

## Trabalho, Consumo e Identidade Após a Primeira Gestação: Um Estudo Exploratório.

**Autoria:** Barbara Pagliari Levy, Leticia Moreira Casotti, Lucia Barbosa de Oliveira

**Resumo:** Uma corrente de pesquisadores vem questionando a centralidade do trabalho na expressão da identidade dos indivíduos na atualidade, espaço que estaria sendo ocupado pelo consumo (Bauman, 2001, 2005b; Ransome, 2005). Outro grupo, porém, defende que o trabalho permanece um elemento central da identidade (Antunes, 2002; Doherty, 2009; Gini, 1998). No entanto, poucos autores parecem buscar integrar estes dois elementos tão destacados para a formação da identidade: trabalho e consumo (Bauman, 2001, 2005b; Ransome, 2005; Rodrigues, 2009; Veloso, 2008). Além disto, ao se considerar o grupo de mulheres que trabalham e têm filhos – grupo que tem recebido grande atenção em função da crescente participação no mercado de trabalho e de sua responsabilidade ainda predominante no cuidado da casa e dos filhos (Madalozzo, Martins, & Shiratori, 2008) – não foi encontrado nenhum estudo que investigasse como as mulheres lidam com os múltiplos papéis: de mãe, trabalhadora e consumidora. Este estudo exploratório tem como objetivo compreender mudanças na identidade da mulher a partir de sua relação com o trabalho e com o consumo após a primeira gestação. Foram feitas 19 entrevistas em profundidade com mulheres de classe alta no Rio de Janeiro. A opção este perfil deve-se às evidências de que maior renda e maior nível educacional estão associadas a uma maior preocupação com carreira profissional (Volling & Belsky, 1993) e ao fato de poder aquisitivo implicar em mais opções em termos de trabalho e consumo. Entre os resultados, destaca-se a importância do trabalho como formador da identidade das mulheres entrevistadas. Mesmo tendo que acomodar o tempo para a dedicação ao papel de mães, elas expressam não admitir a possibilidade de parar de trabalhar. No entanto, emergem inseguranças sobre uma possível perda de competitividade profissional, tanto pela ausência na licença maternidade, quanto pelo acúmulo de papéis. A volta ao trabalho, enquanto ocasiona sofrimento pela separação do filho, também permite que elas retomem sua identidade extra-maternidade, o trabalho assim emprestando significado social para as novas mães. A gestão do tempo é feita com a ajuda de terceiros – babás, creches e família cuidadora – permitindo que elas se dediquem também ao papel profissional. Com a chegada do filho, observa-se uma mudança nos cuidados pessoais, que perdem prioridade e passam a ser realizados nas brechas de tempo. Conforme o filho cresce e demanda menos tempo, algumas começam a vislumbrar a possibilidade de voltarem a cuidar mais de si mesmas. O *self* estendido (Belk, 1988, 1990; Mittal, 2006) mostrou-se presente em diferentes elementos, desde roupas e acessórios, até objetos e ambientes da casa. Como conclusão, tem-se a importância do trabalho, do consumo e da maternidade na formação da identidade destas mulheres. O trabalho emerge com um papel no desempenho da identidade de mãe, como um dos valores importantes a serem transmitidos aos filhos. Além disso, algumas entrevistadas demonstraram medo de se tornarem “burras” ou “desinteressantes” quando afastadas do trabalho, apontando para uma possível desvalorização da identidade de mãe em relação à identidade profissional.

## 1. INTRODUÇÃO

Uma corrente de pesquisadores vem questionando a centralidade do trabalho na expressão da identidade dos indivíduos na atualidade, espaço este que estaria sendo ocupado pelo consumo (Bauman, 2001, 2005b; Ransome, 2005). Outro grupo, porém, defende que o trabalho permanece um elemento central da identidade (Doherty, 2009; Gini, 1998). Paralelamente, autores ligados à área de comportamento do consumidor têm se preocupado em estudar a relação entre identidade e consumo (Belk, 1988, 1990; Holt, 1995; Mittal, 2006). A questão formulada no livro de Fromm (1987) – “ter ou ser?” – parece ter sido atualizada para “ter é ser” (Saren, 2007), em uma sociedade definida como “de consumo” ou “para o consumo”, como enfatizou Bauman (2007). No entanto, poucos autores parecem ter buscado integrar estes dois elementos tão destacados para a formação da identidade: trabalho e consumo (Bauman, 2001, 2005b; Ransome, 2005; Rodrigues, 2009; Veloso, 2008). Além disso, quando se considera mulheres que trabalham e têm filhos – grupo que tem recebido grande atenção em função da crescente participação das mulheres no mercado de trabalho e de sua responsabilidade ainda predominante pelo cuidado da casa e dos filhos (Madalozzo, Martins & Shiratori, 2008) –, não foi encontrado nenhum estudo que investigasse como as mulheres lidam com esses múltiplos papéis – de mãe, trabalhadora e consumidora.

Desta forma, este estudo exploratório tem como objetivo compreender mudanças na identidade da mulher a partir de sua relação com o trabalho e com o consumo após a primeira gestação. Para tanto, foram feitas 19 entrevistas em profundidade com mulheres de classe alta no Rio de Janeiro. A opção por mulheres de classes afluentes deve-se às evidências de que maior renda e maior nível educacional estão associadas a uma maior preocupação com a carreira profissional (Volling & Belsky, 1993) e ao fato de que poder aquisitivo implica em maiores opções em termos de trabalho e consumo – algumas entrevistadas, por exemplo, poderiam ter optado por não trabalhar face às novas demandas provenientes da maternidade. Cabe observar também que o interesse por esse tema, particularmente no caso brasileiro, tem sido reforçado não só pelo crescimento da participação das mulheres no mercado de trabalho, hoje equivalente a mais metade da população feminina em idade ativa, mas também pelo rápido decréscimo da taxa de fecundidade, atualmente em 1,9 filho por mulher (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2010). Para gerações anteriores, a maternidade era o principal caminho para o reconhecimento social. As novas gerações, no entanto, parecem ter a gravidez como uma escolha, já que podem ser reconhecidas por outros fatores, incluindo as realizações profissionais.

Assim, a escolha do tema se inspira nesta complexa relação entre trabalho e consumo na construção de identidade, mas também leva em conta o momento em que se passa a vivenciar a identidade de mãe. Cabe destacar, ainda, a multidisciplinaridade do estudo, que busca relacionar a identidade profissional, tema estudado pela área de gestão de pessoas e relações de trabalho, com o tema consumo e identidade, central à área de marketing e comportamento do consumidor.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 O Conceito de Identidade

A identidade é o mecanismo básico que as pessoas utilizam para se distinguirem umas das outras, tanto de forma individual quanto coletiva (Jenkins, 2005). É o equivalente à pergunta “quem sou eu?” (Bauman, 2005a, p. 75), e pode ser definida como “a capacidade que os humanos têm (...) de saber ‘quem é quem’” (Jenkins, 2005, p. 5). A identidade não é pré-determinada, nem estática no tempo, sendo formada por um processo contínuo de identificação, de “estar” e “se tornar” (Bauman, 2005a; Jenkins, 2005). Bauman (2005a) faz

uma distinção entre identidades impostas e escolhidas, destacando a possibilidade de conflitos entre essas múltiplas identidades. O autor diz, ainda, que a identidade escolhida deve ser conquistada, por meio de esforço e luta. Mesmo estando presente no imaginário das pessoas e de ser criada em suas mentes, a identidade tem consequências reais, pois é reproduzida no discurso e nas ações. Ao fazer uma associação direta entre identidade e ação – incluindo o trabalho e o consumo –, Ransome (2005) destaca que identidade não pode existir sem ação, pois esta seria a expressão daquela.

