sílvia Jurema. Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. **Em Tese**, Florianópolis, v. 2, n. 1, p. 68-80, jan. 2005. Disponível em: <<https://goo.gl/4feO9a>>. Acesso em: 19 ago. 2015.

BONIFIELD, C.; COLE, C. Advertising to vulnerable segments. In TELLIS, G.; AMBLER, T. (Eds.), **Handbook of advertising**, p. 430-444. London: Sage. 2007.

BOTTEGA, Clarissa. A evolução do divórcio no direito brasileiro e as novas tendências da dissolução matrimonial. **Revista Jurídica da Universidade de Cuiabá**, v. 12, n. 1, p. 31-36, 2015.

BRADY, C. Patrick; BRAY, James H.; ZEEB, Linda. Behavior problems of clinic children: Relation to parental marital status, age and sex of child. **American Journal of Orthopsychiatry**, v. 56, n. 3, p. 399, 1986.

BRASIL. **Lei nº 6.515, de 26 de dezembro de 1977**. Regula os casos de dissolução da sociedade conjugal e do casamento, seus efeitos e respectivos processos, e dá outras providências. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Legislativo, Brasília, DF, 27 dez. 1977b. Seção 1, p. 17953, c. 1. Retificada no Diário, 11 abr. 1978, Seção 1, p. 5073, c. 1. Disponível em: <<http://www.presidencia.gov.br/legislacao>>. Acesso em: fev. 2015.

_____. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF, [2014a]. Disponível em: <<http://www.presidencia.gov.br/legislacao>> Acesso em: fev. 2015.

_____. Constituição (1988). **Emenda Constitucional nº 66, de 13 de julho de 2010**. Dá nova redação ao § 6º do art. 226 da Constituição Federal, que dispõe sobre a dissolubilidade do casamento civil pelo divórcio, suprimindo o requisito de prévia separação judicial por mais de 1 (um) ano ou de comprovada separação de fato por mais de 2 (dois) anos. Diário Oficial da União, Brasília, DF, ano 147, n. 133, 14 jul. 2010. Seção 1, p. 1-2. Disponível em: <<http://www.presidencia.gov.br/legislacao>>. Acesso em: fev. 2015.

_____. **Decreto nº 6.135, de 26 de junho de 2007**. Dispõe sobre o Cadastro Único para Programas Sociais do Governo Federal e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, ano 144, n. 122, 27 jun. 2007a. Seção 1, p. 3-4. Disponível em: <<http://www.presidencia.gov.br/legislacao>>. Acesso em: fev. 2015.

_____. **Lei nº 11.441, de 4 de janeiro de 2007**. Altera dispositivos da Lei nº 5.869, de 11 de janeiro de 1973 - Código de Processo Civil, possibilitando a realização de inventário, partilha, separação consensual e divórcio consensual por via administrativa. Diário Oficial da União, Brasília, DF, ano 144, n. 4, 5 jan. 2007c. Seção 1, p. 1. Disponível em: <http://www.presidencia.gov.br/legislacao>>. Acesso em: nov. 2014.

_____. **Estatísticas do Registro Civil**. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, Rio de Janeiro, v. 41, p.1- 82, 2014. Disponível em: <www.ibge.gov.br>. Acesso em: jan. 2016.

_____. **Estatísticas do Registro Civil**. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, Rio de Janeiro v. 40. p. 1-212, 2013. Disponível em: <www.ibge.gov.br>. Acesso em: fev. 2015.

_____. **Estatuto da Criança e do Adolescente**: Lei federal nº 8069, de 13 de julho de 1990. Brasília: Ministério da Saúde, 2002.

BRITO, Alírio Maciel Lima de; DUARTE, Haroldo Augusto da Silva Teixeira. O princípio da vulnerabilidade e a defesa do consumidor no direito brasileiro: origem e consequências nas regras regulamentadoras dos contratos e da publicidade. **Jus Navigandi**, Teresina, ano 11, n. 1109, 15 de julho de 2006. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/8648>>. Acesso em: 12 de março de 2015.

BRITO, Leila Maria Torraca de. Família Pós-Divórcio: A Visão dos Filhos. **Psicologia Ciência e Profissão**, v. 27, n. 1, p. 32-45, 2007.

BRENKERT, George G. Marketing and the Vulnerable. **The Ruffin Series of the Society for Business Ethics**, v. 1, n. 1, p. 7-20, 1998.

BROWN, Fredda Herz. A família pós-divórcio. In CARTER, B.; MCGOLDRICK, M. (Eds.), **As mudanças no ciclo de vida familiar: Uma estrutura para a terapia familiar**, v. 2, p. 321-343, Porto Alegre, RS: Artmed. (Original publicado em 1980), 2001.

BUMPASS, Larry L. Children and marital disruption: A replication and update. **Demography**, v. 21, n. 1, p. 71-82, 1984.

BURDEN, Ramil. Vulnerable consumer groups: quantification and analysis. **Research Paper of the Office of Fair Trading**, v. 1, p.1-61, 1998.

BURNS, Alvin C.; GRANBOIS, Donald H. Advancing the study of family purchase decision making. **Advances in Consumer Research**, v. 7, n. 1, p. 221-226, 1980.

CAMPOS, Claudinei José Gomes. Método de análise de conteúdo: ferramenta para a análise de dados qualitativos no campo da saúde. **Revista Brasileira de Enfermagem**, v. 57, n. 5, p. 611-614, 2004.

CANO, Débora Staub et al. As transições familiares do divórcio ao recasamento no contexto brasileiro. **Psicologia: reflexão e crítica**, v. 22, n. 2, p. 214-222, 2009.

CARVALHO, Angelita Alves; ALVES, José Eustáquio Diniz. Explorando o consumo das famílias brasileiras e sua interface com o ciclo de vida e gênero. **Oikos: Revista Brasileira de Economia Doméstica**, v. 23, n. 1, p. 6-29, 2012.

CARVALHO, Diana Lúcia Teixeira de. **Do sonho ao sim: a vulnerabilidade das mulheres no consumo dos ritos do casamento**. 2012. 173 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado em Administração, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2012.

CENSO DEMOGRÁFICO 2010. **Características da população e dos domicílios: resultados do universo**. Rio de Janeiro: IBGE, 2011. Acompanha 1 CD-ROM. Disponível em: <www.ibge.com.br>. Acesso em: fev. 2015.

CHERLIN, Andrew J. et al. Longitudinal studies of effects of divorce on children in Great Britain and the United States. **Science**, v. 252, n. 5011, p. 1386-1389, 1991.

COLEY, Rebekah Levine. Children's Socialization Experiences and Functioning in Single-Mother Households: The Importance of Fathers and Other Men. **Child development**, v. 69, n. 1, p. 219-230, 1998.

COMMURI, Suraj; GENTRY, James W. Opportunities for Family Research in Marketing. **Academy of Marketing Science Review**, v. 2000, p. 1, 2000.

COMMURI, Suraj; EKICI, Ahmet. An enlargement of the notion of consumer vulnerability. **Journal of Macromarketing**, v. 28, n. 2, p. 183-186, 2008.

CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA. **Cartilha do divórcio para os pais**. Brasília: 2015. Disponível em: <<http://goo.gl/hDLZ28>> Acesso em: 21 de janeiro de 2016.

COOPER, Judith E. et al. Self-Esteem and Family Cohesion: The Child's Perspective and Adjustment. **Journal of Marriage and the Family**, v. 45, n. 1, p. 153-59, 1983.

COSTA, Francisco. José da. Marketing e Sociedade [Texto da disciplina do Programa de Pós-Graduação em Administração da UFPB]. João Pessoa, 2014.

COSTA, Jean. Carlos. de C. **Família, participação, democracia e reconhecimento: uma nova agenda democrática**. In: Gestão, aprendizagens e currículo como processo social. Edna Gusmão de Góes Brennand, Maria Helena da Silva Virgínio (organizadoras), João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2012.

CORAK, Miles. Death and divorce: The long-term consequences of parental loss on adolescents. **Journal of Labor Economics**, v. 19, n. 3, p. 682-715, 2001.

CORMAN, H.; KAESTNER, R. The effects of child health on marital status and family structure. **Demography**, v. 29, n. 3, p. 389-408, 1992.

CORTES, Carlos F.; FLEMING, Elyse S. The Effects of Father Absence on the Adjustment of Culturally Disadvantaged Boys. **The Journal of Special Education**, v. 2, n. 4, p. 413-420, 1968.

