

PRÁTICAS DE CONSUMO DE FAMÍLIAS ATENDIDAS NO CENTRO DE REFERÊNCIA DE ASSISTÊNCIA SOCIAL – CRAS NORTE, NO MUNICÍPIO DE FRANCISCO BELTRÃO, PARANÁ

Jordanna Peliser Fachinello de Souza¹
Odete Fernandes²

Resumo

Este trabalho tem como objetivo compreender as práticas de consumo com famílias participantes dos grupos socioeducativos do Centro de Referência de Assistência Social – CRAS Norte, a fim de incentivar o planejamento do orçamento familiar. A metodologia escolhida foi entrevista semiestruturada, de caráter qualitativo, buscando o diálogo entre a pesquisadora e as entrevistadas. A pesquisa apontou que o consumo acontece não apenas pela forma tradicional de compra e venda de mercadorias, mas que trocas e doações fazem parte do cotidiano. No momento da compra, um dos critérios de escolha é o preço, no entanto, para alguns produtos a qualidade vem em primeiro lugar. O planejamento do orçamento é em curto prazo, para suprir necessidades imediatas.

Palavras-chave: Consumo. Família. Sociedade.

CONSUMPTION PRACTICES OF FAMILIES AT THE CENTER OF SOCIAL ASSISTANCE REFERENCE - CRAS NORTE, IN THE MUNICIPALITY OF FRANCISCO BELTRÃO, PARANÁ

Abstract

This study aims to understand the consumption practices in families participating in the socio - educational groups of the Reference Center for Social Assistance - CRAS Norte, in order to encourage family budget planning. The methodology chosen was a semi-structured qualitative interview, seeking the dialogue between the researcher and the interviewees. The survey pointed out that consumption happens not only because of the traditional way of buying and selling goods, but that exchanges and donations are part of daily life. At the time of purchase, one of the criteria of choice is the price, however, for some products the quality comes first. Budget planning is short-term, to meet immediate needs.

Key-words: Consumption. Family. Society.

¹ Especialista em Políticas Públicas e Desenvolvimento Social da Pontifícia Universidade Católica do Paraná – PUCPR, graduada em Economia Doméstica pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE. Email:

² Assistente social, Especialista em Políticas Públicas e Mestra em Ciências Sociais pela Universidade Estadual de Ponta Grossa – UEPG. Docente da Pontifícia Universidade Católica do Paraná – PUCPR.

Introdução

A família é o espaço de proteção e socialização primária. Provedora de cuidados e mediadora das relações entre indivíduos e a coletividade, é, também, um espaço contraditório, marcado por conflitos de convivência e, muitas vezes, por desigualdades. Os processos de exclusão sociocultural exercem forte pressão sobre as famílias brasileiras, alterando sua composição e seu papel, e fazendo com que precisem também ser cuidadas e protegidas (BRASIL, 2005).

As mudanças que vêm ocorrendo na sociedade alteram o próprio conceito de família, não se limitando apenas a sexualidade, procriação e convivência, mas sendo “[...] um conjunto de pessoas que se acham unidas por laços consanguíneos, afetivos e, ou, de solidariedade” (*Ibid.* p. 41). Na contemporaneidade, os desafios da vida em sociedade se mostram um tanto complexos. Para Bauman (2008), a sociedade atual pode ser definida como uma sociedade de consumidores, pois “[...] *todo mundo* precisa ser, deve ser e tem que ser um consumidor por vocação [...]” (p. 73).

A partir da Revolução Industrial, as relações de consumo mudaram consideravelmente. O que antes era feito de maneira artesanal e pessoal passou a ser produzido em larga escala e, apesar de ter barateado o preço de muitos produtos que até então eram consumidos apenas pela burguesia, muitas pessoas continuam à margem dessas relações (SOUZA, 2017). Barbosa; Campbell (2006) apontam para uma revolução comercial e do consumo anterior à Revolução Industrial justificando que para que ocorra a industrialização é necessária demanda adequada, assim, tais revoluções foram importantes na formação do mundo moderno.

Pesquisas mostram que a maioria da população brasileira encontra dificuldades para chegar ao final do mês com o rendimento, ou seja, para maioria das famílias a renda não é suficiente para cobrir as despesas mensais, principalmente em famílias de baixa renda (IBGE, 2010). Dessa forma, políticas públicas que visem proteger as famílias e apoiá-las no seu desenvolvimento são relevantes. A Política de Assistência Social tem sua centralidade na família por reconhecer sua vulnerabilidade diante das transformações ocorridas na sociedade contemporânea, é organizada em dois níveis de proteção, sendo: a básica e a especial. A proteção social básica consiste na oferta de serviços, programas, projetos e benefícios socioassistenciais visando à prevenção de situações de vulnerabilidade social³.

³ Situações de vulnerabilidade social podem ser decorrentes “da pobreza, privação [ausência de renda, precário ou nulo acesso aos serviços públicos, dentre outros) e, ou, fragilização de vínculos afetivos – relacionais e de

Quanto à proteção social especial, esta tem como objetivo promover atenções socioassistenciais às famílias e indivíduos que se encontram em situação de risco pessoal e social, por ocorrência de abandono, maus tratos físicos e/ou psíquicos, abuso sexual, uso de substâncias psicoativas, cumprimento de medidas socioeducativas, situação de rua, situação de trabalho infantil, entre outras. (BRASIL, 2005).

Essa pesquisa está centrada na proteção social básica, pois as famílias pesquisadas são público alvo do CRAS, estando incluídas no Serviço de Proteção e Atendimento Integral à família – PAIF que, por meio do trabalho social busca o desenvolvimento das potencialidades e fortalecimento dos vínculos familiares e comunitários. O PAIF é ofertado no Centro de Referência de Assistência Social – CRAS e, dentre outras ações, oferece oficinas sobre temas de interesse das famílias.

Oficinas socioeducativas que ofertem recursos às famílias para tomadas de decisões, incentivando o planejamento do orçamento, informando sobre os “perigos” do mercado de consumo⁴, são fundamentais para a melhoria da qualidade de vida das mesmas. Para isso é necessário conhecer os principais aspectos que têm influenciado o consumo nestas famílias e o que este representa para elas. Apesar de o estudo não ser uma investigação antropológica, utiliza-se de um olhar etnográfico, compreendendo as relações humanas a partir da cultura e da realidade vivida, pois as escolhas de como se vestir, de como utilizar os bens, como organizar os horários, o que comer ou não, encontra-se nas categorias simbólicas e culturais, e não na racionalidade econômica ou na natureza biológica (BARBOSA; CAMPBELL, 2006).

Práticas de Consumo

O estudo sobre as práticas de consumo⁵ se desenvolveu nos últimos anos. Devido à sua multidisciplinaridade, esse campo do saber tem atraído olhares de áreas como o marketing, a psicologia, a sociologia, o direito, a economia doméstica, entre outras. As motivações para os estudos são diversas, como o desejo de abrir mercado, desenvolver produtos, tratar

pertencimento social (discriminações etárias, étnicas, de gênero ou por deficiências, dentre outras]” (BRASIL, 2005, p. 33).

