

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FEI

CAROLINA REZENDE PEREIRA

A DÁDIVA NA DÍVIDA: um olhar antropológico do endividamento doméstico

São Paulo

2012

CAROLINA REZENDE PEREIRA

A DÁDIVA NA DÍVIDA: um olhar antropológico do endividamento doméstico

Dissertação de Mestrado apresentada ao Centro Universitário da FEI para obtenção do título de Mestre em Administração, orientada pela Profa. Dra. Melby Karina Zuniga Huertas.

São Paulo

2012

Pereira, Carolina Rezende

A dádiva na dívida: um olhar antropológico do endividamento doméstico / Carolina Rezende Pereira. – São Paulo, 2012.

120 f. : il.

Dissertação – Centro Universitário da FEI.

Orientadora: Profa. Dra. Melby Karina Zuniga Huertas

1. Dádiva. 2. Endividamento do consumidor. 3. Cultura do consumo. I. Huertas, Melby Karina Zuniga; orient. II. Título.

CDU 330.567.2



Centro Universitário da FEI

APRESENTAÇÃO DE DISSERTAÇÃO ATA DA BANCA JULGADORA

Programa de Pós-Graduação em Administração

PPGA-10

Candidato: Carolina Rezende Pereira

Matrícula: 310306-6

Título do Trabalho: A Dádiva na Dívida: Um olhar Antropológico do Endividamento

Área: Capacidades Organizacionais Mercados e Consumo Sustentabilidade

Doutorado Mestrado

Orientador: Prof. Melby Karina Zuniga Huertas

Data da realização da prova: 21 / 09 / 2012

ORIGINAL ASSINADA

A Banca Julgadora abaixo-assinada, atribuiu ao candidato o seguinte:

APROVADO

REPROVADO

São Paulo, 21 / 09 / 2012

MEMBROS DA BANCA JULGADORA

PROF. DR. MELBY KARINA ZUNIGA HUERTAS

ASS.: _____

PROF. DR. TÂNIA VELUDO

ASS.: _____

PROF. DR. EDUARDO ANDRÉ TEIXEIRA AYROSA

ASS.: _____

Versão Final da Dissertação

Aprovação do Coordenador do Programa de Pós-Graduação

Endosso do Orientador após a inclusão
das recomendações da Banca Examinadora

Prof. Dr. Edmilson Alves de Moraes

A minha bisavó, Arcília, que durante essa etapa da minha trajetória se foi, deixando muitas saudades. E viveu por aqui um legado de humanidade, inteligência, sabedoria e amor por onde passou.

AGRADECIMENTOS

O princípio fundador da sociedade, segundo Marcel Mauss, é a Dádiva, por ela acontecem as trocas e os atos de dar-receber-retribuir possibilitam a criação e a manutenção dos laços sociais. Para mim, essa teoria não deve ser aplicada somente às pesquisas do mundo acadêmico, por isso tento praticá-la.

Este agradecimento é uma demonstração material dos laços dadivosos criados e reforçados em minha trajetória acadêmica. Como a Dádiva perpetua, a ligação sagrada é que faz perdurar uma relação. E aqui reforço meus profundos agradecimentos pelas pessoas as quais me ajudaram a concluir mais um sonho da minha vida.

Apesar de, às vezes, ser um trabalho solitário escrever, reescrever, ler, reler, analisar, perder noites de sono etc., esta dissertação nunca seria feita sem as pessoas às quais agradeço.

Devo primeiramente a Deus e a Nossa Senhora de Fátima, por todo o significado e a presença espiritual em todos os momentos nesse meu período de mestrado.

Devo agradecer a meus pais, Asilton e Rosângela, a razão da minha existência, meu ponto de referência em qualquer lugar onde estiver. Sem eles não haveria ombros e ouvidos. Eles sempre foram as primeiras pessoas a acreditar em mim e a dar suporte aos meus sonhos e ideais. Eles são a minha certeza nesse mundo, o meu apoio e a demonstração do que é um amor sem fim, são o exemplo mais concreto do que é querer e permanecer nesse espiral dadivoso.

Aos meus irmãos, Andréia e Fábio, obrigada pelo amor fraternal, por sempre me acompanharem, pela caminhada e pelo carinho. A nossa união me fez ficar mais forte em frente às dificuldades, pois eu sei que tenho irmãos-amigos e a cada dia me faz ter mais certeza de que nessa vida eu tenho amigos inseparáveis com quem posso compartilhar e sempre terei uma mão estendida.

À minha família, devo agradecer pela torcida incondicional.

Aos meus avós, Fausto e Dóia, agradeço pelo carinho e pelo exemplo. Obrigada pela preocupação, por sempre quererem notícias aqui em São Paulo durante o curso, pelas vezes em que eu me despedia em Uberlândia e perguntavam qual o próximo dia em que voltaria; eu sentia o quão querida sou. Obrigada por proporcionar bons momentos, sem eles mesmos souberem que estavam me proporcionando. Seja nas famosas reuniões de café da tarde das sextas-feiras, seja nas minhas idas “sem querer” a sua casa. Sou eternamente grata por ter avós maravilhosos, eu não poderia ter escolhido outro avô ou outra avó diferente de vocês.

À minha avó Lourdes, mesmo em Três Corações, sempre torcendo, orando e perguntando por mim. Posso dizer que o “bate-volta” São Paulo - Três Corações que consegui fazer durante o mestrado, os telefonemas para lá foram para mim muito valorosos. Pois são nas pequenas coisas, é que se percebe que a Dádiva está viva e sempre tive dela demonstrações dadivosas.

Aos meus primos, Marcos e Ana Laura, agradeço por me desconectarem desse mundo sério, por me mostrar amizade, muito carinho e o quão bom é um abraço forte de saudade. Obrigada sempre por me mostrarem o mundo doce de vocês. À minha tia Luciana, a madrinha que nomeei por brincadeira, mas com um fundo de muita verdade e significado, obrigada por ser tão presente na minha vida, pelas conversas sérias, mas também por aquelas outras conversas que só acontece quando nos reunimos. À minha tia Rosana, agradeço pelas ajudas acadêmicas, pelas dúvidas “tiradas”, pela torcida, por saber que sempre que eu precisar é só contatar que ela estará presente.

Na área acadêmica propriamente dita, a primeira pessoa a quem devo agradecer imensamente e com quem terei uma dívida dadivosa impagável é a minha primeira orientadora, Professora Suzane Strehlau. Obrigada por ter acreditado em mim, por ter me oferecido desafios e novas visões. A sua presença fez com que novos ares e bons caminhos fossem trilhados. Posso até utilizar de uma metáfora: ela nunca me deu o peixe, mas me ensinou e me ensina até hoje a pescar. E, mais uma vez, obrigada por ter continuado a acompanhar a minha dissertação no *backstage*. Sou muito grata a você, devo-lhe minha formação e conquistas.

Devo agradecer à Professora Melby, minha orientadora oficial, por ter me acolhido num momento não tão bom do mestrado. Obrigada por ter embarcado na minha história, mesmo não sendo o seu campo de pesquisa. A Melby foi a primeira pessoa que me veio à mente quando precisei de uma luz no mestrado, e ela, logo no primeiro instante, se dispôs a me orientar. Agradeço muito aos destinos da vida que a tornaram minha orientadora. Aprendi muito com ela em como ser professora, orientadora, sobre técnicas, métodos, escritas etc. Todas as vezes que precisei, ela estava presente e com a porta da sala aberta para mim.

Gostaria de agradecer também a Patrícia Costa, minha colega de mestrado e amiga, por participar dessa caminhada de dois anos, pela parceria, pelos cafés da tarde, pelas conversas infinitas, pelo apoio e palavras de otimismo.

À Marina Betti, quem me ajudou nos contatos com meus informantes e por ter me apresentado a Marília e o Gustavo. Os dois foram fundamentais por terem disponibilizado a

base de dados dos informantes; sem eles a busca por entrevistados teria sido muito mais árdua. Muito obrigada pela ajuda.

Aos meus informantes, agradeço o tempo e a paciência que tiveram em abrir o livro de suas vidas para mim.

Por último, mas não menos importante, agradeço à instituição FEI como um todo, pela bolsa de estudos, a qual me permitiu dedicar tempo integral para esta dissertação e por ter permitido que eu concretizasse esse sonho.

Muito obrigada a todos vocês!

*God forbid that I should be debt-free...all my
life [I have] looked upon debts as the
connecting link between Earth and Heaven,
the unique mainstay of the human race ; one, I
believe, without which all mankind would
speedily perish...
François Rabelais*

RESUMO

Este estudo propõe uma nova compreensão sobre o endividamento do consumidor no campo da Cultura de Consumo. O objetivo da pesquisa é explicar o endividamento contínuo pelo Princípio da Dádiva. Esta teoria diz respeito às relações baseadas em dar, receber e retribuir, na qual se estabelece um forte vínculo social entre as pessoas. Para isso foram feitas entrevistas em profundidade utilizando-se as histórias de vida, no intuito de resgatar os momentos de dívida, as pessoas envolvidas, os fatos marcantes etc. Nos resultados surgiu uma tipologia Dádiva-Dívida composta por: Dádiva Positiva, Dádiva Negativa, Dádiva Veneno e Dádiva Vampira. A Dádiva Positiva é aquela em que o ciclo dar-receber-retribuir acontece plenamente e os sujeitos estão envolvidos na relação dadivosa. Na Dádiva Negativa o ciclo dadivoso é desfeito, pois há uma quebra de vínculos. Na Dádiva Veneno não acontece o ciclo, pois o que se observa é uma relação neurótica em que o oferente dá muito e exige que o outro retribua da mesma forma ou mais. E a Dádiva Vampira é aquela em que o sujeito endivida para si, no intuito de criar vínculos num grupo social. Os resultados ajudam a compreender o endividamento por uma perspectiva cultural, e elucidam um ponto até então não pesquisado, a presença da Dádiva na dívida. Esta dissertação pode contribuir para o lançamento de políticas públicas que orientem os consumidores em relação ao endividamento contínuo, uma vez que não é a dívida monetária que mantém as relações, e sim a própria Dádiva.

Palavras-chave: Teoria da Dádiva. Endividamento do Consumidor. Cultura do Consumo.

ABSTRACT

This study proposes a new understanding about the consumer debt in the field of Consumer Culture. The aim is to explain the continuous debt through the Gift Theory. This theory concerns the relationship based on give-receive-reciprocate, in which it establishes a strong social bond between people due to the network of bonds promoted in social exchange. The method used was in-depth interviews and it was used life stories in order to know the moments of debt, the persons involved, the important facts etc. From the results came a typology Gift-Debt, that contains: Positive Gift, Negative Gift, Poison Gift and Vampire Gift. In the Positive Gift the cycle give-receive-reciprocate happens fully and the subjects are involved in this bountiful relationship. In the Negative Gift the cycle is undone because there is a breakdown of the social ties. In the Poison Gift does not happen the gift cycle, because what happens is a neurotic relationship in which the offer gives so much and demands that the other reciprocate the same way or more. The Vampire Gift is one in which the subject indebted itself in order to create links with a social group. The results help to understand the debt by a cultural perspective and clarify a gap that wasn't research, the presence of The Gift in debt. This dissertation may contribute to the release of public policies that guide consumers in relation continuous debt. Because it's not the money that keeps a relationship, but The Gift.

Key-Words: Consumer Debt. Gift Theory. Consumer Culture.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Temas e Objetos de Pesquisa sobre Endividamento do Consumidor na Literatura Internacional	18
Quadro 2 – <i>Journals</i> e Endividamento do Consumidor	20
Quadro 3 – Temas e Objetos de Pesquisa sobre Endividamento do Consumidor na Literatura Nacional.....	21
Quadro 4 – Publicações em Periódicos, Congressos e dissertações sobre endividamento do consumidor	21
Quadro 5 – Os Temas de <i>Gift Giving</i> por Décadas	24
Quadro 6 – Estruturas teóricas e Temas no CCT	29
Quadro 7 – Trabalhos Apresentados na Temática “Cultura e Consumo” no EnANPAD 2009-2010 e os Paradigmas	39
Quadro 8 – Matriz das Dimensões do Consumo	44
Quadro 9 – Quatro Patamares da Análise da Circulação da Dádiva na Esfera Doméstica	59
Quadro 10 – Resultados do Ritual Sacrificial do Endividamento	74
Quadro 11 – Matriz Dádiva-Dívida.....	76
Quadro 12 – Modelo de Desencadeamento Dívida-Dádiva Positiva	80
Quadro 13 – Modelo de Desencadeamento Dívida-Dádiva Negativa	97
Quadro 14 – Modelo de Desencadeamento Dívida-Dádiva Veneno.....	105

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Percentual de famílias endividadadas	26
Figura 2 – Nível de Endividamento.....	26
Figura 3 – Tempo de comprometimento com a dívida.....	27
Figura 4 – Tipos de dívidas	27
Figura 5 – CCT e a Antropologia	31
Figura 6 – Temas teóricos	33
Figura 7 – Elementos da Dádiva	51
Figura 8 – Tópicos do método de pesquisa	62
Figura 9 – Panorama da análise dos dados	68
Figura 10 – As características da Dádiva	69
Figura 11 – Ritual sacrificial do endividamento	73
Figura 12 – Entrevistados na Dívida para os outros Positiva.....	78
Figura 13 – Entrevistados na Dívida para os outros Negativa	79
Figura 14 – Entrevistados na Dívida para si Veneno	79
Figura 15 – Trocas Dativosas Cremilda	85
Figura 16 – Trocas dativosas José Almir.....	86
Figura 17 – Trocas dativosas Cleyis.....	87
Figura 18 – Trocas dativosas Maria Euca.....	88
Figura 19 – Trocas dativosas Virginia.....	89
Figura 20 – Trocas dativosas Lindalva e José Antônio	90
Figura 21 – Trocas dativosas Iago	91
Figura 22 – Trocas dativosas Maria e Willian.....	92
Figura 23 – Trocas dativosas Miriam	93
Figura 24 – Trocas dativosas Letícia	94
Figura 25 - Não retribuição Mônica	101
Figura 26 – Não retribuição Teresinha	101
Figura 27 – Não retribuição Adrielly	102
Figura 28 – Não retribuição Monalisa	103
Figura 29 – Dádivas-Dívidas que levam ao Endividamento Contínuo	113

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
1.1	Apresentação do Tema	14
1.2	Objetivos e Justificativa	18
1.3	Relevância Prática	25
1.4	Escopo do Trabalho	28
2	REFERENCIAL TEÓRICO	33
2.1	Retrato da Cultura de Consumo	34
2.2	Os Paradigmas nas Ciências Humanas: Individualismo e Holismo	37
2.3	Dádiva: da teoria ao paradigma	41
2.3.1	O Paradigma da Dádiva e o Consumo	43
2.3.2	O Paradigma da Dádiva no Consumo: o conceito de Pessoa.....	45
2.3.3	Análise da Teoria da Dádiva em Pesquisas Internacionais e Nacionais	48
2.4	Os Elementos da Dádiva	51
2.4.1	Consumo	51
2.4.2	Bens	52
2.4.3	Sacrifício e Ritual.....	54
2.5	O Vínculo Social na Esfera Doméstica	57
3	MÉTODO DA PESQUISA	61
4	ANÁLISE POR OBJETIVOS ESPECÍFICOS	68
4.1	As Características da Dádiva nas Entrevistas	68
4.2	O Papel da Dívida Monetária nas Relações Dádivas	70
4.3	O Endividamento no Ciclo Dar-Receber-Retribuir.....	71
4.4	O Ritual Sacrificial do Endividamento	72
5	RESULTADOS DAS ANÁLISES: TIPOLOGIA DÁDIVAS-DÍVIDAS	76
5.1	Dívida para os outros: Dádiva Positiva	79
5.1.1	História da Vida na Dádiva Positiva e Contexto Doméstico	80
5.1.2	Contexto da Dádiva Positiva: Dar-Receber-Retribuir.....	84
5.1.3	Sonhos, Realizações e Conquistas: a Dádiva que acontece	94

5.2 Dívida para os outros: Dádiva Negativa	96
5.2.1 História de Vida na Dádiva Negativa e Contexto Doméstico.....	97
5.2.1 Contexto da Dádiva Negativa: Dar-Receber-Não Retribuir	100
5.2.1 Outros Apontamentos da Dádiva Negativa na Dívida	104
5.3 Dívida para si: Dádiva Veneno	104
5.3.1 História de Vida na Dádiva Veneno e Contexto Doméstico.....	105
5.3.2 Contexto Dádiva Veneno: Ciclo Dádioso que não ocorre	108
5.3.3 Evidências de Maus Relacionamentos Familiares	110
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	112
6.1 Sugestões de Estudos Futuros	114
REFERÊNCIAS	116
APENDICÊS	132

1 INTRODUÇÃO

A introdução desta dissertação está dividida em cinco partes: 1.1) apresentação do tema; 1.2) objetivo e justificativa; 1.3) relevância prática; 1.4) escopo e estrutura do trabalho.

1.1 Apresentação do Tema

Esta dissertação está inserida nos estudos de Cultura de Consumo e pode ser relacionada com os fatores culturais que influem no Comportamento do Consumidor (KOTLER, 2000, p. 183). Logo, ao utilizar da Cultura de Consumo, apreende-se uma perspectiva cultural que utiliza preceitos da Antropologia para a compreensão do endividamento. A Antropologia estuda os indivíduos na cultura, ou seja, seus hábitos, costumes, valores e crenças, suas relações sociais, as mudanças cotidianas etc. (LARAIA, 2001). O uso dessa ciência, neste estudo, ajudará a compreender o endividamento e a relação desse fenômeno com os vínculos sociais, seja com os familiares seja com os amigos.

Propõe-se, nesta dissertação, uma nova abordagem a respeito da temática do endividamento. Isto é, por meio do Princípio da Dádiva, pretende-se analisar as razões das compras excessivas, que vão além do orçamento e ocasionam o endividamento contínuo, que se torna uma prática cotidiana. O tipo específico de endividamento tratado no estudo é o contínuo, ou seja, a pessoa está em dívidas, não consegue pagá-las e mesmo assim continua a se endividar.

A Teoria da Dádiva consiste nos atos de dar-receber-retribuir, com os quais se estabelece um forte vínculo social devido à rede de obrigações promovidas nas trocas entre as pessoas (MAUSS, 2003a). Os atos de dar, receber e retribuir ocasionam troca de regalos, gentilezas e favores, com isso promovem reforço ou criação de laços sociais entre os envolvidos.

Um exemplo simples da aplicação da Dádiva está no presente de aniversário, no qual faz parte o dispêndio de tempo mental e de dinheiro, a compra do presente ideal, a locomoção até a loja etc., os quais são aspectos que representam o esforço e o significado que uma pessoa tem para a outra. Nesse processo, pode ser visto que o produto perde o valor mercantil e torna-se um bem valorativo, ou seja, possui significado, singularidade e subjetividade. A

trama da Dádiva pode ser vista da seguinte maneira: a entrega do presente se coloca como o ato de dar (primeiro ato). A pessoa ao receber (segundo ato), pode tanto aceitar quanto recusar o bem. E a retribuição (terceiro ato) acontece em um momento posterior, quando aquele que recebeu oferta algo para aquele que deu. Ele(a) retribui, pois pelo presente, vê o significado que o bem representa, conseqüentemente, percebe a importância da relação. Esses atos de dar-receber-retribuir reforçam o envolvimento das pessoas. O que parece é que tudo aquilo que precede o ato de dar algo a alguém e a consequência dessa entrega para o receptor envolve, não envolve apenas simples trocas, e sim satisfação, gratidão, amor etc.

Para compreender o fenômeno do endividamento na Dádiva trabalhar-se-á os temas teóricos do consumo, de bens e sacrifício, uma vez que analisar o endividamento envolve consumo excessivo ou impensado, o uso dos bens como trocas dadivosas entre as pessoas e o ritual sacrificial da dívida.

Para compreender o endividamento atual, é necessário entender os eventos históricos que desencadeiam a problemática proposta nesta dissertação.

Bauman (2010) mostra que o governo Reagan-Thatcher, período da economia liberal, difundiu a ideia que podíamos viver com empréstimos. O crescimento dos últimos trinta anos deveu-se ao uso de um dinheiro que não estava nas mãos dos cidadãos. Os bancos e as administradoras de cartão de crédito insistiam em oferecer cartões e empréstimos, e com isso se habituaram a viver de lucros dos juros pagos pelos empréstimos. Hoje, vivemos mais um efeito da sociedade de consumo e crédito. Isso é explicitado pelo seguinte argumento:

“...a filosofia empresarial dominante insiste em que a finalidade do negócio é evitar que as necessidades sejam satisfeitas e evocar, induzir, conjurar e ampliar novas necessidades que clamam por satisfação e novos clientes em potencial, induzidos à ação por essas necessidades: em suma: há uma filosofia de afirmar que a função da oferta é criar demanda. Essa crença se aplica a todos os produtos – sejam eles fábricas ou sociedades financeiras. No que diz respeito à filosofia dos negócios, os empréstimos não são exceção: a oferta de empréstimos deve criar e ampliar a necessidade de empréstimos.” (BAUMAN, 2010, p. 28)

O que se pode observar é que essa grande necessidade de empréstimos descrita por Bauman (2010) fez com que houvesse uma inversão de valores, o que era poupança se tornou crédito. Esse fenômeno foi diferente daquele estudado por Weber (2004), o qual observou que o advento do capitalismo ocorreu por meio dos atos de poupar, de prudência e frugalidade, com isso foi possível o ganho econômico. Hoje o que acontece é a inversão da ordem dos fatores: gastar agora e pagar depois.

Esse sonho do consumo proporciona a liberação de mais créditos para aqueles que não conseguem pagar suas dívidas. A principal fonte de lucros constantes dos bancos eram os débitos dos credores nos séculos XX e XXI (BAUMAN, 2010). Essa disponibilidade de crédito foi possível até o período da recessão atual: “até a recente crise do crédito, os bancos e as empresas de cartões de crédito se mostravam mais que disponíveis a oferecer novos empréstimos aos devedores inadimplentes, para cobrir os juros não pagos sobre os débitos anteriores” (BAUMAN, 2010, p. 31).

O início da crise financeira, em 2008, nos Estados Unidos, ocorreu em razão do endividamento da população pelos altos financiamentos dos imóveis, e esse fato iniciou um período de recessão econômica mundial (DONADIO, CAMPANARIO, RANGEL, 2012). As consequências dessa filosofia do crédito mostram que hipotecamos o futuro, e os valores pagos pelo Governo para os bancos se regularizarem serão pagos pelas gerações futuras (BAUMAN, 2010).

O fenômeno do endividamento não é específico do tempo atual. David Graeber (2011), em seu livro “*Debt: the first 5000 years*”, mostra que, na história da humanidade, a maior parte das pessoas foi endividada pelo menos em algum momento. O autor faz um traçado dos últimos 5000 anos sobre crédito e dívida e afirma que a história do dinheiro acontece em concomitância o endividamento.

No decorrer da história, a dívida não tem o significado negativo adotado pela sociedade mercantil. Tanto ela quanto o dinheiro não surgiram com o caráter impessoal dos dias atuais, eram na verdade, uma forma de medida e uma relação de dívida e obrigação entre os seres humanos.

Na era medieval, o crédito estava ligado à honra e à reputação, como não existiam leis econômicas nem o mercado, o que estava em jogo eram as ações dos indivíduos. Isto é, o não cumprimento da palavra, ou não pagar, era compreendido como desonra, e essas atitudes eram avaliadas intrinsecamente como a moral dos homens. Então aquele que perdia a credibilidade era repellido pela sociedade (GRAEBER, 2011).

Entre os habitantes das comunidades, o comércio funcionava como meio de troca de bens e serviços, “*everyone was involved in something*” (GRAEBER, 2011, p. 328). O sistema funcionava de forma que todos eram credores e devedores. Por isso, ter crédito significava ter honra, integridade, honestidade, reputação, generosidade, decência e boa índole. Esses requisitos eram importantes para a circulação das mercadorias e das pessoas. O dinheiro era usado com estranhos ou para pagar aluguéis, dízimos e impostos. O ouro e a prata eram usados pelo governo para comprar armas e pagar os soldados.

O dinheiro começou a ganhar destaque nas relações a partir da economia de mercado, em que tudo começou a ter valor de uso e de venda. A partir desse momento houve uma crise de universos. Isto é, o universo moral (que já existia) e o universo da moeda.

“Over time, this led to an increasing disjuncture of moral universes. For most, who tried to avoid entanglement in the legal system just as they tried to avoid the affairs of soldiers and criminals, debt remained the very fabric of sociability. But those who spent their working lives within the halls of government and great commercial houses gradually began to develop a very different perspective, whereby cash exchange was normal and it was debt that came to be seen as tinged with criminality” (GRAEBER, 2011, p. 329)

Portanto, a dívida começa a ser vista por aqueles que utilizavam do sistema legal e dos grandes comércio com o sentido de criminalidade, de algo negativo de se ter. Porém, Graeber afirma que a dívida era ainda o núcleo de sociabilidade para aqueles que continuavam no sistema pessoal, ou seja, no valor da pessoa. A dívida, nesse sistema, funciona como um mecanismo de valor da pessoa, pois ter crédito e débito significavam adjetivos positivos. O sujeito faz parte de um processo de rede com seus pares por meio da confiança e da vivência. Por exemplo, as pequenas relações de comércio estão inseridas nesse processo de sociabilidade, uma vez que promove sentimento de vizinhança, e quem não mais tem reputação fica fora das concepções morais.

Com a origem do capitalismo, o que era economia de crédito moral torna-se economia do interesse, ou seja, há uma transformação da rede de moral para a impessoalidade do Estado. O que se deve salientar é que a dívida como conceito moral existe bem antes da concepção econômica (GRAEBER, 2011).

Essa dívida moral hoje é restrita aos estudos sobre reciprocidade. O mercado somente observa a dívida no conceito econômico. O próprio Graeber (2011) demonstra que há sempre certa moral subjacente à vida econômica. Essa ideia pode ser corroborada pelos estudos de Godbout (1999), os quais mostram que, apesar do capitalismo, as trocas e a moral têm espaço tanto no Estado quanto no mercado. Exemplos disso são: a doação de sangue, os grupos de ajuda mútua, a beneficência, as doações de órgãos e as obras de arte.

Portanto, a dívida é muito bem estudada nas áreas econômicas e de finanças e bastante se sabe sobre o significado dela e o uso do crédito. Porém, será que não há mais por trás dessa dívida econômica? Talvez uma dívida moral com os outros que impulsiona as pessoas a se endividarem mais a fim de criar ou reforçar relações de sociabilidade?

1.2 Objetivo e Justificativa

O objetivo geral desta pesquisa é explicar o endividamento contínuo pelo Princípio da Dádiva.

A pesquisa bibliográfica internacional levantou quarenta e dois artigos que retratam como tema principal de estudo o endividamento do consumidor. A busca por essa temática limitou-se aos primeiros sessenta artigos, uma vez que o grau de relevância diminuiu ao longo da procura pelas pesquisas.

. A investigação bibliográfica foi realizada nas bases de dados: Jstor, Ebsco e ProQuest. . As palavras usadas para essa busca foram:

- a) debt e consumer
- b) indebtteness e consumer
- c) households e debt
- d) family e debt
- e) family finances e debt

O passo seguinte foi classificar os artigos de acordo com o tema de estudo, por exemplo, quais eram os objetivos da pesquisa, as palavras-chave, o resumo e o título, a fim de agrupá-los em temas em comum. Classificou-se também em objetos de estudo, ou seja, quais sujeitos esses artigos utilizaram para análise.

O quadro 1 mostra os temas e objetos de pesquisa sobre endividamento do consumidor nos artigos internacionais.

Endividamento do consumidor (busca internacional)	
Temas de Pesquisa	Objetos de Pesquisa
Fatores	- Família - Consumidores Idosos - Estudantes Universitários - Indivíduo
Relacionar a dívida com alguma variável	- Família - Indivíduo
Características do Endividamento	- Família - Indivíduo
Atitude	- Família - Indivíduo
Educação Financeira	- Não há

Quadro 1 – Temas e Objetos de Pesquisa sobre Endividamento do Consumidor na Literatura Internacional
Fonte: Autor

As pesquisas internacionais sobre o endividamento do consumidor mostram quatro objetos de estudo: família, consumidores idosos, universitários e indivíduos.

As pesquisas que abordam os fatores do endividamento dizem respeito ao que ocasionou as dívidas. Exemplos: mudanças nas condições financeiras durante um período, ciclo de vida familiar, hipoteca, filhos, jogos de azar e uso de cartão de crédito (AIZCORBE; KENNICKELE; MOORE, 2003; BAEK; HONG, 2004; LEE; LOWN; SHARPE, 2007; FORRY, 2009; DOWNS; WOOLRYCH, 2010; WELLER, 2007; MEWSEA; LEAA; WRAPSONA, 2010).

Ao relacionar o endividamento com alguma variável externa ou interna, o interesse está em confirmar se há relação dessa variável com as dívidas. Exemplos disso são desaceleração econômica, consumo (sentido econômico), falência, renda, casamento, falta de planejamento, condições financeiras e acesso ao crédito (GIROUARD; KENNEDY; ANDRÉ, 2006; CHANG; LEE, 2006; MCCLOUD; DWYER, 2011; GARNER, 1996; MURRAY, 1997; MOORMAN; GARASKY, 2008; MCCARTHY, 1997; DRENTEA, 2000; AGARWAL; LIU; SOULELES, 2007; DEW, 2007).

As pesquisas categorizadas como características do endividamento utilizam dados que descrevem os endividados, como as demográficas, socioeconômicas, perfil e principais gastos que originam as dívidas (COLLINS, 2008; WILKINS; WOODEN, 2009; PRESSMAN; SCOTT, 2009; COLEMAN, 2002; PARKER; SHATTERJEE, 2009; MUSTAFA; RAHMAN, 1999; STONE; MAURY, 2006).

A categoria atitude aborda as atitudes do consumidor em relação às dívidas, ao dinheiro, ao crédito e ao risco (ALLEN et al., 2007; SCHOOLEY; WORDEN, 2010; IRON-SMITH et al., 2005; O'LOUGHLIN; SZMIGIN, 2006; WANG; LV, 2011).

Sobre a educação financeira, abordam questões relativas a planejamento financeiro, informação ao consumidor e aconselhamento financeiro (BIZA-KHUPE, 2008; WANG, 2010).

Por esse mapeamento, observa-se onde se concentram os interesses de pesquisa, e o que se percebe é a preocupação desses estudos com a dívida em si, ou seja, a questão principal está no endividamento, isto é, colocam os aspectos econômicos ou psicológicos em destaque na análise. Isso pode ser inferido a partir dos títulos dos *journals* onde se encontram esses artigos (quadro 2).

Temas dos journals	Journals
Economia	Journal of Family and Economic Issues Journal of Economic Issues The Australian Economic Issues Journal of Political Psychology
Finanças	Development Southern Africa Academy of Baking Studies Journal Journal of Financial Regulation and Compliance
Negócios	American Business Review The Journal of Consumer Affairs Journal of Global Business
Social	Community, Work & Family Journal of Health and Social Behavior The Sociological Quarterly
Negócios e Economia	Business Economics
Economia e Finanças	Current Issues in Economics & Finances
Boletins	Federal Reserve Bulletin Economic Review – Federal Reserve Bank of Kansas City Organization for Economic Co-operation and Development

Quadro 2 – *Journals* e Endividamento do Consumidor

Fonte: Autor

A pesquisa bibliográfica nacional levantou onze artigos que retratam como tema principal de estudo o endividamento do consumidor. No caso brasileiro não houve necessidade de limitar a busca, pois a temática é pouco abordada no cenário nacional. A investigação bibliográfica foi realizada nas bases de dados: Periódicos da Capes, Google Acadêmico, Scielo e no EnANPAD – Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração. As palavras usadas para a busca foram:

- a) dívida e consumidor
- b) endividamento e consumidor
- c) endividamento familiar
- d) endividamento, finanças e família
- e) endividamento, finanças e consumidor

Do mesmo modo que foi feito na pesquisa bibliográfica internacional, classificaram-se os artigos em temas comuns de estudo, ou seja, por meio dos objetivos de pesquisa, das palavras-chave, do resumo e do título, reuniram-se as pesquisas que apresentaram abordagens semelhantes. Os objetos de estudo também foram classificados a fim de mostrar quem são os sujeitos de pesquisa no contexto nacional.

Nos estudos nacionais, as pesquisas abordam o entendimento dos fatores que levam ao endividamento, como consumo de crédito, aumento da renda, surgimento de novas dívidas e materialismo (FUSTAINO; YAMAMOTO, 2009; TRINDADE, 2010; TARGINO;COUTO, 2007). Outras pesquisas relacionam o endividamento a alguma variável, como a baixa renda dos consumidores e o materialismo (MOURA et al., 2006; PONCHIO;ARANHA, 2007). Há também estudos que fazem discussão teórica sobre o tema (GUTTMANN; PLIHON, 2008; OLIVEIRA, 2011; HENNIGEN, 2010; IDEC, 2008) e sobre o direito do consumidor (GONTIJO, 2010; SCHIMIDT;NETO, 2009; PALHARES, 2010; MELLO, 2011).

Os objetos de pesquisa utilizados são: mercado de baixa renda, mulheres e trabalhadores. O quadro 3 ilustra a divisão entre temas e objetos de pesquisa.

Endividamento do consumidor (buscas nacionais)	
Temas de Pesquisa	Objetos de Pesquisa
Fatores	- Mercado de baixa renda - Mulheres - Trabalhadores
Variável	- Mercado de baixa renda
Direito do Consumidor	- Não há
Discussão sobre o tema	- Não há

Quadro 3 – Temas e Objetos de Pesquisa sobre Endividamento do Consumidor na Literatura Nacional
Fonte: Autor

O quadro 4 ilustra em quais mídias foram publicadas as pesquisas nacionais sobre o endividamento do consumidor. Os tipos de revistas/congressos e dissertações mostram que o interesse pelo tema transita pelo direito, social, marketing e mercado.

Temas	Revistas, Congressos e Dissertações
Direito	Copedi (Conselho Nacional de Pesquisa e Pós Graduação em Direito) Dissertação Revista Seção Judiciária do Rio de Janeiro IDEC – Relatório
Social	Revista Emancipação Revista Economia e Sociedade Revista Lex Humana Revista Mal-Estar e Subjetividade
Marketing	Enanpad – Marketing, consumo, Estado e sociedade Enanpad – Comportamento do Consumidor
Mercado	Enanpad – Dimensionamento e Previsão de Mercado Dissertação em Estratégia e Competitividade

Quadro 4 – Publicações em Periódicos, Congressos e Dissertações sobre Endividamento do Consumidor
Fonte: Autor

Nas pesquisas, tanto internacionais quanto nacionais, observa-se que essas discussões abordam questões relativas aos aspectos econômicos e psicológicos da dívida, mas não aprofundam sobre os aspectos mais subjetivos do endividamento como porque se endividam, para que, o processo, quem vivenciou esse momento, como ele afeta a vida da pessoa etc., ou seja, observar todos esses aspectos em conjunto. Enfim, nelas não se utiliza de uma visão mais detalhada que vá além das consequências econômicas na vida do indivíduo ou da família.