COX, Martha J.; PALEY, Blair. Families as systems. **Annual review of psychology**, v. 48, n. 1, p. 243-267, 1997.

CRESCIMBENI, Joseph. Broken homes affect academic-achievement. **Education**, v. 84, n. 7, p. 437-441, 1964.

CROSNOE, Robert et al. Changes in Young Children's Family Structures and Child Care Arrangements. **Demography**, v. 51, n. 2, 2014.

CUI, Geng; CHOUDHURY, Pravat. Consumer Interests and the Ethical Implications of Marketing: A Contingency Framework. **The Journal of Consumer Affairs**, v. 37, n. 2, p. 364-387, 2003.

DAMATTA, Roberto. Individualidade e liminaridade: considerações sobre os ritos de passagem e a modernidade. **Mana**, v. 6, n. 1, p. 7-29, 2000.

DANG, Hai-Anh H.; LANJOUW, Peter F. Welfare Dynamics Measurement: Two Definitions of a Vulnerability Line and Their Empirical Application. **World Bank Policy Research Paper**, n. 6994. Washington, DC: The World Bank, 2014.

DERCON, Stefan. Risk, poverty and vulnerability in Africa. **Journal of African Economies**, v. 14, n. 4, p. 483-488, 2005.

DERCON, Stefan. Vulnerability: a micro perspective. **Securing Development in an Unstable World**, v. 30, p. 117-146, 2006.

DESSEN, Maria Auxiliadora; LEWIS, Charlie. Como estudar a família e o pai. **Cadernos de Psicologia e Educação Paidéia**, v. 8, n. 14/15, p. 105-121, 1998.

DREMAN, Solly. The influence of divorce on children. **Journal of Divorce and Remarriage**, v. 32, n. 3-4, p. 41-71, 2000.

ELLISON, Christopher G. et al. The effects of parental marital discord and divorce on the religious and spiritual lives of young adults. **Social science research**, v. 40, n. 2, p. 538-551, 2011.

ENGELS, Frederico. **El origen de la familia, de la propiedad privada e del Estado**. Buenos Aires: Claridad, p. 53, 1945 (Original publicado em 1884).

EUROSTAT. **Statistics Explained**, 2011. Disponível em: <<http://goo.gl/8T9v8P>> Acesso em: 18 de fev. 2015.

FACO, Vanessa Marques Gibran; MELCHIORI, Lígia Ebner. Conceito de família: adolescentes de zonas rural e urbana. In: VALLE, T. **Aprendizagem e desenvolvimento humano: avaliações e intervenções**. 1ª ed. São Paulo: Cultura Acadêmica, p. 121-135, 2009.

FÉRES-CARNEIRO, Terezinha. Casamento contemporâneo: o difícil convívio da individualidade com a conjugalidade. **Psicologia: reflexão e crítica**, v. 11, n. 2, p. 379-394, 1998.

FLECK, Ana Cláudia; WAGNER, Adriana. A mulher como principal provedora do sustento econômico familiar. **Psicologia em estudo**, v. 8, Número Especial, p. 31-38, 2003.

FLOURI, Eirini. The Role of Parental Involvement on Adolescents' Money Management. **Citizenship, Social and Economics Education**, v. 4, n. 2, p. 75-82, 2000.

FOMBY, Paula; CHERLIN, Andrew J. Family instability and child well-being. **American Sociological Review**, v. 72, n. 2, p. 181-204, 2007.

FONSECA, Priscila Maria Pereira Corrêa da. Síndrome de alienação parental. **Pediatria (São Paulo)**, v. 28, n. 3, p. 162-8, 2006.

FRY, Marie-Louise; POLONSKY, Michael Jay. Examining the unintended consequences of marketing. **Journal of Business Research**, v. 57, n. 11, p. 1303-1306, 2004.

GARRETT, Dennis E.; TOUMANOFF, Peter G. Are consumers disadvantaged or vulnerable? An examination of consumer complaints to the Better Business Bureau. **Journal of Consumer Affairs**, v. 44, n. 1, p. 3-23, 2010.

GENTRY, James W. et al. Family transitions during grief: Discontinuities in household consumption patterns. **Journal of Business Research**, v. 34, n. 1, p. 67-79, 1995.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GINTHER, Donna K.; POLLAK, Robert A. Family structure and children's educational outcomes: Blended families, stylized facts, and descriptive regressions. **Demography**, v. 41, n. 4, p. 671-696, 2004.

GOMES, Mônica Araújo; PEREIRA, Maria Lúcia Duarte. Família em situação de vulnerabilidade social: uma questão de políticas públicas. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 10, n. 2, p. 357-363, 2005.

GRÖNROOS, Christian. From marketing mix to relationship marketing: towards a paradigm shift in marketing. **Management decision**, v. 32, n. 2, p. 4-20, 1994.

GRUBER, Jonathan. Is Making Divorce Easier Bad for Children? The Long-Run Implications of Unilateral Divorce. **Journal of Labor Economics**, v. 22, n. 4, p. 799-833, 2004.

HALL, Sarah Marie. Exploring the 'ethical everyday': An ethnography of the ethics of family consumption. **Geoforum**, v. 42, n. 6, p. 627-637, 2011.

HART, Chris. **Doing a literature review**: Releasing the social science research imagination. Sage, 1998.

HAVERMANS, Nele; BOTTERMAN, Sarah; MATTHIJS, Koen. Family resources as mediators in the relation between divorce and children's school engagement. **The Social Science Journal**, v. 51, n. 4, p. 564-579, 2014.

HILL, Ronald Paul; MARTIN, Kelly. Broadening the paradigm of marketing as exchange: a public policy and marketing perspective. **Journal of Public Policy and Marketing**, v. 33, n. 1, p. 17-33, 2014.

HOGG, Margaret; HOWELLS, Geraint; MILMAN, David. Consumers in the Knowledge-Based Economy (KBE): What creates and/or constitutes consumer vulnerability in the KBE? **Journal of Consumer Policy**, v. 30, n. 2, p. 151-158, 2007.

HOUSTON, Rikka, H. Through Pain and Perseverance: Liminality, Ritual Consumption, and the Social Construction of Gender in Contemporary Japan. **Advances in Consumer Research**, Vol. 26, 1999, 542-548.

HUNT, Shelby D. General Theories and the Fundamental Explananda of Marketing. **Journal of Marketing**, v. 47, n. 4, 1983.

JONES, Jeri Lynn; MIDDLETON, Karen L. Ethical decision-making by consumers: The roles of product harm and consumer vulnerability. **Journal of Business Ethics**, v. 70, n. 3, p. 247-264, 2007.

KALMIJN, Matthijs. Family Disruption and Intergenerational Reproduction: Comparing the Influences of Married Parents, Divorced Parents, and Stepparents. **Demography**, v. 52, p. 811-833, 2015.

KALMIJN, Matthijs; VAN GROENOU, Marjolein Broese. Differential effects of divorce on social integration. **Journal of Social and Personal Relationships**, v. 22, n. 4, p. 455-476, 2005.

KASSER, Tim. Frugality, generosity, and materialism in children and adolescents. In K. A. Moore; L. H. Lippman (Eds.), *What do children need to flourish? Conceptualizing and measuring indicators of positive development* (pp. 357-373). New York: Springer Science, 2005.

KELLY, J. Patrick. The effects of cognitive development on children's responses to television advertising. **Journal of Business Research**, v. 2, n. 4, p. 409-419, 1974.

KERR, Donald W.; MICHALSKI, Joseph H. Family structure and children's hyperactivity problems: A longitudinal analysis. **The Canadian Journal of Sociology**, v. 32, n. 1, p. 85-112, 2007.

KIER, Cheryl; LEWIS, Charlie; HAY, Dennis. Maternal accounts of the costs and benefits of life experiences after parental separation. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, v. 16, n. 3, p. 191-202, 2000.

KLEIN, William et al. Feelings of vulnerability in response to threatening messages: Effects of self-affirmation. **Journal of Experimental Social Psychology**, v. 47, n. 6, p. 1237-1242, 2011.

KNOESTER, Chris; BOOTH, Alan. Barriers to Divorce When Are They Effective? When Are They Not?. **Journal of Family Issues**, v. 21, n. 1, p. 78-99, 2000.

KOTLER, Philip. A generic concept of marketing. **The Journal of Marketing**, p. 46-54, 1972.

KOTLER, Philip; LEVY, Sidney J. Broadening the concept of marketing. **Journal of Marketing**, v. 33, n. 1, p. 10-5, 1969.