Ransome (2005) propõe que a identidade é determinada tanto por fatores ambientais, quanto por aspectos psicológicos e da personalidade do indivíduo, fazendo com que a identidade seja particular a cada ser. No entanto, como a forma de se expressar a identidade é dada segundo seu significado social, a expressão da identidade não é exclusiva de cada pessoa. Jenkins (2005, p. 20), por sua vez, afirma que a identificação se dá de modo individual e também coletivamente. No processo de identificação individual, há predominância das avaliações de *diferenças* em relação aos outros – “o reconhecimento do ‘nós’ depende principalmente de não sermos ‘eles’”. A identificação coletiva, por sua vez, estaria mais fortemente baseada nas *similaridades* entre os indivíduos que compõem o grupo, ou seja, em se enxergar o grupo como sendo coeso.

Alguns autores escreveram sobre identidade na pós-modernidade, ou modernidade tardia. Hall (2005), por exemplo, acredita que as mudanças estruturais ocorridas na sociedade geraram o deslocamento e a fragmentação da identidade. Se antes o indivíduo era visto como um sujeito unificado e com identidade fixa, na passagem para a pós-modernidade a identidade fragmenta-se e é aberta a oportunidade de surgimento de novas identidades, que podem ser multifacetadas e, muitas vezes, antagônicas. De acordo com Bauman (2005a, 2005b), na “modernidade líquida” ocorreriam mudanças constantes nas diversas identidades de um indivíduo. A renovação das identidades – através das trocas e decisões por quais manter e por quanto tempo – seria um processo infundável.

## 2.2 Consumo e Identidade

Na literatura que trata de consumo e identidade, é comum considerar-se os termos *self*, significado do *self* e identidade como sinônimos (Ayrosa, Figale & Tucci, 2008), representando como os indivíduos percebem a si mesmos, de forma subjetiva e segundo seu próprio ponto de vista. Para Belk (1988), o *self* está no nível individual e pode ser estendido através da posse de bens. Já Mittal (2006) faz uma distinção entre “*I*” (eu) e “*Me*” (mim). Para o autor, o “eu” é como a pessoa vê a si mesma, ou seja, é o conceito ou a identidade que uma pessoa acredita ter e que está intimamente ligado àquilo que compra e consome. Já o “mim” é como a pessoa acredita que os outros a veem. A diferença entre o “eu” e o “mim” costuma gerar uma tensão, podendo ser resolvida de três formas: por meio da mudança de grupo de referência (procurando pessoas que confirmem a visão que temos de nós mesmos), pela educação (buscando mudar a avaliação que fazem de nós), ou ainda pela mudança do consumo (mudando pelo menos visualmente, para parecer diferente do que é).

Diversos elementos de consumo são associados à formação e expressão da identidade, como, por exemplo, a questão dos cuidados com o corpo para formar, proteger e externar a identidade. O uso de roupas transcenderia a proteção do corpo, sendo também uma manifestação simbólica de exteriorização da autoidentidade (Giddens, 2002). Para Bauman (2005), dependendo da afluência, o indivíduo pode adquirir objetos que caracterizem a identidade escolhida, como roupas e acessórios. Estas aquisições fazem parte do conceito mais amplo de “*self* estendido” (*extended self*) abordado por Belk (1988): a ideia de que objetos e posses são parte da identidade das pessoas, como bens, pessoas, lugares e até mesmo partes do corpo e órgãos vitais – eles ajudam a criar a identidade de uma pessoa e são, ao

mesmo tempo, reflexo exterior de sua identidade. O autor defende a ideia de que as pessoas são aquilo que possuem. O processo de extensão do *self* pode ser consciente ou inconsciente, ocorrendo de modo intencional ou não. Para Mittal (2006), os processos para a formação do *self* estendido podem ser agrupados em seis diferentes categorias: 1) a livre escolha do que se está adquirindo, como a escolha da marca de uma roupa; 2) o investimento de recursos na aquisição de bens, ou seja, ao se gastar dinheiro, tempo ou mesmo energia na aquisição de um bem, ele tende a ficar mais ligado à identidade da pessoa que o comprou; 3) investimento de recursos no uso do bem, como no caso da sua customização; 4) a ligação formada pelo uso ou convívio com o produto, como no caso dos animais de estimação; 5) as coleções, que demandam um grande investimento de tempo, esforço, energia e até de dinheiro; e 6) as memórias, ou seja, objetos que remetem à biografia da pessoa fazem parte de sua própria história.

A composição e sucessão de bens na formação e expressão da identidade do indivíduo também são tratadas por McCracken (2003). Segundo o autor, os bens de consumo apresentariam alguma complementaridade entre si e mantidos agrupados pelo que denomina “efeito Diderot”. Geralmente, o efeito Diderot ocasiona a manutenção da unidade contra possíveis intrusos que tragam significados diferentes daquele contido na unidade atual. O efeito Diderot acaba provocando outro fenômeno: o efeito catraca. Ou seja, o indivíduo é compelido a elevar cada vez mais o seu padrão de consumo, sem que se permita fazer o movimento contrário, de retorno. Isto provocaria a impossibilidade da satisfação no consumo, fazendo com que se buscasse sempre aumentar o padrão de compras (McCracken, 2003).

### 2.3 Trabalho e Identidade

Na sociedade industrial, parece haver consenso de que o trabalho ocupava posição central na formação da identidade dos indivíduos. Essa *sociedade baseada no trabalho* (Ransome, 2005) caracteriza-se pelo predomínio do setor industrial na geração de emprego e renda, e pela concentração de trabalhadores assalariados nas fábricas e nas empresas (De Masi, 2000). Segundo a ética do trabalho surgida nesse período, é esperado que todos trabalhem. Não trabalhar seria uma situação anormal, mesmo que o indivíduo acreditasse ter conquistado tudo o que queria (Bauman, 2005b). O trabalho representava um “esforço coletivo” para o qual todas as pessoas deveriam contribuir (Bauman, 2001).

A centralidade do trabalho, associada à identificação com o papel de trabalhador, é definida como a crença na importância do trabalho na vida (Hirschfeld & Feild, 2000). Esta importância pode ser observada, de um ponto de vista concreto, por inúmeros indicadores: os anos dedicados à preparação para o exercício de uma profissão, a quantidade de tempo dedicada ao trabalho, sua relevância como forma de sobrevivência e ainda seu papel na construção da identidade dos sujeitos (Salanova, Gracia & Peiró, 1996). Além disso, estudos sobre valores no trabalho indicam que as pessoas trabalham por diversas razões ou motivações. Na tradicional pesquisa sobre significado do trabalho, o grupo de pesquisa MOW (1987) distingue seis valores associados ao trabalho: status e prestígio, remuneração, manter a pessoa ocupada, contatos interpessoais, serviço à sociedade e auto-expressividade.

Na pós-modernidade, com as profundas mudanças na organização e nas relações de trabalho, começa-se a questionar a centralidade do trabalho, sem que, no entanto, haja consenso entre os pesquisadores. Enquanto Bauman (2001) e Ransome (2005) estão entre os que acreditam que a sociedade está cada vez mais orientada para o consumo, outros questionam a tese da perda da centralidade do trabalho (Antunes, 2002; Doherty, 2009; Gini, 1998). Com o futuro cada vez mais incerto, relações de trabalho orientadas pela lógica do mercado (Cappelli, 1999) e organizações voltadas à flexibilidade (Harvey, 2004), o compromisso de longo prazo que unia trabalhadores e capitalistas, a despeito de seus

antagonismos, deixa de existir (Bauman, 2001), fragilizando a própria relação do indivíduo com seu trabalho.

Nesse sentido, Bauman (2001) defende que o trabalho estaria se tornando um elemento “estético” na vida dos indivíduos. A sociedade da pós-modernidade deixaria de ser uma “sociedade de produtores” para se tornar uma “sociedade de consumidores”, onde a diferença básica está em o que une seus membros – se antes era principalmente em torno do trabalho, passa a ser primordialmente em torno da capacidade de consumir (Bauman, 2005b). Na mesma linha, Ransome (2005) define a *sociedade baseada no consumo* como sendo marcada pela busca da satisfação por meio do consumo de itens de ordem mais complexa e abstrata, a partir da afluência: os indivíduos passariam a consumir além dos itens de necessidade e a se envolver com atividades de lazer, reduzindo a importância relativa do trabalho em suas vidas – e, portanto, na expressão de suas identidades. Na sociedade baseada no consumo, o trabalho serviria para a obtenção de prazer, lazer e diversão, sendo a autogratificação uma forma de legitimação dessa sociedade (Ransome, 2005).