Não há, na literatura, análises sobre o fenômeno do endividamento pela cultura, isto é, como a dívida está inserida no meio social dos endividados. Dessa forma, é importante entender os propósitos de se endividar, os hábitos dos consumidores, com quem eles se relacionam, para quem essa dívida é efetuada etc. Por fim, analisar o processo total do endividamento, e não somente pontos específicos como já foi retratado.

Assim, esta dissertação vai além das pesquisas citadas e visa aprofundar-se no campo do endividamento, especificamente no contexto doméstico. Isto é, todo o processo que acarreta em dívidas, como elas refletem na dinâmica doméstica e as relações interpessoais dos endividados e daqueles envolvidos no endividamento.

Esta pesquisa está inserida nos estudos da Cultura de Consumo e utiliza dos preceitos da Antropologia para melhor percepção do significado da prática de consumo e consumidor na sociedade.

O campo de conhecimento da Antropologia diz respeito à compreensão da cultura. Segundo Laraia (2001), estudar a cultura é compreender a própria natureza humana, sua lógica e sua dinâmica. A Antropologia é um importante campo para o entendimento da cultura de consumo, pois ajudará a compreender a interface com outras experiências sociais, o papel da cultura material, como ele se relaciona com estilos de vida e seu processo mediador entre pessoas e entre pessoas e objetos (BARBOSA, 2004; DOUGLAS; ISHERWOOD, 2004). Pode-se pensar que ao estudar o endividamento, concomitantemente se pesquisa o consumo, pois aquele é a consequência prática da exacerbação deste.

Na teoria antropológica, a Dádiva mostra-se como uma fundamentação teórica para a compreensão do fenômeno estudado, já que ela se coloca como uma nova base epistemológica para a produção do conhecimento na área da Cultura de Consumo. Isso ocorre porque ela supera a dicotomia Individualismo e Holismo nas pesquisas que retratam estudos, nos âmbitos individual ou coletivista.

A Dádiva diz respeito às relações de dar-receber-retribuir (MAUSS, 2003), as quais propiciam reforço ou criação de vínculos sociais. Com isso, os bens trocados nessas relações dadivosas podem provocar o endividamento, a fim de que se reforce um vínculo.

Deve-se entender também que o endividamento é algo intrínseco ao ser humano. Segundo Graeber (2011), na história da humanidade, a maior parte das pessoas foi endividada, pelo menos em algum ponto de sua vida. Portanto, a dívida monetária é algo construído culturalmente ao longo do tempo.

Ao pensar a dívida como modo de entrar em relações dadivosas, os bens têm uma função importante no ciclo de dádivas. Os usos desses bens são sociais (APPADURAI, 2008), e seu significado vai além de sua materialidade como *commodity* (BENSON; CARTER, 2008). Além disso, é necessário compreender que os bens circulam em duas dimensões, a material e a simbólica (MAUSS, 2003). A primeira se põe como coisa dada e como materialidade, já a segunda é a intenção que o bem possui, isto é, a subjetividade que está transcrita no ato de oferta-lo. Portanto, o bem é um meio de troca simbólica nas relações de consumo.

Em suma, o uso dos bens como oferta de algo a alguém propicia um elo entre os indivíduos envolvidos, o que pode ser analisado pela Dádiva, já que seu princípio está nos atos que criam ou reforçam os vínculos sociais. A compra de bens que leva ao endividamento faz com que a pessoa faça parte de um círculo social e coloque-se em relações dadivosas.

A óptica da Dádiva visa contribuir para uma nova reflexão nos estudos sobre endividamento. Esse princípio teórico mostra uma visão amplificada que envolve os sujeitos na cultura. Portanto, a Dádiva nos estudos sobre endividamento dos consumidores, possibilitará maior compreensão do papel dessa dívida no meio social dos endividados.

Os estudos internacionais sobre *Gift Giving* utilizam do referencial teórico da Dádiva nas pesquisas. . Eles abordam questões a respeito do presenteamento, o papel dos bens e as relações interpessoais, que envolvem desde a compra, as trocas e até os aspectos simbólicos do consumo.

As pesquisas de *Gift-Giving* relacionadas ao consumo tiveram maior intensidade a partir da década de 1970. O quadro 5 ilustra o crescimento dessa teoria por décadas.

<i>Gift Giving</i> nas décadas	Temas
Década de 1970	Função do <i>gift-giving</i> , a sua influência no consumo e o relacionamento entre doador e receptor (BELK,1976;1979 ; TIGERT, 1979)
Década de 1980	Consolidação teórica (SHERRY, 1983) e pesquisas empíricas que relacionam <i>gift-giving</i> com outras variáveis como a sua influência na cultura (CRONK,1989), análises <i>cross-cultural</i> (REARDON, 1984), ocasiões festivas como o Natal (HITE; BELLIZI, 1987; CUTLER, 1989)
Década de 1990	Surgimento de outros tópicos surgiram como o de gênero (OTNES;RUTH, 1994), o significado do <i>gift-giving</i> nas relações interpessoais (BELK ,1993; KOMTER;VOLLEBERGH, 1997).
Década de 2000	Diferenças de gênero (SAAD; GILL, 2003), as marcas (PARSONS, 2002; O’CASS;CLARKE, 2002) e compra de presentes (TREBAY,2004).

Quadro 5 – Os Temas de *Gift Giving* por Décadas
Fonte: Autor

Esse levantamento, por décadas dos estudos sobre *gift-giving* mostra o crescimento da Teoria da Dádiva fora do campo inicial de estudo da Antropologia. Nesses artigos internacionais, percebe-se a consolidação da Dádiva nos estudos do consumo.

A Dádiva no consumo, em pesquisas nacionais, ainda é pouco explorada, Bevilaqua (2001), Torquato (2010) e Mattoso. Rocha (2009) utilizam dessa teoria nas relações interpessoais de consumo. O recorte de assuntos que empregam a Dádiva é variado. Como no futebol, em que se analisa a relação dos torcedores e time (DAMO, 2008); na economia solidária, aborda-se o entendimento da ação coletiva, dos mercados de troca, os espaços solidários (PEREIRA, 2006; GAIGER, 2008; CASTANHEIRA; GUERRA; PEREIRA, 2008; CARVALHO; PIRES,2001). No tema da educação trabalham-se questões do conhecimento e das redes (PEREIRA, 2000; MACHADO, 2001). A Dádiva é trabalhada na política e no Estado referente às questões diplomáticas internacionais e relações políticas (ABREU, 2005; SILVA, 2008; PINHEIRO-MACHADO, 2011). Nas ações de ajuda ao próximo, o interesse está nas ações voluntárias de ajuda mútua e apoio social (MOREIRA, 2010; CASEMIRO;VALLA;GUIMARÃES, 2010). Sobre as organizações os assuntos são referentes as empresas e relações de trabalho, como comunhão entre empregados (THIRY-CHERQUES, 2007; PAGLIONE;LEITE, 2010; VIZEU, 2006; SIQUEIRA, 2005). A Dádiva é abordada nos espaços de sociabilidade, nos quais se veem as trocas sociais, e não as trocas de mercado (APAGUA, 2004; SIROTA, 2005; CAMPOS, 2003). Na religião, as pesquisas abordam as relações de troca entre deuses, pessoas e também o capital espiritual (SERAFIM; ANDION, 2010; BAPTISTA, 2007; DULLO, 2011).

O interesse de estudar o endividamento pela Dádiva é entender como o consumo (visto pelo endividamento) se configura nas relações sociais por meio dos bens, das trocas, das pessoas envolvidas, dos rituais e do simbólico (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2004; MILLER, 2002; RUTH; OTNES; BRUNEL, 1999).

A contribuição do estudo da Dádiva está no seu objeto de estudo, ou seja, como as trocas simbólicas e dadivosas podem, num certo contexto, criar ou reforçar vínculos sociais ou rompê-los. A abordagem dessa teoria no endividamento ajuda a compreender o que está além de fatores ou variáveis geradoras das dívidas, e coloca como um novo modo de análise as relações sociais enquanto promotoras da experiência do endividamento.

1.3 Relevância Prática

A relevância prática de se estudar o endividamento decorre de ele ser um problema social vigente no Brasil, segundo pesquisas. A Pesquisa Nacional de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC) retrata o perfil de endividamento do consumidor, e utiliza como objeto de estudo as famílias brasileiras endividadas. Os dados são coletados em todas capitais dos Estados e no Distrito Federal, com cerca de 18.000 consumidores.

A pesquisa utilizada como ilustração é a de junho de 2012, nela são apresentados o percentual de famílias endividadas, o nível de endividamento, o tempo de comprometimento e os principais tipos de dívida. O intuito desse retrato da dívida é mostrar o perfil do consumidor brasileiro endividado.

A figura 1 mostra os dados relativos ao percentual de famílias endividadas de junho de 2011 a junho de 2012. Durante esse período, houve um decréscimo de 64,1% para 57,3% nas famílias endividadas. Apesar dessa queda esse percentual é grande ainda.

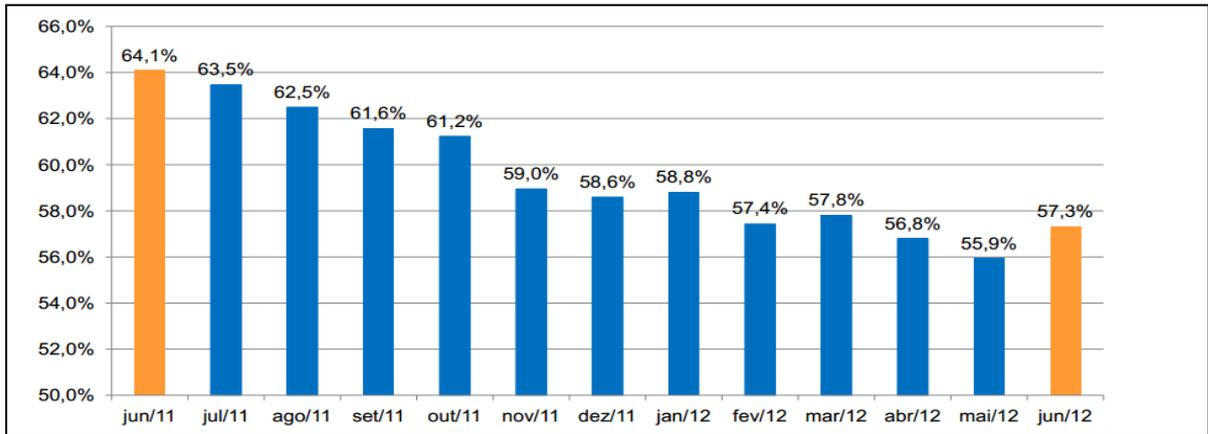


Figura 1 – Percentual de Famílias Endividadas

Fonte: Pesquisa Nacional de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC), Junho, 2012

O nível de endividamento (figura 2) apresenta a porcentagem de consumidores endividados que se considera “muito endividado”, “mais ou menos endividado”, “pouco endividado”, “não tem dívidas desse tipo”, “não sabe” e “não respondeu”. Apesar de 42,2% considerarem que não têm dívidas, quando se analisa o “muito endividado” e os “mais ou menos endividados”, percebe-se que eles representam uma parcela considerável de pessoas que comprometem muito a renda (32,4%). Esses dois níveis de endividamento são o público-alvo dessa pesquisa sobre endividamento contínuo.

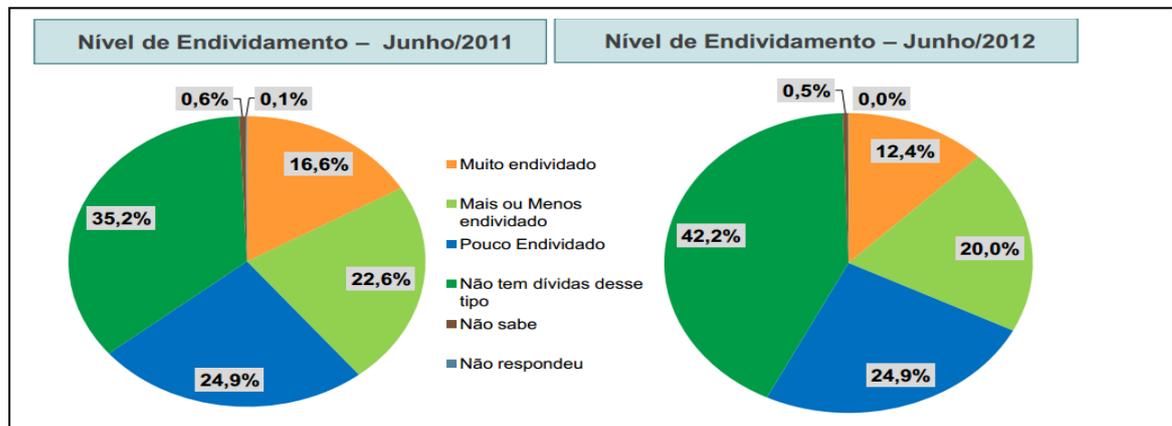


Figura 2 – Nível de Endividamento

Fonte: Pesquisa Nacional de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC), Junho, 2012

A figura 3 mostra o tempo de comprometimento das dívidas: até três meses (28,7%), de três a seis meses (25,5%), de seis meses a um ano (16,5%) e mais que um ano (25%). Nesses dados, percebe-se o número considerável de consumidores com comprometimento com mais de um ano. Esse número pode ter relação com o aumento do crédito no mercado, que consequentemente gerou aumento do consumo.

Tempo de comprometimento com dívida (dentre os endividados)			
Junho de 2012			
Categoria	Total	Renda Familiar Mensal	
		Até 10 SM	+ de 10 SM
Até 3 meses	28,7%	28,9%	27,5%
Entre 3 e 6 meses	25,8%	26,1%	22,2%
Entre 6 meses e 1 ano	16,5%	16,8%	14,3%
Por mais de um ano	25,0%	23,9%	34,1%
Não Sabe / Não Respondeu	4,0%	4,2%	1,9%

Figura 3 – Tempo de Comprometimento com a Dívida

Fonte: Pesquisa Nacional de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC), Junho, 2012

A figura 4 apresenta os principais tipos de dívidas. Como pode ser visualizado, a maior parte do endividamento se dá pelo cartão de crédito (74,8%), seguido pelos carnês (19,7%), crédito pessoal (10,4%) e financiamento de carro (2,9%).

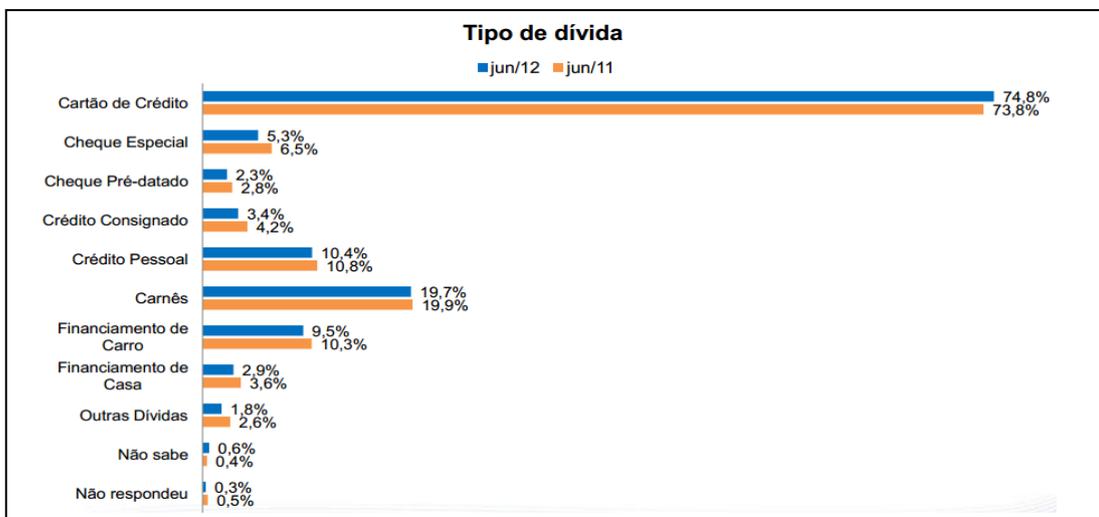


Figura 4 – Tipos de Dívidas

Fonte: Pesquisa Nacional de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC), Junho, 2012

Esses dados apresentam o retrato do endividamento do consumidor brasileiro e servem como alerta para o nível de dívidas e para o comprometimento da renda da família.

Outro aspecto relevante é a quantidade de reportagens de jornais e revistas a respeito da temática, muitas relatando o crescimento do endividamento e medidas para solucioná-lo (SÉRIE ENDIVIDADOS, 2011).

Dessa forma, pode-se constatar o endividamento como um fato social e uma questão pública que deve ser analisada, já que a dívida encobre uma parte considerável da renda familiar.

1.4 Escopo do Trabalho

Este item aborda o delineamento do escopo de estudo da Cultura de Consumo no *Consumer Culture Theory* (CCT), o qual é uma escola de Marketing que visa o entendimento do consumo e do consumidor pelo ponto de vista cultural e social.

O CCT é um campo interdisciplinar de pesquisa que aborda as relações entre as ações dos consumidores, o mercado e os significados culturais, isto é, diz respeito a um entendimento social da cultura, dos bens, dos aspectos simbólicos e dos estilos de vida (ARNOULD; THOMPSON, 2005, 2007; ARNOULD, 2006). O CCT surge como delimitação nos programas de doutorado em Marketing, já que, segundo os autores, há grande concentração de programas orientados por teoria microeconômica, psicologia cognitiva, estudos experimentais e métodos quantitativos, mas pouca consolidação da cultura de consumo nesses programas.

As pesquisas no CCT abordam os significados culturais, as influências sócio-históricas e as dinâmicas sociais que configuram as experiências e identidades dos consumidores nos contextos mundanos, como eles consomem e o consumo como experiência da realidade (ARNOULD; THOMPSON, 2005, 2007).

Os métodos de pesquisa que dão embasamento ao CCT são os qualitativos. Portanto, orientações metodológicas que ajudam a corroborar esse campo teórico são a fenomenologia, as análises textuais, os métodos históricos, os métodos advindos da Sociologia, da Antropologia e da Teoria Crítica. Logo, métodos como *survey*, experimentos e modelagem podem não conseguir abarcar assuntos, como simbolismo do produto, práticas rituais, significados de bens e marcas que focam nas experiências e dimensões socioculturais do consumo.

Para melhor entendimento do que compreende o CCT, Arnould e Thompson (2005, 2007) sugerem estruturas teóricas: Padronização Sócio-Histórica do Consumo, Identidade e Projetos dos Consumidores, e Ideologias do Mercado de Massa e Estratégias Interpretativas

dos Consumidores e Culturas de Mercado. O quadro 6 ilustra esses campos de estudo. Em cada estrutura teórica os autores colocam temas que categorizam as pesquisas.



Quadro 6 – Estruturas Teóricas e Temas no CCT

Fonte: Autor “adaptado de” ARNOULD; THOMPSON, 2007, p. 10

O campo Identidade e Projetos dos Consumidores diz respeito aos estudos culturais que focam os consumidores, as identidades de trabalho e as negociações das contradições culturais (GIDDENS, 1991) pelo mercado (ILLOUZ, 1997) e a modificação dos rituais culturais e emocionais (SCHMIDT, 1997).

O campo Padronização Sócio-Histórica do Consumo alinha as pesquisas sociológicas e históricas sobre classes sociais, gênero e etnia como influências sobre os comportamentos de mercado (COHEN, 2003; DÁVILA, 2001; FINE LEOPOLD, 1993).

O campo Ideologias do Mercado de Massa e Estratégias Interpretativas dos Consumidores utiliza da Teoria Crítica e estudos contemporâneos sobre a mídia e quem a utiliza (FISKE, 1994; JENKINS, 2006; WILLIS, 1990).

O campo Culturas de Mercado abrange estudos antropológicos sobre cultura material e o papel dos rituais cotidianos na criação de laços de solidariedade social (MILLER, 2002).

O quadro 6 mostra a diversidade de campos de estudo e onde as pesquisas se inserem no CCT.

Esta dissertação está inserida no estudo *Culturas de Mercado*, a qual abrange os estudos antropológicos sobre a cultura material e a função dos rituais cotidianos que criam solidariedade social e familiar (ARNOULD; THOMPSON, 2007).

Ao usar da Antropologia como ciência de estudo no CCT, utiliza-se da perspectiva teórica da Cultura de Consumo. Esta aborda um viés a respeito do consumo que vai além das explicações de mercado, já que ela não se resume ao processo de escolha-compra-uso-descarte, e tem como base o consumo nas relações sociais, nas práticas cotidianas e como ele se conecta com as outras esferas da experiência humana.

Na Cultura de Consumo, é notável que os bens sejam utilizados como a principal forma de reprodução e diferenciação social (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2004; BOURDIEU, 2008). Pode-se observar que as escolhas das identidades e estilos de vida podem ser orientadas pela individualidade e pelo estilo pessoal, além dos meios tradicionais, como religião e trabalho. Ao mesmo tempo em que o consumo se relaciona com estilos de vida e identidades, ele pode ser um elo entre pessoas e entre pessoas e bens.

A Cultura de Consumo, segundo Barbosa (2004), aborda questões sobre ideologia individualista, valorização da noção de liberdade e escolha individual, insaciabilidade, consumo como principal forma de reprodução e comunicação social, cidadania expressa na linguagem de consumidor, fim da distinção entre alta e baixa cultura, signo como mercadoria, estetização e comoditização da realidade. Por meio dessas temáticas observa-se como o consumo orienta práticas e valores sociais.

Nos estudos antropológicos sobre Cultura de Consumo, há duas abordagens teóricas (BARBOSA, 2004). A primeira, defendida por Frederic Jamenson, Zygmunt Bauman e Jean Baudrillard, define o consumo como o de signos e está relacionado a estetização e comoditização da realidade, atribuída a uma perda da autenticidade nas relações sociais, as quais são caracterizadas pelo materialismo e superficialidade.

Já a segunda abordagem feita por autores como Colin Campbell, Pierre Bourdieu e Mary Douglas e seguida nesse estudo, investiga como o consumo se conecta com outras esferas da experiência humana e em que medida ele funciona como uma “janela” para o entendimento dos processos sociais.

A figura seguinte ilustra os estudos de Antropologia no CCT.

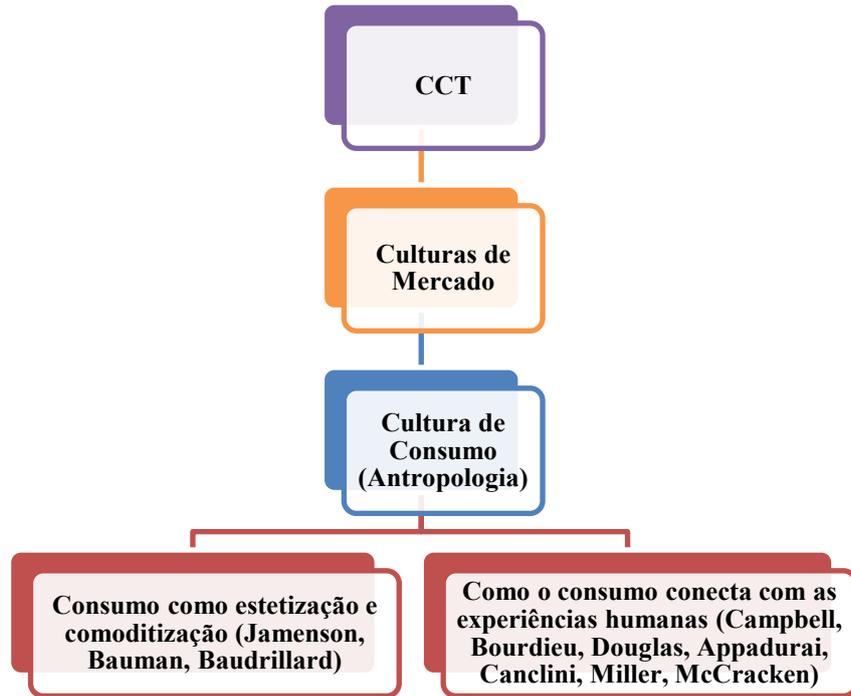


Figura 5 – CCT e a Antropologia
Fonte: Autor

Por essa abordagem, a Cultura de Consumo auxilia no entendimento do consumo que vai além da demanda do consumidor por bens, uma vez que esse consumidor é um ser social. Por isso, a análise do consumo deve priorizar também os momentos em que a economia “toma lá da cá” não se aplica (BOURDIEU, 1996).

A trajetória de estudos da Cultura de Consumo teve início na década de 1970 com Mary Douglas e Baron Isherwood no livro, *O Mundo dos Bens: para uma antropologia do consumo* (LIMA, 2003, DUARTE, 2010, BARBOSA, 2004). Para esses autores, os bens têm a função de interação, inclusão e exclusão, com isso o consumo serve como ponte ou cerca entre os indivíduos.

Bourdieu em *A Distinção* aborda as práticas de consumo e a manifestação dos gostos pelo manejo de códigos (por meio do *habitus*) que assemelha e distingue aqueles que partilham dos mesmos códigos culturais e sociais.

Campbell em *A Ética Romântica e o Espírito do Consumismo Moderno* discute o movimento romântico como alavanca para o consumo moderno, por meio da busca por novidades e do hedonismo. Assim, as emoções e a busca pelo prazer propiciam as motivações e para as ações dos consumidores.

Appadurai (2008), em *A Vida Social das Coisas* aborda a dicotomia mercadoria e bem e o uso dos produtos no decorrer do tempo. Enquanto, Canclini (2006), afirma que o

consumidor serve para pensar, uma vez que as informações e os interesses são atualmente obtidos pelo consumo e pelos meios de comunicação.

Os estudos de Miller (2007, 2002) abordam o consumo como o lugar onde as pessoas desenvolvem suas relações sociais, ou seja, por meio das práticas cotidianas, percebe-se a compra como devoção e atenção aos outros. Dessa forma, o consumo torna-se algo positivo, pois é por meio dele que os indivíduos assimilam sua cultura e tornam-se sujeitos sociais.

McCracken (2003) discute como os bens e o consumo servem como instrumentos de reprodução, representação e manipulação e são moldados por todos os níveis da cultura. Conseqüentemente, a cultura de consumo coloca-se como um meio de expressão e difusão.

Esses autores ajudam a elucidar a cultura de consumo como valorização da noção de liberdade e escolha, a principal forma de reprodução e comunicação social, a cidadania expressa na linguagem do consumidor e a orientação das práticas e dos valores sociais. Por isso, temas já retratados sobre Cultura de Consumo se relacionam com a reprodução social, o papel da cultura material, a autonomia do consumidor, o consumo como processo mediador e a sua interface com outras experiências sociais.

A estrutura desta dissertação está organizada, fora esta introdução, da seguinte forma: A segunda seção apresenta o referencial teórico abordando reflexões sobre a cultura de consumo e a natureza do consumidor no intuito de conhecer o desenvolvimento histórico do consumo, também abordará os paradigmas do Individualismo e do Holismo e suas aplicações em pesquisas sobre Cultura e Consumo, o delineamento paradigmático da Dádiva e seus elementos, que ajudarão na compreensão do endividamento. A terceira seção, o método da pesquisa, descreve o uso da Fenomenologia como orientação filosófica, a técnica de coleta de dados (entrevista em profundidade, histórias de vida e entrevista episódica) e a Análise da Narrativa como técnica de análise dos dados. Na quarta seção, há apresentação da análise dos dados. E a quinta seção apresenta as considerações finais e sugestões de estudos futuros.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico está dividido em cinco temas, os quais contemplam as teorias que serão abordadas ao longo deste capítulo.

Primeiramente, será discutido o retrato da Cultura de Consumo, ou seja, a sua origem histórica e a natureza do consumidor. Uma vez que a Cultura de Consumo está inserida nas Ciências Humanas delinear-se-á os paradigmas dessa ciência: o Individualismo, o Holismo e a Dádiva. Para cada paradigma há considerações teóricas e exemplos de categorizações de pesquisas nesses paradigmas.

Posteriormente, discutir-se-ão os elementos da Dádiva no consumo e os vínculos sociais no contexto doméstico. A figura 6 ilustra a estrutura do capítulo.



Figura 6 – Temas Teóricos
Fonte: Autor

2.1 Retrato da Cultura de Consumo

Nesta seção serão abordados os aspectos a respeito do retrato da Cultura de Consumo, ou seja, a sua origem histórica e a natureza do consumidor por meio dos valores românticos e utilitários, os quais propiciaram o desenvolvimento de uma Cultura de Consumo.

A percepção histórica dos momentos que influenciaram o surgimento da Cultura de Consumo e do consumidor é importante para retratar como alguns fatos desencadearam uma nova reprodução da vida pelo consumo. A partir de determinados momentos históricos, é possível entender as questões que, segundo Barbosa (2004) e Campbell (2001), permeiam o consumo e o consumidor, como a emulação do indivíduo, o sentimento de insaciabilidade, a liberdade na escolha, o culto ao hedonismo e à imaginação, o gosto pela moda etc.

A Revolução Industrial e o Iluminismo podem ser compreendidos como fatos precursores de um novo estágio na história da civilização, e também desencadeadores do desenvolvimento do consumo e do surgimento do consumidor. Essas revoluções ocorridas no século XVIII mudaram o modo de produção e consumo das mercadorias e alteraram os olhares dos cidadãos urbanos (HOBSBAWN, 2007).

Segundo Hobsbawn (2007), na Revolução Industrial, um novo modo de produção surge, a maquinofatura, e ocasiona diversas mudanças na produção das mercadorias e nas formas de trabalho. O Iluminismo, uma corrente filosófica, representa a revolução no plano das ideias. É o próprio pensamento da burguesia industrial e comercial que prega a liberdade, a igualdade e a defesa da propriedade, as quais serviram de premissas para uma elucidação da razão humana.

Essas revoluções, tanto no âmbito intelectual quanto na capacitação tecnológica, fizeram com que houvesse transformações na vida econômica, no trabalho e no cotidiano dos indivíduos. Junto a essas transformações, houve, uma mudança cultural no dia a dia e a expansão em atividades como teatro, música, dança e leitura, juntamente com a ascensão da moda e do amor romântico (CAMPBELL, 2001).

É possível perceber que esses novos fenômenos culturais serviram de emulação social para uma nova categoria de classe intitulada burguesia. Campbell (2001) afirma que os indivíduos pertencentes a essa nova classe instituem certo tipo de comportamento que os legitima, por meio do gosto pela moda, pela novidade e pela ficção. Essas características

culturais são vistas como demarcadores sociais entre a burguesia, a nobreza e os trabalhadores assalariados.

“... uma série de valores e crenças que estavam definidos para esse setor da sociedade inglesa e que serviram para justificar não somente a leitura de ficção e o comportamento românticamente motivado, como também a indulgência com o consumo de luxo.” (CAMPBELL, 2001, p. 56)

O consumo dá condição para a burguesia comportar-se de modo diferenciado em relação aos outros. Isso porque dá acesso aos mesmos bens que a nobreza consome (devido a sua riqueza hereditária) e diferencia-os dos trabalhadores assalariados, que não têm acesso ao consumo (ELIAS, 2001).

Com o fortalecimento desses fenômenos culturais, o consumo torna-se um item importante no desenvolvimento do capitalismo moderno. Esses eventos históricos propiciaram o surgimento de uma cultura de consumo.

É possível observar que a construção do consumidor moderno advém das origens históricas. Para Campbell (2001), esse tipo de consumidor é fruto das revoluções históricas do século XIX.

Os eventos históricos, como a Revolução Industrial, o Iluminismo e também o surgimento da burguesia, serviram como base para o surgimento da ética protestante-romântica, a qual auxilia na compreensão dos consumidores e das práticas de consumo. Nessa ética, explicitada por Campbell (2001), pregam-se valores protestantes de enriquecimento para engrandecimento e salvação do indivíduo, por exemplo, mas também valores românticos refletidos no uso da imaginação e do hedonismo, e por meio dela é possível entender as características que permeiam o consumidor.

Campbell (2001) ilustra que os devaneios e fantasias e o controle são utilizados como modo de explicação tanto dos protestantes quanto dos românticos. Como o autor esclarece, por exemplo, em relação aos devaneios e fantasias, os puritanos o utilizam-nos como espécie de tentação para a ociosidade e a indulgência a que se deve resistir, porém, embora desfrutável, desperdiça tempo, com isso, interfere no trabalho e na aceitação da realidade. Para os românticos, os mesmos devaneios e fantasias seriam os aspectos mais significativos e valorizados da experiência. Já o controle sobre os desejos, para os puritanos, é um modo de resistir a eles e, para os românticos, é necessário, pois por meio dele é criada a realização da vontade.

Assim é possível perceber que a junção do protestantismo e do romantismo constrói a natureza do consumidor moderno, isto é, os valores protestantes sustentam a riqueza e a

poupança e os valores românticos que possibilitam ao indivíduo liberdade e hedonismo. O que se pode entender a partir desses exemplos é que os valores romântico-protestantes fazem parte do consumidor moderno. Essas características permitem que os indivíduos experienciem sensações de consumo e, posteriormente, utilizem de argumentos tanto racionais quanto emocionais nos seus variados tipos de compras e uso dos bens.

Nessa análise, percebe-se o consumidor enquanto reprodução histórica do seu tempo, ou seja, a existência dos valores romântico-protestantes possibilitou, por exemplo, que os indivíduos experimentassem diversas sensações a respeito do uso dos produtos. Em razão disso, é possível observar diferenças e semelhanças culturais entre as pessoas por meio dos gostos e dos estilos de vida. O consumo assume grande parte das práticas sociais e valores culturais e, devido a isso, servem como pontes ou cercas entre os indivíduos (DOUGLAS; ISHERWODD, 2004). Por conseguinte, as escolhas dos consumidores são expressas nas suas relações sociais e nas atividades cotidianas. O que caracteriza o consumidor moderno é o cultivo da expectativa na produção de devaneios românticos e a racionalização protestante, oriundos da burguesia.

Os valores da ética protestante-romântica propiciaram o surgimento de uma nova categoria na vida cotidiana em que indivíduos se tornam consumidores, e as práticas de compra e uso dos bens tornam-se pontos de análise do regimento da sociedade. O consumo torna-se parte das práticas sociais e conseqüentemente evidencia uma cultura voltada para ele tanto estudada por áreas do conhecimento como a Antropologia (BARBOSA, 2004; APPADURAI, 2008; ROCHA, 1995; MCCRAKEN, 2003), quanto pelo CCT (HOLT, 1998, 1995; FOURNIER, 1998; BONSU;BELK, 2003), por exemplo.

Essa análise antropológica da Cultura de Consumo propicia um entendimento maior sobre a problemática do endividamento, pois ela aborda como o consumo está entrelaçado às vivências dos consumidores, por exemplo, o papel dos bens nas relações sociais. Assim, compreender a origem da Cultura de Consumo e a natureza do consumidor moderno ajuda a entender como a experiência do endividamento está relacionada a outras esferas sociais, tal como é apontado na própria percepção da cultura de consumo como “janela” para o entendimento de outros eventos da experiência humana. Isto é, relacionar mais do que os atos de consumo e dívida, também eventos e pessoas que interferem nessa dinâmica.

Ao mostrar esse retrato da Cultura de Consumo, pode-se aprofundar nos paradigmas que delineiam a ciência antropológica.