KOTLER, Philip; LEVY, Sidney J. A new form of marketing myopia: rejoinder to Professor Luck. **The Journal of Marketing**, p. 55-57, 1969.

LANG, Kevin; ZAGORSKY, Jay L. Does Growing up with a Parent Absent Really Hurt? **Journal of Human Resources**, v. 36, n. 2, p. 253-273, 2001.

LAZER, William. Marketing's Changing Social Relationships. **Journal of Marketing**, v. 33, n. 1, 1969.

LEE, Jinkook; SOBERON-FERRER, Horacio. Consumer vulnerability to fraud: Influencing factors. **Journal of consumer affairs**, v. 31, n. 1, p. 70-89, 1997.

LEE, Euehun; MOSCHIS, George P.; MATHUR, Anil. Stress, coping and consumer preferences: a two-way transitional event history analysis. **International Journal of Consumer Studies**, v. 31, n. 4, p. 428-435, 2007.

LEVIN, Irene; TROST, Jan. Understanding the Concept of Family. **Family Relations**, v. 41, n. 3, p. 348-51, 1992.

LEI nº 6.515. (27 dez. 1977). Regula os casos de dissolução da sociedade conjugal e do casamento, seus efeitos e respectivos processos, e dá outras providências. *Diário Oficial da União* (Brasília, DF).

LEI nº 11.698. (16 jun. 2008). Altera os artigos 1.583 e 1.584 da Lei no 10.406, de 10 de janeiro de 2002 – Código Civil, para instituir e disciplinar a guarda compartilhada. *Diário Oficial da União* (Brasília, DF).

LOPES, Miguel Angelo Guilen. **Vulnerabilidade do consumidor**: o equacionamento de uma problemática. 2006. 146 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Direito, Universidade de Marília, Marília, 2006. Disponível em: <<http://goo.gl/sFw9xg>>. Acesso em: 21 jan. 2006.

LOPEZ-CALVA, Luis F.; ORTIZ-JUAREZ, Eduardo. A vulnerability approach to the definition of the middle class. **The Journal of Economic Inequality**, v. 12, n. 1, p. 23-47, 2014.

LOUZADA, Ana Maria Gonçalves. Evolução do conceito de família. **Revista da Escola da Magistratura**, n.13, p. 11-23. Distrito Federal, 2011.

MCALEXANDER, James H. Divorce, the Disposition of the Relationship, and Everything. **Advances in consumer research**, v. 18, n. 1, p. 43-48, 1991.

MCALEXANDER, James H.; SCHOUTEN, John W.; ROBERTS, Scott D. Consumer behavior and divorce. **Research in consumer behavior**, v. 6, p. 153-184, 1993.

MCLANAHAN, Sara; BUMPASS, Larry. Intergenerational consequences of family disruption. **American Journal of Sociology**, v. 94, n. 1, p. 130-52, 1988.

MANSFIELD, Phylis M.; PINTO, Mary Beth. Consumer vulnerability and credit card knowledge among developmentally disabled citizens. **Journal of consumer affairs**, v. 42, n. 3, p. 425-438, 2008.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados. 6ª ed. 3. Reimpr. São Paulo: Atlas, 2007.

MARTIN, Teresa Castro; BUMPASS, Larry L. Recent trends in marital disruption. **Demography**, v. 26, n. 1, p. 37-51, 1989.

MARTINS FILHO, Ives Gandra da Silva. **O divórcio-relâmpago gera insegurança à família**. 2010. Consultor Jurídico. Disponível em: <<http://goo.gl/d8kqH7>>. Acesso em: 27 jan. 2016.

MAULDON, Jane. The effect of marital disruption on children's health. **Demography**, v. 27, n. 3, p. 431-446, 1990.

MINUCHIN, Patricia. Relationships within the family: A systems perspective on development. In R. A. Hinde & J. Stevenson-Hinde (Eds.), *Relationships within families: Mutual influences* (pp. 7-26). New York: Oxford University Press, 1988.

MINUCHIN, Patricia. A systems perspective on development. Em R. Hinde & J. Stevenson-Hinde (Orgs.), *Relationships within families* (p. 7-26). New York: Oxford University Press. 1990.

MITCHAM-SMITH, Michelle; HENRY, Wilma J. High-conflict divorce solutions: Parenting coordination as an innovative co-parenting intervention. **The Family Journal**, v. 15, n. 4, p. 368-373, 2007.

MERRIAM, Sharan B. et al. **Introduction to qualitative research. Qualitative research in practice:** Examples for discussion and analysis, v. 1, p. 1-17, 2002.

MERRIAM, S. B. **Qualitative Research:** a guide to design and interpretation. San Francisco: Jossey-Bass, 2009.

MORGAN, Fred W.; SCHULER, Dure K.; STOLTMAN, Jeffrey J. A framework for examining the legal status of vulnerable consumers. **Journal of Public Policy and Marketing**, v. 14, n. 2, p. 267, 1995.

MOORE-SHAY, Elizabeth S.; BERCHMANS, Britto M. The role of the family environment in the development of shared consumption values: an intergenerational study. **Advances in Consumer Research**, v. 23, p. 484-490, 1996.

MURARO, R.M. **A mulher no terceiro milênio: uma história da mulher através dos tempos e suas perspectivas para o futuro** (4ª. ed.). Rio de Janeiro: Record, Rosa dos Tempos. 1997.

NARVAZ, Martha Giudice; KOLLER, Sílvia Helena. Famílias e patriarcado: da prescrição normativa à subversão criativa. **Psicologia & Sociedade**, v. 18, n. 1, p. 49-55, 2006.

NATIONAL CENTER FOR HEALTH STATISTICS. **Cohabitation, marriage, divorce, and remarriage in the United States Series**, v. 23 n. 22, 2002. Acesso em 1º de maio de 2015. Disponível em: <<http://goo.gl/akbij2>>.

PAULO, Beatrice Marinho. Em busca do conceito de família: desafio da contemporaneidade. **Revista Brasileira de Direito das Famílias e Sucessões**, Porto Alegre, n. 12, p. 31-63, 2009.

PRESTES, Maria Luci de Mesquita. **A pesquisa e a construção do conhecimento científico:** do planejamento aos textos, da escola à academia. 4ª ed. São Paulo: Rêspel, 2012.

RAMIRES, Vera Regina Röhnelt. As transições familiares: A perspectiva de crianças e pré-adolescentes. **Psicologia em estudo**, v. 9, n. 2, p. 183-193, 2004.

RAVALLION, Martin. The developing world's bulging (but vulnerable) middle class. **World Development**, v. 38, n. 4, p. 445-454, 2010.

RICCI, Isolina. **Casa da mãe, casa do pai. Construir dois lares para os seus filhos:** Um guia para pais separados, divorciados ou que voltaram a casar. Lisboa: Edições Sílabo, 2004.

RINDFLEISCH, Aric; BURROUGHS, James E.; DENTON, Frank. Family Structure, Materialism, and Compulsive Consumption. **Journal of Consumer Research**, v. 23, n. 4, p. 312-25, 1997.

RINDFLEISCH, Aric; BURROUGHS, James E. Materialism and childhood satisfaction: A social structural analysis. **Advances in consumer research**, v. 26, p. 519-526, 1999.

RINGOLD, Debra Jones. Vulnerability in the marketplace: Concepts, caveats, and possible solutions. **Journal of Macromarketing**, v. 25, n. 2, p. 202-214, 2005.

ROBERTS, Mary Lou; WORTZEL, Lawrence H.; BERKELEY, Robert L. Mothers' attitudes and perceptions of children's influence and their effect on family consumption. **Advances in consumer research**, v. 8, n. 1, p. 730-735, 1981.

ROBERTS, James A.; GWIN, Carol F.; MARTÍNEZ, Carlos Ruy. The influence of family structure on consumer behavior: a re-inquiry and extension of Rindfleisch et al. (1997) in Mexico. **Journal of Marketing Theory and Practice**, v. 12, n. 1, p. 61-79, 2004.

ROBERTS, James A.; TANNER, John F.; MANOLIS, Chris. Materialism and the family structure–stress relation. **Journal of Consumer Psychology**, v. 15, n. 2, p. 183-190, 2005.

ROSNATI, Rosa; BARNI, Daniela; UGLIA, Daniela. Adolescents and Parental Separation or Divorce: The Protective Role of Values against Transgressive Behavior. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, v. 140, p. 186-191, 2014.