⁴ Mercado de consumo é o ambiente (físico ou virtual) onde acontecem as relações de consumo (Samara; Morsch, 2005)

⁵ As práticas de consumo são aqui entendidas como todos os aspectos que envolvem o consumo.

comportamentos consumistas, lutar pela defesa de direitos e educar para um consumo consciente e responsável (SAMARA; MORSCH, 2005).

As práticas de consumo podem ser observadas a partir da relação entre renda familiar e o perfil de gastos. Essa relação vem sendo estudada desde os trabalhos do estatístico Ernest Engel, em 1857, quando realizou um estudo com aproximadamente 200 orçamentos familiares de famílias Belgas relacionando os gastos com alimentação e a renda familiar, concluindo que quanto mais pobre é a família, maior é a cota de despesa usada para a alimentação (ENGEL *apud* CALLEGARO, 1982). Desde então, diversas pesquisas têm sido realizadas estudando o comportamento do consumidor a partir dos orçamentos familiares.

No Brasil, as Pesquisas de Orçamentos Familiares (POF) realizadas pelo IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística têm como principal objetivo fornecer informações sobre a composição do orçamento familiar e as condições de vida das famílias. A pesquisa realizada em 2008/2009 Análise do Consumo Alimentar Pessoal no Brasil, possibilita conhecer a composição dos gastos de acordo com as classes de rendimentos, as diferenças regionais, o endividamento familiar, o perfil nutricional da população brasileira, entre outros. A última pesquisa foi realizada em 2017/2018 trazendo a Avaliação Nutricional da Disponibilidade Domiciliar de Alimentos no Brasil, estas informações não serão discorridas pois não convergem com o objetivo deste artigo.

As definições para consumidor variam de acordo o campo de estudo. Sob a perspectiva do marketing pode ser definido como “[...] toda *entidade compradora* potencial que tem uma necessidade ou um desejo a satisfazer” (SAMARA; MORSCH, 2005, p. 2). Já no campo do direito, o Código de Defesa do Consumidor o define como (1990) “[...] toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”. De uma maneira geral, na sociedade contemporânea, todos são consumidores, até mesmo aqueles que não participam do processo produtivo, como as crianças, pois as relações de consumo envolvem mais do que simplesmente comprar um produto ou serviço (BARBOSA; CAMPBELL, 2006).

O comportamento humano é complexo, e entende-lo requer um olhar não reducionista. As decisões de consumo podem ser influenciadas por diversos fatores, como sociais, culturais, econômicos, psicológicos, demográficos; e podem envolver uma diversidade de papéis, uma vez que nem sempre quem compra o produto será a pessoa que irá utilizá-lo. Philip Kotler (2000, *apud* SAMARA; MORSCH, 2005), dividiu esses papéis em cinco categorias: Iniciador (pessoa que dá a ideia de compra), Influenciador (pessoa cuja opinião influencia na decisão), Decisor (pessoa que toma a decisão de onde comprar, o que comprar, quando comprar), Comprador (pessoa que faz a

compra) e Usuário (pessoa que utiliza o produto ou serviço). A divisão em papéis corrobora na compreensão dos fatores que envolvem o indivíduo no processo de compra.

Para Mary Douglas (2007) as práticas de consumo pouco têm a ver com necessidades ou desejos individuais, mas com pressões e expectativas estabelecidas por outras pessoas. Neste sentido, Bauman (2008) afirma que o consumidor não visa satisfazer uma necessidade ou um desejo, mas sim, tornar-se mercadoria na sociedade de consumo, pois ao consumir busca-se “[...] obter qualidades para as quais já existe uma demanda de mercado [...]” (p. 75) se caracterizando um “[...] investimento em tudo que serve para o *valor social* e a auto-estima do indivíduo” (p.76, grifo do autor).

O objetivo crucial, talvez decisivo, do consumo na sociedade de consumidores [...] não é a satisfação de necessidades, desejos e vontades, mas a comodificação ou recomodificação do consumidor: *eleva a condição dos consumidores à de mercadorias vendáveis*.

Os membros da sociedade de consumidores são eles próprios mercadorias de consumo, e é a qualidade de ser uma mercadoria de consumo que os torna membros autênticos dessa sociedade. (BAUMAN, 2008, p. 76, grifo do autor)

Silva (2014), em seu livro “Mentes Consumistas”, fala sobre como a identidade de uma pessoa passa a ser avaliada pela quantidade e pelo valor dos produtos e serviços que ela consome e, em consonância com Bauman, afirma, “[...] deixamos de serem agentes ativos do consumo para nos transformar *em mercadorias* a serem consumidas por outras pessoas” (p. 20, grifo do autor).

Desse modo, o consumo tem servido menos ao valor utilitário dos produtos e, mais, a uma distinção de grupos sociais, devido às relações simbólicas e aos valores ideológicos, emocionais e pessoais que estes produtos carregam. Ademais, um mesmo indivíduo pode se identificar e participar de diferentes grupos ao mesmo tempo, podendo ter diferentes preferências de consumo de acordo com o momento em que se encontra (SOUZA, 2017; BRANDINI, 2007).

Ao se identificar com determinado grupo, o indivíduo passa a agir de acordo com essa coletividade, gerando assim, um estilo de vida. De acordo com o sociólogo britânico Anthony Giddens (2002, p. 79), um estilo de vida pode ser definido como “[...] um conjunto mais ou menos integrado de práticas que um indivíduo abraça, não só porque essas práticas preenchem necessidades utilitárias, mas porque dão forma material a uma narrativa particular da auto-identidade”. Para Bauman (2008), a sociedade de consumo “[...] promove, encoraja, ou reforça a

escolha de um estilo de vida e uma estratégia existencial consumista, e rejeita todas as opções culturais alternativas” (p. 71).

O consumidor de baixa renda

É comum pesquisas categorizarem a população de acordo com a faixa de renda, isso permite a análise de similaridades. O IBGE utiliza uma relação de sete classes de rendimento total, sendo, em salários mínimos, até 2, mais de 2 a 3, mais de 3 a 6, mais de 6 a 10, mais de 10 a 15, mais de 15 a 25, e mais de 25. O Ministério de Desenvolvimento social considera de baixa renda as famílias que ganham até meio salário mínimo por pessoa; ou que ganham até 3 salários mínimos de renda mensal total (BRASIL, 2007).

Alguns estudos feitos com população de baixa renda têm mostrado que a mesma não é homogênea e, portanto, apresenta diferentes padrões de consumo. Silva (2009) estudando o orçamento de 338 famílias de baixa renda por meio da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) do IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística 2002/2003, identificou cinco segmentos distintos, denominando-os: “Sofredores do aluguel”, “Jeitinho Brasileiro”, “Valorização do ter”, “Batalhadores pela sobrevivência” e “Investidores”.