2.2 Os Paradigmas nas Teorias de Ciências Humanas: Individualismo e Holismo

Paradigmas são “um conjunto de teorias e modelos de explicação reconhecidos, de maneiras de fazer comumente admitidas pela comunidade científica, que configuram o campo do pensável e dos questionamentos legítimos” (CAILLÉ, 2002, p. 11). Os paradigmas são utilizados para explicar e situar os pesquisadores sobre em qual delineamento teórico os fenômenos sociais serão analisados. Os preceitos vinculados aos paradigmas estão carregados de um aparato ideológico que delinea os diferentes modos de política, de normas e valores, a organização da sociedade e como a cultura local se comporta frente estímulos, por exemplo. Isso pode ser visto em como a sociedade se rege. Por exemplo, na cultura ocidental preza-se o indivíduo e, na cultura oriental, o coletivismo e a noção do todo. Porém, deve-se atentar que os valores de cada paradigma não são exclusivos de cada sociedade, e sim predominantes em cada cultura (DUMONT, 1985, 1992).

Os paradigmas designados como Individualismo e Holismo (DUMONT, 1985, 1992; CAILLÉ, 2002) retratam a realidade social. O Individualismo aborda questões sobre racionalidade, utilitarismo, equidade, por exemplo. O Holismo diz respeito à hierarquia, ao coletivismo e à noção do todo. Ambos os paradigmas, nas pesquisas sobre os fenômenos sociais, apresentam um modelo diferente, mas limitado na forma de estudar os indivíduos e suas ações: analisam numa dimensão particular ou numa dimensão de totalidade, respectivamente.

O paradigma do Individualismo surge da valorização de sentimentos como equidade, liberdade e racionalidade. Exemplos de teorias desse paradigma são (CAILLÉ, 2002) a teoria da ação racional, a teoria da racionalidade limitada, o neo-institucionalismo, o utilitarismo e a teoria dos direitos de propriedade.

No Individualismo, o indivíduo é a categoria que representa o novo homem. Ele é sujeito de suas próprias escolhas, peça principal nas referências mundanas para as suas decisões, e as relações sociais são resultantes de práticas calculáveis e utilitárias efetuadas pelos indivíduos (CAILLÉ, 1998). O símbolo desse paradigma é a democracia, na qual todos têm direito de pensar, explanar ideias e ser cidadão. O indivíduo, produto desse modelo, é o *Homo aequalis*, fruto dos princípios individualistas de valorização do eu na sociedade. O ser humano é visto no Individualismo como um homem (uma unidade biológica e pensante) que encarna a humanidade inteira (DUMONT, 1992).

Nessa perspectiva, os estudos sobre cultura e consumo concentram-se em pesquisas que utilizam o indivíduo enquanto unidade principal de análise, pois as práticas são resultados de ações e intenções do seu universo privado.

No Holismo, a sociedade é vista em seu conjunto, a sua organização é pautada na ordem e na hierarquia. Nele cada homem deve contribuir para a ordem global, e a justiça consiste em proporcionar as funções sociais de cada indivíduo em relação ao conjunto. A totalidade é considerada algo mais do que partes ou a soma delas, ou seja, “a totalidade é historicamente, logicamente, cognitivamente e normativamente mais importante do que os indivíduos que contém” (CAILLÉ, 1998, p. 6). As teorias que ilustram essa perspectiva são: culturalismo, funcionalismo, marxismo e estruturalismo (CAILLÉ, 2002).

O espírito do homem holista, regado por normas e obediências, pode ser caracterizado pelo *Homo hierarchicus*, ou seja, aquele que utiliza regras e a hierarquia como conceitos-valores (DUMONT, 1992). Nos estudos de cultura e consumo na perspectiva do Holismo, o universo social representa-se pela totalidade, isto é, um grupo de referência, por exemplo, enquanto um todo.

Ao analisar esses dois paradigmas, surge o dilema de que ou o comportamento é livre, mas obedece ao modo da racionalidade instrumental, ou o comportamento é limitado e determinado por normas e obediência a regras. Dessa forma, ambos se mostram limitados para entender aquilo que não está no mercado nem nas organizações: o Holismo limita-se a manifestar os valores da cultura, a cumprir e colocar em prática as regras envolvidas na lógica da totalidade. O Individualismo obriga os indivíduos a um modelo determinista, que não deixa espaço para aquilo que não é calculável.

Os paradigmas do Individualismo e do Holismo serão melhor ilustrados ao demonstrar a produção científica na temática de “Cultura e Consumo” do EnANPAD. A escolha deve-se ao fato desse evento ter notoriedade nas produções mais recentes de pesquisas. Aquela temática foi criada no Brasil em 2009, iniciando uma subárea específica para discutir a interface do consumo com a Antropologia e a Sociologia, por exemplo.

A Antropologia preocupa-se com problemas relativos à cultura e os fenômenos culturais relativos ao consumo fazem parte de uma compreensão antropológica.

A interface da Antropologia e do Marketing mostra-se importante para compreender a cultura, bem como as transformações e construções de consumo e do consumidor retratam a realidade social.

As pesquisas que utilizam de teorias advindas da Antropologia e da Sociologia na temática Cultura e Consumo no EnANPAD podem ser categorizadas dentro dos paradigmas

do Individualismo e do Holismo. Os trabalhos apresentados em 2009 e 2010 foram analisados à luz desses paradigmas (ver quadro 7). A razão da escolha desses dois anos é o fato de que eles são os primeiros anos de produção específica sobre cultura e consumo.

Para enquadrar as pesquisas em paradigmas analisaram-se os objetivos do estudo, a teoria usada e as palavras-chave, no intuito de captar as características que podem categorizar em pesquisas com viés individualista ou holista. Os estudos agrupados no Individualismo dizem respeito a aspectos que focam no sujeito, já nos estudos agrupados no Holismo foca-se o grupo, a coletividade.

Individualismo	hábitos dos consumidores e objetivos de consumo	(SANTOS et al., 2009)
	construção e valores individuais	(FREITAS; LEÃO, 2009); (KELLY; RIBAS; COSTA, 2010); (MACHADO et al., 2010)
	Motivações	(HEMZO; AUGUSTO, 2010)
	Atitudes	(SCHWEIG; SILVEIRA, 2010)
	percepções do indivíduo	(ZAMBERLAN et al., 2010b); (PACHECO, 2010)
Holismo	construção de identidade social, grupo	(AYROSA; GOMES, 2009); (PEREIRA, 2009) ; (FONTES; BORELLI; CASOTTI, 2010)
	projeção de um todo	(SUAREZ; MOTTA; BARROS, 2009)
	valores e significados coletivos	(STREHLAU; CLARO; LABAN NETO, 2009) ; (SIMÕES; SANT'ANNA, 2010)
	papel da cultura	(ZAMBERLAN et al., 2009a)
	experiência de consumo	(CRUZ; PINTO, 2009)
	pertencimento, interação, compartilhamento	(BARROS, 2009); (DALMORO et al., 2010); (FLEC et al., 2010); (BARCELOS, 2010)
Individualismo e Holismo	características dos dois paradigmas	(Campos, 2009)
Não aplicável	discussão teórica	(PINTO; LARA, 2009); (OLIVEIRA, 2009); (AQUINO; TOMASSINI, 2009)
	relacionado a mercado e estratégias de marketing	(VIEIRA; URDAN, 2009); (EBOLI; DIB, 2010); (WALTHER, 2010); (ALMEIDA., 2010)
	não pode ser classificado em nenhum paradigma	(SILVEIRA NETTO et al., 2010); (SAUERBRONN; TONINI; LODI, 2010); (ABDALA; MOCELLIN, 2010)

Quadro 7 – Trabalhos Apresentados na Temática “Cultura e Consumo” no EnANPAD 2009-2010 e os Paradigmas.

Fonte: Autor

Os artigos que dizem respeito ao paradigma do Individualismo abordam questões centrais acerca da percepção, das motivações, dos objetivos de consumo e a construção do

consumidor enquanto indivíduo. Dessa forma, centram-se em preocupações sobre aspectos particulares do indivíduo-consumidor nas práticas de consumo.

Já naqueles categorizados como Holistas, observa-se que a abordagem está numa dimensão de totalidade, na qual a relação do consumo está intrinsecamente ligada aos valores, à identidade social, ao papel da cultura e à interação e a vivência num grupo social.

Somente o artigo de Campos (2009) é de natureza Individualista e Holista, pois discute noções de normas coletivas, e também de criação individual.

Alguns trabalhos não puderam ser categorizados dentro dos paradigmas, já que abordam discussão teórica ou relacionam-se com aspectos de estratégias de marketing ou não continham evidências nem individualistas nem holistas.

As discussões sobre o consumo e os consumidores nesses paradigmas abordam a análise ou em fatos isolados em uma perspectiva do eu, ou sob uma dimensão de agrupamento dos interlocutores, numa visão do todo. Pode-se observar uma predominância de estudos que consideram o consumidor como um agente focado em características e atitudes particulares ou em estudos de grupos sociais vistos como unidade centrada na totalidade, nas quais não se analisa o sujeito, e sim o todo. Porém, essa separação metodológica em categorias incentiva a existência de dois “eus” separados nos seus respectivos paradigmas.

Devido a essas limitações, mostra-se necessária a análise pelo terceiro paradigma, a Dádiva, para que se possam analisar os fenômenos além de uma dimensão racional ou determinista. A Teoria da Dádiva propõe um modelo de integração dessas duas visões entendidas, num primeiro momento, como separadas.

A Dádiva, então, se lança como o terceiro paradigma (CAILLÉ, 2002). Ela aborda os fenômenos sociais numa dimensão que não resulta em análises micro ou macro. Esse paradigma é uma corrente cultural que diz respeito aos atos de reciprocidade entre os sujeitos. Ou seja, analisa como os fatos sociais estão relacionados com o meio que os indivíduos vivem. Já que as ações das pessoas estão voltadas para o mundo (a subjetividade humana é exteriorizada por meio dos atos sociais), e não só numa perspectiva para individualista ou holista. Isto é, a contribuição da Dádiva está no modo como ela vai analisar as problemáticas da pesquisa, ou seja, como a vivência individual está ligada a interação social. A base das ações humanas está relacionada as trocas e vínculos entre as pessoas.

A Teoria da Dádiva na análise do consumo ajuda a compreender os consumidores como agentes culturais que possuem individualidade, mas cujas ações são voltadas para os outros (CAILLÉ, 1998).

2.3 Dádiva: da teoria ao paradigma

O terceiro paradigma, o da Dádiva, surge não como um modelo contrário ou excludente do Individualismo e do Holismo, mas como uma explicação daquilo que circula neles em prol do laço social (MAUSS, 2003). Dessa forma, nem a economia de mercado, nem a economia pública, nem o Estado são incomensuráveis e absolutamente estranhos à economia ou à sociedade da Dádiva.

Esse paradigma não se posiciona numa dimensão calculável e equivalente, numa visão geral e integral. Ele permite sair de estigmas padronizantes sobre estudos do indivíduo ou do consumidor e de quão limitado é fazer pesquisas que isolam as variáveis.

“A economia da Dádiva, ao contrário da economia do “toma lá, dá cá”, baseia-se em uma denegação do econômico (em sentido estrito), em uma recusa da lógica da maximização do lucro econômico, isto é, do espírito do cálculo e da busca exclusiva do interesse material (por oposição ao simbólico), que está inscrito na objetividade das instituições e disposições.” (BOURDIEU, 1996, p. 11)

O paradigma da Dádiva compartilha o questionamento sobre a realidade por meio do Princípio da Dádiva. Esse alinhamento teórico foi introduzido por Marcel Mauss e diz respeito à gênese do laço social, às relações baseadas em dar, receber e retribuir, nas quais se estabelece um forte vínculo social entre as pessoas devido à rede de obrigações promovidas nas trocas sociais. A premissa do dar-receber-retribuir põe à luz a circulação de bens, pessoas, polidez, sentimentos, a própria vida (CAILLÉ, 2002). A noção geral da Dádiva está no laço social, antes mesmo da produção e reprodução de bens e pessoas.

A Dádiva pode ser ilustrada por um espiral, pois nesse tipo de relação, não há um fim. Isto é, as pessoas envolvidas nesse processo estão sempre envolvidas no ciclo de dar-receber-retribuir. Dessa forma, o espiral elucida que, quando um ciclo termina na retribuição, conseqüentemente há uma obrigação velada em “dar” novamente. Assim, outro ciclo inicia-se.

Esse princípio está baseado, sobretudo, na noção de retorno, ou seja, no sentimento de obrigação de retribuir uma Dádiva obtida, ao invés de sê-lo na própria ideia de reciprocidade. “A reciprocidade dos objetos não é central à Dádiva [...] a Dádiva é antes de mais nada uma Dádiva” (GODBOUT, 1999, p. 116). É por essa razão que não se retribui uma Dádiva do modo como se restitui troco ou do modo como se paga um empréstimo financeiro. A ideia

básica consiste no fato de que o gesto de retribuição institui um laço com outra pessoa, ao vincular o gesto de retribuir (dar a outrem) seja no passado seja no futuro.

A Dádiva apresenta alguns quesitos que validam a sua existência: não equivalência, espontaneidade, dívida, incerteza, prazer do gesto e liberdade (GODBOUT, 1998). Uma relação dadivosa não é equivalente, pois não é possível calcular ou se pôr em equidade, conseqüentemente fica sempre a dívida entre as pessoas. A existência da Dádiva está no prazer do gesto de alguém praticar essa ação e ver o outro a recebendo, dessa forma ela é espontânea, já que parte da iniciativa própria do sujeito, ela não é forçada. Logo, há liberdade plena no retorno ou não dessa dívida, o que gera incertezas entre as pessoas participantes da relação dadivosa. De fato, esses quesitos criam vínculo, interação e sociabilidade por meio da reciprocidade numa dimensão simbólica, já que, para Mauss, os símbolos e dádivas são co-extensivos.

Assim, a Dádiva abrange ações de interesse e desinteresse, liberdade e obrigação, incerteza, sociabilidade, interação, redes e a praticidade dessas ações dependem do grau de comprometimento e da intenção dos envolvidos na trama. A Dádiva serve para estabelecer relações (GOUDBOUT, 1999), ou seja, ela diz respeito àquilo que une os seres humanos, cria sentimentos e dá sensação de pertencimento ao mundo. Esse paradigma, como sistema total, possui cerimônias, moral, modos de comportamentos próprios (MALINOWSKI, 1984; MAUSS, 2003). Nas situações em que a Dádiva está presente, é possível ver como as pessoas se inserem e estabelecem meios para criar em relações dadivosas.

A condição essencial para que esse tipo de relação ocorra é que ela seja gratuita e espontânea (CAILLÉ, 2002. GODBOUT,1998,1999). Uma vez que não há pela Dádiva equivalência, não há como equiparar a gratuidade das trocas oferecidas e retribuídas; ao se colocar nesse tipo de relação, é porque houve interesse. Da mesma forma que há esforços para manter esse vínculo, a própria liberdade da Dádiva pode rompê-lo, dependendo apenas da vontade de um dos atores envolvidos.

Caillé (2002) entende que a permanência da Dádiva está na dívida, já que estar em dívida metafísica com alguém proporciona o reforço dos laços sociais e que as pessoas continuem se doando mais umas as outras. O autor continua a argumentar que a importância desse paradigma está no ciclo que ela gera entre as pessoas, ele faz aquilo que é estranho e desconhecido ser o menos estranho possível para as pessoas. O dispêndio que os envolvidos numa relação dadivosa dispõem, seja o tempo, a duração ou o trabalho mostra o valor do vínculo, pois o ato simbólico ao se doar e permitir que os outros se doem é muito mais representativo do que aquilo que circula em prol da Dádiva.

A Dádiva acontece plenamente quando o círculo dadivoso se completa e se torna um espiral, uma vez que ela não tem fim. Os indivíduos envolvidos nesse sistema sentem-se mais queridos, mais próximos, os laços sociais tornam-se bastante fortes. Quando isso acontece, a dívida não é sentida fortemente na finança da família, pois, apesar da consequência negativa para a vida prática dos entrevistados, o retorno que eles tem é positivo. Nesse caso, endividar para outro é uma forma de demonstrar ao sujeito de devoção a importância dele. Como esse sujeito dá o retorno esperado (retribuição) e o reconhecimento ao oferente, a simbologia da dívida nesse contexto é maior do que o desajuste financeiro que o entrevistado passa. Coelho (2006, p. 97) demonstra, na sua pesquisa, como os indivíduos transitam pelo sistema da Dádiva, e segundo a autora, “o valor monetário é, assim, um meio possível para a expressão de sentimentos afetuosos”.

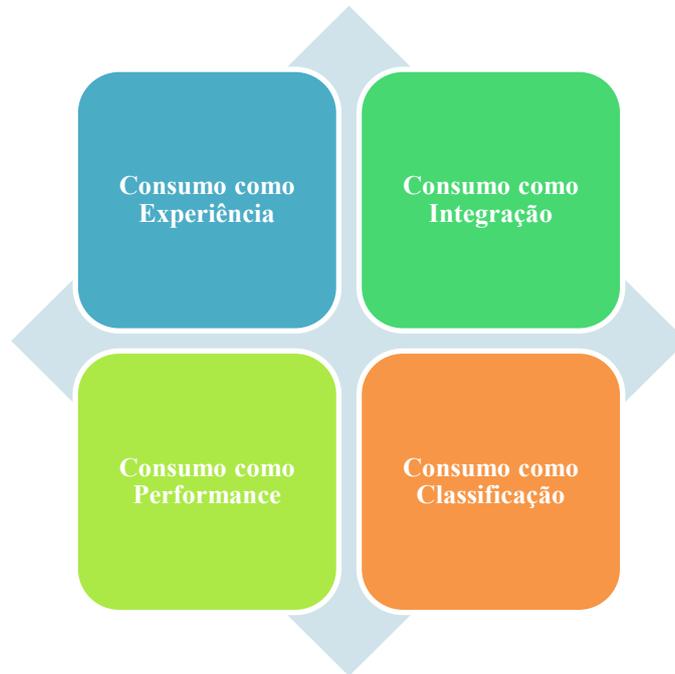
2.3.1 A Dádiva e o Consumo

A Dádiva como construção de um fenômeno, e não como um modelo estandardizado, possibilita o entendimento do consumo e do significado dos bens. A diferença da Dádiva está em entender o consumidor como participante da cultura por meio das interações, das relações sociais e de seus papéis, e como elas proporcionam trocas de dar-receber-retribuir entre os consumidores. Assim, essa perspectiva é uma fonte importante para se analisarem as representações simbólicas que os agentes manifestam daquilo que é subjetivo no porquê da compra e do uso dos bens.

Esse paradigma é utilizado para delinear pesquisas que abordem questões culturais sobre trocas não utilitárias, e sim trocas que promovam a circulação de atos dadivosos entre as pessoas, seja entre familiares seja entre desconhecidos. Isso pode ser constatado nos estudos de reciprocidade sobre economia solidária, doação de sangue, grupos de ajuda mútua, beneficência com estranhos etc. Enfim, todos os fenômenos sociais que possam se imbuir de trocas que fogem de questões de interesse utilitários.

Portanto, ao pesquisar o consumo, deve-se atentar ao fato que a análise por esse paradigma diz respeito a uma interpretação subjetiva e aprofundada, uma vez que as relações dadivosas são livres e obrigatórias ao mesmo tempo e envolvem características de reconhecimento, não equivalência, prazer do gesto, etc. Isso pode se estender para a reflexão sobre relações e práticas na cultura de consumo.

Holt (1995) explana sobre as metáforas para o consumo numa matriz 2x2, a qual aloca as dimensões do consumo dos bens (a interface dos bens) e as ações de consumo que visam a relações interpessoais. O autor as divide em quatro temas: Consumo como Experiência, Consumo como Integração, Consumo como Classificação e Consumo como Performance (quadro 8).



Quadro 8 – Matriz das Dimensões do Consumo
 Fonte: Autor “adaptado” de Holt, 1995, p. 3

O Consumo como Experiência diz respeito à subjetividade e à emoção nas experiências nas práticas de consumo. Pesquisas dessa dimensão abordam o consumo como um fenômeno psicológico numa perspectiva fenomenológica (BELK; WALLENDORF; SHERRY, 1989; CELSI; ROSE; LEIGH, 1993).

O Consumo como Integração descreve como os consumidores adquirem e manipulam os significados dos bens. Isso é analisado por práticas de consumo, rituais personalizados, processo de extensão do eu. Dessa forma, os consumidores se integram com seus bens e impõe propriedades simbólicas neles (ROOKS, 1985; MCCRAKEN, 2003; BELK, 1988).

O Consumo como Classificação diz respeito a pesquisas que abordam o consumo como um processo no qual os bens classificam os consumidores (DOUGLAS, 2004; SAHLINS, 1976; LEVY, 1959). Esses estudos sobre consumo utilizam de várias vertentes acadêmicas, como a Antropologia Cultural, Semiótica e Teoria Literária.

A última temática, Consumo como Performance, analisa como as pessoas utilizam os bens como modos de performance e criam relações com as outras dimensões. Deve-se atentar ao fato de que Holt (1995) comenta sobre a pouca atenção dada a essa última dimensão, para o autor somente Sherry (1990) e Arnould; Price (1993) podem ser consideradas pesquisas de Consumo como Performance. E ainda salienta a importância de estudá-la relacionada com outras dimensões do consumo.

O Consumo como Performance pode ser analisado pela Dádiva, uma vez que aborda como as pessoas utilizam os bens e as ações interpessoais para criar e desenvolver relações com as outras dimensões. O próprio paradigma da Dádiva relaciona o uso de bens em outras dimensões, como modo de trocas e de vínculos entre pessoas. Portanto, essa relação entre Dádiva e performance pode ser configurada como um fenômeno cultural em que se podem analisar relações sociais, categorias simbólicas e significações culturais pelo consumo (BARBOSA, 2004). Portanto, o Consumo como Performance na Dádiva possibilita maior compreensão nas relações de consumo.

2.3.2 A Dádiva no Consumo: o conceito de Pessoa

Ao pensar os paradigmas do Individualismo e do Holismo na Cultura de Consumo, é possível analisar como são estudados os consumidores, por exemplo. A construção do “eu” no paradigma individualista é o indivíduo, ele é sujeito de sua própria ação, no paradigma holista, a compreensão do sujeito é pela totalidade, não há partes, e sim o todo. O consumidor pode ser visto, então, numa perspectiva do sujeito privado ou do sujeito social. Deve-se atentar que ele se comporta e pratica ações por influências tanto internas quanto externas.

Para ir além dessa dicotomia, a categoria de Pessoa (DUARTE, 2002; SEEGER; DAMATTA; VIVEIROS DE CASTRO, 1987) apresenta-se como um conceito importante no estudo do consumidor. A Pessoa é um sujeito construído socialmente por suas experiências e trajetórias.

É importante apresentar a categoria de Pessoa na Dádiva, pois mostra-se possível a reflexão sobre a construção da Pessoa como sujeito de suas atitudes no mundo pelas relações sociais. De acordo com esse princípio, pode-se analisar o espírito humano como detentor de duas qualidades, o eu-privado e o eu-social. Essas duas categorizações, como já foi colocado, são, muitas vezes, analisadas em perspectivas diferentes, mas devem ser vistas como a

construção daquilo apresentado como Pessoa. Isto é, o sujeito dotado de convicções individuais, mas ao mesmo tempo envolto numa rede de relações sociais. Dessa forma, o consumidor está envolvido num mundo de bens em que interage.

O Princípio da Dádiva diz respeito a questões simbólicas e materiais, que mantêm a aliança entre as pessoas, e coloca o homem como sujeito de suas relações sociais. Por esse ponto de vista, é possível analisar o sujeito enquanto Pessoa, constituído de sua unidade, mas voltado para o mundo. A partir desse princípio, pode-se refletir sobre a categoria de Pessoa, que situa o sujeito social no mundo por meio da Dádiva.

Para compreender o espírito humano, deve-se pensá-lo numa perspectiva intercultural que não categorize em eu-privado ou eu-social. Na verdade, é preciso refletir sobre a categoria de Pessoa (sujeito envolto no seu meio) pelo paradigma da Dádiva. Por meio dessa teoria, pode-se entender a Pessoa como inserida num processo maior de entendimento, envolta numa rede de interações.

A noção histórica de Pessoa, como apresenta Mauss (2003), é um conjunto de substâncias que forma as várias definições individualizantes (indivíduo, cidadão, humano). Assim, a construção da Pessoa é configurada por quatro dimensões: a) a civil, constituída no direito romano, b) a moral, que diz sobre o homem consciente, independente, autônomo, livre e responsável, c) a cristã, que incorpora o sujeito investido de humanidade e d) a psicológica, que é a substância individual e racional. Portanto, o sujeito é construído historicamente, ele é detentor de características de interioridade, intensidade e autenticidade que são exteriorizadas na cultura e dão significado aos sujeitos por meio de suas vivências.

Isso significa que a construção da Pessoa diz respeito às suas experiências, portanto deve-se atentar ao fato de que esse sujeito é um homem social complexo envolto nas suas vivências, as quais são refletidas na sua trajetória. Dessa forma, o consumidor não é um indivíduo privado ou parte de um todo, na verdade, ele é sujeito de sua própria história e resultado da sua própria construção enquanto Pessoa. Quando o consumidor se vê enquanto tal, ele está na verdade se comportando, comunicando como sujeito de suas próprias escolhas, mas que direciona suas ações e sentidos para o mundo numa rede de interações.

A Pessoa é um complexo de relações sociais, pois

todo ser humano tem dois aspectos: ele é indivíduo, mas também pessoa. Como indivíduo, ele é um organismo biológico, um conjunto muito vasto de moléculas organizadas em uma estrutura complexa em que se manifestam, enquanto ele persiste, ações e reações fisiológicas e psicológicas, processos e mudanças. (...) O ser humano como pessoa é um complexo de relações sociais (RADCLIFFE-BROWN, 1973, p. 71)

Essa complexidade exposta na noção de Pessoa é, portanto, investida socialmente de significação. Por exemplo, um paciente não é somente a sua doença em si, mas é um complexo que envolve a família, as interações sociais, o trabalho, a vida em comunidade; para resumir, ele é um conjunto de experiências (DUARTE, 2002). A problemática do endividamento pode ser analisada, também, pelo conceito de Pessoa, uma vez que o indivíduo endividado é dotado de sua individualidade, mas está envolto no mundo.

O que se faz interessante nos estudos sobre a cultura de consumo é apreender como os sujeitos se representam e manifestam a si mesmos enquanto Pessoa nos seus atos de consumo e no uso dos bens.

A noção de Pessoa enquanto análise do sujeito tem o objetivo de entender a organização social e a cosmologia das sociedades (SEEGER; DA MATTA; VIVEIROS DE CASTRO, 1987). Para tanto ao estudar a Pessoa, é necessário analisar os trejeitos simbólicos, pois por meio deles pode-se entender como o consumidor representa a si próprio e apresenta-se para os outros. A variação decorrente das singularidades e idiosincrasias das sociedades faz com que se reflita como os sujeitos se colocam em uma sociedade de consumo. Por isso, há a necessidade de se pensar a categoria de Pessoa além de termos holistas e individualistas, já que ela é dual – corpo e alma, indivíduo e sociedade. Ao pensar o consumidor por essa categoria, é possível entender como ele se insere num sistema que promove a interação entre pessoas e pessoas e entre elas e bens.

A Dádiva enquanto paradigma de análise preconiza que os sujeitos sociais estão envoltos em vínculos sociais por meio dos atos de dar-receber-retribuir. O conceito de Pessoa encaixa-se nesse paradigma como modo de compreensão do objeto de estudo, nesse caso, as pessoas endividadas. Isto é, as vivências de dívida dos sujeitos podem estar atrelados as intenção de trocas dadivosas com os outros. A relação entre Dádiva (paradigma e teoria) e Pessoa (modo como se analisa o sujeito) pode se localizar nos estudos de Cultura de Consumo e no CCT, já que esses priorizam os estudos culturais do consumo e do consumidor.

Douglas e Isherwood (2004) usam da metáfora da ponte para mostrar que o consumo serve também como modo de integrar as pessoas. Essa metáfora propõe refletir o consumo pela Dádiva e entender a categoria da Pessoa como um novo modo de entendimento do consumidor. Por meio dessa abordagem, é possível, nos estudos de cultura de consumo, examinar o sujeito nas suas experiências e trajetórias envolto na interação com outros consumidores-Pessoas numa relação de troca entre Dádivas e bens. Enfim, esse sujeito social deve ser compreendido como um fato social total (dotado de significação social, religiosa,

econômica, moral e mágica). Logo, é possível perceber a Pessoa de acordo com o Princípio da Dádiva, já que preenche o espaço de significação do sujeito, expande a personalidade e possibilita a experiência de pertencer a uma comunidade.

2.3.3 Análise da Teoria da Dádiva em Pesquisas Internacionais e Nacionais

Nas pesquisas internacionais, a Teoria da Dádiva teve bastante influência nas pesquisas sobre Gift Giving. Os estudos de *Gift Giving* tiveram influência a partir do livro de Marcel Mauss “O Ensaio da Dádiva” em 1924. A partir da teoria proposta por Mauss várias áreas do conhecimento como a Antropologia, a Sociologia e a Psicologia Social surgiram com pesquisas a respeito das trocas sociais.

Na década de setenta, a teoria sobre *Gift Giving* teve maior ênfase nas pesquisas sobre consumo e consumidor em razão dos estudos de Banks (1979), Belk (1976, 1979) e Sherry (1983).

Para Belk (1979), o *Gift Giving* é caracterizado como um processo de comunicação simbólica, no qual os bens se colocam como mensagem e meio, seja no ato de se comunicar, nas trocas sociais ou econômicas seja na socialização. Por meio do *Gift Giving* é possível compreender a simbolidade do bem, o papel do doador (aquele que oferece o bem) e do receptor (o que receberá), o conceito que o doador tem daquele que presenteará e como o simbolismo do bem é usado por aqueles que dão (WONFINBARGER, 1990).

Pode-se considerar os modelos de Belk (1976), Banks (1979) e Sherry (1983) como os que mais contribuíram na teoria do *Gift Giving*.

O modelo de Belk (1976) mostra condições para que o gosto daquele que presenteará ou o gosto daquele que receberá o presente prevalecerá na compra do bem. O autor dispõe de um grafo no qual a relação entre doador e receptor é avaliada em negativa ou positiva mediante a auto-imagem do doador, se ele gosta do receptor, a avaliação que ele tem do presente e a sua percepção em relação à reação do receptor sobre o presente. Combinações positivas ou negativas desse grafo fazem com que as relações sociais entre doador e receptor sejam avaliadas como positivas ou negativas.

Banks (1979) utiliza de um modelo chamado *interactive gift giving paradigm*, o qual mostra os quatro estágios: a compra, a interação/troca, o consumo e a comunicação/feedback. Esses estágios compõem o que seria o ato de dar e receber bens. O estágio da compra diz sobre a ocasião ou uma razão para presentear, a procura e a compra do presente (não só o ato

do pagamento, mas também a escolha do embrulho, o tempo gasto na busca etc.). No estágio da interação/troca, o presente é dado e aquele que recebe interpreta o significado dessa oferta, enquanto o doador percebe a reação do recebimento do presente. No estágio do consumo, o bem é usado ou guardado. O último estágio é a comunicação/feedback e ocorre depois do uso do bem, nele a pessoa que recebeu mostra a satisfação pelo presente.

A inovação desse modelo de Banks está em observar as duas partes, tanto daquele que doa quanto aquele que recebe. Como pode ser observado no modelo de Belk, o autor analisa somente o ponto de vista do doador. O modelo de Banks viabiliza um modelo total do *Gift Giving*, que não analisa somente a compra ou só a interação, e sim todo o processo.

Sherry (1983) critica o modelo de Banks por acreditar que ele não é articulado. Por exemplo, o autor acredita que a interação ou a comunicação estão presentes em outros estágios também. A partir daí, Sherry propõe o processo de *Gift Giving* em três estágios: Geração, Prestação e Reformulação.

No estágio de Geração, o doador buscará em si concepções a respeito de si, do receptor e do presente e ao externar essas concepções, tem-se a busca pelo bem e a sua compra dele. Esse vem imbuído de significado simbólico, já que o dispêndio de tempo e energia do doador agrega-se ao presente.

O estágio de Prestação é o momento da entrega do bem, nele o receptor percebe o valor simbólico que o presente possui e sente-se lisonjeado (ou não) e o doador capta a reação. Portanto, receptor e doador experienciam emoções de satisfação ou insatisfação que podem afetar o retorno dessa oferta, bem como a relação social.

No estágio de Reformulação, o bem é consumido, guardado, trocado ou rejeitado. Nesse momento, a relação social entre os envolvidos é reavaliada, podendo ser reforçada ou não.

O diferencial desse modelo está na conotação geral que ele representa, não só a oferta do presente, mas também o que precede a entrega do bem e as consequências e a representação dele.

Esses modelos teóricos mostram a consolidação da Dádiva nos estudos do consumo e do consumidor. Pode-se entender que o *Gift Giving* é uma modalidade teórica da Dádiva, já se concentra nos aspectos da compra e da troca que envolvem obrigação social entre as pessoas (BELK, 1976). A Dádiva, portanto, envolve mais que as trocas e o consumo (GIESLER, 2006), e nos estudos da Cultura de Consumo, não devem ser analisados somente os aspectos do *Gift Giving*, e sim, o sistema total de reciprocidade (MAUSS, 2003) que envolve as várias dimensões humanas (econômica, social, individual etc.).

Portanto, o paradigma da Dádiva coloca-se como um parâmetro nos estudos do consumo, o qual abrange várias formas de consumo, que não se remete somente ao modelo compra → troca → percepção do outro. Mas analisa a dimensão total do consumo. Dessa forma, o *Gift Giving* é só uma parte que abrange a Dádiva.

A Dádiva é pouco utilizada nos estudos em Administração. Nos eventos realizados pela Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração – ANPAD, há somente quatro trabalhos que abordam a Teoria da Dádiva. Desses quatro, dois abordam a Dádiva em estudo de economia solidária (CASTANHEIRA; GUERRA; PEREIRA; 2006, CUNHA; BARBOSA, 2007), uma aplicação no estudo referente às organizações (VIZEU, 2006) e o último a emprega no Marketing de Relacionamento (LOURENÇO; PEREIRA, 2007). Pode-se observar que o último trabalho foi o único, na área de Marketing, que abordou a Dádiva.

Nos estudos de Marketing, vê-se a pouca atenção dada à Dádiva. Necessita-se discutir o uso desse paradigma, já que ele abrange razões e interpretações de significado e ações para os outros. Assim, faz-se importante aprofundar, no Marketing, o entendimento dessas relações dadas, que na sociedade moderna, envolvem consumo, pessoas e objetos. Já que a interface do Marketing e dos consumidores deve envolver também o simbólico, a subjetividade, o que não está explícito numa rede que pode envolver ou não os indivíduos, pois depende da intenção do gesto e do comprometimento entre os atores.

Pode-se observar também que são poucos os trabalhos com discussão teórica sobre a Dádiva. Então é interessante discutir esse paradigma na temática de Cultura e Consumo do EnANPAD. Assim, à medida que os trabalhos apresentarem maior delineamento, será possível maior riqueza de análise e de perspectivas de construção do mundo.