SANDERS, Matthew R. Triple P-Positive Parenting Program: Towards an empirically validated multilevel parenting and family support strategy for the prevention of behavior and emotional problems in children. **Clinical child and family psychology review**, v. 2, n. 2, p. 71-90, 1999.

SHAW, Eric H.; JONES, DG Brian. A history of schools of marketing thought. **Marketing Theory**, v. 5, n. 3, p. 239-281, 2005.

SHOHAM, Aviv; DALAKAS, Vassilis. He said, she said... they said: parents' and children's assessment of children's influence on family consumption decisions. **Journal of Consumer Marketing**, v. 22, n. 3, p. 152-160, 2005.

SCHOUTEN, John W. Personal rites of passage and the reconstruction of self. **Advances in consumer research**, v. 18, n. 2, p. 49-51, 1991.

SHULTZ, Clifford J.; HOLBROOK, Morris B. The paradoxical relationships between marketing and vulnerability. **Journal of Public Policy & Marketing**, v. 28, n. 1, p. 124-127, 2009.

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

SILVA, ARIELLE PINTO. **SER OU NÃO SER? EIS A QUESTÃO**: uma investigação sobre a vulnerabilidade dos consumidores. 2012. 139 f. Dissertação (Mestrado em administração). Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2012.

SMITH, N. Craig; COOPER-MARTIN, Elizabeth. Ethics and Target Marketing: The Role of Product Harm and Consumer Vulnerability. **Journal of Marketing**, v. 61, p. 1-20, 1997.

SOUZA, Rosane Mantilla de. Depois que Papai e Mamãe se Separaram: um Relato dos Filhos. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, v. 16, n. 3, p. 203-211, 2000.

STERN, Barbara B.; RUSSELL, Cristel Antonia; RUSSELL, Dale W. Vulnerable women on screen and at home: soap opera consumption. **Journal of Macromarketing**, v. 25, n. 2, p. 222-225, 2005.

THE WORLD BANK. **Managing Risks in Rural Senegal**: A Multi-Sectorial Review of Efforts to Reduce Vulnerability. Washington, DC. World Bank. Disponível em: <<https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/19467>>, 2006.

THOITS, Peggy A. Stress, coping, and social support processes: Where are we? What next?. **Journal of health and social behavior**, Extra Issue, p. 53-79, 1995.

TURNER, Bryan S. Vulnerability. **International Encyclopedia of the Social Sciences**, v. 2, p. 657-658, 2007.

UNITED NATIONS STATISTICAL DIVISION (UNSTAT). **Marriages and crude marriage rates**. 2011. Disponível em: <<http://goo.gl/BBwoUN>> Acesso em: 18 de fev. 2015.

UNITED NATIONS STATISTICAL DIVISION (UNSTAT). **Divorces and crude divorce rates**. 2011. Disponível em: <<http://goo.gl/a973fT>> Acesso em: 18 de fev. 2015.

VAN GENNEP, A. **The Rites of Passage**. Reprinted. Eds. London: Routledge, 1977.

WALLERSTEIN, Judith; LEWIS, Julia; BLAKESLEE, Sandra. **Filhos do Divórcio**. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

WALSH, Gianfranco; MITCHELL, Vincent-Wayne. Consumer vulnerability to perceived product similarity problems: scale development and identification. **Journal of Macromarketing**, v. 25, n. 2, p. 140-152, 2005.

WEISS, Yoram. The formation and dissolution of families: Why marry? Who marries whom? And what happens upon divorce. **Handbook of Population and Family Economics**, v. 1, p. 81-123, 1993.

WHITESIDE, Mary F. The parental alliance following divorce: An overview. **Journal of Marital and Family Therapy**, v. 24, n. 1, p. 3-24, 1998.

WILKIE, William L.; MOORE, Elizabeth S. Scholarly Research in Marketing: Exploring the “4 Eras” of Thought Development. **Journal of Public Policy & Marketing**, v. 22, n. 2, p. 116-146, 2003.

WILSON, Therese; HOWELL, Nicola; SHEEHAN, Genevieve. Protecting the most vulnerable in consumer credit transactions. **Journal of Consumer Policy**, v. 32, n. 2, p. 117-140, 2009.

WOLBURG, Joyce M. Drawing the line between targeting and patronizing: how “vulnerable” are the vulnerable? **Journal of Consumer Marketing**, v. 22, n. 5, p. 287-288, 2005.

ANEXOS

Anexo 1 - Glossário do divórcio

PALAVRA	CONCEITO
Responsável pela guarda dos filhos	Pessoa em cuja companhia ficam os filhos menores de 18 anos de idade do casal separado judicialmente (ou divorciado), ficando esta pessoa responsável pela criação e educação dos mesmos. A responsabilidade da guarda dos filhos menores pode caber a qualquer dos cônjuges separadamente, a ambos os cônjuges, ou até mesmo a outra pessoa, conforme decisão judicial.
Ação judicial	Algumas pessoas que estão se divorciando têm de procurar a justiça, por meio de uma ação judicial, com a ajuda de advogado, para que o juiz de direito tome as decisões por elas, porque elas não conseguiram chegar a um acordo.
Pensão alimentícia	A pensão alimentícia é a importância que o pai ou a mãe ficará obrigado a prestar aos filhos para que eles possam viver com dignidade. Os alimentos não se referem apenas à comida, mas também à educação, formação intelectual, medicamentos, roupa, assistência médica, lazer, moradia etc.
Poder familiar	É o conjunto de direitos e obrigações dos pais em relação aos filhos menores, independentemente de serem eles casados ou não. Podem também exercer esse poder os responsáveis legais pelos menores no caso de morte, ausência temporária ou perda do poder familiar dos pais.
União estável	Algumas pessoas não são casadas. Elas escolheram viver juntas sem se casar. Isso é chamado pela lei de união estável. Quando essas pessoas resolvem não mais viver juntas, elas não precisam se divorciar, porque não há casamento a terminar. Mas ainda assim elas precisam decidir o que vai acontecer com os filhos e como vão dividir seus bens. As leis sobre guarda e visitas dos filhos são as mesmas para pais casados ou em união estável.
Sentença proferida de separação (ou divórcio)	Resposta dada pelo juiz ao pedido de separação judicial (ou divórcio) e que pode ser a concessão ou denegação do pedido, podendo haver, posteriormente, recurso ou não contra a decisão judicial.
Separação	Dissolução legal da sociedade conjugal, ou seja, a separação legal do marido e da mulher, desobrigando as partes de compromissos, como o dever de vida em comum ou coabitação, mas não permitindo direito de novo casamento civil, religioso e/ou outras cláusulas, de acordo com a legislação do País.
Requerente	Indivíduo que solicitou a entrada no processo de divórcio, o marido ou a esposa.
Desquite	Termo utilizado para as separações legais anteriores à promulgação da Lei no 6.515, de 26 de dezembro de 1977.
Tipo de divórcio	Classificação do modo pelo qual pode se dar o divórcio, no Brasil, sendo: DIRETO , o divórcio decorrente de requerimento solicitado em função da separação de fato, sem prazo pré-estabelecido entre a data do casamento e a do requerimento do divórcio; ou INDIRETO , o divórcio resultante da conversão da separação judicial ou do desquite.

Fonte: Elaboração Própria (2016).

Destacadas em azul, no Anexo 2 são apresentadas as pesquisas diretamente relacionadas à disciplina de Marketing e sociedade, cujos resultados contribuíram com as conclusões deste estudo. Os demais evidenciam o interesse, principalmente, sociológico e psicológico pela discussão das implicações associadas ao fenômeno, e corroboram a preferência pelas metodologias quantitativas. As contribuições destes estudos também são apresentadas, para que os diversos aspectos da discussão realizada pelo referencial desta pesquisa sejam visualizados.