Por outro lado, Gini (1998) destaca o fenômeno da dedicação de um maior número de horas ao trabalho, que estaria muitas vezes associado à autovalorização do indivíduo e à busca por status profissional, sendo o trabalho central à expressão da identidade. Doherty (2009) também procura mostrar que o trabalho permanece uma fonte importante de identidade, promovendo valor ao indivíduo e legitimação social.

#### 2.4 Trabalho e Família

A intensificação do tempo de trabalho tem estimulado pesquisas que investigam a relação entre vida pessoal e vida profissional (p.ex., Eagle, Miles, & Icenogle, 1997). Nesta literatura, encontram-se duas perspectivas para a interação entre esses dois domínios: a do esgotamento e a perspectiva facilitadora (Bagger, Li, & Gutek, 2008). No primeiro caso, argumenta-se que o tempo e a energia dedicados a um dos lados prejudicaria o desempenho de funções e atividades no outro. Na perspectiva facilitadora, por sua vez, entende-se que as experiências e habilidades desenvolvidas num domínio podem ajudar no desempenho de atividades no outro. Bagger *et al.* (2008) concluíram, em um estudo realizado nos Estados Unidos, que as pessoas com baixa identidade familiar saliente são mais afetadas pelas interferências familiares no trabalho, sendo mais significativo ainda no caso das mulheres, no que se refere à satisfação com o trabalho. Os efeitos das interferências familiares não são significativos no caso das pessoas cujas identidades salientes familiares se mostravam mais acentuadas. De forma similar, Thompson e Bunderson (2001) defendem a ideia de que, quando as atividades (de trabalho ou não) são importantes na formação da identidade, os indivíduos têm uma maior facilidade em estabelecer prioridades e, portanto, o conflito sofrido por atividades concorrentes é menor.

Tratando do período que chamam de transição para a maternidade, Volling e Belsky (1993) investigaram como as mulheres lidam com a volta ao trabalho após o nascimento do primeiro filho. A necessidade financeira foi, naturalmente, fator determinante para a decisão de voltar ao trabalho, mas o desejo pessoal e a preocupação com a carreira foram fatores relevantes, especialmente entre mulheres com maior nível educacional e melhores ocupações. Shuster (1993), por sua vez, numa pesquisa sobre trabalho e primeira maternidade, identificou quatro perfis de mulheres, diferentes na forma como lidam com o desafio de administrar o trabalho e o cuidado com os filhos – enamoradas, gestoras, estressadas e desconectadas. As enamoradas são aquelas que têm mais facilidade de discutir os desafios associados à vida de mãe e trabalhadora e claramente prefeririam trabalhar menos, se tivessem essa oportunidade. Já as gestoras valorizam bastante o seu trabalho, especialmente pela liberdade e independência, apesar de também mencionarem o desejo de trabalhar menos horas.

Expressam carinho e preocupação com seus filhos e procuram gerenciar da melhor forma possível esse dupla responsabilidade. As estressadas são aquelas que vivem mais intensamente o conflito de papéis. Sentem-se culpadas e frustradas por estar longe dos filhos e demonstram uma clara preferência pela maternidade, relativamente ao trabalho. Por fim, as desconectadas se mostram desligadas de seus filhos, expressando uma forte preferência pelo trabalho e um grande prazer na atividade laboral. Neste estudo qualitativo com 37 mulheres norte-americanas, o grupo mais numeroso foi o das estressadas (19 mulheres), o que evidencia a dificuldade na gestão desses múltiplos papéis, nestes casos associada a um sentimento de culpa que acomete mulheres que trabalham.

O tema também tem atraído a atenção de pesquisadores no Brasil. Troiano (2007) realizou um estudo, composto de uma fase qualitativa e outra quantitativa, com mulheres brasileiras das classes socioeconômicas A e B, que trabalham e têm filhos de zero a doze anos. Como parte de seus resultados, concluiu que estas mulheres vivem uma “vida de equilibrista”, buscando conciliar atividades profissionais com o cuidados com si próprias, seus filhos e seus maridos. Na fase quantitativa, as respondentes indicaram a frase “acho minha rotina muito sobrecarregada” como sendo uma das afirmações que melhor refletiam como se sentiam, porém sendo superada pela primeira colocada na lista de afirmações: “minha maior alegria é ser mãe.” (Troiano, 2007, p.199).

Tanure, Carvalho Neto e Andrade (2006), por sua vez, avaliaram as dificuldades no gerenciamento da carreira enfrentadas por executivas de alto escalão em empresas brasileiras. Especificamente em relação à maternidade, os autores destacam a sobreposição do momento biológico mais propício para se ter filhos com os anos de ascensão profissional, originando tensão para conciliar os dois interesses. Suas conclusões mostram que estas mulheres se sentem realizadas profissionalmente, mas mostram-se insatisfeitas com a carga de trabalho – e a conseqüente diminuição no tempo dedicado a outras atividades – e com os obstáculos à sua aceitação como profissionais executivas. Em geral, se ressentem da falta de contribuição dos cônjuges na organização e realização das atividades domésticas – incluindo os cuidados com os filhos – que recorrentemente recaem quase que exclusivamente sobre elas. Já Quental (2007) realizou um estudo qualitativo com executivas de grandes empresas e empreendedoras. Se, por um lado, as mulheres empreendedoras relatavam poder exercer um maior domínio sobre sua programação diária, por outro lado, não usufruíam de separação tão clara entre a vida profissional e a pessoal. As mulheres executivas passavam pela situação contrária. Em ambos os grupos houve relatos de dificuldades no gerenciamento da vida pessoal, incluindo o cuidado com os filhos, quando existentes. Novamente neste estudo apareceram as questões da divisão desigual da carga de trabalho doméstico, em detrimento das mulheres em relação aos homens, parcialmente aliviado pelo uso do serviço de empregados domésticos, quando possível.

### 3. METODOLOGIA

O presente estudo procurou responder à seguinte pergunta de pesquisa: que mudanças na identidade da mulher em relação ao trabalho e em relação ao consumo podem ser verificadas no retorno ao trabalho após a primeira gestação? Para apoiar o entendimento da questão central, foram desenvolvidas perguntas secundárias. Quais foram as principais mudanças na vida familiar e profissional após a maternidade? Como foi a experiência da licença maternidade? Como foi a volta ao trabalho? Que mudanças ocorreram no consumo de produtos e serviços após a primeira gestação? Para verificar as mudanças na identidade em relação ao trabalho, optou-se pela investigação do relato sobre a trajetória profissional, destacando-se os momentos marcados pela antecipação ao nascimento do filho, a relação com

o trabalho durante a licença maternidade e o retorno às atividades profissionais. Adicionalmente, para que se pudesse investigar o significado do trabalho e seu papel na formação da identidade, foi feito um exercício projetivo, perguntando-se à entrevistada se pararia de trabalhar, caso ganhasse um prêmio da Mega-Sena. Para verificar mudanças relativas ao consumo, decidiu-se, com base na literatura, selecionar os espaços da casa, os cuidados pessoais e o apoio no cuidado dos filhos (empregados, creches ou escolas), sendo dada atenção a outros tipos de consumo introduzidos ou modificados a partir da maternidade e mencionados livremente durante as entrevistas.

A pesquisa qualitativa mostrou-se apropriada para o entendimento das ações e pensamentos das mulheres selecionadas, assim como seus sentimentos e emoções (Denzin & Lincoln, 2000; Strauss & Corbin, 2008). Esse tipo de pesquisa parte da premissa que emoções, motivações e atitudes podem ser reveladas de forma indireta, por meio de estímulos pouco estruturados, sendo sua compreensão essencialmente interpretativa (Creswell, 2006). A falta de disponibilidade de pesquisas que abordem esta questão também reforça a escolha pela metodologia qualitativa (Creswell, 2003; Vergara, 2009). Foram escolhidas mulheres pertencentes às classes socioeconômicas mais afluentes, equivalentes às classes A e B, conforme o Critério de Classificação Econômica Brasil (Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa, 2010). O presente estudo teve como foco o nível microssocial de observações (Desjeux, 1996), feitas com base nas trajetórias e práticas narradas pelas entrevistadas, inseridos em suas inter-relações com outras pessoas no âmbito pessoal e profissional, estando elas inseridas em suas subculturas.

