

# **‘Bola de neve’: Juros e endividamento no cartão de crédito, uma abordagem etnográfica em centrais de mediação estatal**

GT 27 Sociologia Econômica

Carolina Rispoli Leal

Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais da Pontifícia Universidade Católica do  
Rio Grande do Sul

Bolsista Capes – Prosup/Cursos Novos

Este trabalho faz parte de Tese de Doutorado em elaboração

## **Resumo**

O presente artigo analisa a relação entre a cobrança de taxa de juros na modalidade do cartão de crédito com o endividamento da população brasileira a partir de uma ótica antropológica. Uma das mais altas do mundo, a taxa de juros exigidos por esse serviço financeiro no país tem impactado na produção de desigualdade e exclusão social de consumidores que não conseguem pagar por suas dívidas e recorrem, então, à negociação com os seus credores em centrais de conciliação e mediação. Este texto é fruto de abordagem etnográfica realizada no projeto de Superendividamento, uma iniciativa conduzida pela Central de Conciliação e Mediação de Porto Alegre do Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul.

**Palavras-chaves:** crédito, dívida, monetarização

## **Introdução**

Um cartão plástico pode ser meio de compra para um número ‘infinito’ de produtos e serviços? Adquire os mais diversos ‘sonhos’: uma viagem, um carro, uma festa de quinze anos da filha? Sim, o plástico ‘mágico’, ou o cartão de crédito, – das mais diferentes cores e apelos comerciais – substitui o dinheiro em transações pagas à vista ou de adiantamento de crédito. Com a sua inserção numa máquina conectada a um sistema de uma ‘bandeira’ (como são chamadas as empresas que fazem a concessão monetária) e a espera de alguns segundos, é possível concretizar todo o tipo de consumo. Metáforas à parte, essa ‘magia’ do cartão de crédito envolve também um lado ainda pouco explorado: a alta taxa de juros. No Brasil, a taxa média anual de 2012 atingiu 238%, de acordo com estudo elaborado pela Anefac (Associação Nacional dos Executivos de Finanças, Administração e Contabilidade), muito superior à política referencial de juros praticada pelo governo<sup>1</sup>. É a mais alta no mundo, conforme aponta o mesmo levantamento.

Informação reduzida, regulação limitada sobre a cobrança de juros, dificuldade na negociação das faturas em atraso, além do incentivo ao consumo massivo desse recurso financeiro são outros fatores que vêm produzindo o crescente endividamento da população e, por consequência, mobilizando cada vez mais atores sociais.

Este texto, fruto de Tese de Doutorado em elaboração, busca refletir sobre os códigos morais, sociais e econômicos presentes na negociação de dívidas produzidas via cartão de crédito e conhecidas como ‘bola de neve’. Em que circunstâncias essas dívidas se convertem em ‘problema’ para quem as

---

<sup>1</sup> Taxa Selic: média de 8,5 a/a. Fonte: Bacen (Banco Central do Brasil)

detém? Quais são os processos racionais e afetivos presentes durante a negociação de uma dívida? Existem elementos que distinguem uma dívida de cartão de crédito em relação a outras tomadas por outros mecanismos financeiros?

Para responder tais questões, realizou-se abordagem etnográfica junto ao projeto piloto do Superendividamento, em funcionamento na Central de Conciliação e Mediação de Porto Alegre, instituição ligada ao Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul e Conselho Nacional de Justiça. A etnografia ocorreu durante os meses de setembro de 2011 e abril de 2012, com a observação da rotina de atendimento aos consumidores que buscam por orientação, bem como das sessões de conciliação e mediação entre consumidores e credores.

## **Contexto do crédito no Brasil**

Desde meados da década de 1990, o Brasil vive um período de prosperidade econômica permitida a partir do controle da inflação e a consolidação do Real. Essa política econômica, que manteve-se estável durante as transições de governos, o colocou entre as principais potências globais. Somado a isso, mais recentemente, o governo federal implantou uma série de políticas de inclusão, como o Bolsa Família, que possibilitou a um número significativo de brasileiros ascender economicamente. Todo esse processo teve como uma das consequências o crescimento da chamada classe média, que contabilizava cerca de 66 milhões de brasileiros, em 2002, e que hoje responde a um total de 103 milhões, o equivalente a 52% da população. Responsável por 31% da massa de renda no país, o segmento é considerado o maior ator na participação da pirâmide social. (NERY, 2008).

Para esse conjunto de pessoas tornou-se acessível novos tipos de bens e produtos, como celulares, eletro-eletrônicos, carros, viagens ao exterior e até a casa própria. E o meio para isso, além do aumento da renda familiar, foi a concessão de crédito.