É importante ressaltar também que nenhum trabalho apresentado na temática de Cultura e Consumo foi abordado sob o paradigma da Dádiva. O que se pode observar é que os trabalhos de Ayrosa e Gomes (2009), Barros (2009), Dalmoro et al. (2010) e Barcelos (2010) poderiam ser investigados pela Dádiva, muitos deles dão insights para o uso desse paradigma. Aparentemente ele é pouco usado, o que mostra a necessidade de discuti-lo.

A Dádiva, então, coloca-se como uma abordagem inovadora para compreender o consumo. Esse terceiro paradigma é importante nos estudos sobre consumo, uma vez que a interação entre as pessoas e entre elas e os bens mostra como o consumo está interligado às práticas culturais.

Para melhor compreensão sobre a Dádiva, é importante entender os seus elementos nos estudos da Cultura de Consumo.

2.4 Os Elementos da Dádiva

A Dádiva, como viés para o entendimento dos fenômenos, carece da explicação dos elementos que dão suporte ao papel da cultura material e da subjetividade das pessoas envolvidas nas relações dádivas. A figura 7 ilustra esses elementos.

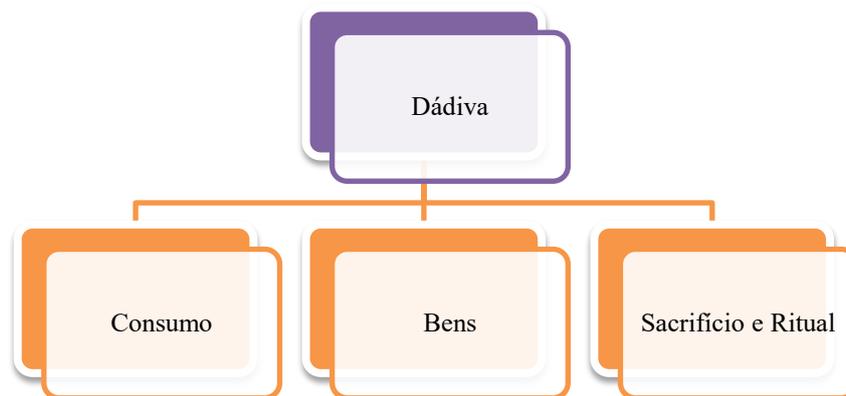


Figura 7 – Elementos da Dádiva
Fonte: Autor

2.4.1 Consumo

O consumo moderno é consequência de momentos históricos como a Revolução Industrial, o Iluminismo e o surgimento da burguesia. A ética protestante-romântica (CAMPBELL, 2001) mostra que os consumidores têm consigo valores de dualidade e complementariedade, emoção e racionalidade, os quais servem como justificativa para a compra e o uso dos bens.

Esse ato de consumir e experimentar causa dispêndio de bens em razão do ciclo do consumo, há o desejo, a compra e conseqüentemente a desilusão (CAMPBELL, 2001). Isto é, a essência dos bens é perpassada, porém o que permanecem são as sensações. Assim, estas são sempre renovadas, pois a procura de novos devaneios estará em outros bens e com outras finalidades. Tudo isso é devido a uma característica moderna, o caráter efêmero do mundo (BAUMAN, 2007). Assim, o consumo é parte de uma construção cultural que leva os indivíduos a uma disposição de ansiedade de compra por meio de um processo novo de

consumo, diferentemente de explicações racionalistas, que explicam o consumo pelo comportamento utilitarista de cálculo dos indivíduos no mercado.

O consumo é um fenômeno cultural em que se analisam relações sociais, categorias simbólicas e significações culturais por meio dos bens (BARBOSA, 2004). Trata-se de um processo de comunicação de colaboração e transação entre uns e outros, é um conjunto de processos socioculturais em que os produtos são adquiridos e usados como algo mais do que explicações simplistas de meras satisfações irrefletidas por meio da aquisição de mercadorias. O consumo serve para pensar (CANCLINI, 2006), pois mantém as relações sociais e os valores, resignificando-os, o que dá a ideia dele como ato precedente à interação social no mundo moderno. “O consumo é um processo ativo em que todas as categorias sociais estão sendo continuamente redefinidas” (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2004, p. 115). É possível ver como pelo consumo constroem-se identidades, estruturam-se valores, categorias e estilos de vida, por meio das significações precisas em que os indivíduos se definem e definem também padrões em um universo inteligível com os bens que consomem. Por conseguinte, o consumo determina *status*, diferenciação e semelhança entre os outros. É uma forma das pessoas se sentirem interligada à sociedade.

O consumo é um fenômeno moderno importante para o entendimento das ressignificações sociais citadas anteriormente. A Teoria da Dádiva se mostra como um aporte teórico necessário para estudar o consumo, já que aquele é uma fonte importante para analisar as representações simbólicas que os agentes manifestam daquilo que é subjetivo no porquê da compra e do uso dos bens. O consumo moderno é a manifestação do propósito social dos bens, eles circulam em prol dos sujeitos. Consumir significa ser alguém em sociedade, é dar entendimento aos outros da importância do indivíduo. Portanto, parece possível entender o endividamento pelo consumo, já que aquele é a manifestação exacerbada do último.

2.4.2 Bens

Deve-se atentar ao fato de que os bens circulados fora das relações capitalistas têm significado bem diferente do mercantil, uma vez que os bens se entrelaçam com os autores. O uso deles é social, o próprio bem tem vida social (APPADURAI, 2008), eles, fora das relações mercantis, estão carregados de significado e sentido que envolve as pessoas, seja no processo da escolha seja no seu uso.

Segundo Goudbout (1999), na sociedade moderna há uma forma de circulação de bens que difere que os economistas analisam. Essa diferença é melhor retratada por Benson;Carter (2008) quando os autores diferenciam os produtos e serviços em: bens-commodities e bens-dávias.

Os bens-commodities são produtos e serviços que têm caráter impessoal, ou seja, não há subjetividade interiorizada neles, pois aqueles estão no circuito da produção e do mercado. As trocas entre os sujeitos no âmbito das commodities dão-se de forma que as pessoas troquem independentemente de obrigações entre si. O papel do bem-commodities é que ele simboliza a distância entre as pessoas, por isso os atos de troca visam equivalência, para que ninguém se sinta obrigado a doar mais. Essa tipologia é analisada e interpretada pela ideologia individualista de mercado.

Os bens-dávias são produtos e serviços que têm caráter pessoal, ou seja, junto ao bem há uma carga de personalidade, energia, tempo, pensamento etc. advindos do sujeito doador. Dessa forma, as trocas ocorrem de maneira que as pessoas troquem em prol do vínculo social. O papel do bem-dáviva é simbolizar pela intenção do gesto, pelo valor da relação entre os sujeitos envolvidos. As trocas, então, proporcionam os momentos de dar, receber e retribuir, o que fortalece os laços sociais, uma vez que os sujeitos estão envolvidos nessa trama.

Os bens-commodities transformam-se em bens-dávias em ocasiões em que o bem adentra nas relações sociais. Isso ocorre no contexto em que esses bens se inserem. Como ilustra Benson;Carton (2008), comprar comida pode ser considerado um bem-commodities, porém, se o contexto for comprar comida para oferecer um jantar para uma pessoa querida e transforma-se em um bem-dáviva. Isso acontece porque a intenção da comida para o jantar é oferecer uma demonstração em prol do vínculo social e do sujeito para quem se oferece esse bem.

Portanto, o bem dadivoso é uma “prestação de serviço ou de bem, sem garantia de retorno, com vistas a criar, alimentar ou recriar os vínculos sociais entre as pessoas” (GODBOU, 1999, p. 28). Portanto, diferentemente do bem com intenção mercantil, o bem-dáviva circula a serviço dos vínculos, é o elemento essencial a toda sociedade.

Os bens são utilizados como pontes ou cercas (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2004) e eles, numa relação dadivosa, enriquecem as trocas interpessoais, tornam-se ponte. A Dáviva não mede o valor mercantil, e sim o valor das pessoas, daí o bem circular a serviço dos vínculos. A compra dos bens para reafirmar relações dadivosas pode, no entanto, levar a pessoa a um ciclo de consumo que poderá levar ao endividamento contínuo.

O significado social dos bens foi analisado em Malinowski (1984) na etnografia dos Argonautas do Pacífico Oriental. No *kula*, as trocas de braceletes e colares entre as ilhas não têm definição monetária alguma, mas estão carregadas de sentido subjetivo de prestígio e renome entre os envolvidos. Essas grandes trocas promovem também uma série de eventos, os quais relacionam pessoas, cerimônias, presentes e outros fatores. A imersão nesse meio social define as pessoas como pertencentes ao mundo. O uso dos bens pode acarretar grandes trocas não só deles, mas também de reconhecimento, de gratidão etc. Portanto, os produtos têm significado que vai além das suas práticas mercantis.

2.4.3 Sacrifício e Ritual

Segundo Mauss (2003), o sacrifício é a constituição de uma relação entre os envolvidos e um mundo transcendental. Nesse envolvimento, trocam-se oferendas, vínculos, esperas, retornos com o objetivo final de estabelecer comunicação e contato com os participantes. Para Mauss, o sacrifício acontece em vários estágios que resultam numa série de transformações não somente na vítima, mais especificamente, no oficiante do sacrifício, ou seja, na pessoa ou nas pessoas que serão beneficiadas pelos resultados do sacrifício.

A transformação que ocorre no ritual dadivoso pode ser ilustrada pelo *kula*. Este diz respeito a um ritual que ocorre nas ilhas Trobiand, o qual consiste na troca de braceletes e colares entre tribos. Ele ocorre da seguinte maneira “com a mão esquerda recebe os braceletes e, com a direita, os colares, passando-os então adiante” (MALINOWSKI, 1984, p. 83). Porém as trocas não ficam somente entre braceletes e colares, a transformação está no movimento que ela traz no comércio ou no casamento, por exemplo. Essas trocas fazem parte do ritual e proporcionam interação entre os envolvidos.

Mauss (2003), ao analisar o ritual, diz que falar de sacrifício implica em falar em Dádiva, já que, para manter esse tipo de relação, para que ela aconteça, é preciso que ambas as partes estejam envolvidas nessa interação dadivosa. Dessa forma, pode-se relacionar Dádiva e sacrifício, pois quem se sacrifica se priva de algo e se doa, com isso se coloca numa relação de dar-receber-retribuir. O intuito do sacrifício é a Dádiva. Portanto, nesse tipo de relação, o que se contabiliza no final não é o cálculo economicista, mas sim a dívida imaterial (subjetiva). Para tanto,

“o sacrifício implica, mais frequentemente, considerável perda material da utilidade profana e seus ganhos são obtidos mais por meio da transmutação de meras formas materiais em relacionamento com capacidades e poderes transcendentais superiores associados ao divino. Portanto, os benefícios finais podem ser tudo, menos materiais” (MILLER, 2002, p.102)

Ao pensar a possibilidade do viés da Dádiva no consumo como forma moderna de integração e reforço dos laços sociais, deve-se analisar, também, a ritualização do consumo, nesse caso, o ritual do endividamento, já que, para manter relações de dar-receber-retribuir, se comete às vezes o excesso da compra. O sacrifício seria o endividamento, no qual a pessoa oferece os bens obtidos pela dívida para obter outros ganhos por reconhecimento, gratidão, se mostra que o outro é importante, por exemplo. A parte comum de todos os sacrifícios está na transformação entre os envolvidos no sacrifício-Dádiva.

Miller (2002, p. 162) apresenta que o “propósito de comprar não é tanto comprar as coisas que as pessoas querem, mas lutar para continuar se relacionando com os sujeitos que querem as coisas”. E a escolha do que comprar é ofertar algo para aqueles sujeitos de devoção (família, amigos etc.). Dessa forma, esse ritual acontece quando as compras (que podem acarretar dívidas) servem como ofertas de um bem para que a relação com o outro se perpetue.

Para que esses relacionamentos continuem e sejam renovados, a compra, os bens, o sacrifício fazem parte desse ritual sacrificial. Este, designado como ritual sacrificial da dívida, tem como base os estudos de Miller (2002) e Mauss; Hubert (2005). O propósito da descrição ritual é mostrar esse processo e o sistema da dádiva.

A noção geral do ritual do sacrifício que Mauss; Hubert (2005) retrata é que ele passa pelo prelúdio (entrada), pelo drama (renovação do sacrificante e vítima) e pela conclusão (saída). Esse recorte do ritual é melhor abordado por Miller (2002) devido à analogia que o ele faz entre consumo e sacrifício. Para elucidar o problema da pesquisa, foram feitas algumas alterações para dar uma noção geral do sacrifício no endividamento, e não especificamente sobre refeições sacrificios como descritas por Miller.

A estrutura do ritual está dívida em quatro estágios.

O primeiro intitulado visão do excesso, diz respeito à queima de oferendas, ou seja, é o gasto do dinheiro, o consumo exagerado com o intuito de dar, oferecer a simbologia da Dádiva por meio da compra de bens para regalar alguém ou a si próprio. Logo, é onde ocorre o dispêndio dos recursos feito por meio das compras. Os bens adquiridos nesse consumo destrutivo tornam-se objetos de devoção.

O segundo estágio – a fumaça ascende até a divindade – é o momento transcendental dessa entrega a outrem; essa divindade é o sujeito de devoção para o qual o oferente direciona-se. Se no primeiro é o gasto material do dinheiro, o segundo momento é o ápice desse ritual em que a subjetividade da Dádiva aparece. Neste momento, há negação da visão do excesso e apresentação da oferenda (bens) perante o altar, no qual não há preocupação com as consequências profanas de atos excessivos e tudo acontece no plano metafísico. Isto é, os bens de devoção são ofertados aos sujeitos num plano maior, no qual os valores e metas são mais amplos. A ênfase está naquele que oferece, pois as intenções são individuais e há somente a projeção das reações para o sujeito de devoção; objetiva-se alcançar as expectativas daquele que oferece.

O terceiro estágio é quando a parte sagrada torna-se profana pela entrega e consumo dos regalos. Isso ocorre no plano mundano, onde mantém a interação entre os sujeitos, a dádiva é demonstrada e as trocas acontecem.

No quarto estágio há a avaliação das consequências do consumo e quando os laços são reafirmados ou não. Ou seja, se houver retribuição por parte do sujeito de devoção, esse ritual teve resultado positivo, do contrário, laços sociais foram quebrados. Nesse estágio, volta-se para o plano sagrado, já que as relações são avaliadas e sentidas de forma subjetiva.

O que se espera de uma relação dadivosa é que confirme ou não o fortalecimento entre aquele que oferta e o que recebe. É nesse momento que os requisitos da dádiva (a espera, o reconhecimento, a interação etc.) são postos em prova.

Esses estágios servem como forma categórica para entender o processo sacrificial. Todavia, o sacrifício deve ser entendido como um todo, parte sagrado, parte profano, resultando na tentativa de assegurar o vínculo.

O sacrifício no consumo sob o olhar da Dádiva não está na necessidade utilitária, mas na representação simbólica e significativa dos bens. Isto é, eles comunicam, dão sentido às relações sociais e aos atores envolvidos, o sacrifício está em adquirir esses bens apesar de sua limitação financeira.

Os sacrifícios feitos pelos indivíduos não são somente para si, pois dizem respeito aos seus vínculos sociais. O caráter de ligação dos vínculos sociais envolve o sacrifício das partes envolvidas, e toda uma relação de dar-receber-retribuir. Dessa forma, a Dádiva está presente na questão do endividamento, já que envolve o sacrifício e há o risco de ocorrer reciprocidade, se a pessoa que recebe não retribuir. Isto é, o sacrifício existe na condição de risco, pois pode ocorrer uma dádiva negativa (quando não completa todo o ciclo de dar-

receber-retribuir). Assim, a ideia de Dádiva envolve, nesse sentido, quase sempre uma espécie de sacrifício para se engatar uma rede.

2.5 O Vínculo Social na Esfera Doméstica

Numa sociedade moderna em que reinam ideologias individualistas, pode-se ponderar que as relações são regidas por interesses e obrigações, pois as obrigações com as pessoas do convívio íntimo e social afrouxaram-se devido ao mercado. O argumento é que a busca por trabalho fora das relações privadas fez com que os indivíduos cumprissem suas obrigações na sociedade. Porém, Godbout (1999) afirma que, mesmo em nossa sociedade, a Dádiva se mostra presente. Ele demonstra isso por meio de pesquisas que manifestam que aquela colocação não faz jus à realidade, já que grande parte da população estadunidense, canadense e francesa pratica ações beneficentes com amigos e entes.

Isso pode ser visto nas três formas de vínculo social: no mercado, no Estado e na esfera doméstica. A primeira forma, o mercado cria a possibilidade e a facilidade das pessoas saírem das relações sociais, como já foi explicado anteriormente. A segunda, o Estado, é regida pela discussão e pelo debate. A terceira forma, a esfera doméstica, a que rege a lealdade e será melhor detalhada em seguida. É nela que o trabalho de campo foi feito.

Para Godbout (1999), o lugar natural da dádiva na sociedade moderna é na esfera doméstica. Nela os laços são mais difíceis de romper, são mais dramáticas as situações. A esfera doméstica pode ser definida como os amigos e a família.

Os amigos são aqueles que as pessoas escolhem por livre espontânea vontade devido a afinidades em comum. O que os une é a amizade e trocas de sentimentos. Nesse universo, dá-se importância à reciprocidade ligada às coisas que circulam, ou seja, é preciso que haja interação entre os sujeitos para que os laços continuem a ser reafirmados.

A família é o lugar principal da dádiva na sociedade, pois é nela que acontece o nascimento de uma dádiva, já que a união de dois estranhos forma um núcleo oposto daquilo que é estranho para os sujeitos. É onde nascem a comunhão, a união e trocas sem fim. Fora da lógica do mercado, é nela que se tem segurança em detrimento da liberdade individualista. Portanto, a definição da dádiva na família pode ser considerada assim:

“...consideramos que a família é o lugar básico para a dádiva em qualquer sociedade, o lugar onde ela é vivida com maior intensidade, o lugar onde se faz o aprendizado dela. ... A família se fundamenta ela própria numa dádiva, na criação de um vínculo de dádiva: a união de dois estranhos para formar o núcleo daquilo que será o lugar menos estranho, o lugar da própria definição que não é estranho: a família.” (GODBOUT, 1999, p. 41)

Como o autor explana, a família é o núcleo da dádiva, é onde os seres humanos aprendem a ser dadivosos. Essa prática, na socialização primária, permite que as pessoas, num segundo momento, convivam e interajam com os outros em sociedade. Isto é:

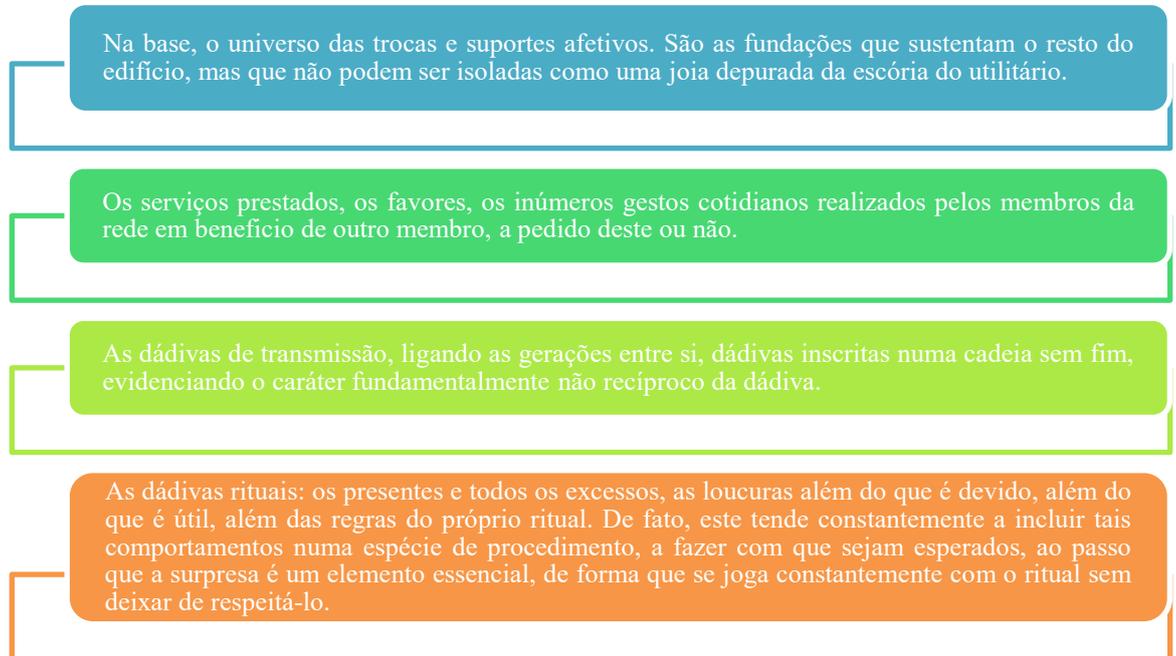
“Esse encontro entre dois estranhos que produz o núcleo da família é o “centro” incontornável da relação de dádiva, o ponto onde explode toda a tipologia, o impensado do vínculo social, e não apenas o biológico, como no vínculo entre pai e filho. A transmutação de um estranho em familiar é o fenômeno básico da dádiva, que permite em seguida a reciprocidade e o mercado, mas que permite sobretudo à sociedade perpetuar-se como sociedade (e não apenas em família), renovar-se renovando a aliança em cada “geração”.” (GODBOUT, 1999, p. 41)

Na esfera doméstica, a dádiva permanece, uma vez que cada integrante pensa estar dando ao outro mais do que recebe, e isso gera trocas dadivosas infinitas, contanto que esses sujeitos estejam no ciclo de dar-receber-retribuir. E o que circula no sistema familiar? “Circula-se trocas afetivas, o útil, o gratuito, o ritual numa rede de ligações inextricáveis que constitui um sistema de dívidas que não pode ser nem depurado de seus aspectos utilitários, nem reduzido a estes últimos.” (GODBOUT, 1999, p. 61)

Pensar a Dádiva no núcleo familiar é estabelecer o ciclo de dar-receber-retribuir. Os atos que ocorrem nas relações familiares já dizem respeito a intenções de obrigação e liberdade entre os envolvidos. Até porque dar a vida a alguém, o envolvimento na criação dos filhos e o agradecimento deles pela vida faz com que naturalmente as características da Dádiva estejam inseridas nas relações de família.

Os filhos são a representação da dádiva por excelência, pois colocam todas as pessoas envolvidas em estado de dívida metafísica. Isto é, o sujeito sente que o outro é muito importante em sua vida, logo pensa que deve se doar mais, pois o significado e as ações do outro são maiores do que suas próprias ações simbólicas. Então, é uma dívida que nunca acaba. A representação simbólica dos filhos coloca todos em mais um círculo de dádiva. Os próprios filhos entram nesse sistema e aprendem suas premissas, uma vez que, como Goudbout explana, as crianças são instruídas pelos pais a abandonarem o egocentrismo e dividirem suas coisas com as pessoas, dentro e fora do núcleo familiar.

Para ilustrar, Godbout (1999) lança quatro patamares para analisar a circulação da dádiva na esfera Doméstica:



Quadro 9 – Quatro Patamares da Análise da Circulação da Dádiva na Esfera Doméstica
Fonte: Godbout, 1999, p.62

Os laços dadivosos se tornam uma relação mercantil a partir do momento em que as premissas da Dádiva não fazem parte da prática doméstica e, portanto, às ações atribui-se intenção mercantil. Isto é, nesse caso tenta-se equivaler a relação, quem doou mais, quem se entregou mais, por exemplo. Quando se coloca a família e amigos pela perspectiva utilitarista, é em razão do sistema de troca e circulação das coisas terem fracassado; já que o universo social da esfera doméstica é inverso à lei fundamental do mundo econômico. Daí aparecem o acerto de contas e os cálculos, como pode ser visto nos divórcios.

Quando, no casamento, busca uma equivalência mercantil, isso indica que há um mau funcionamento, conseqüentemente o fim da vida em comum com o acerto de contas. A dádiva visa uma desigualdade, e nunca à igualdade, já que esta é pôr fim a uma dívida metafísica. Segundo Godbout (1999), ter a necessidade de cálculos é indício de que há degradação da relação e que a dádiva não é mais evidente. O modelo utilitarista funciona quando a dádiva não funciona mais.

A dádiva na família apresenta uma das utilizações mais negativas, a Dádiva Veneno (GODBOUT, 1999). Essa perversidade se manifesta no comportamento dos familiares por meio de ações que promovem pressão nas relações. Isso pode ser exemplificado pelas mães

que inibem o desenvolvimento dos filhos, pelos conflitos entre pais e filhos, entre irmãos etc. Com isso, impede-se a conquista da autonomia.

Os problemas relacionados a essa tipologia fazem com que ocorra a “prisão” do ente ou a fuga por não conseguir mais viver nessa relação venenosa. Deve-se salientar que esse tipo de comportamento traz consequências negativas na vida da pessoa, uma vez que “a dádiva toca no que há de mais essencial no vínculo social, ela será necessariamente influenciada pelo estado das relações entre as pessoas” (GODBOUT, 1999, p. 61). Ou seja, as ações venenosas têm influência no decorrer da história das pessoas (tanto dos pais quanto dos filhos). Isso pode entrar numa relação neurótica e acarretar em problemas psicológicos.

Para o autor, a abordagem psicológica vai ao encontro da concepção mercantil sobre a dádiva, de que é preciso saldar para ser livre. Esse entendimento afirma que a equidade é necessária para o fim da dívida, e isso pode ser constatado no mundo atual pela liquidez das relações sociais (BAUMANN, 2001, 2004). Uma vez que nesse contexto nada é certo e se desmancha no ar.

A visão mercantil sobre a dádiva afirma que é preciso saldar a relação para que os indivíduos estejam livres, porém a dádiva é necessária na sociedade, uma vez que, sem ela, resta um mundo sem sentimentos e sem envolvimento, e conseqüentemente sem interações.

O referencial teórico apresenta os paradigmas e as pesquisas aplicadas na temática do consumo, a fim de demonstrar a Dádiva enquanto teoria pouco explorada nos estudos de Cultura de Consumo. Essa perspectiva teórica nos estudos sobre endividamento contínuo mostra-se importante, pois analisar-se-á como a experiência da dívida está entrelaçada às trocas de dar-receber-retribuir. A partir disso, há necessidade de pesquisa empírica, cujo método é descrito a seguir.

3 MÉTODO DA PESQUISA

Após se estabelecer o objetivo geral desta dissertação, foram estabelecidos os objetivos específicos a seguir:

- a) 1º Objetivo Específico: Identificar as características da Dádiva na pesquisa de campo;
- b) 2º Objetivo Específico: Identificar o papel da dívida monetária nas relações dadivosas;
- c) 3º Objetivo Específico: Analisar o processo de endividamento no ciclo dar-receber-retribuir;
- d) 4º Objetivo Específico: Analisar o ritual do endividamento.

A figura 8 resume o método da pesquisa delineado para atingir os objetivos específicos estabelecidos.



Figura 8 – Tópicos do Método de Pesquisa
Fonte: Autor

A orientação filosófica para este estudo foi a Fenomenologia, a qual visa entender o significado e a experiência das pessoas perante um fenômeno (PATTON, 2002; MOREIRA, 2002; FLICK, 2009). Essa orientação compreende o significado e a essência das experiências do fenômeno para a pessoa ou para o grupo de pessoas. Portanto, ela valoriza a descoberta de um significado essencial dos fatos e das experiências humanas (PATTON, 2002, FLICK, 2009). Conseqüentemente, há uma valorização do entendimento e da interpretação do problema proposto. Para isso, é preciso negligenciar o tempo histórico a favor de um “tempo interior” (memória), o qual irá priorizar o conhecimento humano. Essa perspectiva mostra-se adequada, pois auxilia na compreensão dos dados sobre como as pessoas interpretam o mundo.

Para a compreensão fenomenológica da problemática a pesquisa utilizada foi a abordagem qualitativa. Ela representa uma investigação na qual o evento ocorre na vida real e

não há controle pelo pesquisador (PATTON, 2002). Isto é, a pesquisa baseia-se na liberdade na busca por dados por meios dos indivíduos. Por isso, a pesquisa qualitativa irá ajudar a compreender o que é importante saber nas experiências dos endividados.

O fenômeno do estudo é o endividamento contínuo.

Logo, as unidades de análise da pesquisa foram pessoas que compartilhem a experiência do endividamento no contexto doméstico. Os entrevistados foram selecionados a partir de um banco de dados de uma loja de crédito financeiro e por indicação de outros entrevistados.

No campo, foram feitas vinte e três entrevistas, das quais foram dezenove foram utilizadas para análise. O descarte de quatro entrevistas deve-se ao fato dos entrevistados não terem se encaixado no perfil do endividamento contínuo.

A maioria das entrevistas foram gravadas e a duração delas foi entre vinte e sete minutos e uma hora e quarenta e sete minutos. Somente duas entrevistas não foram gravadas, porque os entrevistados não autorizaram. Elas foram feitas individualmente, apenas duas foram feitas com casais. Isso ocorreu devido à disponibilidade de tempo dos entrevistados.

A maioria das entrevistas foi feita na casa dos entrevistados. A razão dessa escolha, como explicita Roberto DaMatta (1997) no seu livro “A Casa e a Rua”, é que as condutas das pessoas são diferenciadas na rua ou em casa. A última não se configura somente como um espaço geográfico, nela se revelam domínios culturais próprios, distintos da rua. Portanto, para realizar as entrevistas, a residência mostra-se um local no qual o informante se sente seguro para se expressar, sem pressão de influências externas, principalmente pela problemática da dívida abordar um tema íntimo. Primeiramente foi feito um agendamento por telefone. Quando autorizada pelo informante, a entrevista foi feita na casa dele em horário marcado. Somente cinco entrevistas foram feitas na própria loja de crédito financeiro pela desconfiança que o entrevistado sentiu por não conhecer o entrevistador.

A técnica de coleta de dados priorizou as experiências dos entrevistados. Ao invés de dar preferência a uma quantidade maior de interlocutores, o que ocasionaria a diminuição da qualidade das entrevistas, priorizou a profundidade das experiências das pessoas endividada, uma vez que o propósito do estudo é entender a subjetividade das experiências de dívida e apreender as perspectivas e experiências pessoais dos entrevistados endividados. Assim foi possível ter conhecimento sobre a essência da experiência da dívida.

Nessa técnica de coleta de dados foram utilizadas entrevistas em profundidade, nas quais se focaram nas histórias de vida e nas entrevistas episódicas. A razão dessa escolha é que pelas histórias de vida dos entrevistados é possível captar a experiência de dívida, tanto

no passado quanto no presente. E nas entrevistas episódicas aprofundaram-se os fatos mais importantes sobre a história de endividamento que tem relação com a Dívida.

A história de vida diz respeito às experiências concretas de uma vivência e seus aspectos subjetivos (DEBERT, 1986; NOGUEIRA, 1977). Isto é, por meio dos relatos dos informantes foi possível resgatar fatos e acontecimentos da vida que podem ter influência no desencadeamento do endividamento. Aparentemente essa técnica é pouco usada no Marketing, tendo sido identificada somente em dois artigos (MUNCHMORE, 1999; GOLDEN, ANDERSON, RIDGWAY, 1980). Porém, essa modalidade deveria ser explorada, pois as ações do passado influem no comportamento do consumidor.

Os eventos que foram considerados marcantes na história de vida e que tiveram influência na temática do endividamento foram considerados como entrevista episódica. Esta foca nas “experiências de um sujeito sobre um determinado domínio sejam armazenadas e lembradas nas formas de conhecimento narrativo-episódico” (FLICK, 2009, P. 172). A entrevista episódica auxilia na compreensão da dívida, porque, nas narrativas do entrevistado, foi possível perceber momentos relevantes e, quando eles parecerem pertinentes foi pedido ao entrevistado que contasse o acontecimento mais detalhadamente. A pessoa, ao narrar um episódio, relatou a sua própria experiência, como ocorreu, o contexto e o momento. A contribuição dessa técnica mais específica deve-se ao fato de abordar as experiências mais relevantes e possibilitou a construção do processo do endividamento.

A junção da entrevista em profundidade, história de vida e entrevista episódica visou enriquecer a pesquisa, devido à associação entre narrativas, profundidade de dados, relatos de vida e fatos marcantes sobre a dívida.

Para instrumento de coleta foi utilizado um gravador de voz (para posterior transcrição) e um roteiro (para guiar as entrevistas).

Em relação ao roteiro fez-se uma lista de temas que foram explorados durante a entrevista e que relacionaram o fenômeno da dívida à Teoria da Dívida. Esse guia foi importante, pois conduziu a entrevista por episódios relatados durante a história de vida que tiveram relação com os momentos de dívida.

A abordagem dos temas foi dividida em três momentos: passado, presente e futuro, para que facilitasse para o entrevistado o resgate das memórias mais recentes até as mais antigas. Utilizou-se primeiro o momento presente, uma vez que esse tempo é mais próximo do entrevistado e para que ele se sentisse mais seguro a responder.

As questões sobre o presente abordaram o papel da dívida, ou seja, o que foi comprado que acarretou o endividamento, qual a razão de tê-lo comprado, quem usufruiu desse bem.

Também foi questionado em relação à dívida e a Dívida como a necessidade de comprar esse produto ou serviço para alguém, a importância dessa pessoa na vida do entrevistado, o que espera quando oferta esse bem a ela, como vê o retorno dessa oferta.

As perguntas referentes ao passado disseram respeito aos motivos que levaram ao endividamento e como foi o processo de entrar em dívida.

Nas perguntas intituladas no momento futuro foi indagado se o interlocutor se endividaria de novo e em quais situações.

As questões basearam-se em três características: “demográficas, opiniões e sentimentos” (PATTON, 2002, p. 350). As demográficas visaram identificar as características das pessoas entrevistadas como sexo, idade, profissão, lugar onde mora, estado civil, se tem filhos, lazer etc. As questões baseadas nas opiniões tiveram como objetivo saber o que os entrevistados pensam a respeito da sua experiência de dívida. Já o intuito das questões com características sobre sentimentos foi apreender sobre as emoções dos sujeitos em relação às suas experiências.

A análise dos dados foi feita por meio da Análise da Narrativa. O interesse está no estudo do significado subjetivo dos processos biográficos (FLICK, 2009). Por isso, o foco da interpretação foi nas versões que os entrevistados apresentam de suas recordações, descrições, formulações e a reconstrução dos eventos.

A análise aconteceu em cinco etapas. A primeira foi a escrita de um resumo da entrevista, logo depois que ela aconteceu. O intuito disso é colocar os fatos mais relevantes da história de vida e da dívida a fim de traçar um modelo de desencadeamento da dívida. Esse resumo espelhou-se no diário de campo (MALINOWSKI, 1997) para que, na etapa de análise, ficasse mais claro o conhecimento sobre os informantes e suas dívidas.

A segunda etapa foi a leitura da entrevista. Para tanto, foi necessário transformá-la em texto escrito. O objetivo dessa leitura foi encontrar nos discursos dos informantes semelhanças que sejam relevantes para uma análise posterior. Para isso, utilizou-se para a transcrição o software F4 *Audiotranskription*.