Para que fosse possível investigar a trajetória pessoal e profissional, assim como a vivência do “antes” e do “depois” da maternidade, as pessoas escolhidas para serem entrevistadas deveriam ter passado pela experiência da primeira gestação há tempo suficiente para que seu retorno ao trabalho já tivesse se concretizado, ao mesmo tempo em que suas lembranças do “antes” não estivessem muito distantes em sua memória. Desta forma, decidiu-se que a idade do filho deveria estar entre um e três anos. Não foram feitas restrições quanto à idade da entrevistada, nem quanto à atividade profissional exercida, gerando alguma variabilidade em relação a estes fatores, considerados na análise sempre que pertinente.

A busca por indivíduos para a realização das entrevistas foi feita por conveniência e segundo o método *snowball* (Aaker, Kumar, & Day, 2009), resultando num grupo com maior similaridade demográfica e psicográfica. O local e horário das entrevistas foi agendado conforme a necessidade e conveniência das entrevistadas. O número de entrevistas foi determinado pela saturação do tema (Bauer & Aarts, 2002; Gaskell, 2002). Foram feitas 24 entrevistas no total, sendo as duas primeiras correspondentes aos pré-testes. Duas não foram consideradas por problemas ocorridos com a gravação e uma foi desconsiderada porque a entrevistada não se encaixou no perfil definido. Ao final, 19 entrevistas formaram a base para análise deste estudo exploratório. Tiveram duração média foi de 58 minutos e geraram 1091 minutos de gravação.

Segundo os conceitos expostos por Gill (2002), a principal forma de tratamento dos dados foi a análise do discurso, estando o interesse de análise no conteúdo e em como as informações estão organizadas. As entrevistas foram integralmente transcritas e utilizou-se o *software* Atlas.ti (versão 6.0) como suporte à organização das informações coletadas. Os nomes que aparecem na discussão dos resultados foram trocados para preservar a privacidade das participantes.

## 4. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

### 4.1 Maternidade

A opção pela maternidade envolve questões tanto emocionais quanto de ordem mais prática, de ajuste e preparação. Muitas das entrevistadas declararam ter escolhido o momento que julgaram mais adequado em suas vidas. “Curtir” o casamento, conquistar uma posição profissional desejada ou adquirir independência financeira foram os principais motivos lembrados para o adiamento da maternidade ou para a busca desse “momento certo”. Por outro lado, a questão biológica faz pressão no sentido de não se adiar demais a decisão de ter um filho. Com idades variando entre 27 e 46 anos, a percepção de limite de idade entre as entrevistadas para iniciarem essa etapa do ciclo de vida da família foi bastante diverso, como ilustram os depoimentos da Karina, mãe aos 31 anos: “[estava] dobrando o Cabo da Boa Esperança, já com trinta anos. Para mim, era o *deadline*, eu queria engravidar”; e Ilana, mãe aos 41 anos: “foi por decurso de prazo”. A análise das principais motivações para a tomada de decisão pela maternidade sugere duas categorias de motivos: uma mais profunda, ligada ao sonho, desejo, vontade e amor por crianças, e outra de ordem mais prática ou objetiva, como já ter “curtido bastante o casamento”, “já terem feito muita coisa” ou mesmo que “faltava algo” em suas vidas. Aparece, também, a dualidade “é muito bom e ao mesmo tempo é muito angustiante”, por ser “uma transformação em todos os sentidos”. Há o reconhecimento de que “a vida muda completamente”. Elas afirmam “amar” serem mães, e que mesmo com todas as dificuldades enfrentadas, não teriam tomado decisão diferente.

Quando falam de seus preparativos para as novas atribuições de mães, os livros sobre educação de crianças entram no seu universo de consumo, tanto durante a gravidez quanto após o nascimento do filho, aparecendo ao lado dos conselhos tomados com suas mães e amigas que também têm filhos. No entanto, ao mesmo tempo em que orientam – e que indicam o que poderia ser considerado a mãe perfeita, “aquela mãe de livro” –, também fazem com que algumas questionem quão reais podem ser aquelas mães, como relata Flávia: “Achei o livro o fim da picada. (...) Porque não é assim. (...) Um dia você vai estar mais disponível, outro dia você vai estar menos disponível. Um dia você vai estar mais forte, outro dia você vai estar mais frágil”.

Mesmo buscando se preparar para a maternidade e, em muitos casos, programando a época da gestação, a chegada do bebê requer diversos ajustes. As mudanças envolvem uma “dedicação exclusiva” na primeira idade da criança, já que a mãe é “a única fonte de alimentação”. As mudanças são também de ordem física e hormonal, além do senso de responsabilidade em aprender a cuidar daquele ser, que vem “sem manual”: naquele momento, “nasce uma mãe”. O ajuste requerido pode ser “assustador”, um “tsunami” na vida das entrevistadas. As mudanças se refletem até mesmo na consciência da mortalidade, como comenta Andréa: “Como mãe, quando você tem filho, você fica com muito medo de morrer. (...) Engraçado que é um medo que não tinha, que de repente aparece em você, que te deixa maluca”.

Em linha com os estudos de Madalozzo *et al.* (2008), Troiano (2007), Quental (2007) e Tanure *et al.* (2006), algumas mulheres comentaram que o trabalho doméstico e com a criação dos filhos recai mais sobre elas do que sobre seus companheiros. Em especial no início da maternidade, quando a mudança em suas vidas corresponde a uma ruptura, o homem parece ficar parcialmente alheio às necessidades de sua companheira: “ele não entende muito essas transformações que acontecem com a mulher”. O próprio relacionamento com o companheiro e pai da criança também se ajusta à nova realidade. “A vida é completamente transformada”, “o casamento muda muito”, fazendo com que não seja “romântico ter filho”, pois “você esquece um pouco o marido”. Para algumas mulheres, o problema é amenizado com a



obtenção de ajuda externa, para que o casal tenha seus momentos sem a presença do filho. Vera comenta: “A gente resolveu botar alguém lá para voltar a viver. É impressionante a diferença que isso faz, jantar fora de quinze em quinze dias”. Solução semelhante foi adotada por Kátia: “À noite, só quinta-feira, a minha babá fica para eu poder sair com o meu marido. O dia feliz, para sair para jantar, qualquer coisa”. Porém, mesmo reclamando por atenção, os companheiros parecem valorizar que suas mulheres exerçam múltiplos papéis, de esposa, mãe e profissional – os dois últimos discutidos a seguir.

#### 4.2 Trabalho, Maternidade e Identidade

O período que precede a licença maternidade é pautado pela convivência de sentimentos conflitantes em relação às perspectivas de futuro. Por um lado, a mulher vislumbra a formação de uma nova família e planeja o futuro do filho que está por nascer. Por outro lado, há a preocupação com os efeitos da maternidade sobre sua carreira profissional, em linha com o que apontam Volling & Belsky (1993). Em especial, a preocupação recai sobre o período de ausência do trabalho pela licença maternidade. Este conflito remete a Tanure *et al.* (2006), que indicam uma sobreposição entre o momento biológico propício para se ter filhos e os anos de ascensão profissional. Algumas das entrevistadas comentaram que, durante a gravidez e na licença maternidade, sentiram “insegurança” e “medo de sumir”, uma vez que a mulher “fica afastada” e “tudo muda” no ambiente dinâmico das empresas e ela correria, assim, o “risco de ser mandada embora”. Parte das mulheres procurou se prevenir de um possível efeito negativo sobre suas carreiras, seja decidindo trabalhar durante a licença maternidade, como foi o caso da Juliana, seja tendo preparado uma equipe para suprir sua ausência durante aquele período, como fez Kátia. As entrevistadas que mostraram menor preocupação com essa questão foram aquelas que tinham mais autonomia de decisão – sócias ou proprietárias do negócio – ou a estabilidade de um emprego público.