Hoje, a operação de crédito promovida por instituições financeiras (sobretudo bancos e correspondentes bancários) representa 50,7% do PIB (Produto Interno Bruto) do país – ante a 22% em 2002 – e cresce a uma média de 20% ano a ano (BACEN, 2012). A modalidade regulamentada como crédito pessoal (Crédito Direto ao Consumidor - CDC), foi a primeira a ser oferecida, ainda nos anos de 1990 e ocupou um espaço relevante no incipiente mercado.

A partir de 2004, o governo federal autorizou o funcionamento do crédito consignado, que oferece a juros mais baixos uma receita a ser debitada posteriormente no contra-cheque do consumidor, podendo ser paga em até 60 parcelas e com um comprometimento de 30% da renda mensal. Os recursos emprestados aos consumidores são garantidos por duas fontes diferentes: o Instituto Nacional da Seguridade Social (INSS) em parceria com os bancos, que para intermediar essa modalidade precisam se conveniar à Previdência Social. E prefeituras, governos estaduais e empresas privadas que também em parceria estabelecida com os bancos podem oferecer esse tipo de crédito a seus funcionários. Em função do tipo de emprego que prevê maior estabilidade no trabalho, o funcionário público federal, os militares das forças armadas e o aposentado pelo INSS tornaram-se os principais públicos-alvo da modalidade. Outra forma para aquisição de crédito é por meio do penhor de bens, destacando-se para o de joias coordenado pela Caixa Econômica Federal (VICENTE, 2007; MÜLLER & VICENTE, 2007). O leasing para a aquisição de bens e veículos automotores, além do financiamento imobiliário são também outras possibilidades de financiamento.

Além desses formatos, há o cheque especial – ou um montante concedido pelo banco para o cliente com base em sua renda mensal média –, e o cartão de crédito, que permite ao usuário a fazer saques e a utilizar um crédito pré-estabelecido com uma antecedência de até 40 dias antes de quitá-lo total ou parcialmente, com um pagamento mínimo de 20% do valor da fatura por mês.

Uma característica presente na maioria dos serviços de concessão de crédito no Brasil é a cobrança de altas taxas de juros para a realização do empréstimo, muito superiores a índices referenciais, como a taxa Selic (gerenciados pela política monetária do Governo Federal), o INPC

(Índice Nacional de Preços ao Consumidor, medido pelo IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) e o IPC (Índice de Preços ao Consumidor, mensurado pela USP – Universidade de São Paulo/Fipe). Conforme figura 2, os valores de juros cobrados por cada modalidade de crédito superam os indicadores definidos pelo governo, sendo que o cartão de crédito é o que apresenta a maior taxa de juros praticada.

Durante os últimos anos, o cartão de crédito foi substituindo o uso do cheque como alternativa ao dinheiro, sendo o recurso preferido pelos brasileiros: a carteira de operações ultrapassa 126 bilhões<sup>2</sup> e registra um crescimento médio anual na casa de 20%.

ITEM	MÉDIA MÊS (1)	ACUMULADO 2012 (3)	ACUMULADO 12 MESES (2)	Taxa básica x Juros cobrados (4)	
				Variação percentual	
Selic (taxa básica)	0,82%	1,64%	11,54%		
INPC/IBGE	0,51%	0,51%	5,63%	Taxa Selic – 10,50% ao ano	
IPC/FIPE	0,29%	0,59%	4,60%		
				Juros ao ano	Variação %
JUROS DO COMÉRCIO	5,00%	10,25%	89,76%	78,56%	648,19%
CARTÃO DE CRÉDITO	10,69%	22,52%	238,30%	238,30%	2.169,52%
CHEQUE ESPECIAL	8,33%	17,36%	157,42%	161,21%	1.435,33%
CDC BANCOS	1,99%	4,02%	30,55%	26,38%	151,24%
EMPRÉSTIMO PESSOAL BANCOS	3,90%	7,95%	68,29%	56,63%	439,33%
EMPRÉS. PESSOAL FINANCEIRAS	8,26%	17,21%	181,14%	158,61%	1.410,57%
MÉDIA GERAL	6,37%	13,14%	117,18%	108,87%	936,86%

(1) - Média mensal de 2011 (2) – janeiro/2012 a fevereiro/2012 (3) – março/2011 a fevereiro/2012 (4) Percentual acima da taxa básica

FIG. 1 Tipos de empréstimo e taxas de juros médias aplicadas em fev/2012

Fonte: Anefac (Associação Nacional de Executivos de Finanças, Administração e Contabilidade)<sup>3</sup>