A terceira etapa foi a codificação dos significados apresentados nos dados com a teoria, ou seja, relacionar as falas nativas¹ à teoria. Como propõe Gibbs (2009), os trechos relevantes foram segmentados e colocados nas categorias temáticas selecionadas.

¹ Na Antropologia, usa-se o termo falas nativas referentes aos discursos de quem está se analisando, ou seja, de quem tem a propriedade da fala.

No próprio software MAXQDA, os códigos foram nomeados como história de vida individual, história da vida doméstica, história da dívida, contexto da dádiva negativa, contexto da dádiva positiva, contexto dádiva veneno, (não) sentimento dadivoso, realizações/conquistas/sonhos.

Os códigos dádiva positiva, dádiva negativa e dádiva veneno vieram da teoria. O restante dos códigos foi criado a partir das entrevistas, nas quais os discursos semelhantes foram agrupados em códigos.

No código “história de vida individual” foram agrupados os dados referentes às questões pessoais: profissão, idade, estado civil, escolhas e trajetórias individuais. O código “história de vida doméstica” agrupou: as falas dos entrevistados que relacionam questões referentes a ele e sua família. A “história da dívida” concentra todo o processo do endividamento, ou seja, o enredo que o interlocutor conta sobre o assunto. Isto é, toda a história, o desenrolar e as consequências da dívida. Neste utilizou-se o subcódigo “justificativa da dádiva”, o qual diz sobre os motivos que os entrevistados deram para fazer as dívidas e quando se endividaram.

O código “contexto da dádiva negativa” diz respeito ao contexto em que a dádiva negativa se apresenta, por exemplo, situações ruins entre o entrevistado e o sujeito de devoção, as quais podem ser considerados como ilustração para corroborar a dádiva de mão única. Isto é, quando o entrevistado não tem retribuição, portanto negativa, pois não houve retorno pelo receptor. Esse código teve como subcódigo o “dar”, que apresenta exemplos do que o entrevistado ofereceu ao seu sujeito de devoção, e o subcódigo “não retribuição”, que expõe o que o entrevistado esperava receber de retribuição ou a retribuição que não aconteceu.

O “contexto da dádiva positiva” mostra o contexto em que a dádiva positiva se apresenta, por exemplo, evidências de uma relação com laços sociais fortes entre entrevistado e sujeito de devoção, são situações que mostram que os sujeitos estão num círculo dadivoso. Como subcódigos utilizou-se o “dar”, ou seja, o que o entrevistado deu, ofereceu ao sujeito de devoção e o “retribuir”, ou seja, o que o entrevistado recebeu de retribuição do seu sujeito de devoção.

O “contexto da dádiva veneno” apresenta aspectos negativos da relação familiar que implicam que a pessoa faça dívida para si, isto é, dados que mostrem acontecimentos ruins na vida do entrevistado, como a não ligação com a família e evidências de uma relação neurótica.

O código “(não) sentimento dadivoso” mostra significados subjetivos, opiniões, sentimentos e emoções sobre a pessoa na vida do endividado, que influenciam ou não na relação deles.

O código “realizações/conquistas/sonhos” aborda algum tipo de realização, conquista ou sonho que a dívida trouxe.

Depois da codificação dos discursos em códigos, caminhou-se para a quarta etapa. Nesta se analisaram as relações possíveis entre os códigos e a teoria.

A quarta etapa foi a dissertação da análise e da interpretação dos dados a fim de estudar o endividamento contínuo pela Teoria da Dádiva.

4 ANÁLISE POR OBJETIVOS DA PESQUISA DE CAMPO

O objetivo desta dissertação foi explicar o endividamento contínuo pelo Princípio da Dádiva. Para tanto, a análise das entrevistas realizadas na pesquisa de campo foram divididas em quatro objetivos da pesquisa de campo, como demonstrado na figura 9.

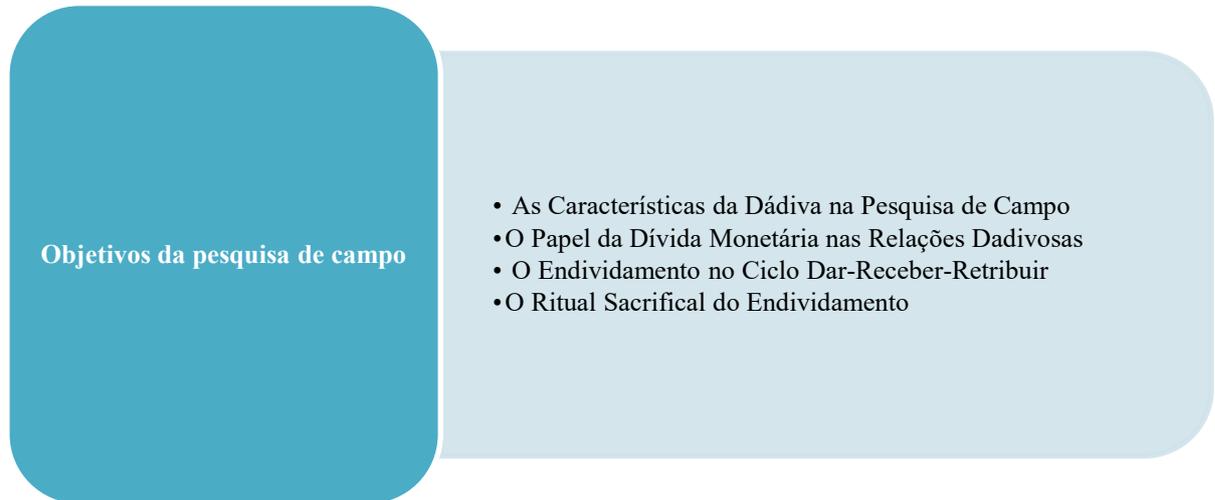


Figura 9 – Panorama da Análise dos Dados
Fonte: Autor

4.1 As Características da Dádiva na Pesquisa de Campo

Para a Dádiva ocorrer, é preciso que certas características ocorram para que o círculo dadivoso se complete (figura 10). Essas características não dizem respeito à dádiva veneno, uma vez que ela tem um fim egoísta por parte do oferente. Isto é, a dádiva se torna venenosa em razão do sujeito querer medir uma dádiva, quer que o outro doe mais por exemplo. Isto está dentro dos propósitos de um paradigma Individualista, que é quando o indivíduo quer equiparar uma relação. Mas o propósito da Dádiva não é esse. Na dádiva veneno, não há características dadivosas porque é de uso egoísta. Logo, não visa o círculo dadivoso.

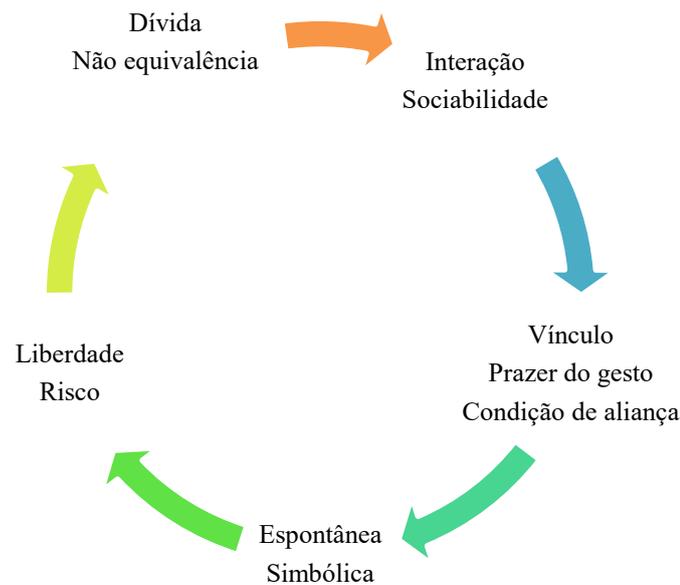


Figura 10 – As Características da Dádiva
Fonte: Autor

Nas entrevistas, percebe-se que a condição de aliança (figura 10) é imprescindível para que os interlocutores troquem emoções e bens, pois a não existência de uma aliança entre eles faria com que os sujeitos não se sentissem conectados uns aos outros, conseqüentemente não se endividariam para reafirmar suas alianças. Portanto, é necessário o vínculo para doar o nome ao sistema financeiro, comprar um automóvel, por exemplo, e com isso até arcar com as conseqüências de dívidas não pagas. Caso não existisse a aliança, o vínculo, não haveria histórias de dívidas para os outros.

A dádiva gera sociabilidade e interação (figura 10) quando os sujeitos estão sintonizados por ações e sentimentos dadivosos. Pelos atos de retribuição e ao sentir que o oferente e o receptor estão mais ligados, há uma conseqüência positiva da dívida e cria interação. Com isso gera mais momentos de sociabilidade e união. Quando a dádiva é negativa, não há retribuição, logo põe fim à interação.

A característica da espontaneidade (figura 10) ocorre quando as ações são realizadas por livre vontade. Nas entrevistas, nenhum interlocutor relata se sentir obrigado a se doar, seja na dádiva positiva ou seja na negativa. Logo, ela é espontânea, porque os entrevistados quiseram fazer e não houve provocação por parte dos receptores para a compra de bens.

O intuito de oferecer uma dádiva é a sua função simbólica (figura 10). O interesse não está nos bens, muito menos naquilo que se está trocando, e sim no amor, na demonstração, no valor subjetivo e no significado. Os bens não são o ponto principal no processo de endividamento, e sim o que os produtos representam na relação.

Como a dádiva não é um contrato social, há liberdade (figura 10) entre as pessoas para sair dessa relação. Não há certeza de eternidade nos laços sociais, ou seja, há o risco (figura 11) de não haver continuidade de trocas, como pode ser visto quando o sujeito se endivida para o outro, mas não ocorre retribuição. A não ocorrência de *feedback* é uma demonstração do risco de se endividar para alguém e não obter retorno dadivoso, e pode ocorrer também o risco da relação terminar.

A Dádiva é não equivalente (figura 10), não há como medir ou equiparar as trocas dadivosas entre os sujeitos. Mesmo transfigurando para o mundo físico, não há equivalência, ou seja, o gasto monetário não é valor de medida. Para a dádiva existir, é preciso não ter equivalência, os sujeitos em Dádiva precisam sempre estar devendo um ao outro. Portanto, a dívida monetária não faz o papel de equidade, ela é mais uma vez uma ação simbólica para as relações dadivosas.

Para os entrevistados, o que vale a pena, apesar de estar endividado e ocorrer algumas privações, é o prazer do gesto (figura 10). Ou seja, fazer algo por alguém, para uma pessoa querida, é o principal nessas histórias de dívidas. O significado que os sujeitos de devoção têm na vida dos interlocutores é grande, como pode ser visto no decorrer das histórias de vidas. E o prazer do gesto é o que impulsiona a fazer mais dívidas para os outros.

4.2 O Papel da Dívida Monetária nas Relações Dadivosas

A dívida monetária tem um papel diferente em cada tipologia da dívida, isto é, depende de como os sujeitos estão envolvidos ou não numa relação dadivosa. Por exemplo, endividar-se para os outros se mostra como uma tentativa de estabelecer laços sociais com os outros. Uma vez que os bens adquiridos pela dívida ou a própria têm um papel simbólico de transmissão de significado de importância ao outro. Isso mostra que entrar em dívida por alguém ou trocar bens vai além de explicações utilitários-individualistas, já que a dívida monetária tem um papel secundário. Nesse caso, faz-se por amor. Porém, é a retribuição dessa dívida que a configura como positiva ou negativa. A dádiva é quebrada quando não há retribuição, portanto negativa. Quando há aproximação e reforço dos laços sociais, a dádiva é positiva e a dívida não é tão sentida monetariamente. Uma vez que o retorno disso é bem maior.

A dívida metafísica é aquela dívida espiritual na qual o sujeito continua numa relação dadivosa, pois se sente devendo moralmente ao outro. Dessa forma, ela é primordial para a

existência de uma relação dadivosa, pois estar em dívida com o outro faz com que trocas dadivosas ocorram entre os indivíduos. Isso acontece em razão de o outro crer que fez tanto por ele que se sente em dívida com o primeiro. Pode-se até chegar ao ponto de se transferir para a dívida monetária.

Transportar essa dívida metafísica para o mundo dos bens é um modo de simbolizar nos produtos e no próprio endividamento que esses se colocam como práticas que unem os sujeitos na trama da Dádiva. Quando a consequência dessa dívida monetária faz com que se reforcem os vínculos sociais, ocorre, então, uma dádiva positiva. Já quando a dívida monetária não proporciona reforço na relação social, a dádiva transforma-se em negativa, pois não houve retorno. Nesses casos, as dívidas são feitas para os outros.

Quando a dívida monetária é feita para si no contexto da Dádiva, a intenção é sair de uma relação dadivosa. Isto é, o sujeito usa do endividamento como forma de escapar do vínculo que tem com o outro. Isso ocorre quando o indivíduo está envolvido numa relação sem equilíbrio, na qual se doa excessivamente, cobra retribuição, utiliza de um pensamento egoísta e quer que os outros vivam segundo suas regras pré-estabelecidas. A dívida monetária aparece, nesse caso, como uma maneira de sair ou confrontar essa relação veneno, ou surge como a única saída para os problemas financeiros cotidianos.

4.3 O Endividamento no Ciclo Dar-Receber-Retribuir

O ciclo dar-receber-retribuir acontece somente nas dívidas para os outros. Ao endividar-se para si, não há trocas, nem de bens, nem de gentilezas, uma vez que a direção da dívida finda em si mesmo. Por exemplo, a pessoa faz a dívida para si justamente para se livrar de uma relação que para ela não é mais dadivosa. Portanto, o endividamento mostra-se um modo de terminar o vínculo.

Quando o sujeito se endivida para os outros, o ciclo dar-receber-retribuir acontece diferentemente em cada particularidade da dádiva positiva e negativa.

A noção geral desse ciclo é que o primeiro ato, dar, é quando o endividado oferece alguma coisa ao outro. O receptor pode tanto receber quanto recusar essa dádiva, e esse é o segundo ato. No terceiro ato, retribuir, o sujeito pode retribuir o ato de dar ou não. Tudo isso depende das conjecturas e do desenrolar da história entre o endividado e o sujeito a quem se oferece a dívida. de devoção. Esse ciclo dar-receber-retribuir difere nas dádivas positiva e negativa em razão do entrelaço entre aquele que dá e aquele que recebe.

Portanto, na dádiva positiva, o ciclo completo acontece, pois o sujeito endividado oferece um bem ao outro, este aceita a oferenda e depois retribui ao ofertante.

Já na dádiva negativa, todo o ciclo não acontece. O sujeito oferece um bem. Nas entrevistas, ninguém rejeitou essa dádiva oferecida, ou seja, todos aceitaram receber, porém não houve retribuição do receptor para o doador. Logo, ela é negativa, pois o ciclo não se completou. O que houve foram acontecimentos negativos que fizeram rompimentos nas relações entre essas pessoas.

Deve-se salientar que a dívida e os bens são, na verdade, participantes nos atos de dádiva, isto é, dar o nome, um produto, uma demonstração, entrar em dívida para o outro faz parte do cotidiano dessas pessoas. O intuito disso é dar provas de amor para o outro. Como Miller (2002) ressalta na sua pesquisa, ir ao supermercado, escolher produtos específicos nada mais é que provas de amor e laços de dádiva na família. Ora, comprar e endividar-se para o outro também faz parte de um sistema dadivoso da família, no qual há trocas emocionais, mas também de bens. Na família, a economia, as finanças, o amor, as emoções estão entrelaçadas. Enquanto isso funcionar, a dádiva positiva perpetua-se. Quando o utilitarismo e o individualismo aparecem em cena, a dádiva torna-se negativa, e o ciclo é quebrado. Portanto, os bens em geral, a dívida, as demonstrações de carinho estão ligados na relação de dívida e dádiva.

4.4 O Ritual Sacrificial do Endividamento

Na estrutura teórica da pesquisa, o ritual do endividamento foi descrito como uma sucessão de etapas em que o indivíduo endividado tenta criar relações sagradas de dádiva. Isso ocorre porque para que a dádiva continue existindo entre as pessoas, é necessário que haja esforços subjetivos para a sua continuidade. Dessa forma, os bens vistos no mundo físico ficam em segundo plano na análise da dádiva, já que a função deles é valorizar a relação, como cita Belk; Wallendorf; Sherry (1989) que aquilo que é regalado ao outro não é tão sagrado quando as ligações e os significados que os bens proporcionam. Com isso, as dívidas e os bens ajudam a fortalecer as relações sagradas. O esquema do ritual pode ser apresentado pela figura 11.

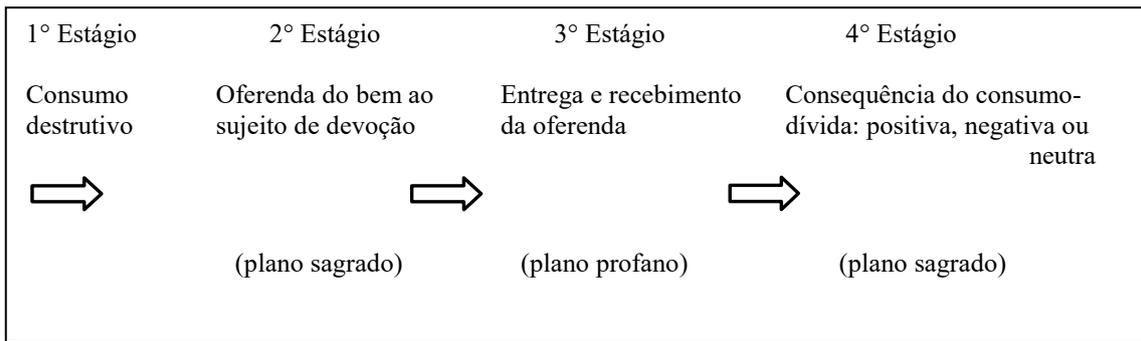


Figura 11 – Ritual Sacrificial do Endividamento
Fonte: Autor

Ao transfigurar da teoria sobre ritual (MILLER, 2002; MAUSS; HUBERT, 2005) para o endividamento, percebe-se que o primeiro estágio é o consumo destrutivo, no qual são realizadas compras e dívidas. No segundo estágio, é feita a oferenda do bem, isso ocorre no plano sagrado, ou seja, no plano das ideias. A entrega e o recebimento dessa oferenda configura-se como o terceiro estágio e acontecem no plano profano. A avaliação desses atos é realizada no quarto estágio, no qual ocorrem consequências negativas ou positivas, isto é, laços foram quebrados ou reforçados, respectivamente. Essa avaliação é feita no plano sagrado, uma vez que a dádiva é sentida nesse plano.

O quadro 10 apresenta os dados das entrevistas referentes ao ritual sacrificial do endividamento, nele é descrito quem é o oferente, o bem, o sujeito de devoção e o resultado da dívida. Esses dados fazem parte da análise dos estágios do ritual do endividamento.

DADOS DO RITUAL SACRIFICIAL DO ENDIVIDAMENTO			
OFERENTE	BEM	SUJEITO DE DEVOÇÃO	RESULTADO DA DÍVIDA
José Almir	passeios, tanquinho, fogão	ex-namorada	Positivo
Cleyis	manutenção do carro	Filha	Positivo
Maria Euca	voltada Bahia, gracejos	filhos e neta	Positivo
Virginia	carro	Marido	Positivo
José Antônio e Lindalva	remédio, alimentação e criação	pais de Lindalva, filho e neto	Positivo
Maria e William	viagens, kimono, mochila, tratamento	Filhos	Positivo
Letícia	formatura, alimentação, gasolina	filhas	Positivo
Miriam	escola, frequentar mesmos lugares	filhos	Positivo
Iago	casamento	esposa	Positivo
Cremilda	manutenção do carro, ratificação de comportamento	filhas	Positivo
Monalisa	moto	marido	Negativo
Adrielly	produtos para montar salão beleza, nome	amigas	Negativo
Mônica	ajuda, volta a Uberlândia	pai	Negativo
Teresinha	herança	marido	Negativo
Anásia	ajuda à amiga, mudança de cidade	a si própria	Neutro
Alice	viagem	a si própria	Neutro
Rilnar	roupas, sapatos e saúde	a si própria	Neutro
Norma	saúde	a si própria	Neutro
Aline	mudança de casa	a si própria	Neutro

Quadro 10 – Resultados do Ritual Sacrificial do Endividamento

Fonte: Autor

Na análise do ritual sacrificial do endividamento nas entrevistas, pode se observar quais os bens envolvidos no consumo destrutivo que envolve a dívida (primeiro estágio) e eles enquanto oferenda (segundo estágio). Esse último estágio ocorre no plano sagrado, portanto as intenções ainda são metafísicas, ou seja, são intenções e planejamento de entrega da oferenda. A compra e a entrega do bem são feitas pelo oferente, ele é o sujeito que dá, que pratica o primeiro ato do ciclo dar-receber-retribuir. O sujeito de devoção é aquele que recebe a oferenda. Já os bens são as oferendas dadas ao sujeito de devoção.

Os atos de dar, receber e retribuir acontecem no terceiro estágio, é no plano profano que essas trocas dadas acontecem.

No quarto estágio, é avaliado o resultado do ritual da dívida, isto é, se a consequência é positiva, negativa ou neutra. O resultado é positivo quando a dívida feita para o benefício do sujeito de devoção proporciona a criação ou reforço dos laços sociais. O sujeito de devoção, ao perceber essa ação do oferente retribui com mais amor, agradecimento, bens materiais etc. Quando o resultado é negativo, a dívida feita para alguém não ocasionou uma retribuição do sujeito de devoção. O resultado neutro é em razão da dívida não ter gerado

resultado positivo ou negativo para ninguém, já que a dívida era para si próprio e não criou laços de dádiva.

5. ANÁLISE DOS RESULTADOS: TIPOLOGIA DÁDIVAS-DÍVIDAS

As entrevistas mostram evidências da Dádiva nos entrevistados que vivem num endividamento contínuo. Isto é, eles estão sempre em dívidas e apesar de elas tomarem o orçamento familiar, eles continuam a fazer mais dívidas.

A Dádiva explica esse tipo de endividamento, pois a função da dívida para os entrevistados foi proporcionar reforço ou fim dos laços sociais. Pela história de vida, evidenciaram-se momentos que podem determinar qual será a consequência de se endividar, ou seja, laços sociais fortalecidos, findados ou relações problemáticas com a família.

Pelas histórias de vida foi possível fazer a tipologia das dívidas: dívidas para si e dívidas para os outros. A primeira diz respeito a dívidas que findam no próprio sujeito endividado, ou seja, são para si mesmo. A segunda são aquelas que o sujeito endividado faz para outra pessoa. Nesta tipologia foram constados os seguintes sujeitos e para quem eles se endividam: pais para os filhos, amigo para amigo, marido ou esposa para o conjugué.

A tipologia da dívida surgiu pelas entrevistas e por meio dela foi possível criar uma matriz da Dádiva na dívida (quadro 11).



Quadro 11 – Matriz Dádiva-Dívida
Fonte: Autor

A dádiva foi analisada de dois modos: dádiva em que acontece todo o ciclo dadivoso, ou seja, plena; ou aquela em que não acontece o ciclo, ou seja, desfeita. O cruzamento de dádiva e dívida resulta em quatro categorias: Dádiva Vampira, Dádiva Veneno, Dádiva Positiva e Dádiva Negativa. A nomeação dessas categorias está relacionada à Teoria da Dádiva e às histórias de vida e dívida dos entrevistados que os direcionam para os tipos de dádiva.

Quando a dívida é para os outros, ela pode ter consequência de dádiva positiva ou negativa.

A dádiva positiva acontece quando há retorno, ou seja, acontece o terceiro ato do ciclo dar-receber-retribuir. O endividamento é um modo de oferecer um bem para alguém e tanto oferente quanto receptor estão envoltos numa relação dadivosa. Esse envolvimento faz com que as trocas dadivosas ocorram entre eles, o que consequentemente reforça os laços sociais. Portanto, esse sistema funciona e tem resultado positivo, pois os sujeitos envolvidos na história de vida estabelecem interação.

A dádiva negativa acontece quando não há retribuição, logo, o círculo da dádiva não acontece, já que, nesse caso houve, somente um ato unilateral, o de dar. O sujeito oferece bens, sentimentos e o próprio ato de se endividar para o outro como demonstração de uma relação dadivosa, mas o sujeito de devoção não retribui e utiliza daquilo que foi oferecido para seu uso individual. Por exemplo, o ex-marido de Monalisa utilizou da moto somente para si, embora o acordo fosse o bem ser de uso do casal. O que ocorre é a diminuição dos laços sociais, até que o sujeito oferente perceba que os laços sociais foram quebrados. Logo, é uma dádiva negativa, pois foi desfeita.

Quando a dádiva é para si, ela pode ter consequência de dádiva veneno ou vampira.

A dívida para si é, quando o intuito é para o próprio sujeito, logo essa dívida não almeja ninguém. A história de vida influencia nos porquês dos endividamentos.

A dádiva veneno é específica das relações familiares. Isto é, relações familiares nas quais há bastante cobrança, pais que pressionam os filhos a viverem segundo suas regras, não possibilitando o crescimento e o amadurecimento e colocam-nos numa relação neurótica, como cita o próprio Godbout (1999). A história de vida, nesse tipo de dádiva, influencia o endividamento como forma dos filhos se rebelarem contra os pais, por exemplo, e a dívida proporciona a saída dessa dádiva excessiva e venenosa. Uma vez que a dívida é uma forma

dos filhos serem donos de suas próprias vidas sem a ajuda financeira de seus pais, consequentemente, coloca fim ou distancia esse laço social. Essa relação faz com que, até mesmo, os filhos não entrem em dívida por algum familiar, nem mesmo em situações de doença, para que nada os prenda e para deixar clara a distância dessa relação social.

A dívida para si positiva apresentada na matriz pela dádiva vampira não foi encontrada nas entrevistas. Porém, ela é categorizada quando um indivíduo faz dívidas para si com o intuito de estabelecer relações com uma pessoa ou grupo, ou seja, o endividado compra bens em excesso a fim de estabelecer dádivas com os outros. Os produtos são um meio de comunicação e distinção com aqueles que não partilham o mesmo significado. Aparentemente o motivo de não ter aparecido nenhum sujeito na dádiva vampira é devido à classe social dos entrevistados. Outra possível razão de não ter aparecido nenhum dado nessa categoria é a tipologia dádiva vampira não se encaixar no endividamento contínuo. Talvez no tipo de endividamento controlável seja possível encontrar sujeitos nessa categoria

Ao analisar as entrevistas, pode-se observar que alguns códigos foram primordiais para revelar em que tipo de dádiva determinada dívida se insere. Esses códigos foram: história de vida individual, história de vida familiar e história da dívida. Os outros códigos serviram para enveredar o contexto das dádivas. Dessa forma, categorizaram-se os entrevistados em diferentes dádivas. Dependendo da história de vida, foi possível examinar se as sucessões de fatos e o contexto corroboraram com uma dádiva completa (positiva), que foi quebrada (negativa) ou que tem a ver com evidências de uma relação neurótica (veneno).

As figuras 12, 13 e 14 mostram o resultado do tipo de dívida, vista na matriz “Dádiva na Dívida”, e os entrevistados.

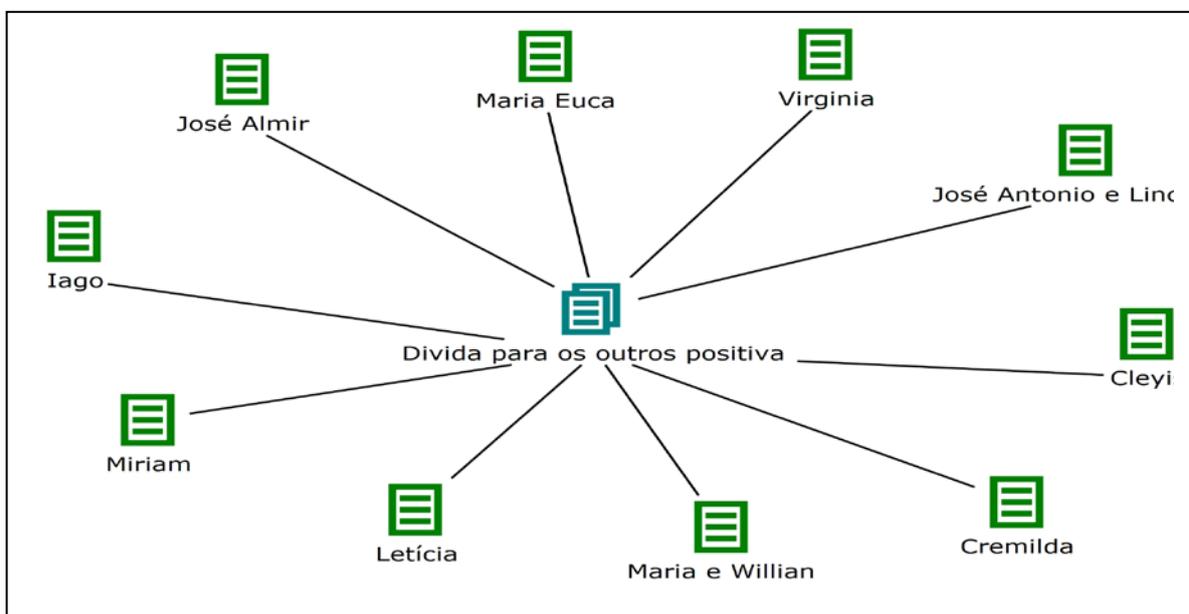


Figura 12 – Entrevistados na Dívida para os outros Positiva
Fonte: Autor

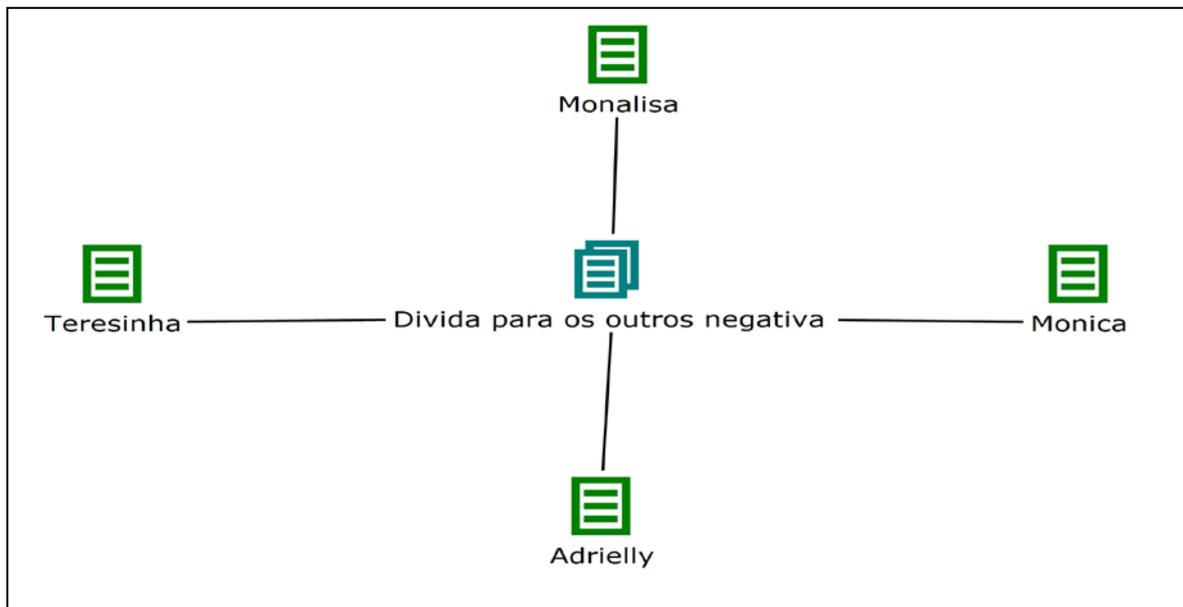


Figura 13 – Entrevistados na Dívida para os outros Negativa
Fonte: Autor

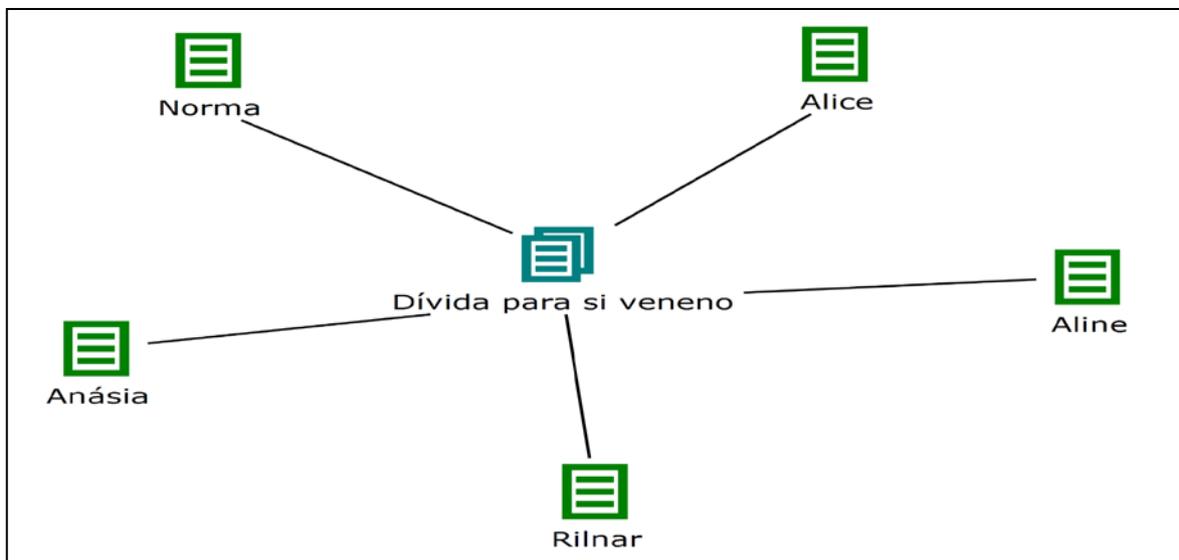


Figura 14 – Entrevistados na Dívida para si Veneno
Fonte: Autor

5.1 Dívida para os outros: Dádiva Positiva

Nas entrevistas, dez interlocutores foram considerados na Dádiva Positiva. O endividamento foi feito para alguém da família. Nem toda dívida é vista pelos entrevistados

como algo negativo, isso porque o utilitarismo não rege essas relações. Portanto, a dívida torna-se positiva quando as pessoas (oferente e sujeito de devoção) estão envolvidas na espiral da dádiva.

O quadro 12 representa o modelo de desencadeamento da Dádiva Positiva.



Quadro 12 – Modelo de Desencadeamento Dívida-Dádiva Positiva

Fonte: Autor

Nessas histórias de vida percebe-se que já existem os laços dadivosos, portanto não se criaram esses laços. Uma vez que, ao estarem envolvidos por sentimentos, os atos de dar e retribuir fazem parte do cotidiano de uma dádiva existente. A compra de bens para os outros, que gera mais dívidas, acontece tanto antes como, depois de um momento de instabilidade. Esse momento pode ser uma separação, mudança de cidade, aumento do consumo, manter o padrão de vida ou perda de emprego. Pode ocorrer a compra de bens devido ao momento de instabilidade ou mesmo à falta de planejamento. Esse processo de compras infundáveis gera dívidas para os oferentes. Apesar disso, há retribuição pelo sujeito de devoção, consequentemente reforço dos laços sociais.