A “dedicação total” ao bebê, exigida no período da licença maternidade, fez com que as mães ficassem “absorvidas” por seus filhos, “submersas” em sua nova fase da vida. O efeito é evidenciado nas queixas feitas à falta de outras atividades e contato social, provocando uma “falta de assunto”, tornando-as “burras”, “chatas” e lhes dando uma sensação de estarem “excluídas do mundo”. Ironicamente, é “abrir mão da vida” em função da nova vida que passa a fazer parte central de suas histórias. Como relata Flávia: “Chegou uma hora que eu comecei a sentir falta de ver gente, de falar sobre outras coisas. (...) Porque eu só sabia falar de fralda, de cocô, de empregada, do leite, da papinha com grânulos, de papinha lisa. Eu fiquei meio retardada”. Denise descreve: “No último mês eu já estava quase surtando de ficar em casa. (...) Eu falava assim: ‘estou me sentindo tão burra, não consigo falar nada que não o que aparece no Jornal Nacional’”.

Para aquelas que trabalharam durante a licença maternidade, sua motivação parece ter seguido duas vertentes. Um primeiro grupo declarou ter optado por se não se desligar do trabalho para permanecer “em contato com as pessoas” e com o “mercado”, por “curiosidade” ou por interesse em se atualizar sobre os acontecimentos profissionais. Como exemplifica Laira: “como eu não queria perder contato, eu continuei no meu notebook, deixava ele ligado lá, falava com as pessoas, perguntava como é que está aí, se tem alguma novidade, o que aconteceu”. Outro caso é o da Mônica, que inicialmente pensou em passar alguns meses sem aceitar trabalhos, mas não resistiu à primeira oferta de trabalho como *freelancer* que recebeu ao voltar do parto do filho. Ela, no entanto, ditou o ritmo dos trabalhos que assumiu neste período, assim como fizeram as demais entrevistadas deste primeiro grupo, que declararam ter optado por trabalhar durante a licença maternidade. Um segundo grupo deixa a entender que não era uma opção não trabalhar durante a licença, dadas suas responsabilidades profissionais. Juliana, por exemplo, trabalhou de casa durante toda a licença maternidade e participou de

algumas reuniões externas. Segundo ela, na iniciativa privada é difícil se afastar por completo do trabalho, tratando de forma natural que tenha continuado envolvida profissionalmente durante este período. Também neste segundo grupo estão as empresárias Gabriela e Marcela. Por se tratar do próprio negócio, mesmo tendo equipes cuidando do funcionamento das suas empresas, elas estiveram diretamente envolvidas em atividades profissionais ao longo de todo o período correspondente à licença maternidade, como estudado por Quental (2007) ao indicar uma separação não muito clara entre a vida profissional e a pessoal das mulheres empreendedoras.

Ao término da licença maternidade e retorno ao trabalho, acontece uma segunda ruptura – a primeira tendo sido o nascimento do primeiro filho. Sua rotina tem que ser novamente ajustada e são acrescentadas novas demandas à da maternidade. Para praticamente todas as entrevistadas, o afastamento temporário do filho para ir ao trabalho foi “muito difícil”, “muito doloroso”, gerando um receio de como ficaria o filho na sua ausência e uma “saudade muito grande”. A ruptura é marcada frequentemente pelo choro e pelo sofrimento, mas também por um conformismo de quem sabe que esta é a realidade em que vivem. Ao final de seus relatos, são empregadas expressões que vão desde o “a gente vai levando” até “todos sobrevivemos”. Como comenta Juliana: “Não foi fácil, mas a gente vai conciliando. (...) Fiquei uma semana [em viagem a trabalho], mas imagina, eu já fui chorando. Mas a gente administra, normal, né? Ela se adapta. (...) Todos sobrevivemos”.

No retorno ao trabalho, emergem inseguranças sobre uma possível perda de competitividade, tanto pelo período de ausência como pelo acúmulo de papéis. Laís expressa estes sentimentos ao dizer: “depois que você volta de licença, parece que você tem que provar tudo de novo”, pois “a empresa sofre de uma amnésia coletiva”. Por outro lado, o retorno ao trabalho parece sanar o problema do isolamento e do envolvimento em assuntos alheios à maternidade. Parte das entrevistadas declarou que, no final de sua licença, desejava voltar a trabalhar, a “se ligar mais no mundo externo”, voltar a desenvolver a sua própria atividade, mesmo enfrentando a dificuldade de se afastar do filho. Elas parecem buscar recuperar sua identidade extra-maternidade na retomada de sua vida profissional, como indica a fala de Estela: “Eu gostei de voltar a trabalhar. Porque eu voltei a ser a Estela. Porque antes, eu era a mãe da Carol”.

As atividades profissionais das entrevistadas parecem, portanto, ter papel central na expressão das suas identidades (Antunes, 2002; Doherty, 2009; Gini, 1998). Além de expressarem certo “alívio” no retorno à vida profissional, a centralidade do trabalho para estas mulheres é evidenciada ao ser feita a pergunta: “você pararia de trabalhar se ganhasse na Mega-Sena?”. As respostas obtidas foram tipicamente “não” ou “nunca”. Mesmo em uma situação de considerável afluência, e ainda levando em conta o ganho repentino de um prêmio de loteria, o trabalho aparece com um significado mais amplo, superando a simples geração de recursos (Bauman, 2005b) e representando até mesmo a felicidade. Diversos foram os valores associados ao trabalho recortados das falas das entrevistadas. O trabalho pode emprestar significado ao consumo, dar sentido à aquisição de roupas ou aos momentos de férias e lazer. Não trabalhar seria “muito vazio”, “perde o sentido”, sem trabalhar “não ia ser feliz”, “porque as pessoas normais trabalham”. Se ganhasse na Mega-Sena, Marcela “não contaria [nem] para o meu marido, porque eu ia querer que a vida fosse igualzinha, para todo mundo trabalhar igual”. Nas palavras de Vivian, “dá muito prazer trabalhar. (...) Eu adoro!”. Valores tão diferenciados entre si sugerem a importância do trabalho na vida dessas mulheres, conforme mostra a Figura 1. Como se pode observar, algumas categorias encontram paralelo com as identificadas pelo grupo de pesquisa MOW (1987), enquanto outras não – exemplo para outros, saúde, prazer e felicidade.

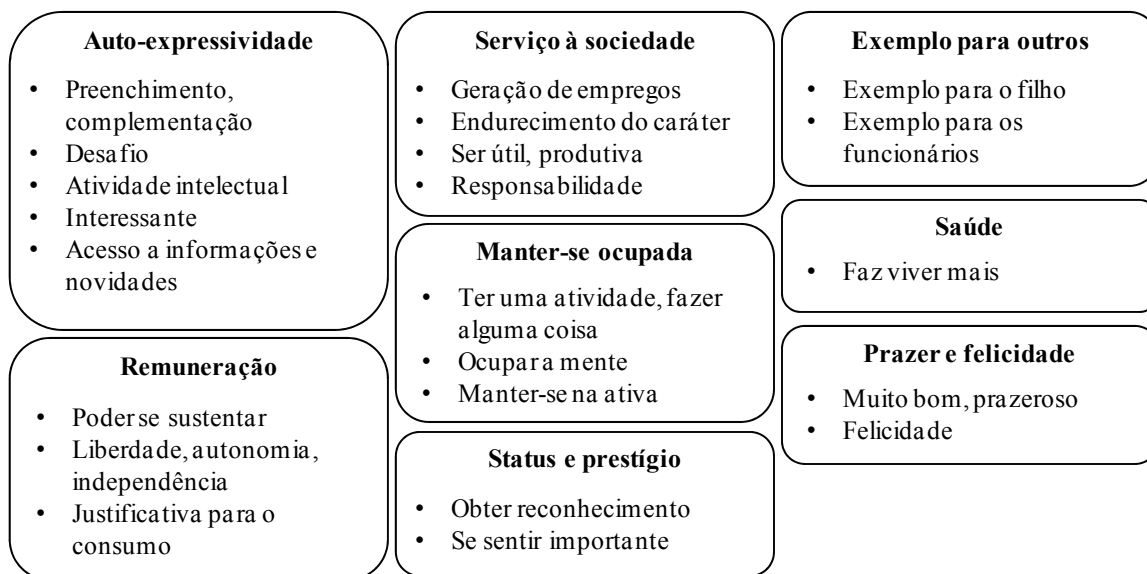


Figura 1 – Valores Associados ao Trabalho

Entretanto, parte das entrevistadas manifestou o desejo de reduzir seu ritmo de trabalho, questão também apontada nos estudos de Tanure *et al.* (2006) e de Shuster (1993) e associada à insatisfação com o excesso de trabalho e com o conseqüente pouco tempo disponível para outras atividades. A questão do tempo permeou todas as entrevistas: tempo para si, para o filho, para o trabalho, para o marido, para tudo. A passagem do tempo e sua utilização no dia-a-dia afetam a formação e a percepção de identidade das entrevistadas. As referências feitas ao tempo mostram a amplitude do seu significado na vida destas mulheres, conforme mostra a Figura 2 a seguir.