Segundo Jessé Souza (2017), em seu livro “Elite do Atraso”, as classes sociais não devem ser percebidas apenas como relações econômicas segmentadas em faixas de renda, como A, B, C, D e E. Isso seria um engano, tendo em vista que pessoas com o mesmo rendimento podem, de acordo com sua subjetividade, ter perfis de consumo totalmente diferentes, “[...] desde o padrão de consumo, do filme a que se assiste ao tipo de lazer, à forma de se vestir, de escolher as amigas e parceiros eróticos, todo um “estilo de vida”, enfim, tende a ser, e é de fato, muito diferente” (p. 86). Assim, este trabalho parte da compreensão de que podem existir similaridades nas práticas de consumo de acordo com a renda familiar, porém, as diferenças em uma mesma faixa de renda tendem a tornar estes grupos bastante heterogêneos. Para Bauman (2008) a sociedade de consumo não faz distinção de gênero, idade, ou classe social, todos precisam consumir até mesmo aqueles empobrecidos. Neste sentido Mary Douglas (2007) afirma, “[...] as coisas cuja posse significa riqueza não são necessárias por elas mesmas, mas pelas relações sociais que elas sustentam” (p. 19). Deste modo, a pobreza não é definida por um conjunto ou falta de objetos, mas por um padrão de exclusão culturalmente e socialmente definido.

Metodologia

A metodologia utilizada na pesquisa foi entrevista semiestruturada, de caráter qualitativo, contendo perguntas abertas e fechadas, favorecendo o diálogo entre a pesquisadora e as entrevistadas. Foram convidadas para participar da pesquisa 6 (seis) famílias de baixa renda participantes dos grupos socioeducativos do Serviço de Proteção e Atendimento Integral à Família, do Centro de Referência de Assistência Social – CRAS Norte, no município de Francisco Beltrão, sudoeste do Paraná.

A coleta dos dados aconteceu no Centro de Referência de Assistência Social – CRAS Norte e, para uma família, a coleta se deu na residência em horário pré-agendado. As entrevistas foram realizadas pela pesquisadora com a referência familiar que, nas famílias pesquisadas, são mulheres. Os nomes das entrevistadas foram substituídos por pseudônimos (nomes fictícios) para preservar a identidade das participantes, também assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, onde consta o objetivo da pesquisa.

Apesar das entrevistas terem sido realizadas com a referência familiar, a pesquisa buscou compreender o consumo na família. A família é aqui entendida sob a perspectiva da Política Nacional de Assistência Social (2005, p. 41) “[...] um conjunto de pessoas que se acham unidas por laços consanguíneos, afetivos e, ou, de solidariedade”. Dessa forma, foram considerados os membros que moram no mesmo domicílio, mas isso não impediu que a relação com a família extensa também fosse observada.

Buscou-se conhecer como as práticas de consumo acontecem nestas famílias, como administram o orçamento doméstico, qual a forma de obtenção dos produtos, quais critérios de escolha são mais decisivos no momento da compra, como lidam com os períodos de escassez de recursos financeiros, a quem recorrem em períodos de dificuldades, se já foram lesadas ao comprarem produtos ou serviços, se possuem momentos de lazer e se este acontece no mercado de consumo, se possuem hortas domésticas e se os alimentos destas favorecem a alimentação da família, como ficam sabendo das promoções e produtos novos, se o preço é o principal fator de decisão de compra de um produto, a relação entre a escolaridade e as despesas da família, o conhecimento sobre o Código de Defesa do Consumidor, e como lidam com o lixo doméstico.

A análise dos dados é feita através da interpretação das entrevistas à luz de teóricos como Pierre Bourdieu, Amartya Sen, Maria Carmelita Yazbek, Juracy Parente, entre outros; e da

comparação dos dados obtidos com os da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) 2008/2009, e da Síntese de Indicadores Sociais de 2017, ambas realizadas pelo IBGE.

Resultados

Para apresentação dos resultados optou-se pela descrição dos relatos de vida colhidos durante as entrevistas. Quem são as famílias? Como vivem? Como lidam com os desafios? Como administram os recursos econômicos? Conhecer melhor a realidade das famílias a partir das práticas de consumo foi o objetivo deste estudo, uma realidade que para muitos é totalmente distinta, mas que para a maioria da população brasileira, é a realidade comum, o cotidiano. Apresenta-se a seguir as famílias pesquisadas.

Família da Ana: Família com 7 pessoas no domicílio. Ana (33 anos), seu esposo (35 anos), cinco filhos, um de 17, um de 12, um de 11, um de 4 anos e um bebê de 3 meses. Moram há um ano em uma casa alugada que é de propriedade do irmão, pagam R\$250,00 de aluguel. A renda familiar é proveniente do trabalho do seu esposo que é autônomo e está trabalhando com desmatamento, e também do programa social Bolsa Família, sendo a renda total mensal aproximadamente R\$1.000,00, e a per capita de R\$143,00. Os dias de chuva interferem no trabalho do esposo, por isso a renda dele é variável, o valor recebido do Bolsa Família traz a segurança de contar com uma quantia certa todo o mês. Tanto Ana quanto seu esposo estudaram até a 5ª série, as crianças frequentam a escola regularmente. Ana faz questão que seus filhos estudem para que tenham um futuro diferente do seu. Com a renda mensal eles pagam o aluguel, o gás, a água, a alimentação e algumas despesas variáveis, como transporte (ônibus). Participam do programa Tarifa Social de Energia Elétrica, com isso a fatura tem vindo zerada, algumas vezes cobrando R\$3,00. Estão com uma dívida acumulada na companhia de saneamento e não estão conseguindo quitar, a dívida fica em torno de R\$150,00. Os alimentos são adquiridos principalmente no supermercado uma vez por semana e em alguns meses recebem a cesta básica de alimentos do CRAS. Fazem lista de compras e sempre estão atentos às promoções, inclusive àquelas divulgadas em panfletos, no entanto, o preço não é o único fator levado em consideração no momento da compra, a qualidade de alguns produtos é importante, “o leite é o mais barato, o que a gente vai pela qualidade é a carne” (sic). Ana já comprou carne estragada e precisou voltar ao supermercado para trocar a mercadoria. Os móveis e eletrodomésticos foram adquiridos através de doação, com exceção da geladeira e do

microondas que foram comprados. A forma de pagamento escolhida geralmente é a vista em dinheiro, pois sente dificuldade em conseguir crédito devido à instabilidade da renda. O lixo da residência é separado entre reciclável e orgânico, mas relatou que algumas vezes queima lixo à noite para não incomodar os vizinhos com a fumaça, disse que já teve problemas com o serviço de coleta, pois não quiseram levar o lixo, alegando que estava misturado (orgânico e reciclável). Relatou dificuldade para chegar ao final do mês com o rendimento, e que em caso de necessidade recorre aos familiares e à comadre, geralmente para fraldas e alimentos. Não possuem uma horta doméstica, somente alguns pés de mandioca, mas que contribuem para a alimentação da família, como o solo possui muitas pedras, acha inviável plantar outros alimentos. Ao ser indagada sobre os momentos de lazer, Ana disse que não possuem. Ana não tem conhecimento sobre o Código de Defesa do Consumidor.

