

**XXIV ENCONTRO NACIONAL DO
CONPEDI - UFS**

**SOCIOLOGIA, ANTROPOLOGIA E CULTURA
JURÍDICAS**

ALEXANDRE VERONESE

JOSÉ FERNANDO VIDAL DE SOUZA

VERONICA TEIXEIRA MARQUES

Todos os direitos reservados e protegidos.

Nenhuma parte deste livro poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria – Conpedi

Presidente - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa – UFRN

Vice-presidente Sul - Prof. Dr. José Alcebíades de Oliveira Junior - UFRGS

Vice-presidente Sudeste - Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM

Vice-presidente Nordeste - Profa. Dra. Gina Vidal Marcílio Pompeu - UNIFOR

Vice-presidente Norte/Centro - Profa. Dra. Julia Maurmann Ximenes - IDP

Secretário Executivo - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC

Secretário Adjunto - Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto – Mackenzie

Conselho Fiscal

Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG /PUC PR

Prof. Dr. Roberto Correia da Silva Gomes Caldas - PUC SP

Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Napolini Sanches - UNINOVE

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS (suplente)

Prof. Dr. Paulo Roberto Lyrio Pimenta - UFBA (suplente)

Representante Discente - Mestrando Caio Augusto Souza Lara - UFMG (titular)

Secretarias

Diretor de Informática - Prof. Dr. Aires José Rover – UFSC

Diretor de Relações com a Graduação - Prof. Dr. Alexandre Walmott Borgs – UFU

Diretor de Relações Internacionais - Prof. Dr. Antonio Carlos Diniz Murta - FUMEC

Diretora de Apoio Institucional - Profa. Dra. Clerilei Aparecida Bier - UDESC

Diretor de Educação Jurídica - Prof. Dr. Eid Badr - UEA / ESBAM / OAB-AM

Diretoras de Eventos - Profa. Dra. Valesca Raizer Borges Moschen – UFES e Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - UNICURITIBA

Diretor de Apoio Interinstitucional - Prof. Dr. Vladimir Oliveira da Silveira – UNINOVE

S678

Sociologia, antropologia e cultura jurídicas [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI/UFS;

Coordenadores: Alexandre Veronese, José Fernando Vidal De Souza, Veronica Teixeira Marques – Florianópolis: CONPEDI, 2015.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-85-5505-065-7

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: DIREITO, CONSTITUIÇÃO E CIDADANIA: contribuições para os objetivos de desenvolvimento do Milênio

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Brasil – Encontros. 2. Sociologia. 3. Antropologia. 4. Cultura jurídica. I. Encontro Nacional do CONPEDI/UFS (24. : 2015 : Aracaju, SE).

CDU: 34



XXIV ENCONTRO NACIONAL DO CONPEDI - UFS

SOCIOLOGIA, ANTROPOLOGIA E CULTURA JURÍDICAS

Apresentação

Apresentação GT de SOCIOLOGIA, ANTROPOLOGIA E CULTURAS JURÍDICAS

Com vinte e nove artigos, o Grupo de Trabalho Sociologia, Antropologia e Culturas Jurídicas proporcionou ricos debates e interlocuções entre os presentes no GT, autores e ouvintes que identificaram na proposta do Grupo, o campo adequado para interdisciplinaridade, usos de métodos e abordagens que vão além das pesquisas teóricas e jurisprudenciais, mais comuns em outros grupos de trabalho do CONPEDI.

Em especial os autores que apresentaram seus artigos representaram as mais diferentes instituições e regiões do Brasil, proporcionando discussões entre alunos, egressos e docentes de Mestrados e Doutorados de instituições como: Centro Universitário do Pará, Universidade Federal do Paraná, Universidade Federal do Rio Grande, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Universidade do Oeste de Santa Catarina, Universidade Federal do Oeste do Pará, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Centro Universitário La Salle, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Universidade de Brasília, Fundação Machado de Assis, Universidade Federal Fluminense, Universidade para o Desenvolvimento do Estado e da Região do Pantanal, Centro Universitário Volta Redonda, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Universidade Federal de Minas Gerais, Universidade Federal do Espírito Santo, Universidade Federal Rural do Semi-Árido, Universidade Federal de Goiás, Universidade Federal da Paraíba, Universidade Federal de Santa Catarina, Faculdade de Campo Grande, Faculdade de Direito de Ribeirão Preto da USP, assim como da anfitriã, Universidade Federal de Sergipe.

A maioria dos trabalhos do GT se concentrou em cinco eixos de debates, estruturados em pesquisas metodologicamente subsidiadas por diferentes instrumentos, abordagens e análises, caracterizando as perspectivas jurídicas, antropológicas e sociológicas esperadas no GT. Num primeiro eixo, que inclusive demandou uma solicitação de registro para que haja um grupo de trabalho específico, tendo em vista o crescente número de textos nos mais diversos GTs dos últimos CONPEDIs, se delinearão os trabalhos com enfoque em questões de Gênero.

Com o trabalho A subordinação da esfera social à fiscal: uma análise sócio jurídica a partir da teoria da dominação masculina de Pierre Bourdieu, Thiago Augusto Galeão de Azevedo

tratou da relação subordinativa entre a esfera social e fiscal do Estado Democrático e Social Fiscal, decorrente da esgotabilidade dos recursos públicos, identificando-a como um reflexo constituinte da estrutura de dominação reproduzida pelo Estado, à luz dos preceitos teóricos da dominação masculina de Pierre Bourdieu. Já Clarice Gonçalves Pires Marques apresentou o artigo intitulado O papel da ciência jurídica na subalternização da feminilidade: problematizações e desconstruções necessárias para a igualdade de gênero que se debruçou sobre as identidades femininas enquanto produção cultural e sobre como a ciência jurídica contribui para a subalternização das identidades femininas.

No texto Destrinchado por um artigo clássico sobre gênero. Gênero: Uma categoria útil de análise histórica (Joan Scott) os autores Pablo Henrique Silva dos Santos e Paula Pinhal de Carlos se debruçaram sobre o clássico texto de Joan Scott, identificando a importância da autora sobre os estudos sobre gênero e sua influência nos estudos brasileiros sobre a temática. Com um recorte dentro das discussões sobre gênero, a categoria trans foi tratada em dois artigos. No primeiro, intitulado O (re)conhecimento trans, os autores Renato Duro Dias e Amanda Netto Brum analisam o reconhecimento e a experiência da (des)construção dos discursos naturalizantes das identidades de gênero e sexual trans com base em estudos culturais. Já Paulo Adroir Magalhães Martins e Ana Paula Cacenote, no artigo intitulado A necessidade de uma integridade legislativa para o devido reconhecimento das identidades transexuais no atual panorama jurídico-social em razão da crise do sistema jurisdicional, ao utilizarem o método sócio-analítico e a abordagem dedutiva, discutem a necessidade de uma integridade legislativa no ordenamento jurídico brasileiro para a criação de uma lei que busque assegurar o devido reconhecimento às identidades transexuais.

Com uma pesquisa de campo de fôlego, o artigo Pobreza, cachorrada e cachaçada: representações de policiais sobre a violência contra a mulher, dos autores Júlio Cesar Pompeu e Rafael Ambrósio Gava, se sustenta em um estudo etnográfico nas Delegacias de Atendimento à Mulher da Grande Vitória para analisar a dinâmica de funcionamento desses órgãos e descobrir se a compreensão dessa dinâmica pode ajudar a explicar o porquê de o Espírito Santo ter índices tão altos de violência contra a mulher. Os autores chamam a atenção sobre como a representação social dos policiais estigmatiza as vítimas e, aliado a outros fatores, dificulta o combate adequado dessas infrações penais, encontrando nessa variável um dos possíveis fatores que explicam os altos índices capixabas de violência contra a mulher.

Outro instigante trabalho se referiu à Justiça de gênero e direitos humanos das mulheres: percepções sobre feminismo em decisões dos Tribunais de Justiça do país de autoria de Fabiana Cristina Severi, que trouxe para discussão as dificuldades de acesso à justiça das

mulheres e de efetivação de seus direitos, a partir da análise de conteúdo de julgados, na tentativa de traçar a percepção dos Tribunais de Justiça sobre feminismo. Como último trabalho que versa sobre gênero, o artigo intitulado *Pode a subalterna negra falar na Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso do Sul?* de autoria de Tiago Resende Botelho teve como recorte temporal os anos de 1977 a 2014, período em que constatou a inexistência da mulher negra neste espaço legislativo por trinta e sete anos, o que o leva a questionar a legitimidade representativa da mulher negra na política.