Anexo 2 - Abordagem dos estudos sobre divórcio

Autor	Journal	Abordagem	Contribuições
Andreasen (1984)	Journal of Consumer Research	Quantitativa	Os resultados sugerem que as famílias que sofrem mudanças de <i>status</i> são mais propensas à (1) passar por mudanças espontâneas em preferências de marca e (2) serem mais abertas à intervenção de agentes de venda no futuro.
Bumpass (1984)	Demography	Quantitativa	Para a maioria das pessoas que experimentam uma ruptura civil, mais de cinco anos é provável que decorram até a mãe voltar a casar. Além disso, cerca de metade das crianças que passam por um divórcio e o recasamento vai experimentar o rompimento da nova família também.
McLanahan e Bumpass (1988)	American Journal of Sociology	Quantitativa	Os resultados fornecem fortes evidências de que mulheres que passam parte de sua infância em famílias monoparentais são mais propensas a se casar e ter filhos cedo, dar à luz antes do casamento, e ter o seu próprio divórcio.
Morgan, Lye e Condran (1988)	Journal of Consumer Research	Quantitativa	A constatação é que os filhos reduzem o risco de ruptura conjugal em 9% a mais do que as filhas. Esta diferença se mantém entre cortes de casamento, grupos raciais, e as categorias de escolaridade da mãe.
Allison, Furstenberg e Frank (1989)	Developmental psychology	Quantitativa	Não há evidências de que os efeitos de dissolução são maiores para os meninos do que para as meninas. Há, no entanto, evidências de que os efeitos são maiores para as crianças que são muito jovens na época da dissolução.
Martin e Bumpass (1989)	Demography	Quantitativa	Levando-se em conta os níveis conhecidos de subnotificação, os autores descobriram que as taxas recentes implicam que cerca de dois terços de todos os primeiros casamentos são susceptíveis de acabar em separação ou divórcio.
Mauldon (1990)	Demography	Quantitativa	Três conclusões são apresentadas: (1) o divórcio reduz os recursos disponíveis para as crianças, (2) o estresse do divórcio esgota a saúde das crianças, e (3) as crianças mais frágeis são selecionadas em divórcio. A primeira hipótese tem suporte mais forte do que a segunda, mas os dados são pobres demais para um teste rigoroso de qualquer um. A hipótese de seleção não é suportada.
Amato e Keith (1991)	Journal of Marriage and Family	Quantitativa	O estudo indica que os adultos que experimentaram o divórcio dos pais apresentaram níveis mais baixos de bem-estar do que os adultos cujos pais continuam casados.
McAlexander (1991)	Advances in Consumer Research	Qualitativa	Este artigo discute dois temas que abordam a alienação de bens conjugais: “Disposição para se libertar” e “Disposição para guarda-los”. Estes temas surgiram a partir de um estudo qualitativo que analisa de forma mais ampla do divórcio e suas implicações para o comportamento do consumidor.
Ahuja e Stinson (1993)	Advances in Consumer Research	Quantitativa	Os resultados indicam que a influência das crianças neste tipo de família varia de acordo com características demográficas da família, com a orientação do papel sexual da mãe, com o tipo de produto investigado, e de acordo com a fase do processo de tomada de decisão.

Amato (1993)	Journal of Marriage and Family	Quantitativa	A investigação fornece o apoio mais consistente e convincente para a perspectiva de conflito interparental. No entanto, um modelo que combina conhecimentos de todas as cinco perspectivas é necessário para ter plenamente em conta os resultados da investigação em curso.
Booth e Amato (1994)	Journal of Marriage and Family	Quantitativa	Os dados sugerem que a maneira com a qual a qualidade conjugal pobre do divórcio afeta adultos relações entre pais e filhos é diminuindo o apoio às crianças enquanto eles são jovens.
Amato e Booth (1996)	Journal of Marriage and Family	Quantitativa	Os resultados sugerem que a qualidade do casamento dos pais tem consequências diretas e indiretas de longo prazo para afeto entre pais e filhos.
Burroughs e Rindfleisch (1997)	Advances in Consumer Research Volume	Quantitativa/Qualitativa	Os resultados destes estudos sugerem que o materialismo modera a relação entre divórcio e o estresse familiar, ajudando a restaurar um sentido de identidade, permanência e controle na vida dessas crianças.
Rindfleisch, Burroughs e Denton (1997)	Journal of Consumer Research	Quantitativa	O estudo mostra que a relação entre a estrutura familiar e consumo compulsivo é parcialmente afetado tanto pela quantidade de recursos disponíveis à família e o grau de estresse familiar. Além disso, o impacto da ruptura familiar é moderado pelo status socioeconômico.
Coley (1998)	Child Development	Quantitativa	As meninas e as crianças negras foram afetadas de forma mais positiva por relações com pais e figuras paternas do que os meninos e as crianças brancas. Pais divorciados eram mais influentes na conquista das crianças do que os pais que nunca se casaram.
Whiteside (1998)	Journal of Marital and Family Therapy	Quantitativa	Os resultados indicam que as variáveis de cooperação e conflito entre os pais, estilo individual de parentalidade e ajuste pessoal foram significativamente inter-relacionados. A tipologia de famílias que se divorciam pode ser útil na previsão de riscos para a criança e nas dificuldades no desenvolvimento apropriado dos planos da parentalidade.
KIER et al. (2000)	Psicologia: Teoria e Pesquisa	Quantitativa	As mães separadas relataram eventos de vida mais recentes do que as mães casadas e avaliaram alguns outros mais negativamente e de forma mais positiva. Na análise de regressão o único preditor significativo de experiências positivas de vida foi o status marital.
Souza (2000)	Psicologia: Teoria e Pesquisa	Qualitativa	Os filhos podem ou não perceber a tensão familiar pré-separação, mas, independente disso, suas maiores dificuldades e fontes de sofrimento referem-se à saída de casa de uma das figuras parentais e à falta de previsibilidade dos eventos da vida cotidiana, consequentes à separação dos pais. Apesar de relatarem solidão, isolamento e ausência ou incapacidade de encontrar fontes de apoio, todos afirmaram que o divórcio foi uma boa solução para a família.
Amato e Sobolewski (2001)	American sociological review	Quantitativa	A discórdia marital aparece para corroer os laços emocionais das crianças com as mães, enquanto que ambos o divórcio e a discórdia marital aparecem para correr os laços das crianças com os pais.

Féres-Carneiro (2003)	Estudos de Psicologia	Qualitativa	Foram constatadas diferenças entre as vivências masculinas e femininas do divórcio em relação às seguintes categorias de análise: desejo de separação, decisão de separação, processo de separação e reconstrução da identidade individual.
Booth e Amato (2004)	Journal of Marriage and Family	Quantitativa	O estudo indica que os pais com poucos conflitos que se divorciam estão menos integrados na comunidade, têm menos impedimentos para o divórcio, tem atitudes mais favoráveis em relação divórcio, estão mais predispostos a se envolver em comportamentos de risco, e são menos propensos a ter experimentado um divórcio dos pais.
Ramires (2004)	Psicologia em Estudo	Qualitativa	Discutiu-se a importância dos vínculos, a necessidade de promovê-los e estratégias de apoio nas transições familiares.
Ahrons (2007)	Family Process	Qualitativa	Os resultados mostram que o subsistema parental continua a impactar a família binuclear 20 anos após a ruptura conjugal por exercer uma forte influência sobre a qualidade das relações dentro do sistema familiar.
Brito (2007)	Psicologia ciência e Profissão	Qualitativa	Conclui-se que é de grande importância a avaliação dos desdobramentos da separação conjugal de forma diferenciada no que diz respeito aos pais e aos filhos.
Fomby e Cherlin (2007)	American Sociological Review	Quantitativa	Os resultados sugerem que, para as crianças brancas, a associação entre o número de transições da estrutura familiar e os resultados cognitivos é em grande parte explicada pelas características anteriores das mães, mas que a associação entre o número de transições e os resultados comportamentais pode ser causal em parte. Não foram encontrados efeitos robustos para o número de transições para as crianças negras.
Kerr, Joseph e Michalski (2007)	The Canadian Journal of Sociology	Quantitativa	No que se refere aos filhos do divórcio, o presente estudo encontra pouca evidência de um efeito de pré- ruptura nas crianças cujos pais se divorciam ou separam no período de 1994-2000.
Cano et al. (2009)	Psicologia: Reflexão e Crítica	Qualitativa	Considera-se que existem lacunas a serem preenchidas com novos estudos, de modo que se sugere a realização de pesquisas envolvendo o processo de divórcio e recasamento nos diferentes momentos do ciclo vital da família. Bem como sobre a fatia dos filhos de casais divorciados, sobre as variadas configurações familiares e sobre a rede de apoio a essas famílias.
Ellison et al. (2010)	Social Science Research	Quantitativa	Os achados confirmam que as pessoas criadas pelos pais em famílias intactas, felizes, e com casamentos pouco conflituosos tendem a apresentar menores problemas espirituais. No entanto, os filhos de famílias divorciadas e aqueles de famílias de alto conflito intactas divergem sobre alguns resultados, mas não outros.