Família da Beatriz: Família com 5 pessoas no domicílio, Beatriz (33 anos) e quatro filhos, um de 12, 6, 5 e 2 anos. Moram há cinco meses em uma casa alugada, e o valor do aluguel é R\$300,00. A renda familiar é proveniente da pensão alimentícia e do programa social Bolsa Família, sendo um total mensal de aproximadamente R\$403,00 e a per capita de R\$80,00. Beatriz estudou até a 7ª série e as crianças frequentam a escola. Com a renda mensal pagam o aluguel, o gás, e a água. Não fazem administração do orçamento, somente pagam o que precisa. A conta da energia elétrica está atrasada, e por isso já está sem energia há alguns dias, o gás também terminou e o filho adulto que mora em outra residência “pegou o gás no nome dele” para dar à Beatriz. Os alimentos, roupas, calçados, material escolar, estão sendo adquiridos por doação, quando não recebe doação dos itens que precisam, acabam ficando sem durante um período, até que uma solução seja encontrada. No momento não estão comprando mais nada, mas quando vai ao supermercado, Beatriz costuma levar uma lista de compras e mesmo quando possui um dinheiro a mais, costuma comprar o mais barato e somente o necessário, ela diz que sempre foi assim, e que não é porque tem dinheiro que vai gastar com itens mais caros, pois esse valor pode fazer falta no futuro. Frutas e verduras não fazem parte do cardápio cotidiano, “lá de vez em quando compro banana” (sic). O panfleto é o meio pelo qual fica sabendo da existência de novos produtos e também acompanha as promoções dos supermercados. O lixo do domicílio é separado e coletado. Beatriz relatou muita dificuldade para chegar ao final do mês com o orçamento, e que, quando há necessidade e não possui recursos financeiros disponíveis, recorre aos amigos e familiares. O lazer geralmente é levar as crianças ao parque para brincar. Beatriz já ouviu falar no Código de Defesa do consumidor e

também já passou por uma situação em que se sentiu lesada ao comprar um bolo de aniversário para sua filha, o bolo, segundo ela, “estava podre”, ela solicitou a troca da mercadoria. Não possuem horta na residência.

Família da Carla: Família com 5 pessoas no domicílio, Carla (41 anos), esposo (41 anos) e seus três filhos, de 14, 8 e 1 ano. Têm residência própria e moram há dezoito anos no local. A renda familiar é proveniente do trabalho do esposo, que é autônomo e faz “bico” de jardineiro, pedreiro, etc. e do programa social Bolsa Família, sendo um total mensal de aproximadamente R\$930,00 e a per capita de R\$186,00. Carla estudou até a 8ª série. Carla relatou durante a entrevista que tenta administrar o orçamento para não se apertar, para isso, primeiro paga as contas de luz e água para não cortarem e depois compra no supermercado a comida “grosseira” uma vez por mês. Mesmo assim, relatou muita dificuldade para chegar ao final do mês com o orçamento. Frutas, legumes, verduras e carnes, somente entram no cardápio se sobrar dinheiro. Costuma pegar um panfleto de cada supermercado e comparar os preços, compra os itens mais baratos de cada loja. O feijão foi citado por Carla como um item que merece atenção no momento da compra, pois uma marca muito inferior pode não cozinhar e não ter o gosto esperado, já para o arroz o fator principal é o preço. Não faz lista de compras e verifica na cozinha os itens faltantes antes de planejar uma nova compra. Não sabe qual valor é utilizado mensalmente para a compra de alimentos, nem com produtos de higiene e limpeza; com a energia elétrica gasta em torno de R\$90,00 e com água R\$70,00. Disse que estava gastando mais de um botijão por mês, por isso resolveu comprar um fogão a lenha, agora o botijão de gás dura um mês inteiro. O valor recebido do programa Bolsa Família geralmente é destinado para as compras de roupas (em bazar) e dos materiais escolares das crianças. Quando tem uma necessidade e não possui recursos, recorre aos familiares, principalmente se for para atender algum de seus filhos. Disse que chegou a ficar um mês sem a máquina de lavar roupas, e que esse eletrodoméstico é muito importante, principalmente por facilitar a lavagem das roupas das crianças, que trocam mais vezes ao dia. Carla, então preferiu “tirar parcelada” uma máquina nova, para isso “pediu emprestado” o nome de um familiar. Carla já ouviu falar no Código de Defesa do Consumidor e também já passou por uma situação em que se sentiu lesada ao comprar uma máquina de lavar roupas, precisou acionar o Procon para solucionar. Fazem separação do lixo e o mesmo é coletado pelo serviço público de coleta. Os momentos de lazer relatados são as visitas ao sítio do cunhado de Carla. Eles possuem uma horta na residência, onde têm temperos, como salsinha e cebolinha, chuchu, e consideram que esses

alimentos advindos da horta contribuem para alimentação da família, gostariam de plantar outros alimentos, mas acham inviável devido à falta de espaço. O lixo do domicílio é separado e coletado, restos de cascas de frutas e hortaliças são aproveitados como adubo.

Família da Daniela: Família com 4 pessoas no domicílio, Daniela (36 anos), e seus três filhos, de 13, 11 e 3 anos. Têm residência própria e moram há doze anos no local. A renda familiar é proveniente do auxílio reclusão no valor de R\$954,00 e a per capita é de R\$238,50. Daniela está frequentando o ensino EJA e atualmente está cursando o 5º ano. Daniela relatou que o orçamento é administrado pagando primeiro as faturas de água (R\$60,00) e energia elétrica (possui tarifa social R\$0,00), porque sabe que se não pagar a companhia interrompe o abastecimento, em seguida faz um “rancho” grande, em torno de R\$ 500,00, utilizando uma lista de compras feita a partir da verificação do estoque, e se no próximo mês ainda possui alguns alimentos, diminui a compra. Ela reserva um dinheiro para a compra semanal das verduras e frutas, e explica que não pode comprar em grande quantidade porque elas estragam e que algumas pessoas conseguem fazer com que as frutas e verduras permaneçam mais tempo na geladeira, mas que ela não sabe como fazer. Daniela pesquisa bastante o preço dos produtos para ver onde está mais barato, se é no centro da cidade ou no bairro perto da sua casa. Ela também observa se o supermercado cobra taxa de entrega, como não possui veículo, se o preço dos produtos não for vantajoso, opta pelo local que não cobra pela entrega. Daniela, ao comprar um produto, costuma levar em consideração tanto o preço do produto, como a marca e a qualidade, e lembra “tem mercado que é sacana e coloca mais barato porque está vencendo” (sic). Ela fica sabendo da existência de um novo produto ou de promoções através dos panfletos e do grupo do *whatsapp*, onde o supermercado manda os encartes. Ela dá preferência para as compras à vista em dinheiro e reconhece que a administração do orçamento é muito importante, consegue chegar ao final do mês com dificuldades. Daniela comenta que não gosta de comprar à prestação “porque quando você vai terminar de pagar nem tem mais a coisa, o juro é muito alto pra quem compra fiado” (sic). Os momentos de lazer são fazer caminhadas, ir ao campo, passear nas casas dos parentes. Não possuem horta doméstica devido à criação dos “galizés”. O lixo do domicílio é separado e coletado, alguns restos de alimentos são utilizados para alimentar os animais. Daniela já ouviu falar no Código de Defesa do Consumidor e já procurou o Procon quando sua geladeira estragou, porém não conseguiu solucionar e acabou pagando o conserto da geladeira.