O segundo eixo de trabalhos se constituiu em torno das discussões sobre trabalho e economia, com quatro artigos que refletem sobre imigração, exploração de mão de obra e crédito como reconhecimento. Numa pesquisa de campo com resultados que vão além dos discutidos no artigo, Rodrigo Espiúca dos Anjos Siqueira, e Thais Janaina Wenczenovicz escrevem no texto *Imigrantes senegaleses, direitos humanos e trabalho: dimensões materiais e concepções acerca da integração no Brasil a respeito da integração desses imigrantes à sociedade brasileira*, chamando a atenção sobre como na região norte do Rio Grande do Sul o migrante senegalês experimenta a primeira forma de integração através da obtenção de emprego.

Já no artigo *Panoptismo digital: a terceirização das centrais de teleatividades*, Ailsa Costa de Oliveira faz uma análise acerca da terceirização, enfatizando dentro deste fenômeno, as atividades laborais executadas nos call centers. A autora identifica os call centers como empresas terceirizadas baseadas em um modelo de precarização do trabalho, caracterizado pelos controles a que são submetidos os teleoperadores pelos supervisores e por toda uma estrutura telemática, que se constituem pelo que chama de panoptismo tecnológico.

Marcelo Maduell Guimarães, na apresentação de seu texto *O contrato de trabalho e a sua insuperável marca exploratória: breves críticas ao modelo de desenvolvimento capitalista* parte de alguns questionamentos acerca do modelo de produção e desenvolvimento capitalistas na discussão sobre o contrato de trabalho, explorando seus significados na história e chamando a atenção sobre as poucas transformações até dias atuais, que ainda pressupõe exploração. Na busca por compreender as relações de consumo mediadas pelo crédito, bem como os aspectos jurídicos da atividade creditícia no Brasil, Anna Taddei Alves Pereira Pinto Berquó escreve o texto *O uso do crédito e reconhecimento social: aspectos jurídicos da atividade creditícia no Brasil onde explora a relação de cordialidade como categoria que permitiu o acesso ao crédito, uma vez que é uma das características históricas do comércio brasileiro tratar os negócios como relações pessoais*.

Um terceiro eixo de interlocução entre os trabalhos apresentados se deu em torno de discussões sobre a Sociologia Jurídica. Nesse sentido o trabalho intitulado *A relação entre a modernidade reflexiva e a sociedade do risco com a sociologia do direito* Rodrigo Marcellino da Costa Belo, discute a relação de singularidade interdisciplinar entre sociologia e direito que deu ensejo a formação da sociologia jurídica como campo que buscava estudar como tal relação influía na própria definição do Direito e de seus institutos. Já o artigo *Entre a academia e os tribunais: a construção social do direito constitucional brasileiro* de Carlos Victor Nascimento dos Santos e de Gabriel Borges da Silva busca ampliar as discussões acerca da produção do direito constitucional brasileiro partindo de quatro elementos: (i) a delimitação dos autores que se tornaram referências, (ii) a distância entre teorias e realidade social, (iii) a expansão dos programas de pós-graduação em Direito e o aumento da circulação de ideias que envolvam matérias constitucionais, além (iv) das relações entre professores/pesquisadores e juristas. Os autores analisam como esses quatro elementos são incorporados à discussão como movimentos capazes de influenciar a construção do direito constitucional brasileiro.

No texto *Velhas e novas perspectivas da Sociologia Jurídica no Brasil: flores ou espinhos?*, Cora Hisae Monteiro da Silva Hagino faz uma análise da história da Sociologia Jurídica no Brasil. A partir de uma abordagem histórica a autora discute a dificuldade de institucionalizar a sociologia jurídica nas faculdades de direito até transformar-se em disciplina obrigatória, partindo assim para uma análise sobre a influência dessa disciplina para entender a dinâmica do Direito na sociedade brasileira.

Por fim, nesse eixo, Enoque Feitosa Sobreira Filho e Lorena de Melo Freitas apresentam o artigo *Uma leitura realista do idealismo jurídico a partir das ideias de Gilberto Freyre*. Neste artigo analisam através de uma metodologia retórica, a crítica realista freyriana ao idealismo jurídico, apoiando-se na análise que Gilberto Freyre faz à cultura do bacharelismo no Brasil. Os autores apontam como Freyre ao estudar a formação acadêmica dos Bacharéis em Direito destaca a necessária vizinhança existente entre as Ciências Jurídicas, a Sociologia e Antropologia, que trabalham com fatos concretos, empíricos da realidade sócio jurídica.

O quarto eixo versa sobre estudos relativos à cultura que congregam quatro trabalhos que tratam da cultura como direito. O primeiro deles, intitulado *O direito ao idioma e a preservação cultural e linguística das minorias na comunidade dos países de língua portuguesa*, escrito por Pedro Bastos de Souza, se preocupa em discutir a importância da proteção cultural e linguística das minorias, em um cenário de globalização. Já o artigo *Por uma discussão a respeito das questões identitárias no âmbito dos direitos humanos*, de Raquel Fabiana Lopes Sparemberger e de Márcia Letícia, discute sobre como o trânsito de povos e

culturas fragmentou as identidades fazendo com que estas se multiplicassem, se transformassem e fossem, aos poucos, se moldando a novos cenários, tornando necessária a reflexão a respeito das questões identitárias em Direitos Humanos. Os autores Noli Bernardo Hahn e Francis Rafael Mousquer, no trabalho *O interculturalismo como mecanismo emancipatório*, chamam a atenção sobre como uma estrutura de relacionamento receptiva e resiliente entre as culturas existentes no cenário geopolítico mundial absorvem as diferenças existentes entre culturas. Fechando o eixo sobre cultura como direito, o trabalho *Rinha de galo: uma expressão de cultura, uma atividade esportiva ou uma ofensa à constituição?* das autoras Fernanda Luiza Fontoura de Medeiros e Letícia Albuquerque debate a respeito da possível colisão de direitos fundamentais a partir de uma análise da jurisprudência brasileira firmada pelo Supremo Tribunal Federal e pelo Superior Tribunal de Justiça. As autoras buscam responder à seguinte pergunta: a rinha de galo pressupõe o enfrentamento de uma questão cultural, de uma atividade esportiva ou, efetivamente, de uma ofensa à Constituição?

O quinto eixo, possibilitado pelos trabalhos aprovados no GT, envolve discussões a respeito de questões indígenas que passam por discussões sobre territorialidade, relação constitucional e cultura indígena. De autoria de Julianne Melo dos Santos, o artigo *Territorialidade indígena e a demarcação de terras indígenas no Brasil: tensões, contradições e potencialidades* busca compreender as limitações e as potencialidades do reconhecimento estatal da sociodiversidade indígena no processo de demarcação territorial. Já o trabalho sobre *Os povos indígenas e o tratamento constitucional latino americano: uma análise acerca dos ordenamentos boliviano e equatoriano* de José Albenes Bezerra Júnior trata do direito comparado e da análise dos textos constitucionais da Bolívia e do Equador, ao analisar os novos tratamentos constitucionais dispensados aos povos indígenas em países da América Latina. O artigo intitulado *Pensão por morte e poligamia indígena: redistribuição ou reconhecimento?*, das autoras Ana Catarina Zema de Resende e Fabiola Souza Araujo, apresenta uma análise da decisão judicial paradigmática que concedeu, pela primeira vez, uma pensão por morte em caso de poligamia de povos indígenas. As autoras indicam que apesar da determinação de distribuição de uma pensão por morte entre as viúvas e os filhos do segurado falecido mostrar avanço quanto ao reconhecimento da organização social própria dos povos indígenas, acaba por reduzir a avaliação da situação a uma mera questão de distribuição, negando um reconhecimento jurídico pleno da diversidade cultural. No texto *A Regularização das Terras Indígenas e os Dados do Relatório Violência Contra os Povos Indígenas no Brasil* os autores Giselda Siqueira da Silva Schneider e Francisco Quintanilha Veras Neto discutem a questão da demarcação de terras e a necessidade de políticas públicas de investimento econômico para programas de promoção dos direitos de tais populações em suas aldeias.