Amato (2011)	Family Relations	Quantitativa	Crianças do conglomerado de co-parentalidade cooperativa (divórcio bom) tiveram o menor número de comportamentos problemáticos, e os laços mais próximos de seus pais. No entanto, as crianças neste cluster não fizeram pontuação significativamente melhor do que as outras crianças em 10 resultados adicionais. Estes resultados fornecem apenas um apoio modesto para hipótese do “bom divórcio”.
Kalmijn (2015)	Social Science Research	Quantitativa	As análises indicam que o efeito do divórcio dos pais sobre o bem-estar psicológico é reduzido para as mães com maiores níveis educacionais e para as famílias com mais recursos econômicos pré-divórcio.
Rosnati, Barni e Ugla (2013)	Procedia - Social and Behavioral Sciences	Quantitativa	Os resultados das Anovas e regressões mostraram que: a) os adolescentes de famílias divorciadas/separadas deram mais importância ao estímulo (ou seja, novidade e desafio na vida) e ao hedonismo, e menos importância ao conservadorismo do que seus pares; b) a estrutura familiar moderou a relação positiva entre estímulo e propensão dos adolescentes à transgressão e à relação negativa entre o conservadorismo e a transgressão.
Havermans, Botterman e Matthijs (2014)	The social Science Journal	Quantitativa	Conclui-se que o efeito do divórcio dos pais no envolvimento da escola é mediado pela relação pai-filho, os conflitos entre os pais, e os problemas financeiros em casa.

Fonte: Elaboração Própria (2016).

APÊNDICES

Apêndice 1 - Roteiro de entrevista

Você pode descrever como foi o processo de divórcio que vivenciou?	
	Há quanto tempo você é divorciada? E quanto tempo durou o processo de divórcio?
	Quantos anos você e os seus filhos tinham na época do divórcio?
	A iniciativa de se divorciar partiu de você?
	- Como você se sentiu fazendo isso ou recebendo o pedido do seu ex-marido?
	Quem contou aos filhos sobre o divórcio? E como eles reagiram?
	Como a família reagiu à notícia? Quem te apoiou, quem foi contra?
	Como foi o relacionamento entre você e seu ex-marido durante o processo de divórcio?
	De maneira geral, como você se sentiu na época do divórcio?

Você pode descrever como era a interação de consumo para seus filhos antes do divórcio?	
Antes do divórcio...	Eu e meu ex-marido conversávamos sobre as compras para nossos filhos.
	Eu e meu ex-marido dividíamos bem entre a gente os gastos com nossos filhos.
	Eu e meu ex-marido opinávamos de forma equilibrada nas compra para nossos filhos.
	Eu e meu ex-marido controlávamos juntos os gastos com nossos filhos.
	Eu e meu ex-marido não brigávamos sobre as compras para nossos filhos.
	Eu e meu ex-marido não comprávamos tudo o que os nossos filhos pediam.
	Eu e meu ex-marido concordávamos com o que deveria ser comprado para nossos filhos
	Eu e meu ex-marido gostávamos de comprar presentes mesmo fora de ocasiões especiais.
	Eu e meu ex-marido não nos endividávamos para comprar coisas para nossos filhos.
	Eu e meu ex-marido ouvíamos nossos filhos antes de comprarmos coisas para eles.

Você pode descrever como era a interação de consumo para seus filhos depois do divórcio?	
Depois do divórcio...	Eu e meu ex-marido reduzimos o diálogo antes de comprar algo para os nossos filhos.
	Meu ex-marido só divide os gastos para os filhos comigo porque é obrigado.
	A minha opinião sempre acaba prevalecendo nas decisões de compra para nossos filhos.
	Eu assumi a maior parte dos gastos com meus filhos.
	Passei a brigar com meu ex-marido por causa das coisas que ele compra para nossos filhos.
	Eu passei a ceder mais às vontades dos meus filhos. E o pai também.
	Eu e meu ex-marido passamos a discordar sobre o que deve ser comprado para nossos filhos.
	Eu passei a agradecer mais meus filhos com presentes. E o pai também.
	Eu me endividei para comprar coisas para meus filhos.
	Eu passei a ouvir menos os meus filhos antes de comprar coisas para eles.
	Por um momento eu me senti incapaz de manter o padrão de vida dos meus filhos.
	Meus filhos passaram a consumir coisas diferentes, de acordo com as minhas preferências.

Como você descreve o seu comportamento e o do pai em relação às compras para os filhos?	
	Eu e meu ex-marido já competimos para ver quem comprava as melhores coisas para nossos filhos.
	Eu já proibi os meus filhos de interagirem com algum produto comprado pelo pai deles.
	Eu não gosto de delegar as compras dos meus filhos para o meu ex-marido.
	Eu não gosto das programações de passeio que meu ex-marido faz com meus filhos.
	Eu sempre peço que meu filho me conte o que ganhou do pai no dia em que ficaram juntos.
	Eu acho que meu ex-marido tenta comprar o amor dos nossos filhos com presentes.
	Eu incentivo meus filhos a pedirem (para comprar) coisas ao pai.
	Eu reclamo com meu ex-marido quando ele compra algo errado para nossos filhos.
	Com o pai eu acho que eles não insistem tanto para comprar alguma coisa.
	Eu passei mais a ouvir a opinião de terceiros antes de fazer compras para os meus filhos.

Como você se sente quando pensa nas relações de consumo com os seus filhos?
Eu me sinto bem sabendo que o pai deles não interfere mais na nossa rotina de compras.
Eu me sinto triste por não poder dar mais presentes aos meus filhos como antes do divórcio.
Eu fico triste quando meus filhos preferem as programações de passeio ou os presentes do pai.
Eu já comprei algo para os meus filhos na tentativa de mostrar ao pai deles o quanto estamos bem.
Eu já comprei coisas para os meus filhos tentando amenizar a ausência do pai. E a minha.
Eu acho que meu ex-marido não participa o suficiente das decisões de compra para nossos filhos.
Irrita-me saber que a relação dos meus filhos com o pai passou a ser mais somente em situações de lazer.
Eu já me senti mal em ter que pedir ajuda aos outros para comprar coisas para os meus filhos porque meu ex-marido não me ajuda.
Eu passei a ser mais controlada com as compras para os filhos depois que assumi as despesas da família.

Perfil Sociodemográfico
Idade
Estado civil atual
Tempo de divórcio
Nº de filhos
Escolaridade
Situação empregatícia
Com quem reside
Pessoas que auxiliam na criação dos filhos

Fonte: Elaboração Própria (2016).

Apêndice 2 - Termo de consentimento livre e esclarecido

 TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO Prezada voluntária, A pesquisa da qual você fez parte trata das experiências de consumo direcionadas aos filhos de famílias monoparentais femininas, e está sendo desenvolvida pela pesquisadora Andressa Sullamyta Pessoa de Souza, aluna do Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade Federal da Paraíba, sob a orientação da Professora Dra. Rita de Cássia de Faria Pereira. Os objetivos do estudo são: (1) Identificar quais os efeitos gerais do divórcio nas relações familiares de consumo; (2) Compreender como o divórcio atua sobre o consumo direcionado aos filhos; e (3) Analisar como se caracteriza a vulnerabilidade emergente do divórcio vivenciada no consumo direcionado aos filhos. A intenção da pesquisa é construir novos conhecimentos sobre o comportamento de consumo desse modelo de núcleo familiar e analisar, por conseguinte, o papel das experiências de vida na formação de características individuais, estados individuais e condições externas que qualifiquem a vulnerabilidade - motivada pelos desequilíbrios experimentados após a passagem pelo divórcio - vivenciada por famílias monoparentais femininas em situações de consumo direcionadas para os filhos. Dessa forma, para dar continuidade à pesquisa, solicitamos sua autorização formal para apresentar os resultados desta pesquisa em eventos da área de Administração e marketing, e publicar em revista científica (se for o caso). *Obrigatório	Confirmando que a minha participação ocorreu mediante o fornecimento de uma entrevista gravada em meio digital pela própria pesquisadora Andressa Sullamyta, em um local, horário e data agendada de acordo com minha disponibilidade. * ☐ Sim. ☐ Não. Confirmando que a minha identidade foi mantida em sigilo durante as entrevistas, não me tendo sido solicitado número de documentos, certidões, registros ou outro mecanismo de identificação da minha pessoa. * ☐ Sim. ☐ Não. Confirmando que a pesquisa não ofereceu riscos a minha saúde, nem às dimensões física, psíquica, moral, intelectual, social, cultural ou espiritual da minha pessoa, ou de qualquer pessoa da minha família. * ☐ Sim. ☐ Não. Confirmando que estava ciente da minha condição de voluntária no estudo, ou seja, não me senti obrigada a fornecer as informações e/ou colaborar com as atividades solicitadas pela pesquisadora. * ☐ Sim. ☐ Não. Diante do exposto, declaro que fui devidamente esclarecida e dou o meu consentimento como voluntária da pesquisa e para publicação dos resultados. Estou ciente que receberei uma cópia desse documento. * ☐ Sim. ☐ Não. Meu nome é: * (Apenas o primeiro nome para controle de recebimento das autorizações)
Deixe aqui seus comentários ou observações sobre a pesquisa:	Enviar Nunca envie senhas pelo Formulários Google. Powered by Google Forms Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google. Denunciar abuso - Termos de Serviço - Termos Adicionais


Andressa Pessoa <andressa.eja@gmail.com>

☆
↶
⌵



Obrigada!