Família da Elisa: Família com 4 pessoas no domicílio, Elisa (25 anos), esposo (29 anos) e seus dois filhos, de 8, e 1 ano. Moram em uma área de ocupação faz três anos. A renda familiar é proveniente do trabalho do esposo que é servente de pedreiro, sendo a renda total média R\$1.600,00 e a per capita de R\$400,00. Como o esposo recebe por dia trabalhado a renda familiar é muito variável, dependente das condições climáticas. Elisa parou de estudar na 8ª série e pretende voltar aos estudos no próximo ano. Elisa relatou que faz “rancho” todo dia 22 no cartão, comprando produtos de higiene, limpeza e o “grosseiro”; as frutas, verduras e legumes compram a cada dez ou quinze dias. Ela considera que as compras no supermercado não precisam de muito controle, algumas vezes faz lista de compras, outras vezes “faz de cabeça”, demonstra um controle maior sobre as “continhas”, chega ao fim do mês com alguma dificuldade. Costumam usar bastante o fogão a lenha, assim o botijão de gás dura em torno de 5 meses. O esposo recebe o salário quinzenalmente, quando não consegue trabalho para o mês inteiro, acaba cortando alguns gastos, como “as bobeyras” (sic) ou deixando alguma conta atrasar. Elisa disse fazer bastante pesquisa de preço dos produtos dentro do próprio mercado e que se passa por uma gôndola e encontra algum mais barato, volta na seção para trocar, mas lembra “tem coisa que mais barato compensa, tem coisa que não” (sic). Ela também acompanha as promoções pelas redes sociais e pelos panfletos. Como não teve um bom rendimento com a produção de hortaliças na horta doméstica “não tava dando nada”(sic), começou a criar galinhas. Elisa já ouviu falar sobre o Código de Defesa do Consumidor e relatou que participou de uma palestra com a advogada do Procon no CRAS. Ela disse que já teve problemas com a garantia estendida, a falta de informação no momento da compra fez com que ela perdesse o prazo e não pudesse consertar o produto. O lixo do domicílio é separado, os restos de comida são enterrados no próprio lote, em um local que ela chama de “aterro”, já os materiais recicláveis são doados para a vizinha que mora em frente à sua casa e que trabalha com reciclagem, somente o lixo produzido no banheiro (fraldas, papel higiênico, etc.) é coletado pelo serviço público. Os momentos de lazer são passear “nós volte e meia vamo no parque levar as crianças”(sic), eles também vão no sítio do patrão do esposo de Elisa.

Família da Fátima: Família com 2 pessoas no domicílio, Fátima (21 anos) e sua filha de 1 ano. Moram em uma casa acoplada à casa de sua mãe. A renda familiar é proveniente da pensão alimentícia no valor de R\$300,00 e do programa social Bolsa Família, sendo a renda total média R\$339,00 e a per capita de R\$169,50. Fátima estudou até o 2º ano do ensino médio. Ela relatou que chega com facilidade ao final do mês com o rendimento “consigo chegar no fim do mês com

cinquenta pila, todo mês”. (sic). Isto é possível porque a rede de apoio, familiares e amigos, é muito forte. Fátima recebe alimentos plantados no quintal da avó, como mandioca, salada, batata, etc. também recebe alguns alimentos da mãe e da irmã, o tio traz algumas frutas do interior, ela também possui cebolinha plantada em sua casa. Quando vai ao supermercado compra uma quantidade grande de produtos, para durar alguns meses, e procura analisar “o que fica mais em conta”, a lista de compras é feita “na cabeça”, a compra é feita no convênio da mãe, mas sempre quita a dívida antes de completar 30 dias. A principal forma de conhecimento de um novo produto é através de panfleto, e leva em consideração, no momento da compra, tanto o preço como a qualidade da mercadoria, pois “não adianta sê barato e o produto não ser bom” (sic). A fatura da internet é dividida com a irmã e a fatura da energia elétrica é dividida com a mãe. Roupas ela raramente compra, geralmente consegue de doação. Os momentos de lazer são brincar, jogar bola, sair comer um lanche, ir na igreja “porque de vez em quando tem que rezar” (sic). Fátima já ouviu falar no Código de Defesa do Consumidor, mas nunca se sentiu lesada ao comprar um produto ou serviço. O lixo do domicílio é separado, os restos de comida servem para alimentação dos animais (cachorros) e os restos de frutas e hortaliças ela doa para seu tio levar para o interior e fazer adubo, os materiais recicláveis são coletados pelo serviço público de coleta.

Reflexão acerca dos dados coletados

Após o levantamento e análise dos dados, buscou-se aproximar as histórias de vida, olhar para as semelhanças de cada família, analisando como acontecem as práticas de consumo. Aqui, também, são observadas as diferenças, buscando compreender como cada família lida com a privação, com momentos de dificuldades, e como administram os recursos econômicos. Os resultados obtidos nesta pesquisa são comparados com outros estudos sobre o tema do consumo.

Dados da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) realizadas pelo IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística em 2008/2009, mostram que famílias com rendimento de até 2 salários mínimos gastam com alimentação certa de 27,8% do rendimento total, enquanto que, na classe superior extrema, os gastos são de 8,5%. Apesar de algumas famílias não saberem exatamente quanto do orçamento é destinado à alimentação, a pesquisa revelou que grande parte da renda familiar é gasta com alimentos e que, muitas vezes, devido à renda insuficiente, é necessária a cesta de alimentos fornecida pelo CRAS. A rede de relacionamentos, como familiares e amigos, contribui de forma significativa para alimentação da família, principalmente quando é

para atender as necessidades das crianças. Mostraram preferência na compra pelos alimentos chamados “grosseiros”; as carnes, frutas e verduras são compradas de acordo com o orçamento do mês. Bourdieu (2007) em seu livro “A distinção: crítica social do julgamento” fala sobre como a renda influencia na formação do gosto, e que aqueles que são privados da liberdade que uma renda maior proporciona, criam o “gosto da necessidade”.

O verdadeiro princípio das diferenças que se observam no campo do consumo [...], é a oposição entre os gostos de luxo (ou de liberdade) e os gostos de necessidade: os primeiros caracterizam os indivíduos que são o produto de condições materiais de existência definidas pela distância da necessidade, pelas liberdades ou [...], pelas facilidades garantidas pela posse de um capital; por sua vez, os segundos exprimem, em seu próprio ajuste, as necessidades de que são o produto. Assim, é possível deduzir os gostos populares pelos alimentos mais nutritivos e, ao mesmo tempo, mais econômicos (BOURDIEU, 2007, p.168-169).

A POF 2008/2009 também revelou que aproximadamente 75% das famílias brasileiras disseram enfrentar dificuldades para cobrir as despesas mensais com o rendimento total da família, e somente 25% fizeram referência a facilidades. Já a maioria das famílias pesquisadas (Quadro 1) fez referência a dificuldades enfrentadas para chegar ao final do mês com o rendimento e somente uma fez referência a facilidades. A família que fez referência à facilidade é a de Fátima, que tem a menor renda familiar “consigo chegar no fim do mês com cinquenta pila, todo mês” (sic). A facilidade, neste caso, justifica-se no apoio dado pelos familiares que moram próximo, sendo as trocas e doações frequentes nesta família.

Quadro 1 - Grau de dificuldade ou de facilidade da família para chegar ao fim do mês com seu rendimento.