Também abrilhantaram as discussões do GT Sociologia, Antropologia e Culturas Jurídicas, outros cinco artigos que versaram sobre teoria marxiana, direito à memória, educação em direitos, justiça restaurativa e ativismo judicial. No artigo Teoria marxiana e racismo: possibilidades na busca de um Direito instrumento de transformação, Franciele Pereira do Nascimento provoca a reflexão acerca da relação existente entre teoria marxiana e racismo, indicando que apesar de não ser suficiente para suprir todas as demandas advindas dos conflitos étnicos-raciais, a teoria marxiana é fundamental para entender o capitalismo atual e os reflexos do racismo neste sistema econômico. Com o trabalho O Grupo Tortura Nunca Mais e seus sentidos de fazer justiça Igor Alves Pinto parte da categoria sensibilidade jurídica colocada por Clifford Geertz e de uma pesquisa de campo com observação participante, de forma que através de um trabalho com inspiração etnográfica busca compreender como se produz e quais são os sentidos de justiça que o Grupo Tortura Nunca Mais quer ver representada pelo Estado. Os autores Diego de Oliveira Silva e Lutiana Valadares Fernandes Barbosa, no trabalho Biopoder, educação, resistência e libertação: a função da defensoria pública de educar em direitos como forma de resistência e de libertação da opressão, tecem reflexões sobre a função institucional da Defensoria Pública de educar em direitos como forma de possibilitar à população hipossuficiente a compreensão da dinâmica do biopoder e seus microssistemas, numa perspectiva de cumprir sua função institucional. Já no artigo intitulado Abordagem sociológica da justiça restaurativa Christiane de Holanda Camilo apresenta uma análise sociológica sobre os principais elementos fundantes da Justiça Restaurativa, apresentando-a como uma reinvenção contemporânea e aprimorada das formas de resolutividade de controvérsias comunitárias que visam o estabelecimento de estratégias integrativas e humanizadas que têm como propósito construir sistemas de justiça que possam ser implementadas, tanto no âmbito do Poder Judiciário quanto em comunidades que viabilizem a integridade de vítima e de ofensor, caracterizando a manutenção inclusiva do ofensor na reparação da ofensa assim como a reparação da ofensa em si.

O Grupo de Trabalho Sociologia, Antropologia e Culturas Jurídicas encerra seus artigos com o texto A democratização do judiciário como resposta ao ativismo judicial: ideias iniciais, de autoria de Vitor Costa Oliveira, que busca saber se há, em que grau, e de que forma, um elemento volitivo ligado ao ativismo judicial. Essas e outras perguntas e suas possíveis respostas é o que desejamos que os leitores mais atentos encontrem, para dialogar, criticar, interagir e refletir.

Ótima Leitura!

José Fernando Vidal de Souza - Uninove

Verônica Teixeira Marques Unit e ITP

Alexandre Veronese UnB

Coordenadores do GT Sociologia, Antropologia e Culturas Jurídicas

O USO DO CRÉDITO E RECONHECIMENTO SOCIAL: ASPECTOS JURÍDICOS DA ATIVIDADE CREDITÍCIA NO BRASIL

EL USO DEL CRÉDITO Y RECONOCIMIENTO SOCIAL: ASPECTOS LEGALES DE LA ACTIVIDAD DE CRÉDITO EN BRASIL

Anna Taddei Alves Pereira Pinto Berquó

Resumo

O crédito foi um dos elementos que contribuiu para o acesso do consumidor aos bens de consumo, proporcionando o desenvolvimento das relações de organização e expansão da produção na era colonial, e da sociedade de consumo. A relação de cordialidade permitiu o acesso ao crédito, uma vez que é uma das características históricas do comércio brasileiro tratar os negócios como relações pessoais, determinando a quem o comerciante poderia conceder o crédito. Juridicamente, a proteção ao consumidor é promovida pelo Estado de acordo com o que preconiza o artigo 5º, XXXII, da Constituição Federal e o Código de Defesa do Consumidor.

Palavras-chave: Crédito, Consumidor, Sociedade de consumo.

Abstract/Resumen/Résumé

El crédito fue un de los elementos que contribuyó para el acceso del consumidor a los bienes de consumo, proporcionando el desarrollamiento de las relaciones de organización y expansión de la producción en la época colonial, y de la sociedad del consumo. La relación de cordialidad permitió el acceso al crédito, una vez que es una de las características históricas del comercio brasileño tratar de los negocios como relaciones personales, determinando a quien el comerciante podría conceder el crédito. Juridicamente, la protección al consumidor es hecha por el Estado de acuerdo con el artículo 5º, XXXII, de la Constitución Federal y la Ley de Defensa del Consumidor.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Crédito, Consumidor, Sociedad de consumo.

1. Introdução:

Este ensaio pretende discorrer sobre as relações de consumo mediadas pelo crédito de acordo com alguns aspectos da sociedade brasileira. Ter-se-á em vista, em um primeiro momento, os aspectos do personalismo e, para tanto, seguir-se-á na esteira de Sérgio Buarque de Holanda (2008). O personalismo manifestou-se no desenvolvimento da sociedade brasileira e entende-se que também pode ser identificado como um aspecto característico da sociedade de consumo no Brasil, no período que compreende a infância e a juventude dos informantes. A proposta é realizar um debate que demonstre a contribuição do personalismo nessas relações de consumo mediadas pelo crédito, considerando a *confiança* enquanto valor, e se é possível perceber se a ação dos informantes pode ser considerada como ação racional que predominantemente é referente a valores.

Outrossim, será feito o debate sobre como o processo de racionalização do crédito ao consumidor transformou a conduta dos agentes, fazendo com que o comportamento dos sujeitos sofresse uma adaptação, porém sem nunca perder o reconhecimento social como um dos valores a ser assegurado. A ação dos agentes será tratada segundo a teoria elaborada por Weber (2000) e a intenção consiste em compreender que, ao mesmo tempo em que o personalismo aportou nas relações locais consumeristas intermediadas pelo crédito, através da cordialidade e confiança, a racionalização dessas relações fez com que houvesse uma mudança na maneira como os informantes lidam e se enxergam através do uso ou da possibilidade do uso do crédito. Entretanto, é possível verificar que o crédito, apesar de inserido nessa dinâmica, ou seja, do personalismo à racionalização, ocasionou, até mesmo, um desencantamento por parte de alguns informantes na forma como ocorre, atualmente, a concessão do crédito ao consumidor.

E finalmente, far-se-á o liame entre as relações de consumo mediadas pelo crédito e os aspectos jurídicos do consumo de crédito no Brasil. Para a realização deste ensaio toma-se como ponto de partida tese de doutorado defendida pela autora em maio de 2013.

Com o intuito de levar adiante a investigação sobre as relações de consumo mediadas pelo crédito, foi selecionado para a pesquisa, que produziu referida tese, um grupo que se refere a um universo específico, qual seja, homens e mulheres idosos, com sessenta anos ou mais, aposentados, sendo indiferente possuírem alguma ocupação, totalizando nove informantes. O objetivo da pesquisa em selecionar referido grupo consistiu em analisar a trajetória de vida desses informantes, possibilitando a oportunidade de conhecer aspectos do crédito que perpassam os traços do personalismo e a racionalização da atividade creditícia. A seleção desse grupo possibilitou uma visão ampla da trajetória do consumo, assim como da relação que se propõe a investigar entre consumo e crédito. As entrevistas foram realizadas na cidade de João Pessoa – Estado da Paraíba, no período compreendido entre os anos de 2010 a 2012. Os dados obtidos nas entrevistas foram examinados mediante a análise de conteúdo, baseando-se nas temáticas identificadas nas falas dos informantes (BARDIN, 1977). A técnica permitiu que fossem analisados os relatos dos informantes e os vínculos que esses relatos tinham entre as categorias examinadas, resultando nas descrições e transcrições das entrevistas ao longo deste ensaio.

Por fim, para fins de esclarecimento o crédito aqui debatido se refere a diversos tipos de aquisição de bens (incluindo dinheiro) e serviços pelo devedor, em que este posterga o pagamento ao credor, independente de ser o pagamento com outros bens ou em dinheiro com ou sem juros. Neste ensaio sempre que se referir a crédito é somente aquele que é oferecido

ao consumidor – pessoa física – tais como cartão de crédito, cheque especial, financiamentos de veículos, crédito consignado, ou seja, qualquer empréstimo ofertado pelo credor (seja pessoa física ou instituição financeira), que esteja vinculado estritamente ao consumo. Ademais, a compra ou venda fiado é também considerado como crédito vinculado ao consumo, apesar de não ser tratado como um crédito ao consumidor nos padrões do capitalismo moderno, uma vez que envolve traços do personalismo, porém é um tipo de crédito que fez (e ainda faz) parte da evolução do crédito na trajetória de vida dos informantes.

2. Visão genérica da temática

A relação entre consumidor e comerciante no Brasil, em meados do século passado, parece ter se pautado em traços do personalismo, assim como descrito por Sérgio Buarque de Holanda (2008). O que fundamentava as relações de consumo, à época, era, justamente, a 1) confiança, enquanto valor, ou seja, a credibilidade depositada no consumidor pelo comerciante, bem como podiam ser verificados 2) o controle pessoal em relação às obrigações assumidas, além 3) da existência de um *ethos* do bom pagador com a manutenção da honra e da propriedade.