## Cartão ‘mágico’

A origem do cartão de crédito remonta às práticas capitalistas de incentivo ao crédito registradas nos Estados Unidos na década de 1920. Naquela época, as empresas de combustível desenvolveram os primeiros cartões para transacionar serviços de manutenção por um dinheiro creditado antecipadamente. “Logo em seguida, imitando as companhias de combustível, as magazines também começaram a criar seus próprios cartões de crédito”. (WEATHERFORD, 1997, p. 226). Em 1950, com o Diners Club, criou-se o conceito ‘moderno’ de cartão, sendo que ele era aceito por um grupo dos mais exclusivos e ‘refinados’ restaurantes norte-americanos e tinha como primeiro público os executivos, que o usavam como uma maneira conveniente para pagar por despesas de lazer e viagens de negócios. É daí que se estabeleceu o apelo comercial utilizado até os dias atuais que conecta uma ideia de ‘status’ com praticidade e a concretização de diferentes desejos de consumo.

<sup>2</sup> Dado referente a maio 2013 fonte: Bacen Disponível em: bacen.gov.br

<sup>3</sup> Anefac: Disponível em www.anefac.com.br



FIG. 2 Propaganda da década de 1960: cartão de crédito e realização de desejos de consumo como o turismo. Disponível em: <http://www.vintageadbrowser.com/money-ads-1970s/6>

No início, o cartão trazia de um lado o nome do proprietário e no verso uma lista dos lugares conveniados. A interface plástica foi introduzida a partir de 1955 pelo *Diners Club* e *American Express*. Mais adiante, os bancos também investiram no mercado, como o *Bank of America*, cuja sua ramificação *BankAmericard* se tornaria, na década de 1970, no Visa. Em 1967, o *City Bank of New York* introduziu o *Everything Card* (posteriormente *MasterCard*), um cartão para os ‘bons pagadores’ e que permitia consumir mesmo que ele não tivesse o recurso disponível.

O uso do cartão de crédito foi se popularizando até tornar-se, depois do dinheiro, o recurso mais utilizado para a aquisição de bens e serviços (MANNING, 2000; WEATHERFORD, 1997). Somente os Estados Unidos, que lidera o *ranking* mundial<sup>4</sup> de transações à crédito e volume de transações, movimenta mais de 107 trilhões/ano.

No Brasil, a concessão de cartões de crédito, que iniciou com o *Diners Club* em 1956 e teve seu uso multiplicado com a estabilização da economia nos anos de 1990. Entre 1997 e 2010, surgiram mais de 70 bandeiras de cartões regionais, que impulsionaram o comércio em localidades com pouco acesso a serviços bancários.

A operação de cartão de crédito no país contempla cinco atores distintos:

- a) consumidores: detém o cartão aprovado previamente por um banco emissor, que definirá o limite de crédito e as taxas a serem cobradas. Em contrapartida, paga por uma anuidade para a utilização do serviço;
- b) estabelecimentos comerciais: são autorizadas para receber o pagamento por meio do cartão de crédito. Também paga uma taxa por dispor do sistema;
- c) emissores: responsável pelo registro das compras e envio das faturas para pagamento. Geralmente uma instituição bancária;
- d) credenciadores: cuida da instalação dos equipamentos e transmissão das compras. São exemplos de credenciadores a Cielo (de capital aberto, sendo que os acionistas principais são o Banco do Brasil e Bradesco) e a Redecard (também de capital aberto, tendo como acionista principal o banco Itaú);

<sup>4</sup> Fonte: Abecs (Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços. Disponível em: [www.abecs.org.br](http://www.abecs.org.br)

- e) bandeiras: responsável pela infra-estrutura, sistema tecnológico e normas de uso. As maiores bandeiras que atuam no Brasil são Visa, Mastercard, Hipercard (pertencente ao Itaú), Diners.

Incluem-se neste cenário a atuação de órgãos reguladores governamentais, bem como de entidades de defesa dos direitos do consumidor, como Procon (Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor) e Defensoria Pública.

Tanto os emissores, como os credenciadores e as bandeiras concentram-se num mosaico restrito de atores formado basicamente por grandes conglomerados financeiros e ou transnacionais. Apesar de ‘intervensões’ recentes promovidas pela CMN (Comissão Monetária Nacional) e Bacen para legislar, por exemplo, o volume de taxas a serem incididas, a obrigatoriedade de um pagamento mínimo de 20% da fatura (na tentativa de diminuir o efeito de ‘bola de neve’), a cobrança de IOF (imposto por operações financeiras) em transações internacionais – as taxas de juros praticadas não receberam até então uma regulamentação que limite os valores a serem cobrados.