FAMÍLIA	RENDA FAMILIAR TOTAL (R\$)	GRAU DE DIFICULDADE OU FACILIDADE
FAMÍLIA ANA	1.000,00	DIFICULDADE
FAMÍLIA BEATRIZ	403,00	MUITA DIFICULDADE
FAMÍLIA CARLA	930,00	MUITA DIFICULDADE
FAMÍLIA DANIELA	954,00	DIFICULDADE
FAMÍLIA ELISA	1.600,00	ALGUMA DIFICULDADE
FAMÍLIA FÁTIMA	339,00	FACILIDADE

Fonte: Compilado pelas autoras.

A produção de hortaliças nos quintais pode contribuir de forma significativa para a alimentação da família e, conseqüentemente, para o orçamento familiar. No entanto, a produção, nas famílias pesquisadas, ainda é muito pequena, ou nula. Vários aspectos influenciam na opção de ter uma horta em casa, desde o espaço apropriado, a luminosidade, animais, o tempo, e a afinidade com o trabalho de hortelão. Por exemplo, Daniela não tem uma horta por causa da sua criação de “galizés”. Na realidade, ela até poderia ter hortaliças plantadas desde que estivessem totalmente protegidas (com telas, etc.) dos animais. Elisa, disse que sua horta “não tava dando nada” provavelmente devido à falta de sol no local, e achou mais vantajoso começar a criar galinhas. Fátima, apesar de ter apenas temperos em sua casa, recebe vários alimentos da horta da sua avó. Ana considera o solo de seu quintal inapropriado para o plantio, mesmo assim, seu esposo plantou alguns pés de mandioca que contribuiriam na alimentação da família. Para Carla a falta de espaço é o principal motivo de não terem mais alimentos plantados.

A escolaridade é um fator que influencia consideravelmente a composição da despesa média familiar, quanto maior os anos de estudo, maior é a despesa da família. A renda média mensal das famílias atendidas é aproximadamente R\$871,00, a maioria das mulheres possui ensino fundamental incompleto, somente uma possui ensino médio incompleto. A POF 2008/2009 aponta que a renda média mensal monetária das famílias em que a pessoa de referência estudou de 4 a 7 anos é em torno de R\$1.608,60 (IBGE, 2010). Assim, observa-se que a renda média mensal das famílias pesquisadas é quase a metade da média nacional. Outro dado relevante é o da *Síntese de Indicadores Sociais: uma análise das condições de vida da população brasileira: 2017*, que mostrou que o rendimento dos trabalhadores com ensino superior ou mais é cerca de 4 vezes o rendimento dos trabalhadores sem instrução ou com ensino fundamental incompleto (IBGE, 2017).

A existência de alguns bens como geladeira, máquina de lavar roupas, acesso a internet, têm papel essencial para a qualidade de vida das famílias. De acordo com o IBGE (2017), em 2016, a máquina de lavar roupas estava presente em apenas 34,7% dos domicílios com renda mensal abaixo de 622,00. O uso da máquina de lavar roupas foi mencionado por Carla como muito importante, principalmente por facilitar a lavagem das roupas das crianças, que trocam mais vezes ao dia. Disse que chegou a ficar um mês sem a máquina, sua cunhada até ofereceu a dela emprestada, mas preferiu não aceitar devido ao medo de que este bem estragasse e não tivesse como pagar para consertar, e ainda ficasse sem. Carla, então preferiu “tirar parcelada” uma máquina nova, para isso “pediu emprestado” o nome de um familiar.

Para as famílias de baixa renda o preço é um fator fundamental na escolha dos produtos, mas não o único. A qualidade de alguns itens se mostrou mais decisivo que o preço no momento da compra. Parente (2006, p. 41) diz que famílias de “[...] baixa renda tem um compromisso muito grande com o orçamento familiar e não tem muita flexibilidade para erros”, assim, os poucos recursos de que dispõem precisam ser gastos de forma que atendam às necessidades das famílias, e que não sejam desperdiçados com produtos com defeitos. Isso foi percebido no relato de algumas mulheres ao citarem a qualidade de alguns produtos como fundamental, por exemplo, para Ana “o leite é o mais barato, o que a gente vai pela qualidade é a carne” (sic). Ana já comprou carne estragada e precisou voltar ao supermercado para trocar a mercadoria, a experiência mostrou a importância da atenção no momento da compra. O feijão foi citado por Carla como um item que merece cuidado, pois uma marca muito inferior pode não cozinhar e não ter o gosto esperado, já para o arroz o fator principal é o preço. Daniela leva em consideração tanto o preço do produto, como a marca e a qualidade e lembra “tem mercado que é sacana e coloca mais barato porque está vencendo”(sic). Fátima alerta “não adianta ser barato e o produto não ser bom”(sic). Para Elisa “tem coisa que mais barato compensa, tem coisa que não”(sic).

Um estudo sobre os hábitos de consumo, realizado com beneficiários do Programa Bolsa Família na cidade de São Gonçalo do Amarante no Rio Grande do Norte, revelou que o preço, se comparado com marca ou qualidade, é o principal critério na escolha dos itens, sendo a marca o segundo critério mais importante (PAIVA, 2017).

O aumento de preço dos produtos essenciais, como o botijão de gás, faz com que famílias de baixa renda optem por diferentes alternativas para suprir suas necessidades, como empréstimos de familiares ou amigos, utilização de fogão a lenha, corte de outros gastos, entre outros. O gás de cozinha, por exemplo, aumentou 17% nos últimos 12 meses, segundo o levantamento de preços da Agência Nacional do Petróleo (ANP), consumindo 40% dos orçamentos das famílias mais pobres (BBC NEWS, 2018). Carla relatou que estava gastando mais de um botijão por mês e o valor gasto na compra estava pesando no orçamento, a ideia encontrada para solucionar o problema foi a compra de um fogão a lenha, o botijão de gás passou a durar o mês inteiro. Elisa também usa bastante o fogão a lenha, assim o botijão de gás dura em torno de 5 meses.

Beatriz relatou que, no último mês, chegou a ficar alguns dias sem gás para cozinhar os alimentos, o problema da falta de gás só foi solucionado porque seu filho, já casado, “pegou o gás no nome dele”(sic) e entregou para ela. A falta de gás não foi o único problema enfrentado nos últimos dias pela família de Beatriz, a dívida acumulada de energia elétrica fez com que, mesmo

com o parcelamento, o valor a pagar ficasse muito alto, como possui mais de duas faturas em atraso a companhia de energia suspendeu o abastecimento. Sem energia, a vida que já está muito difícil, se torna ainda mais complicada. A solução pensada por Beatriz, ao ser indagada na pesquisa sobre como iria resolver a situação, foi pedir dinheiro emprestado para a mãe, mas lembra que mesmo a mãe também passa por dificuldades e pode não ter dinheiro para emprestar.