Apesar de utilizarem o crédito consubstanciado no valor referente à *confiança*, percebeu-se que os informantes não utilizavam o crédito por serem *vítimas manipuladas ou manipuláveis* pelo sistema capitalista moderno: verifica-se que havia, na verdade, uma orientação da conduta predominantemente que se referia ao valor reconhecimento social que o uso do crédito lhes assegurava. Portanto, a utilização do crédito com fundamento em alguns critérios sendo um deles o da confiança entre os sujeitos, enquanto um dos valores intrínsecos à moral da época, também se denotava no uso do crédito, sendo este uma alternativa para se alcançar *status* para o detentor da possibilidade ou do uso efetivo do crédito.

Deve-se ficar claro que o consumidor geralmente alega que o crédito serve para adquirir determinado bem, ou para pagar uma dívida, ou reforma da casa, entre outros fins, entretanto, pela análise das entrevistas com os informantes constatou-se que, por trás do comportamento deles, encontravam-se, principalmente, aspectos morais que norteavam suas condutas em relação ao crédito. Por exemplo, se fosse feita uma análise isolada do trecho de uma das entrevistas concedida por um dos informantes A.M.F., poderia se supor que ele utilizou o crédito apenas orientado para um fim:

Naquela época, eu gostei [de pedir empréstimo], na época me serviu, [es]tava precisando do dinheiro. Era uma coisa...era um comportamento que a maioria dos funcionários fazia. [Pedi] o consignado pela facilidade. Por exemplo, eu pegava o salário e aí eu mais ou menos sabia o que eu precisava e, aí eu dizia encaixa no contracheque, dá pra encaixar, então vamos lá [es]to[u] precisando, aí fazia. Aquela prestação dava no meu salário, pegava aquele dinheiro... pegava aquele dinheiro de uma vez só, às vezes nem sabia usar direito. Peguei, peguei. [mais de um crédito consignado]. (Comunicação oral)

Entretanto, no discurso desse informante, bem como dos demais entrevistados, verifica-se que, adquirir um bem exclusivamente através do crédito, era irrelevante, uma vez que o que se queria, muitas vezes, era demonstrar que se podia usar crédito ou dele dispor. Nesse caso, a ação dos informantes ao usarem crédito se dirige muito mais por valores e do que pela utilidade em si do crédito. Destarte, diante dos dados obtidos nas entrevistas realizadas com os informantes pôde-se verificar que o crédito, como objeto de consumo, também perpassa pela manipulação quanto ao seu significante, que varia de acordo com a época e a trajetória de vida dos informantes.

O uso do crédito, em um primeiro momento, teve o seu uso associado ao reconhecimento social, para, em um segundo momento ser associado a um retorno ao estado de pobreza, tendo os informantes, neste último caso, negado a utilização do crédito nos dias atuais em favor do pagamento à vista, ou tendo justificado o seu uso com base em uma eventual poupança. Como pano de fundo do crédito ao consumidor, quanto aos seus significantes, as ações dos sujeitos eram orientadas pela confiança e para o reconhecimento social.

3. Traços do personalismo nas relações entre sujeitos mediadas pelo crédito

Observa-se que o comportamento dos sujeitos estava orientado especificamente pelo costume de se comercializar com base na confiança que o comerciante tinha face o consumidor. Desse modo, a ação dos agentes se orientava no sentido de se obter reconhecimento social, consubstanciado no costume local da confiança. O comportamento dos sujeitos, principalmente o do consumidor, também se fundamentava na expectativa de corresponder a critérios honoríficos, uma vez que os sujeitos se espelhavam em crenças muito bem estabelecidas sobre o *ethos* que norteava as relações entre as pessoas mediadas pelo consumo e pelo crédito. A confiança estabelecida pelo costume baseava-se no dever moral do pagamento da dívida gerada pelo uso do crédito, que por sua vez, mantinha a confiança e assim por diante.

O consumo e a concessão do crédito, em meados do século XX, relacionavam-se com alguns aspectos tradicionais da sociedade brasileira, incluindo, destarte, noções de cordialidade, confiança, honestidade. Nesta medida, têm-se características que surgem dessa constatação através das entrevistas realizadas de que a confiança depositada pelo comerciante no cliente trazia para este um reconhecimento e enaltecimento de valor ético em âmbito social. Era como se o fato de obter do comerciante certa credibilidade lhe trazia, ao mesmo tempo, melhor posicionamento social e boa reputação sobre os demais sujeitos que não detinham a mesma credibilidade e estima do comércio. Até meados do século XX pode-se afirmar que a confiança no comércio partia do comerciante para o consumidor, como uma relação vertical, ou seja, era uma relação de troca de favores. A garantia da troca de favores pode ser verificado dessa forma: o comerciante fidelizava o cliente e este tinha o dever de honrar a dívida, sempre consubstanciada na confiança - comerciante perante cliente - que baseava as relações de consumo; o pagamento da dívida mantinha o reconhecimento entre os sujeitos. Diante disso, apenas para elucidar que esta constatação é plausível cita-se, a título de exemplo, o artigo 'O ethos capitalista weberiano e a afetividade no comércio mineiro' (2012), que relata o exercício do comércio em Minas Gerais na primeira metade do século XX, demonstrando que existiam traços do personalismo entrecruzados com aspectos morais na atividade comercial. Nesse sentido:

Os padrões éticos utilizados para julgar as atitudes tomadas eram os mesmos tanto no “mundo da vida” (relacionamentos pessoais e vivências do cotidiano familiar) quanto no mundo dos negócios (contexto da empresa ou de seu empreendimento próprio). Havia também uma implicação moral do sujeito, no ato de negociar, que não se restringia apenas ao momento da troca. Na época, apesar de a sociedade ser menos integrada do ponto de vista da tecnologia de comunicação, podiam ser identificadas representações compartilhadas sobre o “bem comportar-se e o bem tratar”, o “ser honesto” e a “honra”, que, ao que parece, eram dotadas de uma significação mais específica, implicando o sujeito por inteiro. As representações verbalizadas atestam que os negócios deviam ser feitos baseados em **confiança e honestidade** e que as relações comerciais deviam ser entremeadas de **amizade, cordialidade e boa educação**. (grifo nosso)

Diante dos discursos dos sujeitos entrevistados, pôde-se evidenciar que há uma simbiose valorativa entre o tradicional e o moderno no comportamento dos sujeitos ao se entremear em aspectos ligados ao consumo em geral, posto que até a metade do século XX, muitas das relações comerciais de consumo se vincularam a traços tradicionais da cultura brasileira, assim como estavam permeadas de um sentido de dever o qual *obrigava* moralmente os partícipes a estarem sempre mantendo um ethos consciente do valor que a confiança gerava em termos de reconhecimento, prestígio e, porque não dizer, como um

mecanismo para se manter inserido na dinâmica hierarquicamente verticalizada da sociedade brasileira em termos de status. Partindo da análise do discurso dos informantes percebeu-se que as temáticas da confiança, do reconhecimento e da honra estavam presentes em praticamente todas as falas, isto é, como se houvesse a intenção dos informantes em justificar seu próprio valor no meio social mediante a valorização que o *outro* lhe prestava e que foi adquirida pela possibilidade de usar ou fruir do crédito.

Por outro lado, o uso do crédito pelos informantes, em meados do século passado, ensejava o reconhecimento e conseqüente prestígio social, pois tinha como base a *confiança que o comerciante lhes dispndia*. Entretanto, atualmente, para os informantes, a *confiança* deixou de ser um valor intrínseco e indissociável das relações de consumo e de crédito que, de pessoais, passaram, em geral, para impessoais, cujas ações desses informantes ainda se orientam por valores, porém assumindo atitude diversa perante o crédito para continuarem gozando do reconhecimento e prestígio sociais. A conduta adotada nos dias de hoje não mais consiste no fato de os informantes se pautarem na confiança e, portanto, fruírem do crédito, mas sim pelo enfoque do pagamento à vista em detrimento do crédito que, segundo a interpretação dada aos discursos dos sujeitos, a utilização do crédito passou a ter dois sentidos principais: o primeiro sentido relacionado à ausência de prestígio e de estima social pela associação que se faz do uso do crédito com a falta de dinheiro (retorno à condição de pobreza), e o segundo sentido referente a um discurso que justifica o uso do crédito como se fosse um tipo de poupança, discurso que serve apenas para manter as aparências. Essa mudança na percepção do sujeito face ao crédito decorreu da racionalização do sistema bancário, em que, via de regra, não mais se necessita da troca de favores pessoais, porque o que importa é a confiança em um sistema.