Prezada Voluntária,

A sua participação na pesquisa sobre o consumo infantil em famílias monoparentais femininas foi fundamental para a expansão do conhecimento na disciplina de marketing e sociedade, bem como para o desenvolvimento profissional e acadêmico da aluna Andressa Sullamyta.

A equipe de pesquisa agradece a sua participação!

É de mães como você que as famílias brasileiras precisam!



Universidade Federal da Paraíba

Para dar continuidade à pesquisa, solicitamos sua autorização formal para apresentar os resultados obtidos em eventos da área de Administração e marketing, e publicar em revista científica (se for o caso).

Por gentileza, acesse este link: <http://goo.gl/forms/jhR2deAkH1> e preencha as informações solicitadas!

Desde já, agradecemos sua participação!

Fonte: Elaboração Própria (2016).

Apêndice 3 - Resumo do capítulo sobre vulnerabilidade do consumidor

CONCEITO:
Vulnerabilidade é a qualidade ou o estado de ser vulnerável; O lado fraco de uma questão ou do ponto por onde alguém pode ser ferido ou atacado. -- Vulnerabilidade do consumidor se refere à susceptibilidade à injúria ou aos ataques de terceiros interessados em tirar proveito de determinados indivíduos em uma situação de consumo (SMITH; COOPER-MARTIN, 1997). -- Ela pode ser fazer presente em qualquer estágio do processo de troca. E mesmo que não haja um dano real ao consumidor, quando os agentes de marketing tentam explorar as características do indivíduo para efetivar uma venda, já houve o tratamento injusto ou inadequado; pois, é justamente a combinação entre essas características dos indivíduos e as técnicas utilizadas por esses agentes que lhes deixam vulneráveis em primeiro lugar. -- Baker <i>et al.</i> (2005) enfatizam a existência de duas perspectivas da vulnerabilidade do consumidor: a vulnerabilidade real (<i>actual vulnerability</i>) e a vulnerabilidade percebida (<i>perceived vulnerability</i>). Quando real, a vulnerabilidade só pode ser entendida ouvindo-se e observando-se as experiências do consumidor. Já a vulnerabilidade percebida ocorre quando outros indivíduos acreditam que uma determinada pessoa ou grupo é vulnerável, mesmo que eles discordem disso ou, de fato, não sejam.
O QUE NÃO É VULNERABILIDADE:
Apesar de serem recorrentes as ações que enfatizam experiências de consumo danosas vivenciadas por grupos como os homossexuais, minorias étnicas ou os deficientes físicos, é incorreto dizer que um consumidor será, necessariamente, vulnerável em todas as situações somente porque possui características específicas que lhes enquadram em uma classe protegida. -- A vulnerabilidade também não pode ser confundida com o preconceito nem a estigmatização, pois, ambos não são necessários nem suficientes para que haja vulnerabilidade, embora possam fazer parte da razão pela qual o fenômeno existiu em primeiro lugar. -- Não é correto dizer que o consumidor em risco seja o mesmo que consumidor vulnerável, pois o risco é anterior à vulnerabilidade; ou seja, é a probabilidade de que a segurança na transação de consumo será perdida, enquanto a vulnerabilidade é a perda efetiva em si. -- O conceito de Hipossuficiente reconhece a vulnerabilidade jurídica do consumidor, mas não necessariamente garante que o consumidor estava vulnerável no momento da transação de mercado que lhe acarretou o prejuízo julgado, mesmo que a probabilidade disso ser verdade seja muito alta. -- A presença da discriminação, da estigmatização ou do risco, e o envolvimento de um consumidor protegido pela lei ou hipossuficiente não se caracterizam como vulnerabilidade, mas sim como fatores que podem potencializar a probabilidade de ocorrência ou agravar uma experiência dessa natureza.
VULNERÁVEIS NA LITERATURA:
Em suas primeiras aparições na literatura da área, os consumidores ditos vulneráveis foram assim considerados porque apresentaram, diante do consumo de determinados produtos, reações até então nunca vistas ou evidenciadas pela maioria da população. Com o passar dos anos, o estudo da vulnerabilidade ganhou novas contribuições que alargaram sua abrangência e passaram a considerar outros fatores, além dos intrínsecos ao indivíduo, com potencialidade similar ou até superior, para influenciar sua existência e condicionar seus resultados. -- Baker <i>et al.</i> (2005), Walsh e Mitchell (2005), Silva (2011), Klein <i>et al.</i> (2011) e Artoni (2013) são autores que corroboram com a corrente teórica que retrata a vulnerabilidade como um fenômeno situacional (contextual) segundo experimentação, efetivamente vivida e constatada pelo próprio sujeito (vulnerabilidade real), de dificuldades para o alcance de suas metas de consumo. Esta é a perspectiva deste trabalho. -- Em contrapartida à perspectiva situacional, Lee e Soberon-Ferrer (1997) e Artoni (2013) evidenciam ainda a existência da vertente que analisa a vulnerabilidade do consumidor como um fenômeno estrutural ou social, definindo, portanto, certos grupos mais vulneráveis às práticas injustas do mercado de acordo com suas características similares e as desigualdades sociais.

--
Os autores trabalhados neste capítulo afirmam que crianças, idosos, analfabetos, deficientes físicos, minorias raciais e étnicas, pobres, estrangeiros, imigrantes, mulheres, deficientes cognitivos, vítimas do isolamento social, órfãos, viúvas, sem teto, trabalhadores braçais, homossexuais, ex-combatentes, portadores do vírus HIV- AIDS, minorias religiosas são exemplos de grupos considerados vulneráveis.

--
Estes são os autores: Andreasen; Manning (1990); Smith e Cooper-Martin (1997); Lee e Soberon-Ferrer (1997); Burden (1998); Stern et al. (2005); Ringold (2005); Dercon (2006); Mansfield e Pinto (2008); The World Bank (2006); Adkins e Jae (2010).

--
Os esforços para classificar os indivíduos em grupos ou classes de consumidores vulneráveis não são em vão, porque estes sujeitos, geralmente, desconhecem a sua limitação e, conseqüentemente, tornam-se menos capazes de proteger seus próprios interesses (BRENKERT, 1998; WOLBURG, 2005). Sendo assim, legisladores e demais autoridades públicas precisam de parâmetros para guiar decisões jurídicas e a criação de leis, havendo, portanto, benefício no uso das categorizações ou classificações.

MODELO DE VULNERABILIDADE:

Baker et al. (2005) apresentam três grandes situações nas quais um estado de impotência poderá produzir vulnerabilidade: (1) as transações de mercado, (2) o consumo de mensagens de marketing, e (3) o consumo de produtos.

--
As transações de mercado são as interações em torno de um “objeto de interesse” (que corresponde à meta de cada agente e está sob a propriedade ou posse de um dos indivíduos), condicionadas por uma série de regras que precisam ser aceitas pelos envolvidos, constituindo-se, com isso, o contexto institucional da troca.

--
O consumo de mensagens de marketing é a interação entre consumidores e os esforços publicitários utilizados para persuadi-los, lembrá-los ou informá-los sobre a existência/mudança de um determinado “objeto de interesse” que está sendo ofertado.

--
Para Baker et al. (2005), a vulnerabilidade envolve a presença de um consumidor e de um agente de marketing que conduza a existência dessa experiência. Sendo assim, para que o consumidor esteja vulnerável é necessário apenas que uma de suas características ou estados individuais (emocional e psicológico, por exemplo) coopere com os fatores externos para a existência do prejuízo (BAKER et al., 2005).