5.1.1 História de Vida na Dádiva Positiva e Contexto Doméstico

As histórias da dívida são diversas, e os relatos se entrelaçam com vários fatos da vida dos entrevistados.

Cremilda tem 57 anos, é separada e um filho mora com ela. Uma filha mora no fundo da casa, e o restante da família mora no mesmo bairro. Para Cremilda, as dívidas iniciaram-se em 2008, quando ela ainda trabalhava e a Caixa Econômica e a empresa fizeram um acordo, o qual dava um crédito ao trabalhador. Ela disse que tinha feito uma cirurgia e, como estava de cama, ela deu a senha do cartão para a filha. Esta sacou todo o crédito (600 reais), pois achava que aquele valor estava na conta e pertencia à mãe. A entrevistada relata também que as dívidas aumentaram porque ela ajuda a filha caçula com a manutenção do carro. Além da

dívida com o cartão de crédito, ela possui empréstimos. A justificativa dessa dívida é a filha usar o carro para trabalhar (ela é manicure e depiladora) e a outra filha ter boa índole, “não fez por mal ter sacado esse dinheiro sem ver o que era”.

José Antônio e Lindalva têm 52 anos e 60 anos, respectivamente, são casados há 28 anos e tem um filho casado e um neto. Eles moram sozinhos, mas o neto fica praticamente o dia inteiro na casa deles, o filho frequenta a casa deles todo dia. Eles ajudam a cuidar dos pais de Lindalva que tem problemas de saúde. O endividamento de José Antônio e Lindalva se deu no dia a dia para sustentar não si próprios, mas também o filho, o neto e os pais dela. O filho almoça todos os dias na casa dos pais. O neto praticamente mora com os avós, só vai para casa para dormir. Os pais de Lindalva têm problemas de saúde e ela cuida deles, ajuda na compra de remédios, faz comida, arruma a casa etc., ou seja, faz as atividades de dona de casa não só na própria residência, mas também na casa dos pais. Outra razão para as dívidas foi o episódio da moto do filho, que foi vendida, mas a documentação não foi passada para o próximo dono. Essa moto teve problemas com a polícia, e quem arcou com as despesas foi José Antônio. Outro episódio que ajudou na dificuldade financeira do casal foi a pensão alimentícia que José Antônio paga devido a uma filha fora do casamento. O casal também comprou um carro parcelado em sessenta meses, que usam somente para levar e buscar o neto na escola. Como o próprio José Antônio disse: “Porque o negócio de pobre ter ilusão de uma coisa melhor. Aí compra um carnê maior”.

Cleyis tem 50 anos, é casada, mas mora somente com a filha. A entrevistada saiu do estado de Tocantins para regressar à Uberlândia em razão da educação da filha. Como ela tinha terminado o ensino médio, a mãe acreditava que, em Uberlândia, uma cidade com melhor estrutura, teria acesso a faculdades mais renomadas em relação ao lugar que residia. Com isso, ela resolveu se mudar junto à filha, e o marido permaneceu devido ao seu trabalho. A entrevistada argumentou a sua decisão relatando o seu papel como mãe e o quão difícil foi engravidar. Dessa forma, a figura da filha tem importância e valor muito grande para a mãe devido à demora de cinco anos em conseguir engravidar. Cleyis tem dívidas e refinancia essa dívida para pagar as despesas do carro da filha, ou seja, IPVA, seguro, multas etc. A justificativa dessa dívida é que a filha não queria mais andar de ônibus, uma vez que ela conseguiu um emprego. Elas compraram o carro por consórcio e as dívidas acontecem todo mês, pois a mãe cobre todos os gastos do carro, inclusive a gasolina.

Letícia tem 53 anos, é separada e tem duas filhas. As dívidas dela advêm dos gastos com suas filhas. Ela diz que os gastos são consequência de um projeto de vida para elas. O planejamento de ter saído de sua cidade no Sul de Minas, na qual não havia perspectiva

nenhuma de crescimento profissional para suas filhas, foi o pontapé para iniciar esse projeto. Uberlândia foi escolhida devido à importância da cidade no cenário econômico e às possibilidades que uma cidade maior traria a elas, ou seja, melhores escolas e a universidade federal. As dívidas fazem parte do cotidiano de uma vida melhor que ela pretendeu dar às filhas. Então, qualquer coisa que ela sinta que fará bem a elas não há limites monetários para realizar.

Miriam tem 46 anos, é casada pela segunda vez e tem três filhos. Para ela, a separação do casal em 2004 foi um ponto crucial na mudança de certos aspectos da vida, tanto para os pais quanto para os filhos. Houve bastante dificuldade para que ele a ajudasse nas finanças, o que fez com que ela utilizasse das dívidas. A dívida, nesse caso, surge como consequência da necessidade de manter o padrão de vida que a mãe e os filhos tinham antes da separação. Segundo Miriam, o endividamento surge como um modo de ela “fazer frente ao padrão de vida”. Ou seja, ter o mesmo tipo de vida social, para que as crianças frequentassem a mesma escola, os mesmos lugares, ter os mesmos tipos de roupa. A justificativa é que, apesar da dívida ter sentido ruim, ela sente que se endividou para fazer jus ao dever cumprido como mãe para as obrigações para com os filhos.

Outra história de endividamento familiar diz respeito a Maria e Willian, ela tem 45 anos e ele tem 52, são casados há onze anos. Maria separou do seu ex-marido para casar com Willian. Os dois filhos do primeiro casamento da esposa foram morar com eles. No meio desse relacionamento, surgiu um AVC no marido. Ele comenta que o enteado caçula teve um significado importante na sua recuperação. Esses vários fatores influenciaram no surgimento das dívidas como parte de um projeto de vida do menino. O sonho do enteado é ser piloto de avião, e os pais relatam as duas vezes que o levaram a Pirassununga para conhecer a FAB (Força Área Brasileira). O esporte tem um papel crucial nesse sonho do menino, já que os pais falaram que, para entrar na FAB, o esporte é um diferencial no currículo. O menino é campeão estadual de caratê e participa de inúmeros campeonatos no Brasil, ele possui certa notoriedade no meio esportivo. Daí, as dívidas surgiram em consequência de gastos para o aprimoramento do menino (compra de quimono, acessórios de proteção, mochila, colchão para ele dormir melhor). Outro motivo das dívidas, que ocasionou até a mudança para Uberlândia (eles moravam no interior de São Paulo), foi um problema com drogas que o filho mais velho teve. Willian é natural de Uberlândia e conhecia clínicas de reabilitação na cidade, e então o casal teve a ideia de mudar para socorrer o garoto nessas clínicas. Outros motivos da dívida foram também o pagamento da clínica e de remédios.

José Almir tem 46 anos e é solteiro. O entrevistado trabalhava em Rondônia e veio para Uberlândia em 2004 devido a um acidente de trabalho que teve naquele estado. Como a situação dele era muito grave, ele perdeu um braço, a empresa resolveu enviá-lo à Uberlândia para tratamento. Ele veio com uma enfermeira para ajudá-lo. Em 2007, ele se aposentou por invalidez. Até 2009, ele não tinha problemas financeiros, recebia a aposentadoria e uma ajuda financeira extra-oficial da empresa. Em 2009, a empresa resolveu cortar esse acréscimo. A partir daí, ele não conseguiu cumprir com os seus compromissos, e as dívidas iniciaram-se. Ele é do Ceará e toda sua família mora nesse estado. Apesar de ele ser solteiro, ele tinha uma namorada, a qual foi uma das causas de seu problema com as dívidas. Hoje ele não a namora mais, mas eles têm uma relação bastante peculiar, ainda têm contato muito próximo, tanto que o telefone em que se fez o contato para a entrevista foi da casa da ex-namorada. José pagava os passeios, os momentos de lazer e praticamente vivia na casa dela, tomava as refeições lá etc. Ela o ajudava nas dificuldades que ele tem devido a sua limitação física, ela, na verdade, cuidava dele. Daí, ele fazia gastos para ela e para o casal e ajudava nas compras da casa, comprou eletrodomésticos para ela. Apesar do rompimento, eles têm um relacionamento de amizade muito forte. Além das dívidas com cartão de crédito, ele tem seis empréstimos.

Iago é um cabeleireiro de dezenove anos. Ele é casado e tem um filho de um ano de idade. Sua dívida iniciou-se com o planejamento do casamento. A decisão era que ele daria o nome, pois ele era o único que tinha o nome limpo, e os sogros iriam ajudar a pagar o casamento. A justificativa dessa ideia era do sogro não ter dado uma festa de quinze anos para a filha e achar que o casamento compensaria o fato de não ter sido possível concretizar tal festa. Daí, as dívidas começam a enrolar, pois foram feitas várias contratações (buffet, fotos, vestido etc.), mas a promessa dos sogros de ajuda não aconteceu, e todas as dívidas ficaram para Iago.

Virginia tem 28 anos, é casada e sua profissão é secretária. Sua dívida iniciou-se em 2007 com a compra de um carro zero quilômetro. O sonho do marido era adquirir um carro e, como só ela tinha nome limpo, ela adentrou nesse financiamento. Para continuar a pagar esse carro, ela deixou de pagar o cartão de crédito. Ou seja, não pagava nem o valor mínimo e as dívidas a cada mês foram aumentando. Com isso, seu nome foi para o SPC e o Serasa. Isso trouxe consequências negativas já que ela não podia mais comprar, devido ao aperto financeiro e pelo seu nome negativado no comércio.

Maria Euca é uma senhora de 62 anos de idade, casada, tem onze filhos e com ela moram três filhos e três netos. Ela nasceu na Bahia e, segundo ela, tinha uma vida difícil lá: “Aí eu trabalhava lavando roupa, era sessenta peças de roupa numa trouxa, cem peças por

R\$10 reais. Meu marido trabalhava em roça, mais um filho. Os outros eram de menor e não podia trabalhar. Aí eu também vendia acarajé. Mas não dava. R\$30 reais por mês, R\$70 que eu vendia acarajé, com R\$100 do marido, R\$200, não dava para gente passar”. Devido a essa situação difícil, ela decidiu mudar para Uberlândia em 1995. Uma empresa estava recrutando funcionários, e ela resolveu sair da Bahia e ir a Uberlândia trabalhar na Granja Planalto. As condições que oferecia eram melhores e a família toda foi trabalhar nessa empresa. As dívidas iniciaram em 2004, quando ela voltou com a família inteira (ela, marido e os onze filhos), devido a uma doença de seu pai. Como na sua cidade, Itabuna, ninguém descobria a doença, ela fez um empréstimo para pagar uma consulta particular e exames para o pai. O diagnóstico foi câncer e, em 2005, ele morreu. A médica disse a Maria Euca para ela voltar para Uberlândia para continuar seu tratamento de saúde (ela também teve um câncer, mas foi curada). Então mais dívidas ela fez, pegou um crédito no banco e pagou a passagem de volta para Uberlândia para ela, seu marido e seus onze filhos. Chegando à cidade, ela pegou um empréstimo consignado para dar entrada de três meses no aluguel. A casa que ela morava, num bairro afastado da cidade chamado Chácaras Morada Nova, era uma chácara. Nessa casa, morava, além dela e seu marido, todo o resto de sua família. A maior parte dos gastos é feito por ela até hoje. Como a cada dia que passa as dívidas aumentam, ela pega mais empréstimos para sanar outras dívidas. Maria Euca não mede esforços para manter essa família unida. Na época da entrevista, ela estava mudando de bairro, pois o dono pediu a casa de volta. Nesse novo bairro, ela não conseguiu uma casa para abrigar todos. Mas alugou três casas, uma perto da outra, para abrigar ela e seus filhos. Em 2011, ela pagou uma viagem à Bahia para si e para a neta que mora com ela. Um ponto importante é uma relação bem próxima que ela tem com essa neta, que foi rejeitada pela mãe e a avó a trata como filha. Além desses gastos, ela relata que gosta de dar vários “presentinhos” que fogem do orçamento aos seus netos. No total, são trinta netos.

5.1.2 Contexto da Dádiva Positiva: Dar-Receber-Retribuir

O código do contexto da dádiva positiva ajuda a compreender o ciclo dadivoso.

Nas entrevistas, podem ser observados vários relatos que enveredam pelo contexto de Dádiva Positiva e como são realizados os atos de dar e retribuir, ou seja, que tipo de bens são dados e retribuídos pelos entrevistados.

Poder-se-ia alegar que a Dádiva, no contexto da família, acontece naturalmente (Godbout, 1999), pois a família é a representação universal da Dádiva, em que dois estranhos se unem e afirmam um acordo de trocas dadivosas entre si. E os filhos são os sujeitos para quem se pratica a dádiva incondicionalmente. Mas, nas entrevistas, percebe-se que não é bem assim. A Dádiva plena acontece com Cremilda somente para suas duas filhas, ela tem seis filhos, mas somente por elas é que a dívida acontece. Cremilda tem um filho que mora com ela, mas ela diz que o filho não a ajuda em nada, os gastos da casa são pagos por ela, e ocasionalmente cobra do filho alguma ajuda. Percebe-se que as ações do filho relatadas pela mãe não cumprem as características da Dádiva. E não existe dádiva forçada, ou seja, aquela em que o sujeito é obrigado a dar ou retribuir, se isso acontece é interesse utilitário. Por exemplo, eu dou porque eu vou receber algo em troca, na relação não há equidade. Já com as duas filhas é diferente, e estar em dívida para elas em nenhum momento foi relatado como algo ruim. Uma vez que a filha manicure-depiladora precisa do carro para se locomover, então a manutenção desse carro é vista pela mãe como algo necessário e Cremilda sente prazer em ajudar a filha. O mesmo acontece com a outra filha, a qual sacou um crédito da conta da mãe, a mesma não vê e nem assume o erro da filha, portanto ratifica o comportamento desta. Se o mesmo episódio tivesse acontecido com o filho que mora com ela, provavelmente o discurso seria diferente. Mas qual a razão da mãe acobertar as filhas? Como ela mesma diz: “a relação delas é uma troca”. Enfim, endividar para as filhas é uma ação válida, já que há trocas. E como essa retribuição é feita? Para Cremilda, “a pessoa que mais me retribuiu é a filha que mora no fundo da casa. Ela arruma a casa, compra remédio, é a que está mais presente”. Portanto, a retribuição dessas filhas vem em forma de amor e de demonstrações afetuosas. Diferentemente dos outros filhos que ela não quis citar e daquele que mora com ela, pois ela relata que sempre cobra ajuda dele. A Dádiva nesse caso pode ser ilustrada da seguinte maneira:

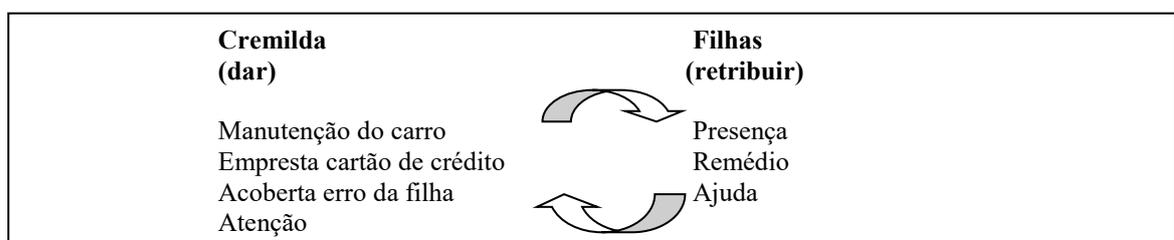


Figura 15 – Trocas Dadivosas Cremilda
Fonte: Autor

Para José Almir, o endividamento fez parte do seu cotidiano a partir do momento em que a empresa parou de enviar um acréscimo. Podia-se pensar que essas dívidas seriam para o seu problema de saúde, mas, na verdade, as compras feitas eram para sua vida social com a ex-namorada. O relacionamento com ela mostra um contexto de dar e retribuir, até mesmo depois do rompimento. Ele proporcionava passeios, comprou eletrodomésticos para a casa dela e as dívidas saíram do controle, até que ele pegou empréstimo consignado, em banco e até com agiotas. Essa dificuldade virou uma “bola de neve” e ele resolveu terminar o namoro por não conseguir mais proporcionar os momentos de outrora. Ela cuidou dele, fazia almoço, café da manhã, lavava as roupas dele e até fez dívidas para pagar o agiota. Segundo José Almir, o sentimento de carinho e amizade continua até hoje. O rompimento aconteceu em 2011. Ele continua a frequentar a casa dela, tomar refeições e, em todo contato comercial, ele dá o número da casa dela.

O contexto de uma Dádiva positiva na história de José Almir pode ser ilustrado pelo próprio depoimento dele:

“Continua amigo, mas não temos mais nada não. Eu tenho até uma gratidão muito grande por ela, até já comentei com ela, se eu ganhar essa ação eu não vou deixar ela pra trás, ela vai tá junto comigo. Ela vai tá junto comigo, porque a pessoa não pode ser ingrato com uma pessoa que tá te ajudando. Ela vai tá junto comigo se sair esse dinheiro. Não sei que dia vai sair, mas uma hora vai sair. [...] Ela é uma pessoa muito importante. Ela me ajuda demais. Porque ela não tinha obrigação nenhuma, aí...Ela não tinha obrigação, porque ela ajuda os filhos dela. E agora ajuda um ex-namorado”.

Nessa fala pode ser visto que a Dádiva virou um ciclo porque ambos estão em sintonia, apesar do fim do relacionamento. Mesmo o dinheiro de uma ação trabalhista que ele tem na Justiça, ele disse que pretende dividir com a ex-namorada. Esse ato não é pagamento, e sim uma demonstração simbólica da gratidão dele. No caso desse endividamento, as trocas dadivosas (dar e retribuir) foram as seguintes (figura 16):

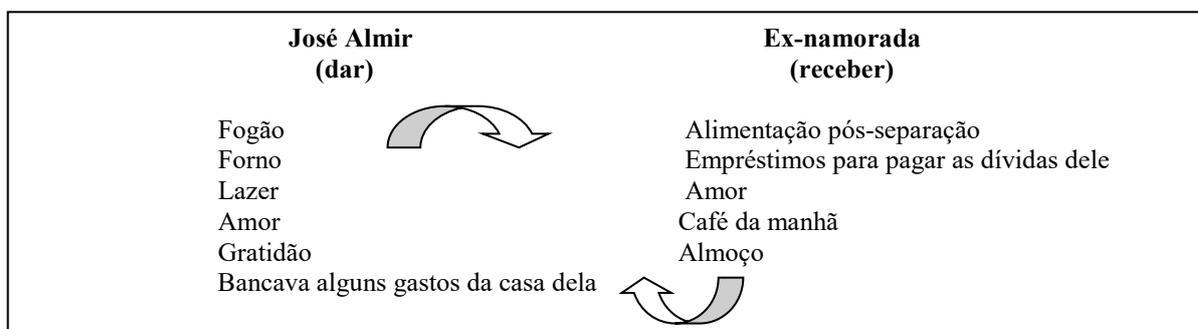


Figura 16 – Trocas Dadivosas José Almir
Fonte: Autor

Para Cleyis, o seu endividamento anual advém das despesas do carro da filha. Todo ano, ela pega empréstimos para pagar impostos como IPVA, DPVAT, o seguro do carro, algum eventual problema mecânico, além disso há as despesas mensais, como a gasolina. Na verdade, pelo seu relato, ela nem percebe a sua dívida, tanto é que ela me perguntou se há como refinar a dívida, já que ela já estava pensando como ia fazer nesse ano de 2012. Então eu lhe perguntei se todo ano é ela quem arca com as despesas, e ela disse que sim. Na sua consciência, ela nem percebe que tem dívidas, ela faz naturalmente. Na sua história de vida a importância e o significado da sua filha são muito grandes, segundo Cleyis: “Eu casei com 27 anos, quando eu tive ela eu tinha 34 anos, quase 6 anos pelejando para ter uma filha. Eu era louca, ou uma filha ou um filho, o que viesse para mim estava bom. Eu tive ela, não me liguei nadinha, só tive ela”. E mesmo a decisão de ter saído do Tocantins, ter deixado o marido trabalhando e mudar para Uberlândia com a filha mostra que para Cleyis não há limites para satisfazer sua filha. Como ela mesma diz: “que mãe que faz isso!”. Esse contexto de amor faz parte da Dádiva. Esse significado não vem somente de Cleyis para a filha, há retribuição da parte desta. Como a própria mãe vê: “Ela me apóia em tudo, em tudinho que você pensar ela me apoia. Ela compra várias coisas para mim. Ela fala: mãe você quer isso? Então eu vou comprar. Ela se sente satisfeita ao fazer. Se fosse outra, não me daria esse ticket alimentação.”

Cleyis reconhece o que sua filha faz. Ela relata que, no mundo de hoje, a atenção dos filhos é uma virtude, pois há muitos pais que largam os filhos. A filha de Cleyis, portanto, reconhece esse esforço da mãe. Logo, o ciclo da Dádiva acontece e essa dívida para a filha torna-se positiva.

A figura 17 ilustra o que é trocado nessa relação de endividamento.

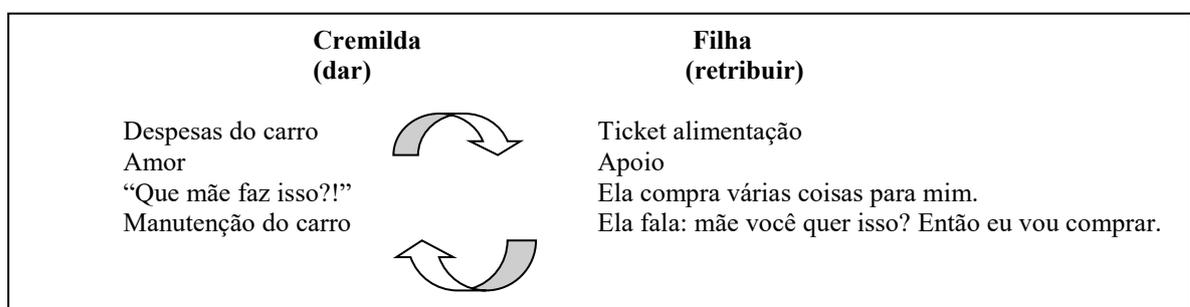


Figura 17 – Trocas Dádivas Cleyis
 Fonte: Autor

Maria Euca faz suas dívidas para sua família ampliada, desde seus filhos até seus netos. O endividamento advém da volta da Bahia para Uberlândia, do problema de saúde do

pai, do aluguel de casa para todos etc. As dívidas existem a fim de a família ficar unida. Por exemplo, quando ela resolveu voltar a Uberlândia, ela pagou a viagem para dezenove pessoas.

E mesmo que ela viva em dificuldades financeiras, ela acha válido:

“Eu sinto bem. O amor é o mesmo. O amor é o mesmo. Todos demonstram carinho. Os netos também. Se pudesse eu alugo uma casa aqui e fica os filhos tudo. Tinha 19 pessoas na minha casa. Aí o homem vendeu a chácara e eu procurei casa pra todo mundo. Já botei a mãe da Thaís numa, já botei minha irmã em outra. Aí arrumei uma pra mim e falta arrumar outra para minha filha.”

Outro destaque nesse contexto é a relação bastante estreita que ela tem com Thaís, uma das netas que mora com ela. A mãe de Thaís a rejeitou depois que nasceu, pois ela não conseguia amamentar. Segundo a mãe, como ela não amamentou, ela não é filha. E Maria Euca trata Thaís como filha. Essa neta acompanha a avó sempre. A relação delas pode ser descrita pelo relato da Maria Euca: “Ela tá morando com minha irmã enquanto eu não mudo. Ela tá triste demais. Nossa, é ruim demais eu sem ela. Tem hora que eu nem durmo de noite. Eu acordo, fico até 2 horas. Tem hora que eu choro. Para mim eu tô longe demais dela. Ela é minha caçulinha”. Percebe-se, pela história de vida de Maria Euca, que as dívidas fazem com que a família permaneça unida, desde a volta da Bahia para Uberlândia, da casa com dezenove pessoas morando, a mudança de bairro e a entrada no aluguel. E essa dívida se insere numa Dádiva positiva, pois não há, no depoimento nenhum relato negativo sobre a sua família, na verdade ela tem prazer em ter todo mundo junto a ela. Para esse ciclo acontecer, a figura 18 mostra quais bens são trocados nessa relação dadivosa.

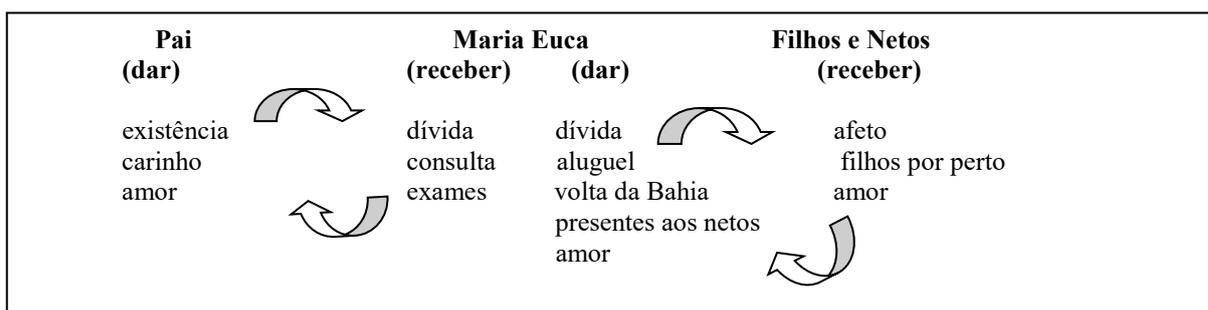


Figura 18 – Trocas Dadivosas Maria Euca
Fonte: Autor

O contexto da Dádiva positiva, na entrevista com Virginia, dá-se pelo reforço do laço social com o marido. O endividamento foi em razão da compra de um carro para o casal, como as parcelas ficaram pesadas no orçamento, ela parou de pagar o cartão de crédito. Apesar desse episódio negativo, a consequência da dívida trouxe bons momentos ao casal, porque ela vê que fez parte do sonho do marido, o de ter um carro próprio. E a retribuição

dele se dá por proporcionar mais atividades que envolveram o casal. Além dessa troca dadivosa entre o casal, o carro trouxe uma ampliação para toda a família. A sogra e os pais de Virginia ajudam com seus problemas financeiros. Além da dívida com o cartão de crédito, eles têm dívidas com os pais do casal também. Porém ela relata que o carro trouxe uma possibilidade de servir à família. Como a sogra tem problema de saúde, o marido a leva ao médico, ao hospital. Virginia relata que a única pessoa da família do marido que faz isso é o próprio marido, o irmão não participa muito da vida da mãe. Portanto, a Dádiva é positiva, pois o retorno dessa dívida ocorre pelo reforço da relação do casal e houve também uma ampliação do relacionamento com os pais e com a sogra. A figura 19 ilustra como foram as trocas dessa Dádiva.

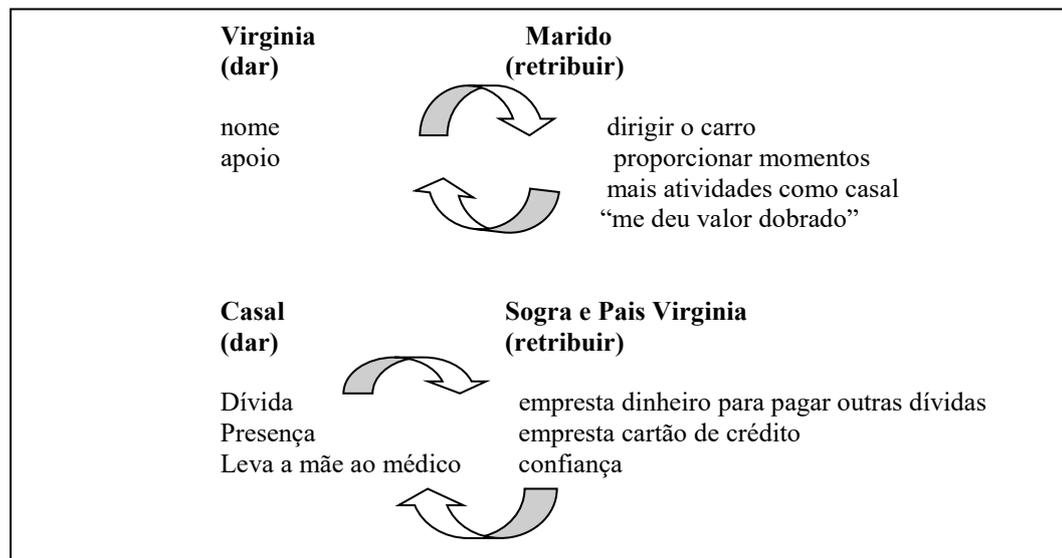


Figura 19 – Trocas Dadivosas Virginia
Fonte: Autor

José Antônio e Lindalva vivem com dívidas, segundo eles, desde que casaram. Suas dívidas dão-se ao em torno do filho, do neto e dos pais de Lindalva. Para Lindalva, estar em dívidas não tem sentido negativo, como o próprio contexto da Dádiva mostra: "Eu me sinto bem, porque eu tô fazendo pelos outros. Pensa bem, o seu pai tem os dois braços né? Pra vc ver, o meu pai me criou, me deu tudo com uma mão. Tudo que eu faço para ele é pouco. Porque ele fez tudo para mim". O mesmo contexto dadivoso ocorre quando o casal cita o filho: "O que a gente faz para o meu sogro, para minha sogra, a ajuda que a gente dá para o nosso filho, eu acho que é merecido. A gente tá com um filho de 26 anos, nunca mexeu com droga. A única droga que ele usa é o tal remédio que ele tá usando, nunca mexeu com droga,

nunca nos deu trabalho nenhum.” Esses relatos mostram que o retorno do filho, por exemplo, ser um bom filho, o fato dos pais nunca terem tido problemas com ele, fazem com que os pais doem mais, a tal ponto de se endividarem por ele. O mesmo pode ser visto quando a dívida é feita para os pais de Lindalva. Os pais fizeram tanto por ela que as dívidas seriam uma forma de retribuição pela criação. Hoje, até o neto entra na dívida, como a compra do carro somente para levá-lo à escola e até a compra de alimentos saudáveis. Todos esses exemplos mostram o contexto positivo que envolve laços sociais, retorno e Dádiva. As trocas dessas relações podem ser ilustradas da seguinte maneira (figura 20).

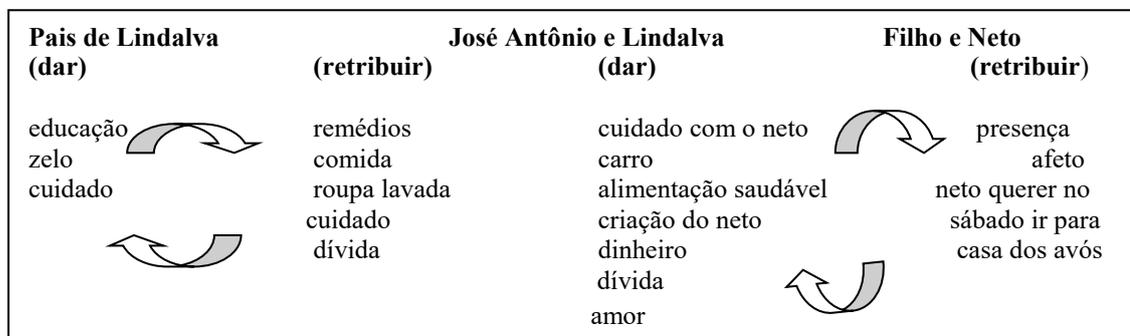


Figura 20 – Trocas Dadivosas Lindalva e José Antônio
Fonte: Autor

Para Iago, o contexto da Dádiva positiva é maior que a própria dívida. A sua esposa tem um significado especial na sua vida, portanto a importância do endividamento pelo casamento é menor do que a transformação que aconteceu na vida dele. O significado da esposa para ele seria uma vida que ele não teve. Ele relata que saiu de casa aos catorze anos para viver um relacionamento de três anos com outro homem. Iago diz que, nessa época, a sua vida era sem limites, não dava valor a família e vivia de baladas e drogas. Segundo ele, sua esposa transformou sua vida, pois ele começou a ter uma vida de carinho, de preocupação que nunca teve. Portanto, o endividamento aconteceu como forma de ele ter uma vida “certinha”. Iago, no seu relato, mostra como se dá esse contexto:

“Confiança, batalhar bastante, sofrer um pouco também. Porque casamento a gente sofre muito. Mas vale a pena. Vou dizer que é gratificante. Você chegar todo dia e ter sua família unida, pelo menos todo dia, eu venho trabalhar feliz de pensar que eu vou chegar e ter a minha família ali..saudável. É uma coisa bastante gratificante, vale a pena lutar.”

Portanto, o retorno da esposa é dar uma vida regrada, sem as oscilações que ele vivia na época que era homossexual. O casamento, segundo ele, é uma forma de ele mostrar para a sociedade e para os amigos gays que ele mudou. Mesmo o não cumprimento da promessa dos sogros de ajudar a pagar o casamento não abalou a relação, pois o que ele recebeu de volta foi muito maior que o valor monetário que ocasionou as dívidas.

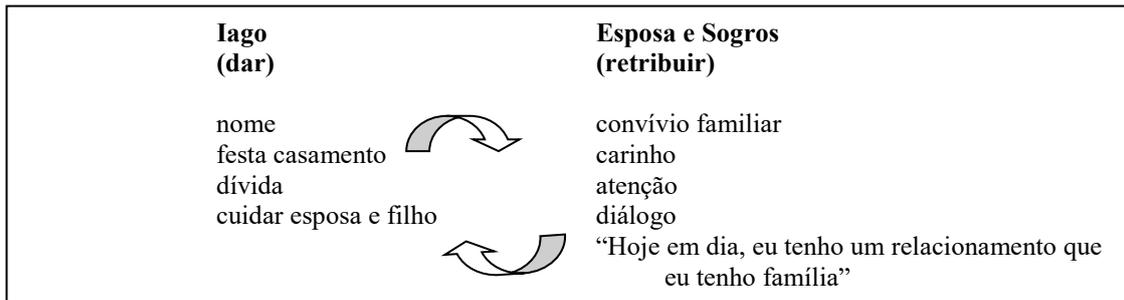


Figura 21 – Trocas Dádivasas Iago
Fonte: Autor

Na história de dívida de Maria e Willian, percebe-se que o endividamento ocorreu para seus dois filhos. Deve-se salientar que Willian não é o pai biológico deles, mas se sente como o pai. As dívidas vêm tanto do tratamento contra as drogas para o filho mais velho quanto para o esporte do filho mais novo. O casal participa ativamente da vida dos filhos e não mede esforços para as conquistas de ambos. O contexto da Dádiva positiva dá-se pelo bom relacionamento que Willian cultivou tanto com a esposa quanto com os filhos dela. Ele percebe a importância de ter uma família e cita o evento da doença que ele teve (AVC) e como a presença dos filhos foi importante para sua recuperação. As dívidas do casal aparecem como um modo de ajudar os filhos na trajetória particular deles. Esse contexto pode ser percebido pelo relato de William:

“É importante, porque, veja bem, uma criança que tem um projeto de vida de ser um grande cidadão amanhã, um grande chefe de família. Você conduzir ele num porte de evento brasileiro, nacional, é muito gratificante. Ainda mais para mim que tive um AVC”. “Mas assim, eu na qualidade de pai desse garoto, me sinto muito honrado em Deus ter me levantado, de ter me tirado de um derrame cerebral, me dado uma oportunidade de ter uma família e conviver com um ser humano que é esse menino, que é uma criança boa.”