Mesmo com as iniciativas de controle encabeçadas por instituições governamentais e a mobilização social para a divulgação de informações educativas sobre política de juros, o endividamento da população no cartão de crédito permanece crescente. Pesquisa promovida pelo CNC (Conselho Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo) com 18 mil consumidores nas capitais e Distrito Federal no mês de julho de 2013 aponta que destes entrevistados, 65,4% se consideram endividados, sendo que 22,4% possuem dívidas e contas em atraso e deste montante 75,2% refere-se a dívidas contraídas no cartão de crédito.

Em função da profusão do cartão de crédito e, conseqüentemente do volume de dívidas alocadas neste recurso, serão elas os principais motivos de negociação entre consumidores e credores. Mais do que resolver uma ‘pendência’ financeira, as pessoas que procuraram pela Central de Conciliação e Mediação, demonstraram estar negociando também sua própria honra. Como se verá adiante, as questões morais relativas a sentimentos e à intimidade dos consumidores entram em cena durante o processo de negociação de dívidas.

## **Buscando socorro**

A Central de Conciliação e Mediação é um espaço institucionalizado mantido pelo CNJ – Conselho Nacional de Justiça e Tribunal de Justiça, sendo responsável por atender gratuitamente as demandas da população consideradas juridicamente mais ‘simples’ de se resolver, como as pequenas causas envolvendo vizinhos e familiares e, desafogando, conseqüentemente, outras esferas do sistema jurídico.

“Trata-se de um modelo autocompositivo. (...) as pessoas envolvidas no conflito são estimuladas a construir soluções criativas, que proporcionem ganhos mútuos, satisfazendo os interesses de todos os envolvidos. Não há autor ou réu, ganhador ou perdedor. Ao invés de agirem como adversários, as pessoas são encorajadas a atuar como parceiras na busca de uma solução para o conflito”.  
(CENTRAL DE MEDIAÇÃO, 2011)

Os discursos como os rituais estabelecidos pela Central de Conciliação e Mediação tentam marcar um outro campo do universo jurídico, por exemplo, o termo utilizado não é audiência, mas sessão. Estas são conduzidas por conciliadores – profissionais que passam por um curso preparatório e que atuam de forma voluntária, sob a coordenação de um juiz que homologa as deliberações. As partes não são convocadas a participar, mas “convidadas”. O que é dito numa sessão de mediação não é considerado como prova. Nesta situação, as partes são colocadas lado a lado e o mediador fica em frente a ambas, ao invés de estarem dispostas frente a frente, como é comum num ambiente de audiência.

Em Porto Alegre, a Central começou a funcionar em 2009 a partir da adoção do projeto piloto para o tratamento de casos de *superendividamento*, encaminhados, em sua maioria, pelas instituições

parceiras ao projeto, como a Defensoria Pública e o Procon-RS. A metodologia para o atendimento das pessoas *superendividadadas* foi criada em 2007, quando um grupo de estudos voltados ao Direito do Consumidor formado por professores e alunos de pós-graduação em Direito na UFRGS, com o apoio da Escola de Magistratura da Ajuris. Sensibilizados com a crescente demanda da população nos fóruns e defensorias locais por orientação para situações envolvendo endividamento, eles desenvolveram um procedimento para o seu atendimento. Tal procedimento contempla: 1) o preenchimento de um questionário e o levantamento de todas as dívidas a serem negociadas (o mapa dos credores), bem como os custos e a renda recebida pelo sujeito, com o agendamento da sessão de negociação; 2) o convite a ser enviado aos credores para participarem da negociação; 3) a realização da sessão em si com a produção de uma ata com os resultados possíveis dela, podendo ser exitosa ou não.

No esquema abaixo é possível observar como foi estruturado o procedimento de funcionamento do projeto, aplicado até os dias de hoje pela Central de Conciliação:



FIG. 3 Esquema gráfico do procedimento de atendimento da Central de Conciliação e Mediação

Fonte: Central de Conciliação e Mediação

Este modelo de atendimento começou a funcionar inicialmente no fórum do Tribunal de Justiça. Com o aumento do volume de pedidos por negociação de dívidas e o surgimento da Central de Conciliação, os casos passaram então a ser de responsabilidade desta última. Outras instituições também tornaram-se parceiras da atividade, em especial a Faculdade de Psicologia da UFRGS, que designou uma estudante para realização de estágio supervisionado na Central de Conciliação.

Normalmente, os indivíduos chegam à Central de Conciliação, depois de tentarem negociar diretamente com seus credores e, não tendo sucesso, recorrem a instituições públicas como Procon e Defensoria, que, por sua vez, os encaminham à Central de Conciliação. Este é um processo que pode levar meses até tornar-se e numa sessão, com a possibilidade de realização de uma negociação.