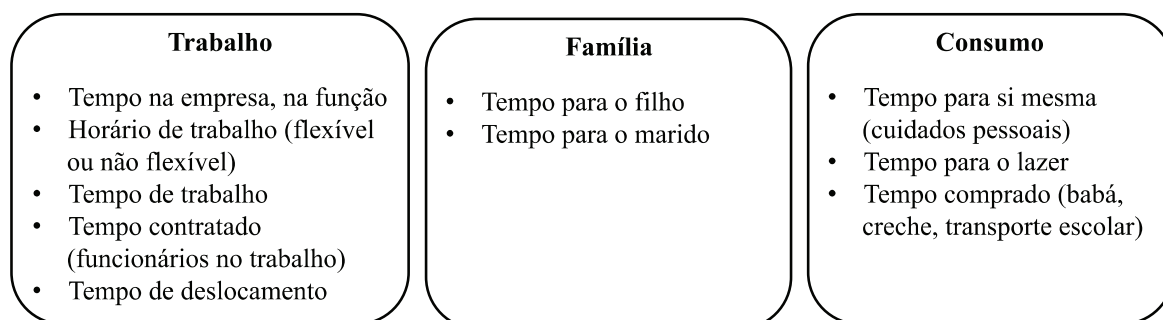


Figura 2 – Dimensões do Tempo

Com a maternidade, o tempo das mães passa a ser ditado pelos filhos. As horas de sono sofrem alterações importantes, principalmente no primeiro mês, quando são amamentados “de três em três horas”. A dedicação ao bebê em seus primeiros meses de vida implica até mesmo na falta de tempo para a mãe se dedicar aos cuidados pessoais mais básicos, como tomar banho ou escovar os dentes. Comparativamente, o emprego chega a parecer um descanso perto das demandas por cuidados com o filho: “acho que vou trabalhar para descansar”. Após o retorno ao trabalho, muitas realizaram ajustes na rotina profissional para conciliar suas novas responsabilidades e também seus próprios interesses. De uma forma geral, há alguma dificuldade em separar as vidas pessoal e profissional (Quental, 2007), situação que não se restringiu às mulheres empreendedoras. As entrevistadas que têm alguma flexibilidade de horário, utilizam esta facilidade para permanecer com o filho de manhã, antes de ir trabalhar,

ou à noite – recorrendo ao *laptop* e ao celular sempre que necessário para realizar atividades profissionais no ambiente familiar.

O tempo parece ter grande valor para as entrevistadas, dada a sua escassez frente a tantos interesses e atividades em que se envolvem – ou que gostariam de se envolver. As “brechas” de tempo ganham significado. Ao refletirem sobre a situação hipotética de ganharem o prêmio da Mega-Sena, o dinheiro ganho não as motivaria a parar de trabalhar, mas seria usado na compra de tempo, seja por meio de um trabalho menos intenso ou da contratação de terceiros para realizar parte das seus afazeres – como o caso de menção a um mordomo para gerenciar a casa –, liberando-as para outras atividades. Na realidade, esta compra de tempo já acontece hoje, visto que muitas contam com os serviços de empregadas e babás e/ou de creches e escolinhas. A escolha de moradia próxima ao trabalho, ou vice-versa, também é uma forma de se ganhar tempo, mesmo que isto às vezes tenha seu preço, monetariamente ou não. No caso de Estela e de Laís, o preço foi abrir mão de busca de outro emprego possivelmente mais atraente, evidenciando uma priorização do tempo de dedicação à família, relativamente ao trabalho e à carreira.

A ajuda de terceiros nos cuidados com o filho mostrou-se constituída de três formas: contratação de babá ou empregada, uso de creche ou escolinha, e ajuda de familiares (família cuidadora). Todas as entrevistadas utilizavam a ajuda de terceiros de forma extensiva, com a adoção de pelo menos duas das três formas. Se, por um lado, a creche ou escolinha é uma opção percebida como “mais confiável” – “creche não falta, creche não atrasa, (...) creche não tem mau humor” –, por outro a mãe fica a descoberto nas ocasiões em que não funciona, ou quando a criança fica doente. Além destas opções, diversas entrevistadas contavam com o apoio dos pais ou sogros, chegando, em alguns casos, a haver um convívio diário entre avós e netos. O benefício é enxergado como sendo mútuo, como comenta Vivian: “eu preciso deles [dos pais dela], mas eles também precisam dela [da filha]”. Já as entrevistadas que não contavam com uma família cuidadora por perto, lançavam mão das opções de babá e/ou escola – geralmente as duas concomitantemente.

Qualquer que seja a solução de apoio encontrada, as mulheres entrevistadas sabem que, para trabalhar, estão abrindo mão de tempo com os filhos, de observar e incentivar seu desenvolvimento. Como comenta Estela, “ela está fora da creche, aí você vê as coisinhas, as palavrinhas, as brincadeiras; você percebe que na creche você não acompanha isso. Só deixa de manhã e pega de noite”. A divisão da responsabilidade na criação dos filhos não parece, portanto, resolver o conflito vivido por estas mulheres ao tentar conciliar trabalho e cuidado com os filhos (Shuster, 1993; Tanure *et al.*, 2006). Mesmo diante desse sofrimento, as entrevistadas reconhecem o valor do trabalho na formação e expressão de suas identidades. Sem o trabalho, seria como se o tempo perdesse parte de seu significado. Como diz Mariana: “Não consigo não trabalhar. (...) Até mesmo para a sua vida ter algum sentido. Imagina você acordar, você pensar assim: ‘o que eu vou fazer agora?’ ‘Ah, não tem nada para fazer’”.

Por fim, cumpre destacar que a identidade profissional também serve de apoio à identidade de mãe – em linha com a perspectiva facilitadora apontada por Bagger *et al.* (2008) –, na medida em que a dedicação ao trabalho é vista como um exemplo a ser dado aos filhos, ajudando na sua educação. Como colocou Laís, “é muito mais fácil você educar uma criança dizendo que você tem que trabalhar do que você ser uma mãe que não trabalha”. Flávia refletiu: “Eu não sei nem se eu conseguiria criar um filho numa coisa assim [sem trabalhar]. (...) Eu acho que é fundamental trabalhar. (...) E acho que isso é uma coisa muito importante de transmitir para os filhos”. No futuro, o esforço feito pelas mães pode servir não apenas de exemplo, mas também de motivo de orgulho por parte dos filhos, como comenta Fabiana: “um dia, [a minha filha] vai ter orgulho, ela vai olhar: ‘o que a minha mãe fez por mim’”.