Essa alteração no modo de ver o uso do crédito não decorre, necessariamente, do abandono total dos valores tradicionais, uma vez que a conduta dos informantes ainda se mantém em virtude dos valores que se relacionam com os aspectos vinculados à honra, ao prestígio e ao reconhecimento. O que ocorre é que, em decorrência justamente desses valores, para manter a posição que acreditam ocupar, é que os informantes modificaram seu comportamento quanto ao uso do crédito, preferindo o pagamento à vista na aquisição de bens de consumo. A conduta que leva os informantes à aquisição de bens de consumo, com a preferência do pagamento à vista, ainda é orientada por aqueles valores tradicionais. Mesmo com o advento da sociedade moderna as tradições não desaparecem por completo. É possível que as tradições persistam, e muitas vezes, floresçam. Segundo Giddens (2012) essa possibilidade das tradições se manterem na modernidade decorre, entre outras razões, pelo

fato das tradições se articularem discursivamente e justificarem-se como um valor em um universo de valores que competem entre si. É o que acontece com os informantes. Para justificar o porquê do pagamento à vista eles ressaltam os valores tradicionais que eram os que fundamentavam o uso do crédito. Por outro lado, também é possível identificar que alguns dos valores da sociedade do consumo como a desculpabilização, a insaciabilidade, os desejos, a aquisição do novo, o consumo para si e não somente em face do outro, a busca pela felicidade através do consumo, ausência de poupança, enfim, a aquisição massificada de bens de consumo, estão presentes em alguns dos comportamentos dos informantes referentes ao consumo, como é o caso de J.B. e V.A.S., que assim relataram:

[Qual a sensação que o senhor tem ou já percebeu quando quer uma coisa e quer comprar?] Se eu não tiver dinheiro eu fico angustiado. [E quanto à televisão?] Aparece outra... se aparecer outra mais moderna eu já fico... *querendo*. [O que significa poder comprar o que deseja?] Eu gosto de mordomias. Pra eu ter essas mordomias eu tenho que lutar muito. Então eu luto muito e me sinto bem à vontade quando eu consigo adquirir essas mordomias. [...] Eu não gosto de dinheiro. Quando eu tenho eu compro. Eu não guardo. Eu não faço, por exemplo, poupança. [Informante J.B.] (Comunicação oral)

O mundo consumidor é um mundo preparado pra você gastar. Eu sempre fui uma pessoa... eu sempre gostei de me vestir bem, naquela época era difícil, existiam poucas lojas. Eu aprendi uma coisa que é a primeira impressão é a que fica. Eu me preocupo muito com a opinião das pessoas que eu gosto. Eu gosto de andar bem vestido. (...) Eu acho que ela [roupa] pode refletir o que você é, mas ela lhe dá uma, uma, uma...a sociedade é muito hipócrita, né, tá entendendo? Se você entrar num banco mal vestida, você com muito dinheiro, mal vestido tudinho, você tem um tratamento X; se você entrar todo arrumadinho, tudo limpo, barba feita, você tem um tratamento Y, correto? A sociedade é hipócrita e então você vive num mundo de hipocrisia. Eu sou uma pessoa feliz, realizada, satisfeita com o que eu sou. Não preciso de muita coisa para ser feliz. Eu nunca tive [poupança]... porque eu gosto. Eu sou feliz assim. É assim que eu me realizo. O importante é isso: é você ser feliz. A felicidade é isso, a primeira coisa. Eu poderia [economizar] mas não ia ficar feliz e eu prefiro ficar feliz. [Informante V.A.S.] (Comunicação oral)

Mesmo que se possa afirmar que os valores do consumismo orientam as condutas relatadas acima, isso não significa que os valores tradicionais deixaram de permear as relações de consumo que envolvem o uso do crédito, uma vez que as práticas de comércio locais que consistem *em evitar dever ao outro por se buscar a manutenção da honra, do prestígio, da boa reputação* permanecem presentes e, até hoje, podem ensejar a conduta dos informantes. Desse modo, ao se proceder à análise das entrevistas dos informantes constatou-se que predominava a ação racional referente a valores e não a racional referente a fins. Esta se refere a um tipo de conduta cuja finalidade é calculada, perseguida de modo planejado, ponderando todas as consequências. Por outro lado, a ação é racional referente a valores

quando o comportamento se baseia em crenças sobre o valor que conduz a ação, sejam tais valores estéticos, religiosos, ou como verificou-se pelos depoimentos dos informantes, honra, reconhecimento, status, confiança. Assim sendo, nas condutas relacionadas ao crédito os informantes agem de acordo com base em valores, pois atuam “a serviço de sua convicção sobre o que parecem ordenar-lhe o dever, a dignidade, a beleza, as diretivas religiosas, a piedade ou a importância de uma 'causa' de qualquer natureza” (WEBER, 2000, p.15).

Nesse sentido, dentre as ações dos sujeitos entrevistados considera-se que as mesmas pautar-se-iam em aspectos relacionados à confiança que, por si só, já se encontraria internalizados enquanto valores ao costume e ao modo dos sujeitos lidarem com as questões referentes a *como o outro me enxerga e como quero que me enxerguem*. Desse modo, conforme as propostas de Weber (2000) considera-se que a ação que orientava o sujeito e que era predominante, sob essa ótica, consistiria em ação racional referente a valores, posto que o pano de fundo da ação seria a *confiança*. No Brasil do século passado, o contato pessoal, as trocas de favores entre as pessoas marcadas pela confiança norteavam o comércio e, por assim dizer, também as relações de consumo e de crédito. A credibilidade alcançada pelo sujeito diante do comerciante lhe impunha uma condição privilegiada e distinta em uma sociedade verticalmente hierarquizada como a brasileira.

Antes de prosseguir, importa fazer algumas considerações no que diz respeito à noção de confiança. Conforme o que está sendo apresentado propõe-se que a *confiança* é um dos valores relacionados aos aspectos tradicionais da sociedade brasileira e que repercutiu no uso do crédito. Diferentemente do que ocorre nos dias atuais, quando os informantes eram jovens a confiança pautava-se no *outro* e não em um sistema, embora a racionalização da atividade creditícia tenha deslocado a noção de confiança pessoal para, justamente, uma confiança sistêmica, de ordem impessoal. Propõe Giddens (1991) que os sistemas abstratos conferem segurança à vida cotidiana. Entretanto, compreende-se que a confiança em um sistema não dá aos informantes a mesma segurança que as relações pessoais lhes garantia. A questão é que os informantes tinham credibilidade, a confiança do comerciante, o que lhes dava margem para direta e pessoalmente com ele negociar em caso de endividamento. Os informantes se referiram ao uso do crédito, antigamente, como algo gratificante, um privilégio concedido a poucos. Eles se arriscavam e sentiam prazer nessa experiência do novo, do fazer um crediário tendo um avalista que confiava neles. Assim relatou o informante V.A.S.:

A diferença era só na forma de pagamento. Hoje você divide em dez vezes no cartão. Naquele tempo você recebia o carnê [...] e pagava na própria loja mesmo, não era em banco, pagava na própria loja. *Achei legal porque era uma coisa*

diferente. Por aqui [João Pessoa] ninguém usava isso. Aqui não tinha, não conhecia crediário aqui. Se eu puder pago à vista, se eu não puder eu parcelo... com cartão. Já extrapolei, mas hoje não extrapolo mais não.

Atualmente, essa segurança que Giddens (1991) propõe existir por parte dos indivíduos nos sistemas abstratos não foi identificada nas falas dos informantes, porque hoje eles têm muito mais medo de dever às instituições financeiras do que antes. A confiança em um sistema difere e muito daquela confiança que eles tinham do *outro*. Sugere Giddens (1991, p.116) que “a confiança em sistemas abstratos não é psicologicamente gratificante como a confiança em pessoas o é.” Em verdade, deve-se ir mais longe: a confiança do *outro* é além de gratificante, uma segurança e que um sistema abstrato não oferece aos informantes. Isto porque, quem deve confiar, entende-se assim, não é o sistema no informante, mas é o informante em um dado sistema, o que lhes dá uma sensação de perigo ao invés de seguridade. As instituições financeiras não confiam: elas são meramente técnicas na concessão do crédito. A confiança mudou de polo: são os sujeitos enquanto consumidores que devem confiar e, portanto, isso dá margem a vários julgamentos de medo e de preocupação que são feitos por eles. Portanto, são as normas morais (honra, prestígio, entre outros) que, em regra, orientam os informantes na obtenção de determinado crédito ou, simplesmente, na preferência pelo pagamento à vista que podem determinar as suas ações.