Nas observações realizadas durante etnografia pude identificar que é a estudante Mariana, do curso de psicologia, que faz a primeira parte do procedimento de atendimento dos indivíduos que desejam negociar suas dívidas. Para ela, muito do êxito das negociações é influenciado pelo momento de recepção aos 'endividados'. A estudante procura deixar seu interlocutor à vontade, apesar da

limitação de espaço físico. Ela os questiona sobre os motivos que os levaram a contrair as dívidas, que ela própria vai categorizando no preenchimento do formulário do procedimento como: “gastou mais do que recebe” ou como “uma situação pontual”, como “perda de emprego”, “problema de saúde”.

Após o preenchimento do formulário, a estudante orienta o consumidor a trazer os documentos e comprovantes no dia da sessão, que será agendada naquele momento, e explica, então, que os credores serão convidados a comparecer e que haverá um conciliador para fazer a mediação da negociação (etapa 2 do procedimento).

Quando a Central de Conciliação começou a operar, em 2009, era baixo o índice de comparecimento dos credores. Em 2011, este número chegou a 70%, com a instituição realizando uma média de 450 sessões por mês. A maioria dos casos observados durante etnografia envolve dívidas contraídas junto a bancos e a cartões de crédito, em especial os cartões originados em lojas, os próprios bancos e as redes supermercadistas, como Carrefour e Big. Não há disponível, no entanto, um levantamento do perfil socioeconômico das pessoas que procuram pelo serviço.

A terceira etapa principal do procedimento da Central de Conciliação e Mediação é a realização da sessão. Credor e o consumidor ficam sentados lado a lado, de frente para o mediador, que escuta os argumentos de uma parte, depois da outra para, então, estimular a negociação entre elas. Várias sessões ocorrem simultaneamente nas salas dispostas poucos a metros uma da outra e quase sempre com as portas abertas. Ouve-se de uma sala a outra o burburinho das discussões ou o movimento de circulação no corredor. Nas sessões observadas, as falas dos consumidores são repletos de expressões, tais como:

- *Quero resolver esse problema.*
- *Quero cumprir com o meu dever.*
- *Quando meu nome vai sair do “SPC”? (Sistema de Proteção do crédito, que limita o acesso ao crédito com pessoas que apresentam algum tipo de ‘pendência’ financeira)*
- *Qual é o prazo de pagamento e o número de parcelas?*
- *Graças a Deus consegui resolver!*

Os consumidores demonstram preocupação em ‘resolver’ ‘seus problemas financeiros’. O Estado torna-se então no ‘salvador’, uma vez que viabiliza o ‘retorno’ desses sujeitos ao mercado de crédito. Em Tese de Doutorado Ciméa Belavicqua (2003), na análise etnográfica de conflitos baseados em trocas comerciais mal sucedidas e resolvidas na esfera estatal, já havia identificado esse papel representado pela instituição na mediação. É como se ela fosse a ‘última’ alternativa para a busca de uma ‘solução’. O Estado, assim, exerce distintos papéis dentro desse circuito econômico-legal: ora atua como ‘salvador’; ora é o regulador do sistema; um beneficiário pelas arrecadações geradas; e também o que ‘estimula’ o consumo ao ser acionista de bancos e bandeiras de cartão de crédito. Na análise do mercado imobiliário, Bourdieu (2005) já havia identificado a contribuição em diferentes níveis do Estado no processo social-econômico de aquisição da casa própria.

## **Honra e dívida**

Conforme comentado anteriormente, no primeiro atendimento, realizado pela estudante Mariana, é produzido um formulário com o levantamento de sua necessidade de negociação das dívidas. O motivo mais comum para a busca pela Central de Conciliação e Mediação está ligado à dívidas contraídas junto a cartões de crédito, gerados a partir da prática do chamado pagamento da parcela mínima, que equivale a 20% do total da fatura mensal. Com a cobrança de altas taxas de juros e multas pela falta do pagamento integral, o valor da ‘prestação’ permanece praticamente igual, como se aquele pagamento ‘mínimo’ não tivesse sido realizado. Mantendo ao longo dos meses o comportamento de pagamento mínimo, o consumidor acaba tendo sua dívida aumentada, tornando-a uma ‘bola de neve’, com o valor da dívida sendo muito superior à capacidade de pagamento dos consumidores.

Durante a sessão de conciliação (a terceira principal etapa do processo), esses sentimentos tornam a se revelar, transformando a sessão, muitas vezes, em ‘arenas de luta’ pela recuperação de uma ‘dignidade’ colocada à prova. Neste sentido, é o que podemos ver numa das sessões acompanhadas, a de Ricardo, branco, cerca de 60 anos, residente de Porto Alegre, chefe de família:

*Conciliadora: Vamos ver o que o supermercado tem a lhe oferecer.*

*Representante do Credor: O débito atual é R\$ 970. A proposta é conceder 20%, com uma entrada e 12 parcelas de R\$ 87,05.*

(Ricardo pegou sua pasta com o que pareciam ser as contas, separou uma delas e a entregou para a conciliadora).