### 4.3 Consumo, Maternidade e Identidade

Se a nova fase da vida das entrevistadas envolve mudanças profissionais, também traz alterações de práticas de consumo e na sua identidade de consumidoras. Em primeiro lugar, observa-se que o gasto com elas próprias passou a ser mais comedido, o mesmo não ocorrendo no caso dos filhos. Como ilustra Laís, “hoje em dia, se eu compro alguma coisa para mim, são dez [coisas] para o [filho] e uma para mim”. O gasto consigo mesmas deve “valer a pena”: bens – como roupas e coisas para a casa – e serviços que sejam “de qualidade”. Esta exigência vem inclusive do fato de elas serem remuneradas pelo seu trabalho, pois “custa ganhar, então custa gastar.”

Em respeito ao consumo que costumeiramente realizavam, o *self* estendido estava presente em diferentes elementos (Belk, 1988, 1990; Mittal, 2006), como nas referências feitas às roupas e acessórios. Um exemplo é dado pelas pulseiras de Bruna: “eu tenho até uma fama das minhas pulseiras”. Também aparece em relação aos objetos da casa, principalmente aqueles relacionados às memórias, por remeterem à biografia da entrevistada e fazerem parte de sua própria história (Mittal, 2006), como fotos, quadros e enfeites, cada um levando a diferentes recordações. Algumas mulheres declararam se identificar com sua casa como um todo, por terem planejado e executado ao seu gosto – um caso de extensão do *self* pelo investimento de recursos (tempo, energia e dinheiro) na aquisição destes bens e pelo seu uso (Mittal, 2006), criando sentimentos em relação a estes objetos (Belk, 1988).

Com a chegada do filho, observa-se uma mudança relativa aos cuidados pessoais, que perdem prioridade. Algumas das entrevistadas dizem que foram “abandonadas” por elas mesmas, em termos de atenção que dedicam a si próprias. Mesmo alegando falta de tempo para alguns dos cuidados, algumas admitem que a priorização se dá pelo prazer que o cuidado lhes traz, e que o filho serve como um “álibi” face à “preguiça” que surge mais fortemente nesta fase: “filho é um ótimo álibi para não fazer nada. O teu tempo livre você vai ficar com o teu filho”. Os cuidados pessoais prazerosos que foram abandonados ou adiados são acompanhados da expressão “queria”: “Ah, queria ir a um angiologista fazer aplicação [de botox]. Queria. Ah, queria ir a um dermatologista cuidar da pele. Queria. Então, fica tudo no ‘queria’”. No entanto, diversos cuidados pessoais foram mantidos. As atividades mais frequentemente relatadas incluem os cuidados com as unhas, o cabelo e a pele (cremes e filtro solar); muitas vezes utilizam alguma maquiagem; há um cuidado geral com a alimentação. Enquanto algumas afirmam fazer exercícios físicos, para outras a atividade foi abandonada após a gravidez. Conforme o filho cresce e demanda menos tempo da mãe, algumas delas começam a vislumbrar a possibilidade de voltarem a olhar mais para si mesmas e retomar outros cuidados pessoais.

A chegada do filho ocasionou mudanças nos espaços da casa. Em alguns casos, provocou até mesmo a mudança para residências maiores e, com isto, ocorre o efeito Diderot (McCracken, 2003), como no caso de Bruna: ao comprar um apartamento maior, percebeu que os móveis que tinha não combinavam com a nova casa, criando o desejo de trocá-los por novos. O efeito catraca (McCracken, 2003) também pôde ser observado neste processo. Após terem trabalhado para um lar mais ajustado à nova família, algumas entrevistadas comentaram ter planos para continuar a melhoria de suas moradias, seja com a mudança de alguns dos espaços, seja pela aquisição de mais bens. Acontece também o descarte de bens que não mais condizem com o *self* estendido após a mudança de fase (Belk, 1988). Em alguns casos, elas decidem conviver com móveis ou espaços que, em outras situações, não comporiam seu *self* estendido, mas que são apropriadas para o desenvolvimento do filho no ambiente doméstico. Mônica exemplifica: “eu tenho horror a essa mesinha de centro, mas ela é de madeira maciça. E ela é redonda. Então, tudo que ficava de enfeite aqui, tirou. Para ele [o filho] não se machucar”.

Mesmo nos raros casos em que não foram feitas mudanças físicas nos ambientes, a chegada do filho causa uma percepção diferente dos espaços. Como comentou Flávia: “Quando o [meu filho] nasceu, (...) parecia que a minha casa estava toda diferente”. As entrevistadas comentam em coro que a casa passou a ser mais do filho do que propriamente delas, “preenchendo” a casa e também deixando-a “bem menor” e “necessariamente bagunçada”. Como consequência, as entrevistadas deixam de ter os seus “cantinhos” na casa, passando a ser “tudo” do filho.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo explorar algumas das mudanças na identidade da mulher em relação ao trabalho e ao consumo, quando ela vive a experiência da primeira maternidade. Cada um destes elementos – trabalho, consumo e, adicionalmente, a maternidade – mostrou-se importante na formação da identidade deste grupo de entrevistadas.

Um dos principais aprendizados foi observar a relevância do trabalho na construção da identidade dessas mulheres – mesmo numa fase em que vivem intensamente a maternidade. Em primeiro lugar, em função dos significados a ele atribuídos. Ao transcender o aspecto financeiro relacionado à remuneração pela atividade profissional, o trabalho aparece como fonte de satisfação e de prazer, sendo ainda associado à felicidade. Verificou-se, em segundo lugar, menções relacionadas ao trabalho como um exemplo para os outros – filhos e funcionários. Em relação ao exemplo para os filhos, o trabalho parece ter papel significativo no desempenho da identidade de mãe, como um dos valores importantes a serem transmitidos a eles. Em terceiro lugar, o retorno ao trabalho após o período de licença maternidade parece permitir que as entrevistadas voltem a assumir sua identidade extra-maternidade, ao invés de serem referidas simplesmente como “as mães de seus filhos”. O trabalho, assim, empresta significado social para as novas mães.

Mesmo tendo que acomodar o tempo para se dedicar ao papel de mães, elas expressam não admitir a possibilidade de parar de trabalhar. Mostraram desejar reduzir a carga de trabalho e, quem sabe, abrir espaço para algumas das atividades que estão sendo deixadas de lado, como cuidar mais de si mesmas, passar mais tempo com o filho ou, simplesmente, ter mais tempo livre para escolher o que fazer. Esta decisão percorre direção diferente do movimento crescente do *opt-out*, referente às mulheres que abandonam carreiras bem sucedidas para cuidarem dos filhos (Lima & Rogar, 2010). Para lidar com a falta de tempo, são contratados serviços de terceiros – babás, empregadas, creches e/ou escolinhas – e, quando disponível, recorre-se também à família cuidadora, principalmente os avós. A identidade relacionada ao consumo também se mostrou importante na formação da identidade das mulheres entrevistadas, antes e depois do nascimento de seus filhos. Dentre as formas de consumo investigadas, os cuidados pessoais mostram-se presentes antes e depois da gestação, tendo sido ajustados por meio de simplificação e priorização para a nova realidade após a chegada do filho, quando há menos tempo disponível para elas mesmas.

Se, na visão macrossocial adotada por Ransome (2005), a divisão se dá em sociedades baseadas no trabalho e sociedades baseadas no consumo, neste estudo de visão microssocial e com o recorte adotado para as entrevistas, foi observada a maternidade como importante componente adicional formador da identidade dessas mulheres. No entanto, a adição da identidade de mães à identidade profissional não acontece sem conflitos. Em especial, três aspectos chamaram a atenção.

O primeiro aspecto diz respeito ao medo declarado pelas entrevistadas de se tornarem “burras” e “desinteressantes” quando afastadas do trabalho pela dedicação à maternidade durante o período de licença. Esta declaração pode indicar uma desvalorização da identidade

de mãe em relação à identidade de trabalho, seja por acharem que elas teriam menos valor, seja por acreditarem que outros as vissem assim. Em outras palavras, a maternidade e a dedicação aos filhos podem ser insuficientes para se equivaler em importância social, quando comparados ao trabalho. O segundo aspecto refere-se ao medo expressado pelas entrevistadas dos efeitos da maternidade sobre suas carreiras profissionais, dado que às suas atribuições de trabalho foram somadas novas atribuições de mães. O terceiro aspecto relaciona-se à contraposição entre o uso do bom senso e do instinto versus a necessidade de se recorrer a manuais para cuidar dos filhos. A mãe descrita nos livros foi referida como “aquela mãe de livro”, figura criticada por algumas e almejada por outras. Essa insegurança sugere uma perda de confiança na natureza humana e materna, de saber cuidar de seus filhos, e é reforçada pela fala de algumas entrevistadas, que destacam que filhos vêm “sem manual”. O uso da palavra “manual” sugere ainda um transbordamento de categorias profissionais para o universo doméstico, o que é compreensível para um grupo de mulheres que desempenha papéis em ambos os contextos.