Entretanto, concorda-se que a segurança ontológica tratada por Giddens (1991), que é considerada como uma sensação de segurança em pessoas e em coisas e que se referem ao *ser*, estava, em geral, presente na conduta dos informantes. Afinal, a segurança ontológica decorre da necessidade de confiança pessoal, ou seja, na fé na integridade do outro como forma de fornecer uma relação de intimidade entre os sujeitos, o que não ocorre na confiança em sistemas abstratos, pois, nesse caso, não se consegue estabelecer a intimidade que as relações que envolvem a confiança pessoal oferecem. As relações de confiança estão cada vez mais racionalizadas, sistêmicas e impessoais, contudo, nem por isso foi identificado que os informantes se sentem mais seguros com essa realidade.

Assim sendo, a sociedade brasileira apresentava (e ainda apresenta) uma mescla entre os valores tradicionais e os valores das instituições modernas. Essa ambiguidade na formação da sociedade brasileira fez com que a economia capitalista pátria se desenvolvesse na perspectiva do trabalho livre ao mesmo tempo em que conservava a cultura senhorial. No Brasil, o sujeito tinha de estar inserido em relações pessoais, porque era a partir dessa situação que o sujeito passava a ser reconhecido socialmente. Conforme sugere Jeni Vaitsman (2002) se o sujeito fosse percebido como indivíduo isolado, sem perspectiva de se inserir em relações

personais, então, esse sujeito seria visto de modo negativo, como um cidadão de segunda categoria. Se o sujeito sem *indicações* não tinha acesso a direitos, tampouco seria reconhecido socialmente. É nesse aspecto que residia a importância da confiança do comerciante no consumidor nas relações de consumo mediadas pelo crédito, uma vez que era justamente a confiança que o comerciante tinha no consumidor (este fazendo parte de relações pessoais) que possibilitava o uso do crédito. Logo, quem podia e usava crédito era aquele consumidor que fazia parte dessas relações pessoais, ou seja, integrava aquele sistema de troca de favores. Assim sendo, Vaitsman (2002, p.39) citando Werneck Vianna e Da Matta explicita o seguinte:

Werneck Vianna (1999) mostra que atraso e moderno sempre foram constitutivos da ambiguidade da formação brasileira. A independência em relação a Portugal não significou propriamente ruptura, mas o estabelecimento de um compromisso entre a ordem racional-legal e a patrimonial, pelo qual a burguesia passou a ter a possibilidade de extrair vantagem tanto do moderno quanto do atraso: de um lado, a economia capitalista baseada no trabalho livre; de outro, no plano da política, a preservação do estilo senhorial. [Por conseguinte] [...] Da Matta (1990) mostra que diferente das formações históricas tipicamente individualistas – cujos paradigmas são as sociedades anglo-saxãs -, **a unidade básica, no Brasil, não estaria fundada nos indivíduos-cidadãos, mas em relações, famílias, grupos de parentes e amigos.** (grifo nosso)

A confiança se mostrava nos sentidos *ser de e ter confiança e conhecimento*. Essa palavra *conhecimento* é interpretada, com base nos discursos dos informantes, na constatação de que o informante era *apadrinhado*, de certo modo, do comerciante ou pelo fato de o informante demonstrar que a possibilidade e a utilização do crédito lhes assegurava a condição de ser uma pessoa que detinha uma relação com pessoas de influência (os comumente chamados *conhecidos*). Para tanto, o sujeito tinha de demonstrar que era honrado, aspecto subjetivo que se objetivava pelo pagamento em dia da dívida perante o comerciante, que mantinha, por assim dizer, o ciclo da confiança.

As compras de produtos alimentícios, por exemplo, eram realizadas em mercearias, posto que há quarenta anos não existia a expressiva quantidade de supermercados ou hipermercados como nos dias atuais segundo o relato dos informantes. Estes argumentaram que a compra, por exemplo, de produtos como café, arroz, milho, leite, dentre outros, podiam ser pagos de imediato, porém o comerciante poderia permitir que o consumidor retirasse o produto para pagamento posterior. Era a venda e compra fiado. Desse modo, a possibilidade de ter crédito, através da compra 'fiado' colocava aquele que detinha o crédito na condição de privilegiado e, nesse caso, social e moralmente superior aos demais sujeitos de seu segmento social.

Compreende-se que a venda 'fiado' consiste em um tipo de crédito pautado em características do personalismo, uma vez que a confiança e a credibilidade que o cliente detinha em face do comerciante eram o que determinava quem podia ter acesso a essa modalidade de compra. Nesse sentido, a confiança recíproca entre o consumidor e o comerciante trazia um reconhecimento e prestígio sociais ao cliente que, por ter uma relação de cordialidade, acabava por adquirir status perante a sociedade. Esses aspectos surgem no discurso do informante V.A.S. que assim assegurou:

O crédito pra mim significa duas coisas: é um crédito que alguém dá a mim ou que eu dou a alguém na conversa de alguém ou de comprar fiado. É o crédito que eu entendo, é isso [confiança]. É o que eu dou a alguém ou que alguém me dá. (Comunicação oral)

A fala do informante é corroborada pelo entendimento de Alexandre Volpi (2007, p.80) que menciona o fato de, durante o começo do século XX, a relação de consumo fundar-se na palavra, na caderneta e na fidelidade. A compra fiado, ou seja, adquirir o produto e pagar depois, era um sistema de pagamento muito comum naquela época no Brasil. Deste modo, pode-se dizer que, de acordo com o que foi informado pelos entrevistados, a confiança era o aspecto primordial no consumo, inclusive na concessão de crédito. Mas essa confiança, um dos elementos das relações de consumo e de crédito, e que poderia ensejar reconhecimento e prestígio sociais, não se difere daquela confiança estabelecida pelo personalismo e que moldou a sociedade brasileira até a racionalização do Estado.

Isto porque não era somente o fato do sujeito ter renda que o permitia utilizar o crédito. O que lhe permitia o uso do crédito, principalmente na venda 'fiado' era o reconhecimento que o sujeito havia conquistado na comunidade, através das relações pessoais e pela cordialidade conquistada perante o comerciante. Para os informantes as palavras *confiança* e *conhecimento* foram muito utilizadas para demonstrar que, apesar de serem, até então, pobres, eles haviam conquistado respeito e reconhecimento diante do comerciante (este na qualidade de senhor que detinha um crédito moral), e frente à comunidade como um todo.

Não se pode passar pelo assunto sem a leitura de Sérgio Buarque de Holanda (2008). O consumo não é uma situação à parte e totalmente deslocada da vivência do sujeito face ao meio em que viviam. No desenvolvimento da sociedade brasileira tem-se como um dos caracteres as relações pessoais e as de compadrio, ou seja, se se for analisar por essa perspectiva, o consumo e a concessão de crédito também seguiram esse mesmo esquema, uma vez que, conforme os informantes alegaram, antigamente as compras eram realizadas, muitas

vezes, com base simplesmente na confiança que o cliente acabava por ter do vendedor. A confiança que embasava as relações de consumo e de crédito naquela época trazia, por conseguinte, segurança em tais relações, uma vez que os sujeitos tinham um controle pessoal acerca da compra fiado. Seguindo a esteira de Giddens (2003), naquele período o tempo e o espaço estavam interligados em tempo real, uma vez que as relações de consumo mediadas pelo crédito dependiam da presença dos sujeitos e de uma rotina previsível baseada na confiança (conforme focado no personalismo), gerando, por conseguinte, uma segurança para o consumidor e o comerciante.

Propõe Giddens (2003, p.58) que “a geração de sentimentos de confiança nos outros, como o elemento mais profundo de segurança básica, depende substancialmente de rotinas previsíveis e diligentes” e nesse sentido seriam “estabelecidas por figuras parentais”. Nesse sentido, ao se transportar tal entendimento para a realidade brasileira durante o período aqui enfatizado, pode-se mensurar que as figuras parentais dessas relações de consumo mediadas pelo crédito não estejam categoricamente vinculadas aos graus de parentesco, mas sim à condição de apadrinhamento, isto é, uma extensão dos valores de confiança para os que não faziam parte da família sanguínea, porém estão vinculados em uma relação hierárquica vertical de proteção do comerciante em face do consumidor. Como sugere Vaitsman (2002, p.39) “a construção de nossa sociedade não se fundar no indivíduo, mas nas relações pessoais, explicaria também certos comportamentos do nosso cotidiano, como o 'favor', o 'jeitinho', a 'carteirada' [...]”. Assim sendo, a “confiança iguala-se aqui à segurança e [...] traz uma mutualidade explícita a ela; há [...] um sentimento incipiente de 'ser digno de confiança' associado à extensão generalizada da confiança ao outro” (GIDDENS, 2003, p.62). É um sentimento de pertencimento.