*Conciliadora: o débito é menor (que foi comunicado na ocasião na conta passada). Melhor para o senhor.*

*Ricardo: Estou há um ano tentando parcelar a dívida. Estou pagando o mínimo, o mínimo. Agora descobri pelo Fantástico (programa de TV) esse serviço. As meninas que atendem na loja (do Carrefour) não me ajudaram. Fui na Vara da Família, não me ajudaram (começa a se exaltar). Fui no Procon e as pessoas riam de mim. Fui no Fórum e nada. Podiam ter colocado cartazes nos lugares. Nunca pedi ou assinei esse cartão família (tipo de crédito fornecido junto com o cartão de crédito da loja). Ninguém me falou, tô angustiado.*

*Conciliadora: O que o senhor achou da proposta?*

*Ricardo: A culpa não é minha, já paguei. A compra foi de R\$ 200 e hoje está em R\$ 1300 e eu paguei já. (mais exaltado)*

*Representante do Credor: É juro sob juro no resto.*

*Ricardo: eu sei, mas não vou pagar.*

*Conciliadora: Se você aceitar a proposta, tiram o seu nome de bancos de restrições de crédito. Você não vai ter mais nome sujo.*

*Ricardo: Prefiro que vá para a Defensoria, para Brasília! Prefiro ficar inadimplente. (gritando)*

*Representante do Credor (que tremia ao falar com Ricardo): Não como advogado do supermercado, eu acho que era melhor o senhor aceitar, não ir para defensoria, pois a dívida continua.*

*Ricardo: Não vou pagar. Tenho outros cartões...tinha como negociar. Tentei, tentei, tentei.*

*Conciliadora: Bom, então declaramos como inexitosa a mediação (termo que os conciliadores e funcionários da Central utilizam para quando a negociação não se concretiza). Vai virar então um processo, indo para a Defensoria Pública. (É impresso a ata com a síntese da conciliação, onde os presentes assinam abaixo).*

No caso acima, vemos um sujeito que vai à sessão, mas que se ‘nega’ a negociar com o seu credor. Seu interesse parece estar em manifestar uma ‘indignação’ por não conseguir ‘resolver’ seu ‘problema’, mesmo com todas as tentativas feitas. Somado a este cenário há o componente do tempo que gera uma ‘pressão’ no consumidor em função das altas taxas de juros impostas e do próprio ‘compromisso’ financeiro ter permanecido em aberto. A exacerbação do sentimento por meio do grito, ao falar de culpa e do riso dos ‘outros’, está associada também a uma ‘honra’ atingida, que, aos olhos do consumidor, é como um insulto – resultado da não possibilidade de se negociar anteriormente com credor.

Conforme estabelece Mauss (1979) e posteriormente inserido no contexto de audiências em juizados de pequenas causas por Oliveira (2004) e Bevilaqua (2002), a manifestação dos sentimentos de Seu Ricardo atua como resultado de uma dívida não concretizada. A indignação, bem como o grito agiriam como uma forma de ‘depreciar’ o credor e a dívida em questão.

“A recusa da troca, enquanto padrão de sociabilidade, é vivida pelo interlocutor como uma afirmação de indiferença ou como uma agressão (leia-se insulto moral) que se expressa com maior nitidez no plano das atitudes ou intenções do agressor do que em suas ações ou comportamentos em sentido estrito”. (OLIVEIRA, 2004, p. 7)



Desta forma, a ida à sessão por Seu Ricardo representa, mais do que a recusa de negociação, uma ‘defesa’ de uma honra atingida – demonstrada pela exposição dos sentimentos, de um ‘desprezo’ e de um insulto moral ao credor e à própria instituição que promoveu o encontro de ambos.

Outro caso acompanhado foi o do senhor Antenor, que aparenta ter 40 anos. Carrega uma sacola de plástico e uma pasta com contas dobradas e amassadas. Vai sozinho à Central de Conciliação e Mediação para negociar duas dívidas contraídas com dois credores diferentes, da área de concessão de crédito pessoal. É a segunda vez que ele procura o serviço público. Na primeira, conseguiu realizar a negociação com uma rede de hipermercados e faz questão de mostrar ao conciliador a conta sendo paga, conforme o combinado. Nesta segunda oportunidade, ocorre o seguinte diálogo:

Conciliador: *“os credores não vieram, mesmo depois de terem sido convidados a comparecer a partir do comunicado da instituição”* (tornando a mediação inexitosa). Antenor: *“tentei vender produtos, mas não consegui. Para sobreviver, acabei fazendo somente o pagamento mínimo dos cartões de crédito mesmo sabendo que seria ruim, e, depois, para pagá-los, contrai dívidas com essas empresas de crédito pessoal”* (revelando ter o pagamento da água atrasado).