A falta de acesso a bens essenciais devido ao orçamento restrito é discutida por Amartya Sen (2000) no livro *Desenvolvimento como Liberdade*. O autor fala sobre como a pobreza e a carência de oportunidades econômicas são as principais fontes de privação da liberdade, roubando “[...] das pessoas a liberdade de saciar a fome, de obter uma nutrição satisfatória, ou remédios para doenças tratáveis, a oportunidade de vestir-se ou morar de modo apropriado [...]” (p. 18) e que “[...] a privação da liberdade econômica, na forma de pobreza extrema, pode tornar a pessoa uma presa indefesa na violação de outros tipos de liberdade” (p. 23).

Ao considerar que o acesso à renda garante o acesso aos meios de subsistência, uma renda baixa dificulta a realização dos direitos humanos fundamentais. A Declaração Universal dos Direitos Humanos diz, em seu Art. 25, que:

Toda a pessoa tem direito a um nível de vida suficiente para lhe assegurar e à sua família a saúde e o bem-estar, principalmente quanto à alimentação, ao vestuário, ao alojamento, à assistência médica e ainda quanto aos serviços sociais necessários, e tem direito à segurança no desemprego, na doença, na invalidez, na viuvez, na velhice ou noutros casos de perda de meios de subsistência por circunstâncias independentes da sua vontade. (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS, 1948).

As famílias “[...] enfrentam cotidianamente o confisco de seus direitos mais elementares” (YAZBEK, 2006, p. 83), as instabilidades da renda no mercado informal faz com que as famílias desenvolvam estratégias para lidar com imprevistos, deixam uma conta atrasar, cortam gastos considerados supérfluos, como “as bobadeiras”, ou recorrem à rede de apoio, os familiares, amigos e à proteção social. É importante destacar que a distinção entre necessidades básicas e supérfluas é construída culturalmente e pode ser utilizada politicamente e socialmente para controlar o consumo em famílias menos favorecidas economicamente, assim, “[...] suprir faltas e carências definidas culturalmente como básicas é considerado digno, enquanto aquele orientado para a reprodução de certos estilos de vida [...] é percebido como inadequado ou irresponsável” (BARBOSA; CAMPBELL, 2006, p. 39) No entanto, o consumo não pode ser compreendido como uma atividade sempre coerente e que obedece uma hierarquia de básicos e supérfluos.

As famílias mostraram uma preferência por pagar as contas em dinheiro. Daniela comenta que não gosta de comprar à prestação “porque quando você vai terminar de pagar nem tem mais a coisa, o juro é muito alto pra quem compra fiado” (sic), no supermercado só utiliza o cartão em casos de extrema necessidade, se não, sempre dá preferência pelo dinheiro. As compras à vista, em dinheiro, preferidas por todas as famílias, são vistas como práticas positivas, pois evitam que a renda seja gasta com juros e ainda possibilita o ganho de descontos.

Apenas Ana não possui conhecimento sobre o Código de Defesa do Consumidor, no entanto, já se sentiu lesada ao comprar uma carne que estava estragada, precisou pedir para seu esposo voltar ao supermercado para trocar a mercadoria. Beatriz já comprou um bolo de aniversário que, segundo ela, estava “podre” e causou até problemas digestivos em algumas pessoas que o consumiram, ela resolveu a situação indo até o supermercado e solicitando a troca do restante do bolo, pegou em troca um bolo “Nega Maluca” e a diferença do valor pago. Já o caso de Carla precisou da ajuda do Órgão Proteção e Defesa dos Direitos dos Consumidores, o Procon. Carla comprou uma máquina de lavar roupas que apresentou defeito, a loja mandou para garantia, porém o defeito não foi solucionado em um prazo de 6 meses. Carla procurou o Procon, teve seu dinheiro de volta e pode comprar outra máquina. O caso de Daniela não teve resolução, sua geladeira estragou devido à queda constante de energia e mesmo procurando o Procon não conseguiu solucionar, acabou pagando o conserto da geladeira. Elisa disse que já teve problemas com a garantia estendida, a falta de informação no momento da compra fez com que ela perdesse o prazo da garantia e não pudesse consertar o produto. Somente Fátima nunca se sentiu lesada ao comprar um produto ou contratar um serviço. Dessa forma, considera-se que a informação sobre os direitos do consumidor, constantes no Código de Defesa do Consumidor e em outras Leis específicas, pode contribuir para autonomia das famílias, fazendo com que consigam agir de forma preventiva e mais resolutiva, em caso de problemas.

Em relação à habitação, as famílias apresentaram situações distintas. Ana e Beatriz moram em casa alugada, pagando R\$250,00 e R\$300, respectivamente. Carla possui casa própria e estava reformando-a, porém o dinheiro reservado para a reforma acabou sendo gasto com seu tratamento de saúde; agora, a obra está paralisada e, enquanto isso, está morando em uma casa improvisada nos fundos do lote. Daniela possui casa própria. Elisa mora em uma área de ocupação urbana, relatou que no início moravam em um barraco, depois conseguiram construir uma casa e até fazer algumas melhorias. Fátima está aguardando ser contemplada no sistema habitacional popular do município e, enquanto isso, construiu três cômodos acoplados à casa da mãe.

O aluguel, a irregularidade fundiária, a casa improvisada, certamente são angústias vivenciadas pelas famílias. Existe uma diferença entre *estar* em uma casa e *ter* uma casa adequada às necessidades da família. A situação habitacional que vivenciam interfere, significativamente, a qualidade de vida das famílias.

O lixo, nas residências, é separado entre orgânico e reciclável. O orgânico é destinado tanto para a alimentação dos animais, geralmente cachorros e aves, e também é utilizado como adubo para as plantas. O reciclável é coletado pela empresa contratada pela prefeitura municipal e, somente na casa de Fátima, o lixo reciclável é doado para uma vizinha. A separação do lixo é indispensável para o consumo responsável, no entanto, um aspecto a ser observado é o quanto desse lixo é realmente reciclado, assim, a preferência por produtos a granel ou que não venham embalados, precisa ser estimulada. O lixo orgânico, se bem aproveitado na residência, pode contribuir para a diminuição dos aterros sanitários.

Para a maioria das famílias, os momentos de lazer são passear no parque, levar as crianças para brincar, ir para o sítio de algum familiar ou amigo. Também foi citado jogar bola, sair comer um lanche, ir à igreja, caminhar, almoçar na casa de algum familiar. São momentos que fogem da rotina, em que encontram pessoas queridas, coisas simples, envolvendo poucos recursos financeiros. Ana foi a única que disse não ter momentos de lazer, talvez pelas dificuldades do dia a dia, ela não esteja conseguindo ter momentos prazerosos.

Considerações finais

Após a realização da pesquisa, conclui-se que o consumo nas famílias pesquisadas acontece não apenas pela forma tradicional de compra e venda de mercadorias, mas que as trocas e doações fazem parte do cotidiano. Familiares, amigos, vizinhos, e o CRAS, funcionam como rede de apoio e proteção contra os infortúnios da vida, fazendo com que em momentos de necessidade a família tenha a quem recorrer. Ressalta-se a importância do trabalho social com famílias, desenvolvido no PAIF, que busca o fortalecimento dos vínculos sociais e comunitários.

O trabalho no mercado informal, a falta até mesmo deste trabalho, a renda baixa, variável, inconstante, tornam essas famílias vulneráveis; e o planejamento do orçamento acaba sendo para suprir necessidades imediatas. Por isso, políticas públicas que visem à inserção no mercado formal são relevantes e promovem a segurança da renda, um dos objetivos da Política Nacional de

Assistência Social (2005). Também é necessário estimular um planejamento de médio e longo prazo, como forma de proteção contra imprevistos e também para a realização de metas/sonhos.