A dívida seria um modo de oferecer bens para os filhos, pelo significado que eles tiveram na vida do casal; para Maria, como mãe, para Willian, como oportunidade de ter uma família e de ser aceito como pai. Essa configuração permite que a dádiva aconteça e que o sentido de família seja aceito. Isso é tão válido que a mudança para Uberlândia foi ideia de

Willian, para que o filho mais velho pudesse se tratar do vício. Nessa nova cidade, eles conseguiram reorganizar a prática do esporte para o filho mais novo, criaram uma nova federação mineira de caratê, conseguiram uma academia para ele treinar. Hoje, o menino conseguiu uma bolsa integral de estudos para cursar o ensino médio numa escola particular. Segundo o casal, tudo isso é fruto do apoio incondicional deles. Ao mesmo tempo em que os pais oferecem esses meios de crescimento para os filhos, que ocasionam a dívida, esta só é válida e se torna uma dívida positiva pois há retorno dos filhos com eles; isso pode ser ilustrado da seguinte maneira:

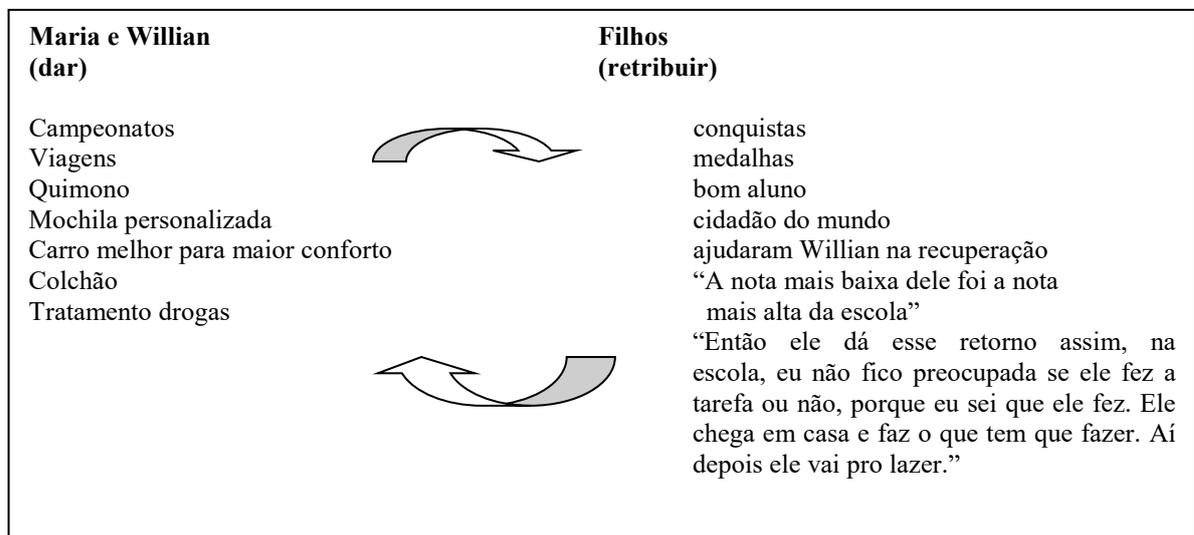


Figura 22 – Trocas Dádivasas Maria e Willian
Fonte: Autor

Para Miriam, as dívidas iniciaram-se a partir do momento em que ela separou do marido. Segundo ela, as dívidas surgiram “para fazer frente ao padrão de consumo”. Ela relata também que houve dificuldade no acerto da pensão alimentícia e houve discussão com o ex-marido para que o valor fosse acertado. O endividamento aparece como um modo para que os filhos sentissem menos a separação dos pais. Isto é, além de não ter os pais morando na mesma casa, os filhos iriam sentir um declínio do consumo, já que o pai não ajudava. A solução foi manter esse padrão de vida, o que ocasionou as dívidas. O contexto positivo dessa dívida para os filhos é percebido pela entrevistada por meio do reconhecimento dos filhos do esforço que ela faz para vê-los felizes. O relato dela pode ilustrar isso:

“Apesar que a gente espera algum tipo de reconhecimento, mas no mínimo manter um bom relacionamento de cordialidade, de amor. Eu particularmente acho muito

bom eles procurarem a mim, o que eu puder fazer para servi-los, dentro do que for possível fazer, eu vou continuar fazendo.”

O que se percebe é que os filhos a procuram quando eles precisam de conselho ou ajuda, eles têm pouco contato com o pai. Os dois filhos mais velhos moram sozinhos e a filha caçula ainda mora com ela. Miriam relata bom convívio que tem com eles e que é comum eles sempre se encontrarem. Ela mesma cita que as reuniões na igreja fazem parte do cotidiano e proporciona reforço dos laços sociais com os filhos. O fato de os filhos frequentarem a igreja foi uma das causas da separação, já que o pai era ateu e não queria que os filhos tivessem religião.

A dívida, nesse caso, é consequência do bom relacionamento que mãe e filhos cultivaram. E, para que os filhos não passassem outro momento difícil, além do episódio da separação, o endividamento foi necessário. O reconhecimento de ser uma boa mãe, de estar presente, faz com que haja equilíbrio subjetivo entre dádivas e dívida. Portanto, esses bens que a mãe dá aos filhos necessitam de retribuição e para Miriam isto é vista da seguinte forma:

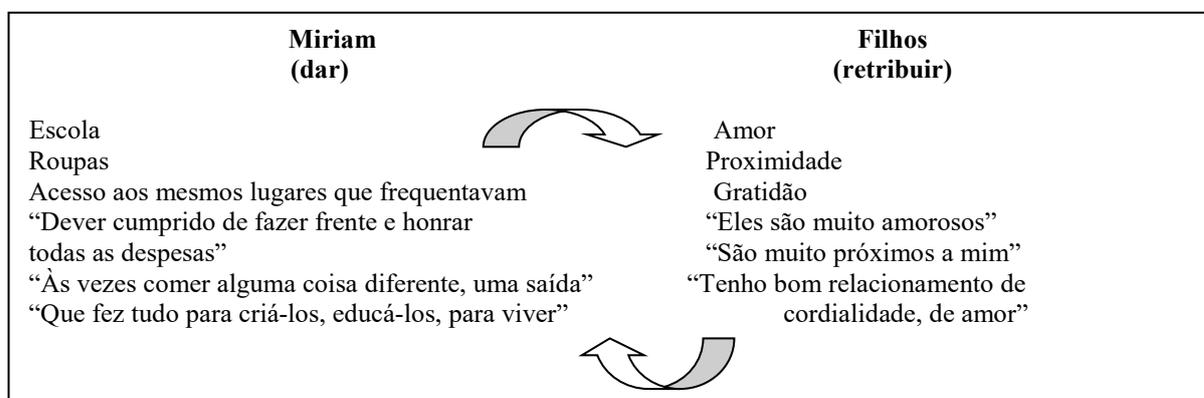


Figura 23 – Trocas Dativosas Miriam
Fonte: Autor

O endividamento de Leticia surge como um projeto de vida para as filhas, ou seja, a mudança para uma cidade maior que oferecesse melhores recursos, a compra de bens ou serviços para o crescimento pessoal e profissional delas. Enfim, todas as dívidas foram feitas para que as filhas continuassem com um projeto que Leticia tinha desde quando morava no sul de Minas Gerais. Ela se orgulha do que ela conseguiu fazer por ambas, mesmo sozinha; ela relata que dos três anos de idade até os vinte quatro anos idade atual da filha mais velha ela não teve referência paterna. O contexto positivo dessa dívida se dá pelo fato das filhas

embarcarem no projeto de vida da mãe e lutar por um curso superior, praticarem esportes e terem uma boa vida social, longe de problemas. Nesse caso, a dádiva existe e é retribuída no instante em as filhas estão no mesmo círculo dadivoso que a mãe, e por isso mais dívidas são feitas.

Diante disso, não são medidos esforços para que se doe mais (desde bens a dívidas). No caso de Letícia, a Dádiva é reforçada quando seus amigos vêm as conquistas das filhas. Um exemplo disso é a formatura da filha mais nova no curso de Nutrição. Letícia manda o convite de formatura para seus amigos e eles retornam com palavras de carinho e congratulações por essa conquista. Ela imprime todos os recados e monta um mural para colocar no quarto da filha. Esse episódio reforça o fato de que o projeto de vida dela e das filhas tem reconhecimento, e por isso é válido fazer as dívidas. Para ela, os feitos subjetivos das filhas não têm preço, como ela mesma relata: “Eu prefiro ficar devendo R\$200, R\$300 no banco, do que não pagar condomínio ou deixar de comprar um iogurte que minhas filhas gostam, deixar de comprar queijo para economizar”. Isso mostra que as dívidas para ela seriam como um investimento, para saúde física e mental das filhas e para o sucesso profissional.

As trocas dadivosas entre mãe e filhas podem ser ilustradas da seguinte maneira:

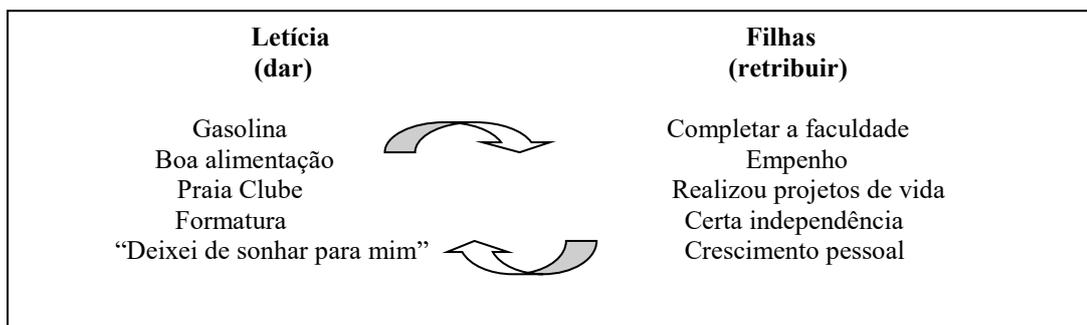


Figura 24 – Trocas Dadivosas Letícia
Fonte: Autor

5.1.3 Sonhos, Realizações e Conquistas: a Dádiva que acontece

Somente nessa tipologia da dívida-dádiva para os outros positiva é que os entrevistados relatam sensações de sonhos, realizações ou conquistas alcançadas. Isto é, a ato de endividar trouxe com o tempo possibilidades de reações e conquistas para aquela pessoa para o qual eles se endividaram. Conseqüentemente, os entrevistados se mostraram

orgulhosos de terem feito parte desses episódios e de continuar a fazer com que esses sujeitos consigam conquistar feitos maiores. A dívida é, portanto, parafraseando os versos da música Prelúdio de Raul Seixas: “Sonho que se sonha só/ É só um sonho que se sonha só/ Mas sonho que se sonha junto é realidade”. Enfim, as dívidas que envolvem as pessoas permitem que se torne realidade os sonhos. Para isso, é necessário que as pessoas estejam envoltas numa sintonia dadivosa, ou seja, é preciso que as trocas tenham sentido, pois nada adianta oferecer algo a alguém se não tiver significado tanto para o oferente quanto para receptor. Para ilustrar como esses sonhos, realizações e conquistas são percebidos pelos entrevistados, destacam-se alguns relatos:

Cleyis: “Se você pensar que a sua filha tá andando num carro todo autorizado.”

Virginia: “Como a gente tinha um sonho, ele tinha um sonho de ter um carro. Nunca teve um carro na época”

Willian: “Então esse carro consegui levar eu, a Maria e o menino lá em Natal. Nós fomos pra Natal, o menino chegou descansado lá em Natal, fez o campeonato e a gente voltou com o carro.”

Maria: “A nota mais baixa dele foi a nota mais alta da escola. E a televisão foi até lá. Ele participou da TV Integração.”

Letícia: “Eu sempre pensei em vir pra cá por ser uma cidade grande, uma cidade boa para as minhas filhas estudarem”.

Percebe ao analisar todos os relatos de endividamento e as histórias de vida dos entrevistados, que a dívida, apesar do impacto financeiro no dia a dia, não se apresenta tão importante nas falas, uma vez que, ao endividar-se para alguém, o retorno existe e faz com que compense estar endividado. Por isso os entrevistados entram nesse endividamento contínuo, o qual faz parte da vida prática de todos eles. Ou seja, extrapolar no cartão de crédito, entrar em cheque especial, não conseguir pagar, pegar empréstimos no banco ou consignado fazem parte da rotina deles. Como essas dívidas são para o bem de alguém, elas são feitas sem medo, já que a retribuição existe, portanto a relação dadivosa consegue fazer com que a espiral da Dádiva continue a existir e que os sujeitos se entreguem mais.

No ciclo de dar-receber-retribuir, os bens oferecidos são utilizados como o primeiro ato (dar). Esses servem como meios de demonstração simbólica da importância dos laços sociais, ou seja, uma maneira que auxilia na regularidade da Dádiva. O segundo ato (receber) é quando o sujeito de devoção recebe ou recusa o bem oferecido, porém, nas entrevistas, viu-se que todos os bens foram aceitos. Já o ato de retribuir é o *feedback* que o receptor dá às

intenções do oferente (por exemplo, a dívida, o nome, um produto), e este se doa com mais entrega e dedicação.

A compra dos bens possibilita o fortalecimento dos laços sociais pela intenção e pelo prazer no gesto que o produto proporciona. Além disso, promove interação e sociabilidade entre os envolvidos. O intuito dos bens está na sua função simbólica, e não no seu valor monetário. Como explicita Gell (2008), mesmo os itens mais efêmeros continuam a existir sob a forma das relações sociais, por exemplo, um almoço de domingo em família, a comida pode ser considerada um item efêmero, já que o propósito do almoço é saciar uma necessidade básica, a fome. Porém, a comida oferecida, a mesa e os talheres postos mostram como esses objetos se colocam sob a forma de relações sociais, isto é, o que esse evento (almoço de domingo) proporciona na família.

Portanto, a função da dívida é a compra de produtos e serviços que ajudem no processo da dádiva positiva. Em suma, os fatores desencadeadores da dívida fizeram com que a dinâmica familiar fosse reestruturada, e, para que os laços de dádiva permanecessem, a compra de bens foi um meio para o fortalecimento dos vínculos sociais. Já que a representatividade dos bens, sua dimensão simbólica está na intenção oferecida.

5.2 Dívida para os outros: Dádiva Negativa

A Dádiva Negativa é aquela em que o ciclo completo da dádiva não acontece, ou seja, há uma quebra nesse movimento, o que ocasiona fim dos laços sociais. Nesse tipo, não há retribuição, já que, para se livrar de relações dadivosas, o sujeito tenta liquidá-las por meio de práticas egoístas e de atitudes individualistas. Para tanto, ele transfere essa relação de significado dadivoso para um significado utilitário e mercantil no intuito de que o outro entenda que esses laços estão liquidados e não há sentimento de “eu devo tanto a ele, por isso eu doo”.

Nas entrevistas, quatro entrevistados foram categorizados como dádiva negativa. Esse endividamento foi feito para alguém ou fez parte da sua história, porém o resultado foi a não retribuição das pessoas envolvidas na relação dadivosa. O quadro 13 esquematiza como acontece o desencadeamento dessa dádiva na dívida.

Laços de dádiva estabilizados → Compra de bens para os outros → Momento de instabilidade/Consequência do momento de instabilidade → Dívidas → Utilitarismo na relação → Não retribuição e laços de dádiva quebrados 

Quadro 13 – Modelo de Desencadeamento Dívida-Dádiva Negativa
Fonte: Autor

Nas histórias de vida, os laços de dádiva existem e acontecem trocas dadivosas. A compra de bens ocorre como forma de dar ou retribuir um ato a alguém, e essas compras existem porque os sujeitos estão envolvidos nessa trama. Em algum momento, ocorre um episódio de instabilidade como o uso egoísta do bem, a decisão de parar de pagar ou a não obtenção de ajuda no pagamento e mentiras. As dívidas são decorrentes desses momentos de instabilidade. O resultado disso é o fim da relação, uma vez que o sujeito não retribuiu os atos de dar e utiliza da dívida como modo de liquidar a relação por meio de atitudes utilitárias. Daí ocorre a não retribuição e quebra do ciclo dadivoso.

5.2.1 História da Dívida na Dádiva Negativa e Contexto Doméstico

Os fatos da vida dos entrevistados entrelaçam-se ao endividamento, ou seja, as dívidas são um aspecto importante para que as relações dadivosas sejam rompidas ou não. Nesse caso, a dívida para os outros, em que o resultado é uma dádiva negativa: as dívidas foram determinantes para que as relações de dádiva fossem findadas. Um fato interessante é que em todas as entrevistas as relações foram mercantilizadas. Isto é, apesar de o indivíduo oferecer e querer ainda fortalecer os laços sociais, o interesse do sujeito de devoção é sempre mercantilizar, ou seja, utilizar de atitudes utilitárias e egoístas para pôr um fim na relação.

Mônica tem 45 anos, é separada e tem filho. O pai dela tinha um comércio familiar e sustentava os dois filhos com essa empresa. Mônica fez faculdade em Bauru (nessa fase, o pai ainda bancava os estudos) e começou a trabalhar nessa cidade. Em 1990, o pai abriu o jogo e relatou a dificuldade financeira que estava passando. Diante disso, ela resolveu voltar para Uberlândia para, segundo ela, “ver no que podia ajudar”. Então, largou o seu emprego na Tilibra em Bauru e retornou. Começou a trabalhar na empresa para ajudar na loja e a

solucionar o problema financeiro. Na época, ela descobriu que o rombo financeiro e as tamanhas dívidas eram em razão do pai estar sustentando além da sua família, a amante. Para isso, ele começou a tirar dinheiro da loja e, como as contas ficavam no vermelho, ele fez mais dívidas com bancos, financeiras e agiotas para conseguir sustentar a família. Apesar dos momentos turbulentos, Mônica ainda ficou trabalhando na loja para tentar ajudar o pai, porém, em 1998, teve que decretar falência. Assim Mônica, além de ver o pai com dívidas, teve prejuízos, pois estava como sócia na empresa. Devido as dívidas que o pai fez, hoje ela não pode ter conta em banco e nenhum bem no seu nome, senão o Estado confisca qualquer valor. Esses fatos trouxeram prejuízo para a sua vida. Nesse caso, a dívida foi feita para fora da família e ocasionou uma falência e fim do relacionamento entre pai e filha. Segundo ela, são ótimas as lembranças da infância. Como ela mesma diz:

“Sabe as coisas que você estuda na escola, hoje em dia eles nem dão muito, porque cada família é de um jeito. Mas quando a gente aprendia, eu tenho 45 anos. Então tinha aula de Educação Moral e Cívica, que era assim...aquela foto bonitinha do pai, a mãe fazendo tricô sentada com os meninos brincando no tapete, vendo televisão. A gente tinha mais ou menos aquilo ali.”

As dívidas tiveram o fim de cobrir um dinheiro que estava indo para fora do contexto familiar, e elas viraram uma “bola de neve”, pois o pai fez mais dívidas para cobrir outras passadas. Esse acontecimento trouxe consequências negativas para a família.

Teresinha é mãe de Mônica, tem 69 anos, tem dois filhos e é separada. A filha e o neto moram com ela. O relato de Teresinha é quase o mesmo de Mônica. Na verdade, a história começou a ter mais sentido com Mônica, uma vez que Teresinha não queria que fosse gravada a entrevista. As diferenças dessas duas entrevistas foram a visão que cada entrevistada relatou e outros detalhes pelos quais foi possível melhor compreensão de toda a história.

Segundo Teresinha, o ex-marido começou a fazer dívidas em bancos e lojas financeiras para manter três famílias: a sua própria família, a mãe e a tia e a amante. Para ela, tudo foi feito sem planejamento, pois o ex-marido não pegava o dinheiro da loja para reinvestir e usava para gastos pessoais. As dívidas foram aumentando e ele fez outras dívidas para cobrir antigas. Isso afetou a família inteira, pois os nomes da esposa e da filha sujaram, já que elas eram sócias. Apesar desse acontecido, a estrutura da família continuou. Para ajudar a salvar o negócio da família e sanar as dívidas, a esposa vendeu uma casa de herança, com a esperança de que as dívidas acabassem. Porém, mesmo com o dinheiro da herança, ainda havia dívidas. Depois de certo tempo, o marido teve outro caso extraconjugal, e segundo ela, depois de “muita cachorrada”, ela se separou. Hoje, vive de uma pensão alimentícia do ex-

marido. Ele entrou na Justiça contra ela para cobrar aluguel da casa onde ela vive com a filha e o neto. O ex-marido vive com sua nova esposa na casa de uma tia já falecida.

Adrielly tem 22 anos, é casada e sua profissão é manicure. Ela relata que quem a criou foi o pai, pois quando ela tinha 6 anos de idade a mãe largou a família. Há pouco tempo, ela retornou o contato com a mãe. Como ia casar, ela “achou bonitinho ter a família toda no altar”, então foi procurar a mãe para ver se ela aceitava ir ao casamento. Segundo Adrielly, a mãe havia sumido no mundo e “graças ao homem que ela está casada agora quietou”, por isso foi possível encontrá-la. Ela diz que a relação com o pai é ruim, agradece ter cuidado dela e dos irmãos, mas ele nunca soube conversar com os filhos, não dava conselhos, gritava muito. Adrielly relata que se sente “mais ou menos em família”, pois, quando precisa de ajuda, dificilmente a tem.

As dívidas feitas foram em razão da abertura de um salão de beleza em sociedade por ela e suas amigas. Como essas amigas tinham o nome sujo, ela emprestou o seu para fazer compras. O salão inteiro foi construído por meio de empréstimos e prestações que viraram dívidas. O que aconteceu foi que as amigas não honraram as contas e não pagaram, e Adrielly ficou então com o nome negativado também. Ela relata que antes desse episódio, era usual as amigas fazerem compras em lojas de roupa com o nome dela, às vezes pagavam, às vezes não. A justificativa da abertura desse salão foi que as amigas a chamaram para participar. Foi indagado como seria feito isso, segundo ela, as amigas disseram que dariam um jeito e “então, a gente foi sair para caçar as coisas. Foi comprando, comprando...comprando....dividindo as prestação, as parcelas”.

Monalisa tem 24 anos, é separada, tem uma filha e sua profissão é serviços gerais num salão de beleza. Ela entrou em dívidas em razão de uma moto que comprou financiada. Na época, em 2010, ela era casada, e a compra dessa moto ocorreu para trazer comodidade para ela e o marido. Ou seja, o intuito da compra era a facilidade que a moto iria trazer, pois ela não andaria mais de ônibus, ele a levaria e a buscaria no trabalho, e traria lazer para o final de semana. Ela diz que os gastos aumentaram com a moto, e mesmo assim, ela ia e voltava de ônibus para o trabalho, pois o marido usava a moto só para si. Monalisa já não dava conta de pagar. Junto a esses débitos, a dívida aumentava, pois havia juros e multas. Consequentemente, o seu nome foi para o SPC; ela que diz como “o nome estava sujo mesmo, então eu não vou pagar”. Segundo ela, o marido não a ajudou nesse momento de dificuldade. Houve problemas no casamento, e eles se separaram. Com a separação, ela resolveu devolver a moto (decisão que foi tomada sozinha, ela somente avisou ao marido que

a financiadora iria pegar), mudou para a casa dos pais, pois os gastos aumentaram muito, uma vez que o marido não paga até hoje pensão alimentícia para a filha.

5.2.2 Contexto da Dívida Negativa: Dar-Receber-Não Retribuir

A Dívida Negativa acontece quando o oferente ou o receptor põe fim ao círculo dadivoso, ou seja, por alguma razão alguém coloca um fim no relacionamento, com isso não há mais laços sociais entre eles. Para esse tipo de dívida acontecer, o sujeito mercantiliza a relação, deixa isso claro com demonstrações, indiferença e utiliza de trejeitos utilitários. Entrar em dívida por alguém, nesse caso da dívida negativa, trouxe resultados ruins que afastaram oferente e receptor.

No caso de Mônica, ela não entrou em dívidas para alguém. Na verdade, as dívidas para ela se colocaram como um fato que a fez voltar para Uberlândia para ajudar o pai no momento de dificuldade financeira. Como ela mesma relata, o pai a criou, deu educação e a manteve em Bauru para fazer faculdade, então ela sentiu que devia voltar “para ver no que podia fazer”. Um caso interessante é que ela voltou por livre espontânea vontade, o que é uma das características da Dívida. Até esse momento, tudo se coloca como uma dívida completa, ou seja, a retribuição de Mônica seria voltar a Uberlândia e ajudar na empresa. Essa retribuição foi até maior, pois ela largou seu emprego em Bauru e começou a trabalhar na loja do pai. O círculo se completaria, se não fosse o retorno do pai com a família, que não aconteceu. Ele continuou a fazer mais dívidas e a ter casos extraconjugais.

Portanto, para o pai, não houve o ato de dar (dar como retribuição). A dívida não foi para dentro do círculo familiar, e sim para a amante. A relação de dívida acabou pois o próprio pai começou a mercantilizar. Exemplo disso são ele cobrar na Justiça o aluguel da casa onde Mônica, seu filho e Teresinha moram; ele liga para filha somente para perguntar do dinheiro. Mônica cuida do imposto de renda dele devido a problemas com o Estado, uma vez que o pai não pagou os impostos e o nome de Mônica também teve problemas, já que ela era sócia. Ela relata que perdeu um pedaço do pai, pois os pais podiam se separar e ela continuar a ter um pai, porém não foi isso que aconteceu. Mônica usa muitas palavras de decepção, “cúmulo do desaforo”, pelas atitudes do pai; sua vontade era ter dinheiro para sair da casa e pagar aluguel para um terceiro. Isso retrata a dívida negativa, pois, nas relações dadivosas, não há cobrança financeira ou sentimento negativo em relação ao outro. Ela demonstrou, na entrevista, o que fez por ele e disse que já responsabilizou o pai que ele tem “50% de crédito

na criação do neto”, que ele poderia ajudar na criação do mesmo até os 15 anos de idade, para que ela pudesse fazer uma pós-graduação e melhorar na sua profissão.

No caso de Mônica, pode ser observado como as trocas de dar-receber-retribuir não aconteceram:

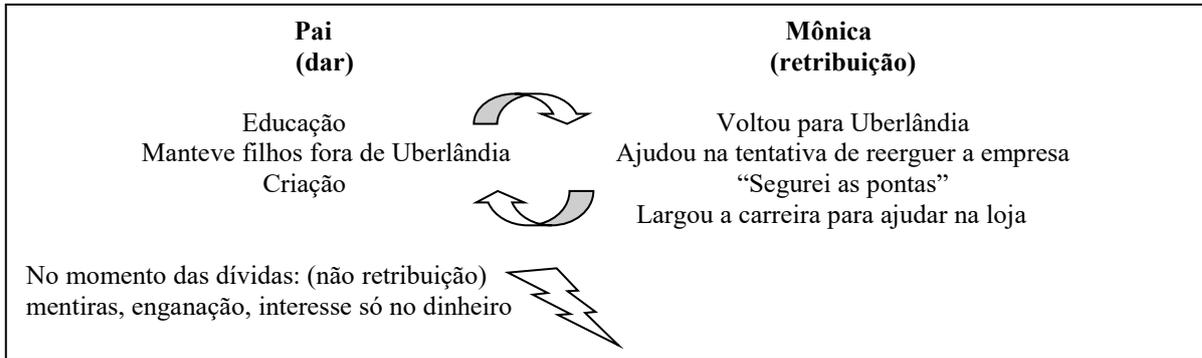


Figura 25 - Não Retribuição Mônica

Fonte: Autor

No mesmo caso, Teresinha (mãe de Mônica) não entrou em dívidas para ninguém. Na verdade, as dívidas ocasionaram a ruptura no círculo familiar dadivoso. A partir do momento em que o marido abriu o jogo, em 1990, e contou sobre a dificuldade financeira e o caso extraconjugal, ela diz que o relacionamento mudou. Para ajudar a salvar o negócio da família e acabar com as dívidas, ela vendeu uma casa que era herança de seus pais. Para usar essa herança ela teve que convencer seus dois irmãos a vender a casa para que ela tivesse dinheiro para ajudar no problema financeiro do ex-marido. Apesar da venda da casa e do uso do dinheiro dessa herança para liquidar as dívidas, no decorrer do tempo, ela descobriu que as dívidas eram maiores do que ela imaginava. Segundo ela, o ex-marido continuou a ser o mesmo, apesar do perdão da ex-mulher, o que ocasionou a separação e o não contato com a família. Nesse ciclo de dádiva, ela ainda tentou salvar a relação, porém o marido retribuiu com mais ingratidão (figura 26).

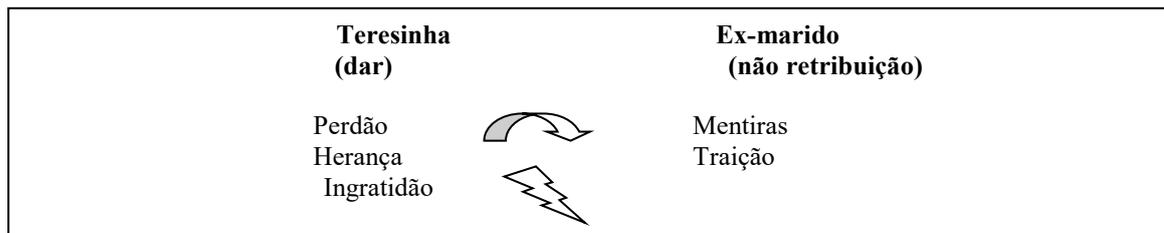


Figura 26 – Não Retribuição Teresinha

Fonte: Autor

A dívida para os outros, nesse caso exteriorizada para fora do núcleo familiar, fez com que a dádiva fosse rompida e os laços com a família acabaram, desde a relação marido-esposa, pai-filhos até avô-neto. Segundo Teresinha e Mônica, nem mesmo os parentes dele têm contato com ele, pela forma como agiu. Hoje o único relacionamento que ele tem é a nova esposa.

No caso de Adrielly, percebe-se que a falta de círculo dadivoso na família foi encontrada por ela nas amigas. Segundo ela, “era Deus no céu e elas na Terra”. Para demonstrar o quanto eram amigas, ela reforça na entrevista:

“E eu sempre ia casa delas, no meu horário de almoço. Para você ver o tanto que a gente era amiga. Aí eu saía no meu horário de almoço e ia para lá. Eu fazia almoço para elas.” [...] Porque a gente era muito amiga mesmo. De sair, de contar coisa da vida pessoal da gente, sabe? Aí depois dessa do meu nome, acabou a graça. Agora a gente quase não tem contato”

Essa amizade tão forte e de entregas fez com que Adrielly abrisse o salão com as amigas, porém os empréstimos e contas iam para o seu nome, já que os das amigas estavam sujos. Ela achava que os gastos seriam honrados, porém o que aconteceu foi que as amigas começaram a tratá-la com indiferença. O salão começou a lucrar, e Adrielly crê que “o dinheiro começou a subir na cabeça”, e elas mudaram. Os seguintes relatos mostram fatos sobre como essa dádiva começou a ser rompida.

“Aí eu fui vendo que elas foram me tratando indiferente, sabe? Sendo que eu ajudei em tudo no salão. Sempre tava ali ajudando. Aí elas foram me tratando indiferente, aí eu fui virando empregada e saí. Começou a me mandar, fazer falta de educação na frente dos clientes, sendo que era uma sociedade. Como éramos sócias, tinha que chegar num cantinho as três, reunir e conversar. Aí foi me tratando igual empregada, gritando comigo na frente dos outros” ... “Cansei de emprestar meu nome para elas em loja e elas me ferraram. Meu nome tá no SPC até hoje por causa de loja.”

A figura 27 mostra como as trocas de amizade dadivosa não ocorreram.

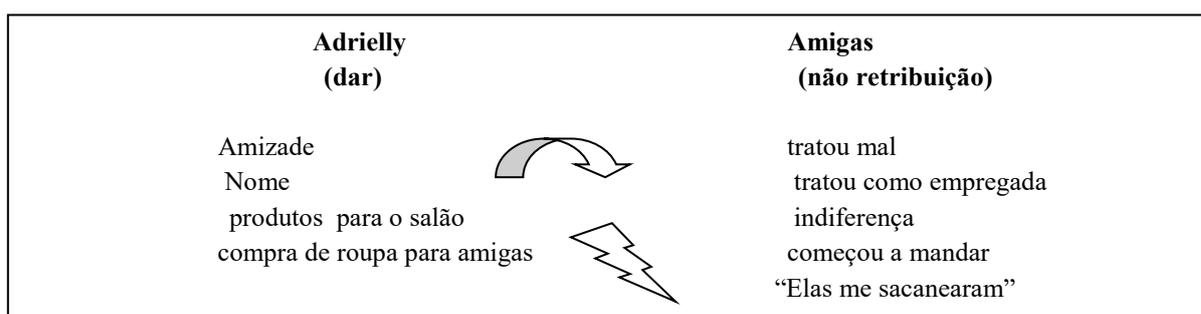


Figura 27 – Não Retribuição Adrielly
Fonte: Autor

Essas demonstrações de não retribuição mostram como o sujeito coloca fim aos laços sociais, pois, por exemplo, tratar como empregada é uma demonstração de que a relação de amigas virou uma troca utilitária de “mandar e obedecer”. E não era assim que Adrielly reconhecia essa relação. O fim aconteceu na medida em que essas dívidas não conseguiram suportar a relação, uma vez que a retribuição negativa não compensa endividar-se por alguém. Até certo momento isso compensou para Adrielly, mas o episódio do salão de beleza foi o ato final para ela reavaliar essa amizade e findá-la.

Para Monalisa, o contexto da dádiva negativa iniciou depois da compra da moto. No relato de Monalisa ela mostra o significado da moto:

“Eu esperava que o casal ficasse mais unido, até mesmo para sair, para locomover. Não só sair para trabalhar, mas no final de semana, que nos uniria mais para sair. Não precisaria sair só um, porque ele não gostava de andar de ônibus. Eu pensava que no meu casamento eu ia ter retorno, pensei, vai facilitar a gente vai chegar mais cedo, vai tá mais descansado. No final de semana a gente ia poder sair, ia ter lazer”.

Porém, ela viu que o que ela esperava não aconteceu: “E foi ao contrário, no meio da semana às vezes eu tinha que voltar de ônibus e aí eu já gastava do meu bolso. Chegava no final de semana ele ia pra mãe dele, enquanto eu tava arrumando a casa. E ele só chegava no outro dia, meia noite, uma hora, duas horas. Eu esperava uma coisa e na verdade....”.

Depois de todos esses ocorridos, ela começou a perceber como essa relação dadivosa tinha somente uma ação unilateral, então foram enfraquecendo-se os laços até ocorrer a separação. Monalisa viu que ficou fora do círculo dadivoso e começou a perceber que não compensavam os gastos e o esforço nessa relação. A figura 28 retrata o ato de dar e a retribuição que não ocorreu.