Por fim, em se tratando de um estudo exploratório, são pertinentes pesquisas adicionais para complementar o entendimento desse processo de transformação da identidade. Seria interessante que fossem investigadas esta relação entre trabalho, consumo e identidade junto a mulheres que se encontram em outras fases da vida familiar, como a do *empty nest*, em que os filhos deixaram a casa dos pais. Também seria interessante pesquisar mulheres pertencentes à “base da pirâmide”, dado que o trabalho para elas pode envolver muito mais necessidade do que opção. Finalmente, em vista do crescente movimento *opt-out* no Brasil e em outras partes do mundo, as mulheres que voluntariamente desistem de suas carreiras bem sucedidas para cuidarem de seus filhos pequenos também poderiam ser investigadas.

## REFERÊNCIAS

- Aaker, D.; Kumar, V.; Day, G. S. (2009). *Pesquisa de marketing* (2a ed.). São Paulo: Atlas.
- Antunes, R. (2002). *Os sentidos do trabalho: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho* (6ª ed.). São Paulo: Boitempo.
- Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa. (2010). Critério de classificação econômica Brasil. Recuperado em 30 janeiro, 2011, de <http://www.abep.org>.
- Ayrosa, E., Figale, J., & Tucci, F. (2008). Problematizando identidade e subjetividade em estudos sobre consumo. *Anais do encontro Anual da ANPAD*, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 32.
- Bagger, J.; Li, A., & Gutek, B. (2008). How much do you value your family and does it matter? The Joint effects of family identity salience, family-interference-with-work, and gender. *Human Relations*, 61, 187-212.
- Bauer, M. W., & Aarts, B. (2000). A construção do corpus: um princípio para a coleta de dados qualitativos. In M. Bauer, & G. Gaskell. *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Petrópolis: Vozes.
- Bauman, Z. (2001). *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Bauman, Z. (2005a). *Identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Bauman, Z. (2005b). *Work, consumerism and the new poor*. Berkshire: Open University Press.
- Bauman, Z. (2007). *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Belk, R. (1988). Possessions and the extended self. *Journal of Consumer Research*, 15, 139-168.

- Belk, R. (1990). The role of possessions in constructing and maintaining a sense of past. *Advances in Consumer Research*, 17, 669-676.
- Cappelli, P. (1999). *The new deal at work: managing the market-driven workforce*. Boston: Harvard Business School Press.
- Creswell, J. (2003). *Research design: qualitative, quantitative and mixed methods approaches* (2<sup>nd</sup> ed.). Thousand Oaks: Sage.
- Creswell, J. (2006). *Qualitative inquiry and research design: choosing among five traditions* (2<sup>nd</sup> ed.). Thousand Oaks: Sage.
- De Masi, D. (2000). *A Sociedade Pós-Industrial* (3<sup>a</sup> ed.). São Paulo: Editora SENAC.
- Denzin, N., & Lincoln, Y. (2000). The discipline and practice of qualitative research. In Denzin, N., & Lincoln, Y. *The handbook of qualitative research*. Thousand Oaks: Sage.
- Desjeux, D. (1996). Scale of observation: a micro-sociological epistemology of social science practice. *Visual Sociology*, 11(2), 45-55.
- Doherty, M. (2009). When the working day is through: the end of work as identity? *Work, Employment & Society*, 23, 84-101.
- Eagle, B., Miles, E., & Icenogle, M. (1997). Interrole conflicts and the permeability of work and family domains: are there gender differences? *Journal of Vocational Behavior*, 50, 168-184.
- Fromm, E. (1987). *Ter ou ser?* (4a. ed.). São Paulo: LTC.
- Gaskell, G. (2002). Entrevistas individuais e grupais. In M. Bauer., & G. Gaskell. *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Petrópolis: Vozes.
- Giddens, A. (2002). *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Gill, R. (2002). Análise do Discurso. In M. Bauer, & G. Gaskell. *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Petrópolis: Vozes.
- Gini, A. (1998). How we are formed by the work we do. *Journal of Business Ethics*, 17, 707-714.
- Hall, S. (2005). *A identidade cultural na pós-modernidade* (10a. ed.). Rio de Janeiro: Guaracira Lopes Louro.
- Harvey, D. (2004). *Condição Pós-Moderna* (13<sup>a</sup> ed.). São Paulo: Edições Loyola.
- Hirschfeld, R. R., & Field, H. (2000). Work centrality and work alienation: distinct aspects of a general commitment to work. *Journal of Organizational Behavior*, 21(7), 789-799.
- Holt, D. (1995). How consumers consume: a typology of consumption practices. *Journal of Consumer Research*, 22, 1-16.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2010). *Pesquisa nacional por amostra de domicílios 2009 – Síntese dos indicadores*. Recuperado em 20 abril, 2011, de [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br).
- Jenkins, R. (2005). *Social Identity* (3a. ed.). London: Routledge.
- Lima, R., & Rogar, S. (2010, 14 julho). Elas estão de volta ao lar. *Veja*, 28, 98-101.
- Madalozzo, R., Martins, S., & Shiratori, L. (2008). Participação no mercado de trabalho e no trabalho doméstico: homens e mulheres têm condições iguais? *Anais do encontro Anual da ANPAD*, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 32.
- McCracken, G. (2003). *Cultura e consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo*. Rio de Janeiro: Mauad.



- Mittal, B. (2006). I, me, and mine – how products become consumers' extended selves. *Journal of Consumer Behavior*, 5, 550-562.
- MOW (Meaning of Working) International Research Team. (1987). *The Meaning of Working*. London: Academic Press.
- Quental, C. (2007). The careers of women executives and entrepreneurs in Brazil. *Anais do encontro Anual da ANPAD*, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 31.
- Ransome, P. (2005). *Work, consumption & culture – affluence and social change in the twenty-first century*. London: Sage Publications.
- Rodrigues, R. (2009). *Identidades contemporâneas: um estudo sobre a relação trabalho, consumo e identidade em um grupo de gestores brasileiros*. Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.
- Salanova, M., Gracia, F. J., & Peiró, J. M. (1996). Significado del trabajo y valores laborales. In: Peiró, J. M., & Prieto, F. *Tratado de psicología del trabajo. Volumen II: aspectos psicosociales del trabajo*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Saren, M. (2007). To have is to be? A critique of self-creation through consumption, *The Marketing Review*, 7(4), 343-354.
- Shuster, C. (1993). Employed first-time mothers, *Family Relations*, 42, 13-20.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2008). *Pesquisa qualitativa* (2a. ed.). Porto Alegre: Artmed.
- Tanure, B., Carvalho Neto, A., & Andrade, J. (2006). A super executiva às voltas com carreira, relógio biológico, maternidade, amores e preconceitos. *Anais do Encontro Anual da ANPAD*, Salvador, BA, Brasil, 30.
- Thompson, J., & Bunderson, J. (2001). Work-nonwork conflict and the phenomenology of time. *Work and Occupations*, 28(1), 17-39.
- Troiano, C. R. (2007). *Vida de equilibrista: dores e delícias da mãe que trabalha*. São Paulo: Cultrix.
- Veloso, H. (2008). *A identidade social: estudo das relações consumo e produção dentro do trabalho bancário*. Tese de doutorado, Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil.
- Vergara, S. (2009). *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. São Paulo: Atlas.
- Volling, B., & Belsky, J. (1993). Maternal employment, parent, infant, and constitutional characteristics related to maternal employment decision in the first year of infancy. *Family Relations*, 42, 4-12.