--
É fundamental que se considere a multiplicidade de áreas e graus de vulnerabilidade com diferenças entre pessoas para entendermos que, os principais condicionadores do fenômeno não são os fatores intrínsecos, mas sim os extrínsecos ao consumidor (BAKER et al., 2005).

--
De acordo com Baker *et al.* (2005), por características individuais compreendem-se os aspectos biofísicos e características psicossociais. Por estados individuais compreendem-se as diversas circunstâncias que exprimem ou influenciam as condições emocionais e psicológicas dos indivíduos como luto, mobilidade (territorial), humor, fases transitórias da vida (divórcio, aposentadoria, aculturação), motivações e objetivos. E, por condições externas compreendem-se os fatores que não estão sob o controle imediato do consumidor, mas que também irão contribuir com a experiência de consumo.

--
Caso se faça presente, a vulnerabilidade do consumidor pode gerar pelo menos duas conseqüências potenciais: (1) fazer com que o indivíduo responda à situação de maneira adaptativa, incluindo comportamento positivo, estratégias emocionais de sobrevivência ou, aprendizado com a impotência e o sentimento de desumanização; e (2) com que algum tipo de resposta de marketing e políticas públicas possa facilitar ou dificultar o controle dos encontros de consumo futuros.

--
A vulnerabilidade é um fenômeno resultante de um estado de desequilíbrio e a sua ênfase está, primordialmente, na compreensão das situações de consumo onde o indivíduo experimenta a falta de controle sobre os aspectos que irão determinar sucesso ou fracasso ao processo de troca.

Fonte: Elaboração Própria (2016).

Apêndice 4 - Roteiro de Entrevistas utilizado no Pré-Teste

Pergunta:	Objetivo da pergunta:
Há quanto tempo você é divorciada?	Identificar em que fase do processo de divórcio encontra-se a família, de acordo com a classificação de Brown (2001), Souza (2000) e Ahrons (2007).
Quem tomou a iniciativa de solicitar o processo de divórcio?	Identificar se os sujeitos pesquisados confirmam a tendência apresentada pelo IBGE de que as mulheres costumam iniciar o processo do divórcio.
Como você se sentiu sendo a protagonista desse processo?	Analisar os possíveis impactos associados à representação deste papel.
Quais foram as decisões acordadas durante o processo de divórcio? O acordo é cumprido?	Identificar os trâmites do processo de divórcio.
Quando você percebeu que o divórcio era inevitável?	Identificar os possíveis aspectos que tenham impactado a decisão de optar pelo divórcio. <i>(Esta pergunta não precisará ser respondida, caso a entrevistada se sinta desconfortável para compartilhar os motivos do divórcio).</i>
Como você se sentiu quando percebeu que iria se divorciar?	Identificar estados individuais pré-divórcio, de acordo com a classificação de Baker <i>et al</i> (2005).
Quanto tempo durou o processo de divórcio?	Identificar o tempo de vivência do processo.
Quantos anos você e os seus filhos tinham na época do divórcio?	Identificar, principalmente, a época em que os filhos vivenciaram o processo, e a idade dos pais neste mesmo período, para viabilizar uma análise quanto ao impacto deste aspecto na vivência da vulnerabilidade, e até mesmo na capacidade de enfrentamento de suas consequências.
Quem contou aos filhos sobre o divórcio? E como eles reagiram?	Identificar estados individuais e fatores externos ligados aos filhos e aos demais familiares que tenham se envolvido com o processo de divórcio.
Como a família reagiu à notícia? Quem te apoiou, quem foi contra?	
Como foi o relacionamento entre você e seu ex-marido durante o processo de divórcio?	Identificar a existência de conflitos entre o casal durante o processo de divórcio, pois segundo Mitchan-Smith e Henry (2007), o nível de intensidade destes conflitos é um indicativo da hostilidade e do estresse associado à fase de pós-divórcio, além de ser o fator mais significativo no ajustamento da criança no processo.
O pai dos seus filhos ainda tem contato com eles? Se sim, como é este contato de maneira geral?	Identificar os formatos da sentença para os casos de guarda compartilhada; a forma de contato para os casos de visitas esporádicas; ou a ausência total do indivíduo.
O pai dos seus filhos já tem uma nova família? Como é a relação entre eles e o seu filho?	Observar a estruturação da nova família (agregada ou estendida).
Como é a nova estrutura da sua família após o divórcio? Com quem passou a morar, e como organiza a rotina de cuidados com a criança?	

O que se pretendia observar:	Pergunta:
Processo de diálogo	Como o divórcio alterou a forma como você e seu ex-marido decidem o que é bom para os filhos? Existiram/Existem conflitos? Como era/é o diálogo?
Divisão dos gastos	Que decisões sobre o consumo da família e dos filhos eram de responsabilidade do seu ex-marido? Após o divórcio alguma ficou sob sua responsabilidade? Como você se sentiu tendo que tomar essas decisões? Você se sentia preparada?
	Existiu algum processo de divisão das responsabilidades com as necessidades dos filhos entre você e seu ex-marido?

Intensidade de participação	Como o pai das crianças costumava interferir no processo de decisão de consumo para eles? E como ele costuma interferir agora? Como você se sente em relação à participação/ausência dele neste processo?
	Que diferenças você costuma perceber na forma como você e seu ex-marido decidem o que os seus filhos devem consumir?
Participação de terceiros	Após o divórcio, que outras pessoas te ajudaram a tomar decisões para o consumo direcionado aos seus filhos?
	Que outras pessoas passaram a compor a renda da sua nova família? Como você se sentiu recebendo ajuda dessas pessoas?
Mudanças nos padrões e comportamentos de consumo	Algum tipo de corte/alteração foi necessária no consumo dos filhos após o divórcio? Essas alterações foram motivadas por restrições financeiras?
	Existe alguma coisa que seus filhos não costumavam consumir e que após o divórcio passaram a consumir? E vice-versa (costumavam consumir e não consomem mais?).
	Você percebeu mudanças no comportamento [de consumo] dos filhos após o divórcio? E no comportamento em geral?

Modelos	Fatores	Perguntas
Modelo de Baker <i>et al.</i> (2005) + Tipologia de Morgan, Schuler e Stoltman (1995).	Características individuais + Consumidor	Como você acha que o divórcio impactou no seu comportamento em geral? Você mudou o seu comportamento com relação às decisões de consumo para os filhos?
		Você acha que os seus filhos costumam se aproveitar em situações de consumo por causa do divórcio? Você passou a beneficiá-los por causa do divórcio?
		Que diferenças você percebe no consumo dos seus filhos para os filhos de casais intactos?
		De que parte da participação do seu ex-marido você mais sente falta nas decisões familiares?
		Em algum momento você não se achou capaz de tomar sozinha as decisões de consumo do seu filho?
		Se o seu filho fosse morar com o seu ex-marido, como você imagina que seria a rotina dele?
		Você costuma confiar nas decisões do seu ex-marido para o seu filho? E como você se sente com as decisões do seu ex-cônjuge quando não está presente com eles dois?
	Estado individual + Consumidor	Quando você percebe que seus filhos sentem falta do pai, tem algum consumo que diminui essa sensação neles? E pra você?
		Em algum momento você sente falta da vida de casada?
		As emoções negativas do divórcio te fizeram tomar alguma decisão de consumo para os seus filhos que você depois se arrependeu?
		Você acha que se tornou mais fácil de ser convencida a comprar algo para os seus filhos na época de vivência do divórcio?
		Você fez compras por impulso para os seus filhos na época do divórcio em que mais sentiu dificuldades?
		Você ou seu ex-marido chegaram a comprar alguma coisa para os filhos com a intenção de amenizar o efeito do divórcio?
	Condições externas e estruturais + Situação	Você já se sentiu discriminada em alguma situação por ser divorciada? Ou já percebeu a discriminação com seu filho por ser divorciada?
		Você já recebeu algum tratamento diferenciado das mães casadas por ser divorciada? Ou em alguma outra situação?
		Depois do divórcio, você deixou que terceiros lhes dissessem o que era bom para comprar para os seus filhos? Quem?
		Você já se sentiu prejudicada em alguma situação de consumo para os seus filhos por ser divorciada?
		Você já sentiu clima de rivalidade entre você e seu ex-marido entre os objetos ou experiências de consumo dadas aos seus filhos?
		Você percebe diferenças nos objetos e experiências de consumo que o seu ex-marido oferece aos novos filhos e ao seu filho?

Fonte: Elaboração Própria (2016).