Tanto que pelos depoimentos dos informantes transcritos ao longo deste ensaio verifica-se que na fase em que a confiança embasava as relações de consumo mediadas pelo crédito a aquisição de bens na mercearia local, por exemplo, ou até mesmo a compra de uma bicicleta no crediário era realizada “*de boca*”, sem qualquer documento ou comprovante da compra por escrito, o que reporta a uma situação de segurança entre os sujeitos envolvidos na relação de consumo. A confiança era o valor intrínseco dessas relações, tanto que pela análise das palavras do informante J.B. o crédito lhe tornava (e ainda o torna) digno de credibilidade. Nesse sentido afirmou:

Eu tendo crédito, bom, eu me sinto muito à vontade, muito bem, porque é... eu acredito que as pessoas têm credibilidade em mim. (Comunicação oral)

A confiança funcionava como um alicerce que trazia segurança nas relações entre comerciante e consumidor, que por assim dizer, conseguiam controlar pessoalmente as etapas de compra e venda dos bens através da compra fiado. Diferentemente, ocorrerá quando da racionalização do consumo e do crédito, em que o controle pessoal (influência) deixa de existir, tendo o consumidor que *confiar* não mais nas pessoas, mas em sistemas peritos¹ como, por exemplo, os bancos, as financeiras, os supermercados. Naquela época, com a venda fiado vinculado aos valores tradicionais o distanciamento tempo-espaco não era ainda cogitado pelos sujeitos, porque os mesmos tinham controle pessoal sobre a conduta moral que levava à concessão de crédito, uma vez que as compras eram realizadas com base na confiança que o consumidor tinha do comerciante. As relações sociais ocorriam inseridas nos contextos locais e definidas justamente nesse espaco e tempo em que inexistia uma separação. Aquela realidade permite que se veja atualmente quão importante eram as relações de cordialidade entre comerciante e consumidor. Por exemplo, ao ser questionada como era o consumo àquela época a informante N.C. respondeu a maneira como consumia e como conseguia comprar fiado na mercearia da sua cidade:

Lá [Sapé] se você tivesse *conhecimento*... se você tivesse *conhecimento* aí eles liberavam pra você fazer as suas compras até o dia do seu pagamento, porque já sabia que era funcionário, já tinha aquele dinheiro certo. Então se você tivesse *conhecimento* aí eles liberavam pra você fazer uma feira. Chegou o dia do pagamento, pagava uma feira e fazia outra. Era de boca, não assinava nada. Era pela *confiança*, pelo *conhecimento* também. [...] Lá, no interior, você sabe, é tudo mais fácil (...) porque no interior tinha, tinha sim, tinha *conhecimento* e também as coisas que meus pais tinham deixado. (Comunicação oral)

O personalismo, como debatido por Sérgio Buarque de Holanda (2008), entende-se que seja uma característica da sociedade brasileira, bem como um aspecto incorporado pelo costume nas relações de consumo no Brasil, em meados do século passado, período localizado na trajetória de vida dos informantes, referente à infância e à juventude. Os mercados de consumo e de crédito ainda permaneciam arraigados pelas relações de compra e venda diretas, pessoais. O comércio, muitas vezes, prescindia de uma formalização, de uma rigidez, de uma organização tal qual existe nos dias de hoje, posto que o *conhecer o outro* com quem se negociava era o que permitia o desenvolvimento comercial baseado na *confiança*, *boa educação* e *honra*. Desse modo, consumo, crédito e personalismo encontram-se entrelaçados nos discursos dos informantes. O tratamento da temática se torna imprescindível para que se compreenda como os informantes conseguiam se enxergar enquanto indivíduos nessa

¹Conforme sugere Anthony Giddens (1991) os sistemas peritos são aqueles sistemas que possuem técnica ou competência profissional atuando e organizando diversas áreas de interesse material e social.

dinâmica consumista. Em uma sociedade hierarquicamente verticalizada como a brasileira, em que a pecha dos favores esteve presente na dinâmica social, não poderia acontecer diferente nas relações de consumo e de crédito. Pode-se tomar como emprestada a constatação de Buarque de Holanda (2008) sobre os comerciantes, transportando-a para a situação dos informantes, sendo que o autor sugere que “as qualidades morais que requerem naturalmente a vida de negócios distinguem-se das virtudes ideais da classe nobre nisto que respondem, em primeiro lugar, à **necessidade de crédito**, não à de glória e de fama”. (HOLANDA, apud BARROS; *et al*, 2012, p.384) (grifo nosso). Percebe-se que os informantes pretendiam o reconhecimento pelo uso do crédito.

Portanto, a confiança, com base no personalismo que estava internalizado na sociedade brasileira, também estava presente nas relações de consumo e de crédito na Paraíba, tendo sido identificada sua presença até os anos de 1970 (de acordo com os discursos dos informantes), principalmente no interior do Estado, apesar de já se ter iniciado o processo de especialização do crédito desde os anos de 1960 com a bancarização que ocorreu através da Lei n.º 4.595/64. Apesar de Jessé Souza² (2000) ter sugerido que a modernização tenha tido seu pontapé inicial com a chegada da família real portuguesa em 1808, é oportuno propor que as características que engendram a dinâmica da modernidade tardaram a se fazer presentes nas relações de consumo na Paraíba.

4. A atividade creditícia no Brasil: análise jurídica

A Lei n.º 4.595, de 31 de dezembro de 1964, foi a responsável por organizar as instituições financeiras e o Sistema Financeiro Nacional. Essa lei define instituição financeira como a pessoa jurídica pública ou privada, cuja atividade principal ou acessória seja a coleta, intermediação ou aplicação de recursos e custódia de valores. No âmbito legal, tais instituições compõem o subsistema de intermediação financeira do Sistema Financeiro Nacional. O subsistema de intermediação constitui-se das instituições bancárias e não bancárias. São objetivos da instituição bancária a captação e operação com depósitos à vista, atividades implementadas pelos bancos comerciais e as caixas econômicas. Por outro lado, a instituição não bancária tem por finalidade realizar captação como depósitos em cadernetas de poupança, letras de câmbio de poupança, letras de câmbio, quotas de fundos de aplicações em

²Segundo Jessé Souza (2000, p.252): “(...) o momento histórico de mudanças fundamentais do país se dá a partir da data simbólica de 1808, data tanto da abertura dos portos, primeiro passo para o processo de troca de mercadorias e do incipiente mercado capitalista que se instaura no país, como da vinda da família real, primeiro passo para a constituição de um aparelho de Estado tendencialmente racional e interessado, pela primeira vez, em atender preferencialmente, as necessidades da população nativa.”

títulos de renda fixa ou variável, concessão de crédito, sendo que tais atividades são realizadas por sociedades de crédito, bancos de desenvolvimento e de investimento, sociedades de financiamento e de investimento, sociedades de crédito imobiliário, e associações de poupança e empréstimo (TADDEI, 2009, p.71). A oferta de crédito ao consumidor pode ser praticada por instituições bancárias, a exemplo do Banco do Brasil S.A. e Caixa Econômica Federal, entre outras públicas ou privadas, ou instituições não bancárias como, exemplificativamente, a Fininvest S.A. e o Banco Cacique S.A., popularmente conhecidas por Financeiras. Quando se trata de crédito ao consumidor as instituições não bancárias são as maiores responsáveis por sua disseminação.

Cabe ao Estado a proteção ao consumidor. Sugere-se que a defesa do consumidor tem como ponto de partida a Revolução Francesa, ocorrida em 1789, em que os movimentos revolucionários defendiam a ideia de ser o indivíduo livre e criador da nova estrutura do Estado através de regras fundamentais reunidas em documento único, que mais tarde denominar-se-ia de Constituição. Nessa época, o Estado adotou política de abstenção do domínio econômico (VENÂNCIO FILHO, 1998, p. 4), tendo em vista, inclusive, a ideologia liberal, em voga, que propunha a economia sem intervenção estatal e a contemplação das liberdades individuais (SARLET, 2003, p. 49-57). Ainda no século XVIII, sobreveio a Revolução Industrial que proporcionou a divisão do trabalho e a formação de uma classe de trabalhadores. A divisão do trabalho estimulou o consumo. Posteriormente, no século XIX, as insalubres e precárias condições de labor, atreladas aos baixos salários e exploração patronal fizeram eclodir diversos movimentos de reivindicação por melhores condições de trabalho.