O empoderamento das famílias, no que concerne aos direitos dos consumidores, pode contribuir na resolução de problemas enfrentados no mercado de consumo, tendo em vista que já foram lesadas ao comprar produtos. Também, se faz necessário, orientações para as famílias que possuem dívidas com as companhias de abastecimento de energia e de água, objetivando a quitação da dívida; incentivar a economia de energia e de água visando o consumo responsável dos recursos naturais e para que os valores não excedam os limites dos programas de tarifa social.

As pesquisas de preços foram relatadas por todas as famílias, no entanto, como estão sempre buscando promoções como forma de economizar nas despesas, alerta-se que a publicidade de um produto em oferta pode levar a uma compra desnecessária, fazendo com que em vez de economizar, no final do mês as despesas se tornem maiores. A prática de fazer a lista de compras “na cabeça”, ou de não fazer, pode dificultar o controle racional das despesas, deixando mais vulnerável às compras por impulso e levando a erros na previsão dos gastos. Saber quanto exatamente é gasto no supermercado e com o que, também pode contribuir para a identificação de compras mal planejadas e possibilitar um controle maior sobre o orçamento.

A produção de frutas e hortaliças ainda é pouco utilizada pelas famílias participantes da pesquisa. Ter uma horta em casa além de contribuir para uma alimentação mais saudável, também reduz as despesas no supermercado, ampliando o orçamento familiar. Informações sobre técnicas de conservação dos alimentos podem contribuir na variedade da alimentação da família, evitando que os alimentos estraguem e sejam descartados, e possibilitando que aproveitem o preço das frutas e hortaliças em períodos de safra. Informações visando o aproveitamento integral dos alimentos contribuem na redução de novas despesas e evita que, partes que podem ser aproveitadas, sejam descartadas.

O estudo sobre o comportamento do consumidor, especialmente o de baixa renda, pode contribuir para o desenvolvimento de políticas públicas que visem à proteção dos direitos e o desenvolvimento da autonomia, proporcionando escolhas mais conscientes e responsáveis e contribuindo para a melhoria da qualidade de vida das famílias. Novas pesquisas se fazem necessárias, principalmente buscando conhecer, mais profundamente, a realidade das famílias de baixa renda.

Os resultados da pesquisa subsidiarão o planejamento de oficinas socioeducativas, visando o planejamento do orçamento familiar, o melhor aproveitamento dos recursos econômicos, a

quitação de dívidas, a promoção dos direitos dos consumidores, a produção de frutas e hortaliças nos quintais, e o consumo consciente. A produção de frutas e hortaliças poderá ser ampliada através de assistência técnica, que elucidará as principais dúvidas e dificuldades apresentadas pelas famílias.

Referências

BARBOSA, Lívia; CAMPBELL, Colin. **Cultura, Consumo e Identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

BBC NEWS BRASIL. **Botijão de gás já consome 40% da renda de famílias mais pobres**. São Paulo, 15 de junho de 2018. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-44488761>>. Acesso em: 19 jun 2018.

BRASIL. **Código de Defesa do Consumidor**. Lei nº 8.078, de 11/09/1990. Brasília, Brasil: DOU.

BRASIL. **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. Brasília, Brasil: DOU.

BRASIL. **Política Nacional de Assistência Social (PNAS). Norma Operacional Básica NOB/SUAS**. Brasília: Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome, 2005. Disponível em: http://www.mds.gov.br/webarquivos/publicacao/assistencia_social/Normativas/PNAS2002.pdf. Acesso em: 22 jun 2018.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BRANDINI, Valéria. Por uma etnografia das práticas de consumo. **Comunicação, mídia e consumo**: São Paulo, v. 4, n. 9, p. 153 – 169, 2007. Disponível em: <http://valeriabrandini.com/wp-content/uploads/2016/10/por-uma-etnografia-das-praticas-de-consumo.pdf>. Acesso em: 24 jun 2018.

BOURDIEU, Pierre. **A Distinção: crítica social do julgamento**. 1ed. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk, 2007.

CALLEGARO, CARLOS A. A procura da generalização da “Lei de Engel”. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, São Paulo, v. 17, n. 1, 1982. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/19262/a-procura-da-generalizacao-da-lei-de-engel->>

DOUGLAS, Mary. O Mundo dos Bens, vinte anos depois. **Horizontes Antropológicos**: Porto Alegre, ano 13, n. 28, p. 17-22, 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ha/v13n28/a02v1328.pdf>. Acesso em: 24 jun 2018.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2002.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009**: despesas, rendimento e condições de vida. Rio de Janeiro: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2010. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv45130.pdf>. Acesso em 20 jun 2018.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Síntese de indicadores sociais : uma análise das condições de vida da população brasileira : 2017** / IBGE, Coordenação de População e Indicadores Sociais. - Rio de Janeiro: IBGE, 2017. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101459.pdf>. Acesso em 22 jun 2018.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Declaração Universal dos Direitos Humanos, 1948**. Rio de Janeiro: UNIC, 2009. Disponível em: <<http://www.onu.org.br/img/2014/09/DUDH.pdf>>. Acesso em: 21 Jun 2018.

PARENTE, Juracy G.; BARKI, Edgard. Varejo para baixa renda. **GV- executivo**, vol.5, n.1, fev./abr. 2006.

PAIVA, Adenilton Silva de. Hábitos de consumo de um grupo de beneficiários residentes do programa bolsa família: o caso da comunidade de coqueiros em São Gonçalo do Amarante/RN. **Monografia**. Natal: UFRN, 2017. Disponível em: <https://monografias.ufrn.br/jspui/handle/123456789/6326>. Acesso em: 18 jun 2018.

SEN, Amartya. **Desenvolvimento como Liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SOUZA, Milena Costa de. **Sociologia do Consumo e Indústria Cultural**. [livro eletrônico]. Curitiba: Intersaberes, 2017.

SAMARA, Beatriz Santos; MORSCH, Marco Aurélio. **Comportamento do Consumidor: conceitos e casos**. [livro eletrônico]. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

SILVA, Ana Beatriz Barbosa Silva. **Mentes Consumistas: do consumo à compulsão por compras**. 1. ed. São Paulo: Globo, 2014.

SOUZA, Jessé. **A Elite do Atraso: da escravidão à lava jato**. Rio de Janeiro: Leya, 2017.

SILVA, Hermes Moretti Ribeiro da; PARENTE, Juracy Gomes; KATO, Heitor Takashi. Segmentação da baixa renda baseado no orçamento familiar. **Revista de Administração FACES Journal**, v. 8, n. 4, p. 98-114, 2009. Disponível em: <https://gvpesquisa.fgv.br/sites/gvpesquisa.fgv.br/files/arquivos/juracy_parente_-_segmentacao_baixa_renda.pdf>. Acesso em: 17 jun 2018.

YAZBEK, Maria Carmelita. **Classes subalternas e assistência social**. 5ª ed. São Paulo: Cortez, 2006.