Depois de um silêncio, em que o conciliador faz o registro da ausência dos credores e o agendamento de uma nova tentativa de conciliação, Antenor, com lágrimas escorrendo pelo rosto, pede licença para ir ao banheiro. *“Fico sem saber o que fazer”*, diz o conciliador. Decide-se por chamar a estudante Mariana, responsável pela recepção e credenciamento de Antenor ao serviço, para ‘acudi-lo’. Mais tarde, ela comentaria: *“Antenor está tentando se reestabelecer após ficar seis meses internado no Hospital Espírita, por tentativa de suicídio e depressão. Acabou perdendo o controle de sua vida e de suas contas durante esse período, mas agora deseja retomá-las”*.

Tal conjunto de sentimentos expostos nos relatos acima reforçam o sentido de honra colocado em questão e ajudam a pensar sobre o próprio sentido de dívida para esses indivíduos que procuram pelo serviço público para a sua negociação.

Sentimento que exerce papel de regulador nas relações interpessoais e intrapessoais (ARAÚJO, 1998), a vergonha, segundo Lewis (1992), Harkot-De-La-Taille (1996), e Taille (2002), é fruto da interação com o outro. A valorização que definimos para esse outro sujeito, que pode ser real ou imaginário vai determinar o grau de vergonha que se pode sentir. A noção também está próximo a de moral, uma vez que *“a intensidade de experiências aversivas servem para garantir que os pensamentos, ações ou sentimentos que nos levam a sentir vergonha, não ocorram novamente.”* (LEWIS, 1992, p. 140)

O ato de sentir vergonha está atrelado à noção de honra, mesmo que por vezes esse não esteja explícito. Tal conjunto honra/vergonha forma um dos temas mais investigados pela antropologia a partir de estudos realizados nas sociedades mediterrâneas conduzidas por Peristiany (1965) e J. Pitt-Rivers (1960). Fabíola Rohden (2006) esclarece que os conceitos de honra e seus ‘similares’ teriam como funções estabelecer ligação entre passado e presente de uma sociedade, atuando como ‘operadores’ entre diversos planos da esfera social. Há então uma necessidade constante de referenciar na atualidade os ideias propostos por antepassados em diversas áreas, determinando o comportamento.

*“Desse modo, constituiriam a matriz de referências que fornece índices para a composição da hierarquia de valores que rege a vida coletiva, permitindo assim compreender a complexidade da relação entre indivíduo e sociedade”.* (ROHDEN, 2006, p. 115)

Quando Antenor mostra que está pagando o acordo feito no passado e chora por não conseguir encontrar os credores ou quando seu Ricardo afirma ‘exaltado’ que não tinha culpa sobre o vulto do ‘problema’, ambos mostram que o que está em jogo não é a dívida em si, mas um dom não alcançado, uma reciprocidade por seus papeis.

As prioridades financeiras (como que contas pagar em primeiro lugar, incluindo a negociação de dívidas) alteram conforme as necessidades vividas nas relações sociais e da intimidade. Antenor queria ‘recuperar’ o controle de sua vida. Ricardo, ‘lutava’ por sua ‘função’ como provedor. Em outras situações de atendimentos, pessoas procuraram orientação na Central de Conciliação, pois contraíram dívidas para realizar, por exemplo, a festa de 15 anos da filha, ou para ajudar um ente querido.

### **Reflexões finais (por enquanto)**

Como demonstra Zelizer (1994), há moedas forjadas em questões pessoais e subjetivas, (como um retorno à *dádiva* “hierarquizada” de Mauss) e uma monetarização que foge de uma contabilidade quantificada. Os negócios envolvendo família, amizade, por exemplo, possuem valores diferentes para quem está presente nessa relação, assim como no crescente surgimento de novas formas de negociação do dinheiro, especialmente em contextos considerados, sem o acesso “formal” ao crédito.