Juntamente com as reivindicações laborais os trabalhadores, na condição de consumidores, também pleiteavam que os preços dos bens de consumo fossem mais acessíveis, assim como fosse assegurada a defesa dos consumidores mediante a elaboração de direitos básicos, uma vez que essa população, de modo geral, carecia de proteção mais efetiva quanto à qualidade dos bens consumidos e de meios de defesa contra eventuais abusos dos fornecedores desses bens. A intervenção estatal nas relações de consumo fortaleceu-se com os movimentos reivindicatórios, a fim de que o Estado propiciasse o bem-estar social e proteção aos menos favorecidos. Os consumidores exigiram o reconhecimento de seus direitos, por se considerarem a parte vulnerável na relação de consumo, vulnerabilidade que seria posteriormente reconhecida. A ordem pública no âmbito econômico não incide em dirigismo a pessoas indeterminadas, mas visa “à proteção de determinados grupos ou classes sociais (...) considerando a debilidade econômica e contratual que caracteriza sua posição perante outros (...)” (SILVA, 2004, p. 9).

O Estado do Bem-Estar Social, o chamado Welfare State, caracteriza-se por uma atitude positiva do ente público, que visa à realização de políticas públicas orientadas no sentido de efetivar o desenvolvimento humanizado da sociedade, assumindo o Estado uma conformação diversa da posição de mero espectador, passando a organizar estruturas capazes de atender aos anseios sociais de obtenção de uma vida digna (MORAES, 1999, p. 192). As grandes mudanças nas relações comerciais e a formação da sociedade de consumo, caracterizada pela produção em massa e modernização dos setores comerciais e industriais, tornaram imprescindível a intervenção estatal com seu poder cogente nas relações consumeristas, com o escopo de tutelar os consumidores (HOLTHAUSEN, 1998, p. 705).

Diante do reconhecimento da situação de vulnerabilidade do consumidor e acompanhando a posição de outros países, a Constituição Federal de 1988 definiu, no artigo 5º, inciso XXXII, como um dos direitos individuais e coletivos que “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”. O que se quer atingir com a determinação do Direito do Consumidor e sua defesa no artigo 5º, inciso XXXII, da Constituição Federal é a igualdade e a humanização nas relações de consumo, promovendo a proteção, primeiramente, do econômico e tecnicamente mais frágil – o consumidor. Segundo o entendimento de Cláudia Lima Marques “a operação envolvendo crédito é intrínseca e acessória ao consumo, utilizada geralmente como uma técnica complementar e necessária ao consumo” (MARQUES, 2002, p. 430). O contrato bancário envolve coleta, intermediação em moeda nacional ou estrangeira, abarcando diversas operações econômicas, direta ou indiretamente relacionadas à concessão, circulação ou administração do crédito. O banco fornece ao mercado o crédito como produto, ou seja, a instituição financeira dedica-se a captar recursos junto a clientes (operações passivas) para emprestá-los a outros clientes (operações ativas) (FILOMENO, 2004, p. 49-50).

As instituições financeiras, de modo geral, afirmavam que o parágrafo 2º do artigo 3º da Lei 8.078/90 havia feito referência, apenas, aos serviços bancários, não incluindo as operações bancárias. Na verdade, operação bancária constitui-se em espécie do gênero serviço bancário, estando sob a aplicação da legislação consumerista (MARQUES, 2002, p. 444). Não resta dúvida que o Código de Defesa do Consumidor aplica-se aos produtos e serviços de natureza bancária e de crédito.

5. Conclusões

⁸ Código de Defesa do Consumidor: “Art. 3º, § 2º. Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de **crédito** e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter traalhista.” (grifo nosso)

O presente ensaio pretendeu esclarecer as relações de consumo mediadas pelo crédito, bem como os aspectos jurídicos da atividade creditícia no Brasil. Desse modo, através das entrevistas realizadas com os informantes, chegou-se às seguintes constatações: os informantes ao longo de suas trajetórias de vida perceberam o uso do crédito de modos distintos: de acordo com os seus relatos o crédito, até meados da década de 1970, era concedido a uma pequena parcela da população, na qual os informantes se enquadravam. Não era questão, essencialmente, de poder econômico, uma vez que seis dos informantes eram de origem pobre, todavia, o crédito se estabelecia pela relação de confiança que o comerciante mantinha em relação aos informantes, ou seja, era uma relação de troca de favores, de modo vertical: o comerciante tinha a confiança no consumidor, vendendo-lhe fiado. Essa credibilidade do comerciante nos informantes lhes dava prestígio e reconhecimento sociais. Tal confiança se baseava nos traços do personalismo que se verificou existir como um dos aspectos intrínsecos à concessão de crédito até meados do século XX no Brasil. Entretanto, ao longo dos anos o uso do crédito tornou-se mais comum, tendo se tornado acessível à maioria da população brasileira após a racionalização da atividade creditícia.

Por outro lado, a concepção de ser a defesa do consumidor um direito econômico fundamental surgiu no século XIX após a ocorrência de movimentos sociais liderados por trabalhadores, na qualidade de consumidores, que reivindicavam a interferência do Estado no âmbito econômico-social para, então, coibir abusos cometidos por fornecedores de bens de consumo, estes detentores dos meios de produção o que lhes dava posição de superioridade na relação de consumo. O Estado brasileiro implementou a defesa do consumidor de acordo com o artigo 5º, inciso XXXII da Constituição Federal de 1988, princípio que se encontra refletido no artigo 4º da Lei 8.078/90, tendo por objetivo o atendimento dos interesses econômicos e necessidades dos consumidores, em conformidade com a Política Nacional de Relações de Consumo. A defesa do consumidor disposta na Constituição Federal e no Código de Defesa do Consumidor fixa diretrizes e programas a serem seguidas pelo Estado na implementação de medidas que atendam, precipuamente, às necessidades e aos interesses econômicos dos consumidores, conferindo ao consumidor instrumentos para igualá-lo ao fornecedor na relação de consumo, propiciando a igualdade nos termos do artigo 5º, *caput*, da Carta Magna de 1988.

6. Referências

- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa, Portugal: Edições 70, 1977.
- BARROS, Amon Narciso de.; et. al. O ethos capitalista weberiano e a afetividade no comércio mineiro. In.: **Cadernos EBAPE.BR**, v. 10, n.º 2, artigo 7, p. 376-392, Rio de Janeiro, jun. 2012.
- BUARQUE DE HOLANDA, Sérgio. **Raízes do Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- FILOMENO, José Geraldo Brito. **Código brasileiro de defesa do consumidor**. 8. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2004.
- GIDDENS, Anthony. **A constituição da sociedade**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- _____. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Unesp, 1991.
- _____. A vida em uma sociedade pós-tradicional. In.: **Modernização reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna**. GIDDENS, Anthony; LASH, Scott; BECK, Ulrich. São Paulo: Unesp, p. 89-166, 2012.
- HOLTHAUSEN, Fábio Zabet. Aplicação do Código de defesa do consumidor às operações bancárias. **AJURIS: Revista da Associação dos juizes do Rio Grande do Sul**. v. II. Edição especial. Porto Alegre: Diretoria da Revista de Jurisprudência e outros impressos do Tribunal de Justiça, p. 704-718, mar. 1998.
- MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no código de defesa do consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 4.ed. São Paulo: RT, 2002.
- MORAES, Paulo Valério Dal Pai. **Código de defesa do consumidor: no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais**. Porto Alegre: Síntese, 1999.
- SARLET, Ingo Wolfgang. **A eficácia dos direitos fundamentais**. 3. ed. Porto Alegre: Livraria do advogado, 2003.
- SILVA, Jorge Alberto Quadros de Carvalho. **Cláusulas abusivas no código de defesa do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2004.
- SOUZA, Jessé. **A modernização seletiva: uma reinterpretção do dilema brasileiro**. Brasília: UnB, 2000a.
- TADDEI, Anna. **Empréstimo pessoal: os direitos do consumidor**. Recife: Nossa Livraria, 2009.
- VAITSMAN, Jeni. Desigualdades sociais e duas formas de particularismo na sociedade brasileira. In.: **Caderno Saúde Pública**, n.º 18 (suplemento), p. 37-46, Rio de Janeiro, 2002.
- VENÂNCIO FILHO, Alberto. **A intervenção do Estado no domínio econômico: o direito público econômico no Brasil**. Rio de Janeiro: Renovar, 1998.

VOLPI, Alexandre. **A história do consumo no Brasil**. Rio de Janeiro: Campus, 2007.

WEBER, Max. **Economia e sociedade**: fundamentos da sociologia compreensiva. vol.I. 3.ed.

Brasília: Universidade de Brasília, 2000.