Para esses sujeitos que tiveram suas histórias acompanhadas na Central de Conciliação, a dívida será negociada quando ela envolve então uma intimidade (e honra) colocada à prova. Os fatores ligados ao tempo de espera (que torna a negociação ‘sofrida’ e a ‘bola de neve’ mais abundante), bem como o descaso dos credores somam-se nessa complexidade transformando as dívidas em espectros de dramas sociais, no que Turner (2008) define para a dificuldade que atinge seu limite e tornando-se em crise. A ‘bola de neve’ –carregada de códigos morais, sociais e econômicos, – simboliza então a crise, o momento ‘incontrolável’, que vai gerar a procura pelo serviço público. Assim, o processo de negociação exerce a substituição de uma dívida ‘incontrolável’ por uma dívida que o indivíduo pode ‘suportar’. Afinal, o valor monetário versus o valor simbólico dessas dívidas são diferentes, mas também são interdependentes, uma vez que o vulto monetário influencia o peso simbólico que essa mesma dívida terá para o consumidor, assim como a sua negociação.

De acordo com Mauss (2011) a partir de um *nexum* romano, “o indivíduo que recebeu a coisa é ele mesmo, ainda mais que comprado, aceito pelo empréstimo”. Assim, uma vez que o indivíduo tenha aceitado algo de alguém já se torna obrigado numa relação, o torna *endividado*. Ampliando essa definição de Mauss e recorrendo a Zelizer (1994), nesses casos acompanhados e relatados nas páginas anteriores, o sujeito que procura por negociação é àquele que se sente *endividado* com a natureza da sua ‘intimidade’, de sua ‘honra’ colocadas à prova. Não é uma troca mercantil em jogo, mas sim a ‘recuperação’ de valores sociais, histórias de vida e de dramas expostos.

### **Referências bibliográficas:**

Bevilaqua, C. **Notas sobre a forma e a razão dos conflitos no mercado de consumo**. Sociedade e Estado, volume XVI, números 1/2, 2001: 306-334.

\_\_\_\_\_ **O consumidor e seus direitos: um estudo sobre conflitos no mercado de consumo**. Tese de doutorado em Antropologia Social apresentada à Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, 2002.

Bourdieu, Pierre. O campo econômico in Revista Política e Sociedade, páginas 15-57, número 6, ano 2005.

Central de Conciliação e Mediação. Porto Alegre. Disponível <http://www.tjrs.jus.br/site/processos/conciliacao/nucleo.html>

De La Taille, Yves. **Vergonha: a ferida moral**. Petrópolis : Vozes, 2002.

Harkot-De-La-Taille, Elizabeth. **Ensaio semiótico sobre a vergonha moral** Tese de Doutorado, FFLCH, Universidade de São Paulo, 1996.

Lewis, Michael (1992). **Shame - the exposed self**. New York, The Free Press.

Manning, Robert. **Credit Card Nation**. New York : Basic Books, 2000.

Mauss, Marcel. **Sociologia e Antropologia**. São Paulo : Cosac Naify, 2011.

Müller, L.H.A. & Vicente, D.S. Vão-se os anéis: uma abordagem etnográfica do penhor. Anais 31º Encontro Anual da ANPOCS, Caxambu, 2007.

Müller, Lúcia Helena Alves. **Livre mercado**. Civitas (Porto Alegre), Porto Alegre, v.3, n.2, p. 301-325, 2003.

Neri, Marcelo Cortes. **A nova classe média**, Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, Instituto Brasileiro de Economia, Centro de Políticas Sociais, 2008.

Oliveira, Luis R. Cardoso. **HONRA, DIGNIDADE E RECIPROCIDADE**. Martins, P. H. & Nunes, B. F (orgs.) A nova ordem social: perspectivas da solidariedade contemporânea. Rio de Janeiro: Vozes.

Peristiany, J. G. (org.). 1971 [1965]. **Honra e Vergonha: valores das sociedades mediterrâneas**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Pitt-Rivers, Julian. 1971 [1965]. “**Honra e Posição Social**”. In J.G. Peristiany (org.). **Honra e Vergonha: valores das sociedades mediterrâneas**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Relatório De Estabilidade Econômica. Brasília: Banco Central do Brasil, setembro de 2012.

Rohden, Fabíola. **Para que serve o conceito de honra ainda hoje?** Em Revista Campos, São Paulo, 2006.

Turner, Victor. **Dramas, Campos e Metáforas**. (2008). Rio de Janeiro: Eduff

Vicente, D.S. **Vão-se os anéis, ficam os dedos? Uma abordagem etnográfica do penhor**. Porto Alegre, PUCRS, 2007. (TCC graduação em Ciências Sociais).

Weatherford, Jack. **The history of Money**. News York : Three Rivers Press, 1997

Zelizer, V. **The Social Meaning of Money**. New York: Basic Books, 1994.

Obras consultadas:

Graeber, David. **Debt: the first 5000 years**. New York : Melville House Publishing, 2011.

SOUZA, Amaury. **A classe média brasileira : ambições valores e projetos de sociedade** / Amaury Souza, Bolívar Lamounier, Rio de Janeiro : Elsevier ; Brasília, DF : CNI, 2010.