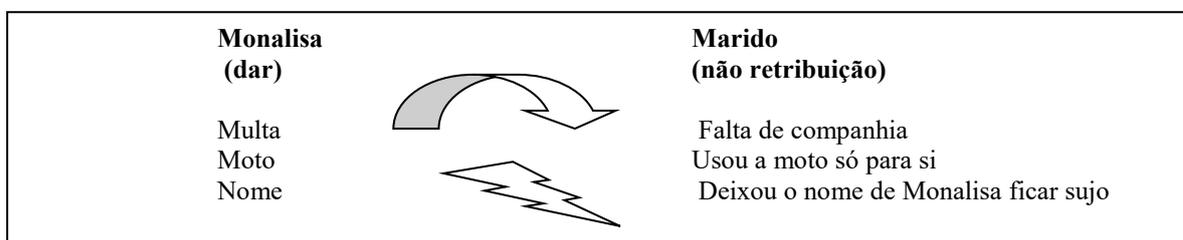


Figura 28 – Não Retribuição Monalisa
Fonte: Autor

Em todos os casos, o que se pode observar são fatos utilitários que colocam fim na relação dadivosa, ou seja, tratar com indiferença, fazer uso egoísta de um bem em comum,

mentir, não retribuir etc., em suma, não colocar as pessoas da relação dadivosa no usufruto dos bens. Portanto, nessa dívida, o fim dela não é o outro, mas sim para fora desse laço social.

5.2.3 Outros Apontamentos da Dádiva Negativa na Dívida

Uma dádiva negativa, diferente da positiva, não traz realizações, conquistas ou sonhos, o que acontece na verdade é o contrário, o não acontecimento de projetos de vida em comum. Portanto, nenhum entrevistado citou realização de algo entre si e o sujeito de devoção.

As histórias de vida e dívida estão sempre ligadas, no começo, à presença de um círculo dadivoso, e logo depois ocorre algum evento que faz estremecer as relações, até que acontece a quebra dos laços sociais. Esses eventos estão ligados à prática individualista da pessoa.

Quando citam algo sobre sentimento dadivoso, é com sentido negativo, ou seja, da falta de reconhecimento pelo outro e da não continuação das trocas de dar-receber-retribuir. Isso pode ser visto nos seguintes relatos:

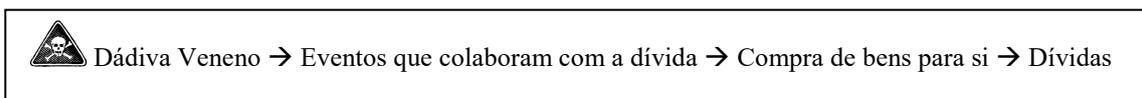
Mônica: “O pai do meu menino não me ajuda financeiramente, a relação terminou, terminou. Mas tudo bem, sem briga, sem nada, civilizadamente. Mas ele não me ajudava. E o meu pai, e tantas vezes eu vejo os pais ajudarem os filhos, ajudar no começo de vida”

Monalisa: “Depois eu vi que não, vi que era uma pessoa que não tinha interesse de crescer, porque não fez nem questão de limpar o nome pra comprar uma casa própria.”

5.3 Dívida para si: Dádiva Veneno

A Dádiva Veneno é aquela em que um sujeito crê que se doa bastante na relação, mas a retribuição nunca é suficiente. Assim, vive-se num mundo de regras determinadas, em que a retribuição nunca é satisfatória, já que visa que o outro dê o que ele espera ou mais. Porém a dádiva não visa à equidade, ela é livre e depende de cada pessoa envolvida nesse círculo, ou seja, ninguém pode determinar o comportamento do outro. Logo, a Dádiva Veneno entra numa relação neurótica que impõe cobranças.

Nas histórias de vida relacionadas à Dádiva Veneno, percebe-se que os relatos sobre a relação do entrevistado com a família mostram episódios ruins de cobrança, de brigas, de sentimentos blasé e de distância. Esses eventos, como viagem, expulsão de casa, falta de contato com a família e visão individualista fazem com que o sujeito faça compras para si. Estas ocasionam dívidas, já que não há ninguém a recorrer ou são uma forma de transgressão de família e a Dádiva Veneno tem influência nesse desencadeamento. O quadro 14 ilustra o desencadeamento da dívida.



Quadro 14 – Modelo de Desencadeamento Dívida-Dádiva Veneno
Fonte: Autor

5.3.1 História de vida na Dádiva Veneno e Contexto Doméstico

As histórias de vida e dívida entrelaçam-se na Dádiva Veneno quando os entrevistados relatam passagens ruins durante sua trajetória de vida em relação a família. A dádiva veneno é aquela relação em que o sujeito se doa tanto e demanda uma retribuição de outrem que cria uma relação neurótica. Uma vez que essa retribuição precisa ser livre, é necessário que o outro se sinta com vontade de retribuir numa ação. Esse tipo de dádiva, segundo Goudbout (1999), acontece dentro da família.

Nos depoimentos, os entrevistados não gostam de citar os parentes, quando é indagado o tema família ou dão respostas curtas ou pedem para não tocar no assunto. O que parece é que a dívida assume um papel de escapar de laços neuróticos. Assim, a pessoa endivida-se para sair do círculo dadivoso, já que ela não consegue retribuir tanto quanto o outro almeja que aconteça, ou também, o sujeito se endivida para si justamente por não ter laços dadivosos completos, já que teve histórias ruins não superadas em relação à família.

Anásia tem 50 anos, é passadeira e diarista, tem três filhos, é casada no papel, mas, há um ano, o marido saiu de casa, segundo ela, “para aprontar”. Ela morava em Brasília, e em outubro de 2011, resolveu mudar para Uberlândia, pois o genro e a filha moravam já nesta cidade. A outra filha dela mora em Brasília e o filho mora em Goiânia. Segundo Anásia, as dívidas aconteceram pela necessidade de ajudar os outros. Ela veio de Brasília já com uma dívida de R\$5000 reais que fez para uma amiga. Ela relata que a amiga sofreu muito com o

filho devido a um problema com drogas e, como ela nunca teve dificuldades com os seus, ela se viu na obrigação de ajudá-la. Logo, a sua dívida seria válida, pois ela associa que sua vida é em razão da boa criação que deu aos filhos. Na mudança para Uberlândia, vieram mais dívidas, já que doou todos os móveis da casa para suas amigas e veio para o Triângulo Mineiro só com a roupa do corpo. Chegando à cidade, teve que mobiliar a casa toda, consequentemente houve mais dívidas. A justificativa para todas as suas dívidas é a sua missão de fazer bem ao mundo, a religião evangélica tem bastante influência nas atitudes de Anásia, e todos seus argumentos demonstram a ideologia evangélica.

Alice tem 53 anos, é funcionária da Prefeitura de Uberlândia, é separada e tem dois filhos. Alice foi criada por pais adotivos, e seus pais verdadeiros não foram revelados a ela até a idade de 12 anos. Ela sempre tinha medo de um homem que aparecia na sua casa e na escola para vê-la, pois seus pais adotivos punham medo nela, dizendo que esse homem ia raptá-la. A verdade é que esse homem era o pai verdadeiro dela. Quando ela foi ao enterro desse senhor na casa da madrinha, o filho dessa mulher comentou se Alice era filha do Zé Café (o pai verdadeiro). A partir daí, não teve como mais esconder, e a mãe no caminho de casa, contou a ela a verdade. Alice relata boas lembranças dos pais devido a eles terem a criado como filha, terem lhe dado educação etc. Ela relata que fez o curso de Normal Superior e curso de inglês e até ganhou uma bolsa de intercâmbio para os Estados Unidos, e os pais não a deixaram ir. Ela nunca exerceu profissão. Alice, ao mesmo tempo, em que coloca a importância dos pais na sua vida, comenta que teve uma educação severa e restrita. Os pais nunca a deixaram ter amigos; na sua adolescência quando havia festa de colegas, ela não podia ir, e, quando podia a mãe ia junto. Ela relata que não podia dançar, nem conversar com meninos. Uma vez um colega do curso de inglês foi com ela até em casa para pegar emprestado o caderno e, na porta, o pai gritou com ele e disse que a filha não namorava. Ela diz que morreu de vergonha da atitude do pai. Ela teve um namorado aos 20 anos que foi marcante na história da dívida recente. Ela conheceu esse moço em Ribeirão Preto, no casamento da prima. Os dois se apaixonaram, mas o pai não queria esse relacionamento, até que a prima o convenceu de que ela já estava na idade de namorar, então ele aceitou. O rapaz ia para Uberlândia uma vez por mês, chegava no sábado e ia embora no domingo. Alice relata que, nesse namoro, o pai sentava no sofá, o moço no outro sofá, a mãe numa poltrona e ela em outra. E ela não conversava com ele, só o pai. O relacionamento dela era por meio de cartas. Chegou um momento em que ela descobriu que ele tinha outra namorada em Ribeirão Preto, e o pai a fez terminar o namoro. Tempo depois, ela casou, mas, após quatro anos separou-se. Depois de um tempo, casou novamente, mas separou há seis anos. Os pais morreram vinte

anos atrás, e, a partir daí, ela teve que trabalhar pela primeira vez. Passou num concurso público para professora municipal em 1994, mas não chegou a exercer o cargo, pois foi trabalhar na Souza Cruz. Anos depois, foi demitida e começou a trabalhar como empregada doméstica. Até que, em 2009, fez outro concurso para a Prefeitura de Uberlândia, e exerce o cargo de serviços gerais na Casa da Cultura.

As dívidas infundáveis vieram em 2010, quando ela viajou para Ribeirão Preto. A razão da ida a Ribeirão Preto foi visitar uma tia e rever o antigo namorado. Ela conta que só o viu de relance; como ele já tinha família formada, estava casado e com netos, ela não foi conversar com ele. Alice pegou seus oito cartões de crédito e começou a usá-los sem limites. Como estava hospedada na casa da tia, ela pagou alguns gastos, passeios e presentinhos. As dívidas viraram uma bola de neve, pois ela começou a pagar o mínimo e pegou também empréstimos para saldar alguns cartões.

Norma tem 52 anos, é casada e tem três filhos. Ela é de Monte Carmelo e faz dois anos que está em Uberlândia. Mudou-se por esta cidade oferecer uma estrutura de saúde melhor que Monte Carmelo. Junto com ela veio o marido. Os três filhos são casados, um mora em Catalão, um em mora em Patos de Minas e o outro em Patrocínio. Norma relata distância na relação com os filhos, que eles não lhe dão atenção, não a visitam e que seu sonho era ter tido uma filha, porque a mulher é mais carinhosa que o homem. Ela diz também que se os filhos souberem que ela precisa de ajuda financeira, desligam o telefone, pois não querem ter compromisso. Portanto, sua história de endividamento é para si, pois não tem a quem recorrer. As dívidas vieram para tratamento de saúde, já que hoje ela é aposentada por invalidez devido a um problema na coluna. Seus gastos com consultas, remédios e cirurgia são altos, e as dívidas e os empréstimos consignados são a solução para tratar da saúde.

Aline tem 20 anos, é manicure e mora sozinha. A dívida para si iniciou-se num momento específico da sua vida. A mãe é uma pessoa rígida com ela e crê que a filha tem que seguir o que ela manda. Aos 17 anos, ela começou a namorar. Aos 18, ela conversou com a mãe sobre a vontade de iniciar a sua vida sexual com o namorado; segundo ela, a mãe a recriminou muito. Aline conta que, mesmo assim, ela foi ao médico se informar sobre medicação para se prevenir. Aos 19 anos, ela iniciou a vida sexual; depois de oito meses, ela contou para a mãe. E esse momento foi decisivo para ocorrer as dívidas no futuro. Quando contou, Aline disse que a mãe não aceitou, brigou e a empurrou. A mãe disse que não a aceitaria dentro de casa e ela se mudou de casa para morar sozinha. Ela relata que o clima ficou horrível, não aguentou as agressões e preferiu sair de casa, já que “nos dias de hoje, não

tem isso mais”. As dívidas para Aline vieram desse incidente, uma vez que ela precisou começar do zero e ter maiores responsabilidades, como aluguel, alimentação etc.

Rilnar tem 39 anos, é solteira, mora com a irmã e é professora estadual. A sua história é bastante obscura e não quis aprofundar sobre o tema família. Ela não tem mais os pais e parece que não tem muito contato com a irmã, apesar de morarem juntas. Rilnar relata que só vê sua irmã quando chega à noite da faculdade e ela está na sala ou quando passa pelo corredor. Os irmãos, ela conta que encontra muito pouco. Suas dívidas vieram de um problema por comprar roupas e sapatos. Além das dívidas com cartão, ela pegou empréstimos para pagar essas dívidas. A justificativa dessa dívida seria a necessidade de uma boa apresentação pessoal para os outros. Na entrevista, fica evidente uma preocupação pessoal em como os outros a olham, tanto que as dívidas foram para consumo próprio.

5.3.2 Contexto Dádiva Veneno: Ciclo Dádioso que não ocorre

Na Dádiva Veneno, não há os atos de dar, receber e retribuir, já que o sujeito nessa dádiva não visa à integração com o outro. Logo, a dádiva veneno proporciona que os laços não estejam estreitados, já que, em algum momento ninguém permanece nesse tipo de relação venenosa, uma vez que há cobranças, entretanto o propósito da dádiva é ser livre. A dádiva veneno existe antes da dívida. Diferentemente dos outros tipos de Dádiva-Dívida, em que o resultado da dívida resulta em dádiva positiva ou negativa, nesse caso a Dádiva Veneno influencia na dívida. Isto é, o sujeito faz a dívida para si por não ter laços de dádiva.

No caso de Anásia, ela relata que endividou para a amiga, mas no decorrer da entrevista, percebe-se que ela quer ser vista como uma boa cristã. A igreja evangélica tem muita influência nos seus dizeres. Ela tem uma preocupação em dizer que suas atitudes ocorrem em razão de fazer o bem para o mundo. Porém, no relacionamento familiar, o aprendizado da igreja não se aplica. Endividar para as amigas é para ela ser uma pessoa que faz o bem. E com isso ficou com dívidas. Isso pode ser ilustrado pelo seguinte relato: “eu tô assim, tentando me controlar porque sendo muito boa para os outros, às vezes a gente é ruim para si próprio, né?”

O interessante é que o momento racional de seus argumentos é religioso, de que os seres humanos não se devem prender a coisas materiais, que devemos ajudar ao próximo, que temos uma missão na Terra. Porém as dívidas são uma forma de ela praticar a cristandade.

Até o momento em que aborda o tema família ela se esquivava, não fala muito e diz que ter amigos é preferível que a família. Pode-se observar que a dívida de Anásia, vista superficialmente como uma dívida para as amigas é, na verdade, uma dívida para que ela se sintam bem consigo própria. Seus relatos mostram evidências de que não há uma dádiva familiar plena circulando. Por exemplo:

“Nós somos assim, acho que por sermos descendentes de índio, a gente tem o sangue muito quente. Então, quando um acha que tá com a razão, ninguém mais pode interferir, der as cabeças que der. Mas somos uma família unida, quando um precisa do outro, o outro tá ali para acolher, pra ajudar. Nossa, a minha família é tudo para mim, mas eu nunca gostei de ficar junto. Desde a primeira vez que saí da cidade dos meus pais, que eu nunca gostei de viver pertinho dos meus parentes.”

No decorrer da entrevista de Alice, percebe-se que as atitudes transgressoras são fruto de uma educação severa e sem liberdade, mesmo depois da morte dos pais. As escolhas “erradas” são fruto do passado, no qual não teve oportunidade de agir livremente. Por exemplo, casar com quem não gostava para ter a tão sonhada liberdade para fazer o que quisesse. O resultado foi um casamento de quatro anos e a sua avaliação tardia de que não gostava do ex-marido e que casou para sair de casa. As primeiras férias que teve em toda a sua vida, ela decidiu ficar um mês em Ribeirão Preto para visitar a tia e o ex-namorado que marcou a sua vida. As dívidas foram um modo de ela extravasar uma relação que reprimia no passado, já que não havia trocas, e sim viver segundo as leis dos pais. Portanto, comprar presentinhos para os filhos, pagar gastos na casa da tia, são na verdade, um modo de justificar a sua viagem para Ribeirão Preto. Durante a entrevista, ela contou que só sentiu amor por esse antigo namorado. Alice relata que, na Casa da Cultura, quando há exposições ou eventos, ela vê colegas de escola que hoje são dentistas, médicos e que ela trabalha no local como serviços gerais. Portanto, as dívidas foram mais uma representação da Dádiva Veneno que ainda existe na sua vida. A presença da educação dos pais ainda é viva nas suas atitudes e na sua visão de mundo.

Para Aline, o contexto da dádiva veneno propiciou o surgimento de dívidas. Como chegou um momento em que a pressão foi forte até resultar na expulsão de casa, ela preferiu sair de casa e morar sozinha do que suportar a convivência com a mãe. A visão unilateral da mãe, na qual não houve trocas e era somente seguir regras, pôs fim na relação mãe-filha. Dessa forma, uma relação neurótica faz com que alguém continue a acatar ou saia dessa situação. A decisão de Aline foi sair de casa para que ela pudesse ser livre.

As dívidas de Rilnar podem ser analisadas como uma forma de ser reconhecida pelos outros. Sua relação com a família é distante e ela relata que mesmo com a irmã que mora na mesma casa, ela não tem muito contato. Quando foi aprofundado o tema família, ela disse que preferia não falar. Seus momentos de lazer são ir ao cinema, ler e as atividades que incluem um grupo de amigos. As dívidas vieram com compras de roupas e sapatos para a sua apresentação pessoal. Rilnar deixou bem claro que o modo como estava vestida no dia da entrevista não era o usual dela e que tinha preocupação com a sua imagem. Por isso a compra de sapatos e roupas é para que os outros a vejam bem. Ela precisa de reconhecimento e quer que os outros a vejam com sucesso. Exemplo disso é um fato que ela conta sobre um evento da faculdade no Parque do Sabiá (parque em Uberlândia onde as pessoas praticam exercícios físicos) e ela queria ir de bota. Como estava chovendo, resolveu ir de tênis. Depois que acabou o evento, os amigos resolveram ir ao shopping. Ela relata que se sentiu mal, pois não estava vestida apropriadamente. O que se percebe é que um relacionamento dadivoso familiar deveria proporcionar reconhecimento e bem-estar, que no seu caso, não acontece. Quem proporciona isso são as dívidas, pois os bens comprados permitem que os outros a vejam bem; segundo ela, se os outros a veem bem, ela está bem.

5.3.3 Evidências de Maus Relacionamentos Familiares

Nesse item, serão ilustrados, nas histórias de vida em família, relatos que evidenciam maus relacionamentos, atitudes blasé ou educação severa que não promovem trocas, e sim distanciamento. Consequentemente, corroboram para o aparecimento de dádivas para si.

Anásia: “Porque você é uma pessoa, digamos, você é minha amiga. Então eu acho que você vai me entender mais e não vai me cobrar, não vai querer me interferir, vai me dar um conselho. Não Anásia, assim, isso. E a família já quer resolver, dar palpite, já quer entrar na tua vida e eu não gosto.”

Anásia: “Final de semana eu sou mais na igreja. E quando, às vezes, eles almoçam na minha casa, eu na deles, ou vou para ficar com a minha neta. Mas por a gente ser evangélicos, cada um vai para a sua igreja e às vezes não dá tempo da gente ficar mais tempo.”

Alice: “A única coisa que me revoltava, que eu tava ficando adolescente, mocinha, minhas colegas iam em festinhas, iam no cinema, iam reunir na casa de alguém. minha mãe não deixava e se deixava ia junto. Eu fui num festinha uma vez, minhas colegas tudo dançando, os meninos com as meninas e eu sentada no sofá, porque meu pai não deixava eu dançar. Não podia nem encostar, nem conversar. Tanto é

que foi uma colega meu do curso de inglês, na Barão de Camargo. Ele foi lá em casa, ele faltou um dia e como eu não faltava eu tinha sempre a matéria em dia. Ele faltou e sabia que eu tinha a matéria e ele me perguntou se eu emprestava. Eu falei: empresto, vamos lá em casa que eu te empresto os livros que você põe em ordem a matéria. Eu fui chegando e meu pai tava sentado no passeio com uma vizinha, eu fui chegando e meu pai foi chegando para ele e falou: ó, eu não quero namoro aqui não. Nossa! O moço nunca mais olhou na minha cara. E a vergonha minha? E eu falei pro moço: espera aí. O moço nem esperou os cadernos, o meu pai despachou. Eu não podia passar um esmalte na unha.”

Alice: “E eu fiquei com aquilo na cabeça...e se eu casar? Quem sabe se eu casar eu não preciso dar satisfação. E nesse ponto eu errei com o pai do meu filho Meu pai falou um monte de coisa para ele e não é que ele aceitou? Eu conheci ele dia 5 de junho, dia 3 de agosto eu fiquei noiva e dia 17 de janeiro eu casei, só não casei antes porque não tinha vaga. Para você ver, nunca tinha visto ele, nunca tinha conhecido ele. Namorei, noivei e casei. Mas casei por pirraça do meu pai e ele casou porque gostava. Tanto é que não deu certo.”

Norma: “Porque filho não ajuda, é só dois homens que eu tenho, não tenho filha mulher. Então, as noras mesmo falou quando veio me visitar que eu tinha que ir para um asilo, porque ninguém ia cuidar de mim.”

Norma: “Ai tudo! Nossaa! Uma filha mulher é tudo! Nossa, uma filha mulher é mais carinhosa, mais preocupante, mais, tudo, tudo. Meus filhos não, o caçula passa até, se eu não ligar pra ele, ele não liga pra saber como eu tô. Sou eu que preocupo com ele. O de Patrocínio liga quase todo dia. Mas se eu ligar para ele, a primeira dificuldade, se eu tiver doente, ele já desliga o telefone com medo de eu pedir dinheiro. Então assim, se eu tivesse uma filha mulher era tudo. Me dava mais carinho, tinha com quem eu conversar. Porque é só eu e o meu esposo, ele sai, como ele saiu agora. Fico o dia todo sozinha, assisto televisão.”

Aline: “Porque foi uma briga que não precisava ter acontecido. Ela podia ter conversado comigo. Vou te explicar o porquê da briga. Quando eu fiz 16 anos, 17 anos, eu comecei a namorar. Aí com 18 anos eu queria começar a ter relação com meu namorado. E eu perguntei para ela se eu podia. E ela falou que não. Mas mesmo assim eu fui no médico porque queria tomar remédio, porque se acontecesse alguma coisa, eu tava prevenida. E eu comecei a tomar remédio e ela descobriu do remédio e disse que não queria isso dentro da casa dela. Mas mesmo assim eu comecei a tomar escondido. Aí quando eu fiz 19 anos, eu perdi a minha virgindade, aí com uns 8 meses eu fui e resolvi contar para ela. Ela não aceitou, me bateu, me empurrou, deu briga, eu fui para cima dela, ela foi para cima de mim, o clima não ficou legal. Aí ela me falou que não ia me aceitar lá dentro de casa, eu peguei as minhas coisas e saí. Então, não precisava acontecer isso. Nos dias de hoje, não tem isso mais. Aí eu preferi e saí.”

Rilnar: “Eu moro com uma irmã minha, agora meus outros irmãos é que a gente vê ocasionalmente, às vezes eles vão lá em casa, outras vezes eu vou onde eles trabalham. Porque, como eu trabalho o dia todo e estou estudando à noite, às vezes fica complicado. A minha irmã mesmo, que moro com ela, a gente encontra porque eu moro com ela, porque senão... eu chego em casa muito tarde e levanto muito cedo, às vezes não dá, eu vejo assim porque ela tá lá na sala sentada ou às vezes tá passando pelo corredor. Se não fosse isso, eu acho que a gente ia encontrar muito pouco.”

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta dissertação está inserida nos estudos de Cultura de Consumo e pode ser relacionada com os fatores culturais que influem no Comportamento do Consumidor (KOTLER, 2000, p. 183).

O paradigma da Dívida lança um novo entendimento a respeito do endividamento do consumidor. Isto é, ao utilizar uma perspectiva cultural percebe-se que estar endividado vai além de explicações financeiras, econômicas ou individualistas. Na verdade, a dívida financeira é um dos modos, além do próprio bem, de se ofertar e fazer trocas com os outros, em prol da relação social.

O Consumo como Performance, segundo Holt (1995), faz interface entre as outras categorias de consumo, uma vez que aquele analisa as categorias simbólicas, as significações culturais e as relações sociais nas práticas de consumo. A Dívida pode ser inserida naquela tipologia uma vez que sua perspectiva cultural diz respeito às trocas materiais e subjetivas entre os sujeitos como meio de criação e reforço dos vínculos sociais. O endividamento pela Dívida é portanto uma prática social, no qual um consumo caracterizado pela dívida é nada mais que uma aplicação do Consumo como Performance.

O ato de se endividar representa uma forma de consumo, em que a dívida se torna uma representação simbólica. Isto é, estar em dívida tem um significado cultural pela Dívida como uma tentativa de reestabelecer ou sair das relações sociais. No contexto doméstico o endividamento representa um momento crucial que decidirá qual será o futuro dos sujeitos envolvidos pelos vínculos sociais.

A dívida pode significar endividar-se para os outros a fim de estreitar os laços sociais com os sujeitos de devoção. E dessa forma a espiral da Dívida permanece, quando essa dívida é reconhecida e retribuída (Dívida Positiva). Pode ocorrer dos vínculos serem desfeitos quando não há mais retribuição (Dívida Negativa). E por isso, se doar novamente não faz mais sentido, pois a Dívida não é mais encorajada a acontecer. Ao endividar para si, a Dívida não mais existe, o sujeito se endivida justamente por não ter mais com quem trocar. Há evidências que isso acontece em razão de um passado com maus momentos familiares. Os

momentos contextualizados na Dádiva Veneno mostram que a dívida é consequência de histórias de uma dádiva que se tornou uma relação utilitária, ou seja, quando as pessoas tentam equivaler as trocas.

A intenção das dívidas nas histórias de vida mostra que podem ser relacionadas na trama entre oferente e sujeito de devoção. Portanto, a Dádiva Positiva traz consigo o significado da continuidade dessa relação dadivosa, na Dádiva Negativa a não retribuição acaba ocasionando o fim dos vínculos sociais e na Dádiva Veneno a dívida monetária é a representação da falta de pessoas com quem ter essas trocas dadivosas. Seja qual for o tipo de Dádiva na dívida é possível compreender que todas levam a esse endividamento sem fim (figura 29).

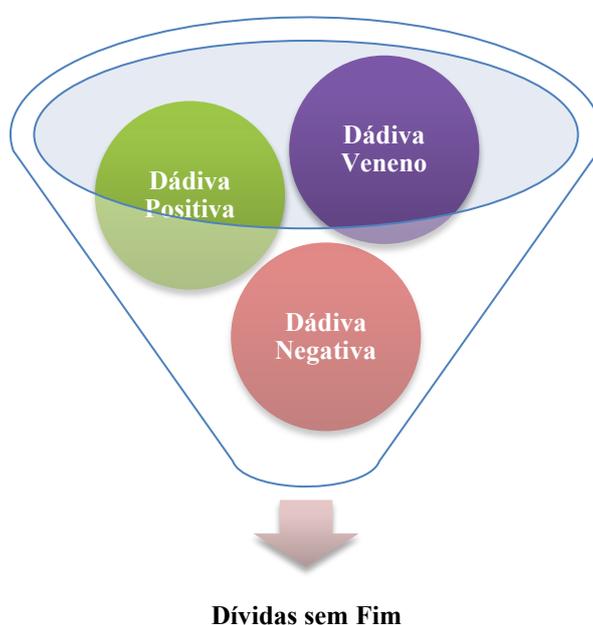


Figura 29 – Dádivas-Dívidas que levam ao Endividamento Contínuo
Fonte: Autor

O sacrifício, os bens, as trocas e a dívida monetária tem um papel nas relações de dádiva, elas servem como elos entre o plano sagrado e profano. Nos vínculos sociais entre família e amigos trocam-se saberes, cerimônias e vivências. E isto proporciona as pessoas adentrarem num ciclo de trocas, o que comprova que a Dádiva está viva. Uma vez que o reconhecimento e a retribuição são as molas propulsoras na continuação dos laços dadivosos. Isto causa ao doador mais vontade de se doar e o mesmo acontece com o receptor que, num outro episódio, se torna doador.

A história de vida mostrou-se um elemento essencial para captar os relatos dos entrevistados e fatos episódicos subjetivos daquilo que configura a dívida e a vivência dos interlocutores. Pode-se observar como os relacionamentos e as trajetórias acontecidas no passado podem ter tido influência ou continuar a ter na vida presente e como isso afeta o modo como ocorre esse endividamento contínuo. Ao utilizar de uma “entrevista aberta”, as pessoas se sentiram à vontade e criaram empatia para abrirem o livro de suas vidas. E, dessa forma, foi possível para o pesquisador entender profundamente essas dívidas sem fim.

A Dívida apresenta-se como uma teoria que pode compreender melhor os atos dos consumidores. A dívida pode ser considerada como um meio para a entrega nas relações dadas. E não deve ser analisada somente como uma consequência monetária que dá acessibilidade a um determinado bem físico.

Uma forma de empoderar o consumidor é mostrar que as relações de Dívida ou o reconhecimento dos outros (exemplo, ser percebido como um bom pai) não devem ser baseados na dívida monetária. Uma vez que o papel dos bens no ciclo dar-receber-retribuir é apenas figurante, já que as ações dos sujeitos (como o prazer no gesto) são o que os mantém envolvidos nesse espiral da Dívida.

O governo pode utilizar desta pesquisa e criar políticas públicas e campanhas de educação com foco na educação financeira daqueles que vivem em um endividamento sem fim. Uma vez que essas dívidas criam um círculo vicioso, o qual as pessoas endividadas não conseguem sair.

No Marketing esta pesquisa contribui teoricamente, pois utiliza de um enfoque ainda não abordado nesse campo de conhecimento. Isto é, o processo de manutenção de laços sociais que criam relações mais duradouras.

A intenção desta dissertação é mostrar por meio da Cultura de Consumo um problema recorrente da população brasileira, o endividamento. Principalmente no contexto atual do Brasil que a taxa de crédito e o poder de consumo aumentaram consideravelmente.

O que se deve salientar é que a dívida monetária não deve ser o fator para criar ou manter ou desfazer as relações sociais, mas sim, é o plano sagrado que mantém as relações dadas entre as Pessoas.

6.1 Sugestões para Estudos Futuros

Tendo em vista esta pesquisa embrionária a respeito do endividamento contínuo à luz do Princípio da Dádiva são apresentadas a seguir algumas sugestões de estudos futuros para complementar e aprofundar esta dissertação.

- a) Dar prosseguimento a pesquisa a partir do ponto de vista de quem recebe a oferta. Isto é, entender se esse ciclo é percebido da mesma maneira pelo sujeito de devoção, se o próprio faz dívidas e se tal ato é repassado por gerações.
- b) Expandir o campo do endividamento e verificar se há relação entre Dádiva e dívidas que estão dentro do orçamento do indivíduo
- c) Desenvolver mais profundamente a tipologia Dádiva-Dívida
- d) Relacionar dívida e religião, uma vez que esta pesquisa mostrou fortes evidências das religiões católica e evangélica, isto é, a ideologia religiosa nas práticas de endividamento, a relação de Deus, dinheiro e dívida.
- e) Tendo como base o estudo de Warde (2005) sobre teoria da prática e consumo, relacionar as práticas de endividamento no consumo.

REFERÊNCIAS

ABDALA, Paulo Ricardo Zilio; MOCELLIN, Gabriel de Macedo Pareyron. Ecovillages and Permaculture: a Reference Model for Sustainable Consumption? In: Encontro da ANPAD, 34, 2010, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2010. 1 CD-ROM.

ABREU, A Troca das Palavras e a Troca das Coisas. Política e Linguagem no Congresso Nacional. **Mana**, n. 11, v. 2, p. 329-356, 2005.

AGARWAL, Sumit; LIU, Chunlin; SOULELES, Nicholas S. The Reaction of Consumer Spending and Debt to Tax Rebates—Evidence from Consumer Credit Data. **Journal of Political Economy**, v. 115, n. 6. p. 986-1019, 2007.

AIZCORBE, Ana M; KENNICKELE, Arthur B; MOORE, Kevin B. Recent Changes in U.S. Family Finances: [evidence from the 1998 and 2001. Survey of Consumer Finances](#), "**Federal Reserve Bulletin**, Board of Governors of the Federal Reserve System (U.S.), issue jan, p. 1-32, 2003

ALLEN, Myria Watkins et al. Imagined interactions, family money management patterns and coalitions, and attitudes toward money and credit. **Journal of Family and Economic Issues**, n. 28, p. 3–22, 2007

ALMEIDA, Stefânia Ordóvas de. A Prata da Casa é Sempre Mais Brilhante? Os Efeitos da Comunidade de Origem no Comportamento dos Consumidores que Participam de Comunidades Virtuais de Marca. In: ENCONTRO DA ANPAD, 34, 2010, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2010. 1 CD-ROM.

APGAUA, Renata. O Linux e a Perspectiva da Dádiva. **Horizontes Antropológicos**, v. 10, n. 21, p. 221-240, 2004

APPADURAI, Arjun. **A vida social das coisas**: as mercadorias sob uma perspectiva cultural. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2008.

AQUINO, Rodrigo Donato; TOMASSINI, Rodrigo. O Consumo para os Estudantes de Administração: Uma Aplicação da Teoria do Núcleo Central de Representações Sociais. . In: Encontro da ANPAD, 33, 2009, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2009. 1 CD-ROM.

ARNOULD, Eric. Consumer Culture Theory: Retrospect and Prospect. *European Advances in Consumer Research*, v. 7, 2006

ARNOULD, Eric; PRICE, Linda. River Magic: Extraordinary Experience and the Extended Service Encounter. ***Journal of Consumer Research***, v. 20, p. 24-45, 1993.

ARNOULD, Eric J.; THOMPSON, Craig J. Consumer Culture Theory (CCT): Twenty Years of Research. ***Journal of Consumer Research***, v. 31, n. 4, p. 868-882, 2005

ARNOULD, Eric; THOMPSON, Craig. Consumer Culture Theory (and we really mean theoretics): Dilemmas and Opportunities Posed by an Academic Branding Strategy. In: BELK, R.; SHERRY, J. (Org). ***Consumer Culture Theory***. Oxford: Elsevier, 2007, p. 3-22.

AYROSA, Eduardo André T.; GOMES, Maurício de Brito. Ouvindo o Silêncio: a Construção Identitária por meio da Prática do Mergulho Scuba como Consumo Hedônico. In: ENCONTRO DA ANPAD, 33, 2009, Rio de Janeiro. ***Anais eletrônicos...*** Rio de Janeiro: ANPAD, 2009. 1 CD-ROM.

BAEK, Eunyoung; HONG, Gong-Soog. Effects of Family Life-Cycle Stages on Consumer Debts. ***Journal of Family and Economic Issues***, v. 25, n.3, p. 359-385, 2004.

BANKS, Sharon K. Gift Giving: a review and an interactive paradigm. ***Advances in Consumer Research***, v. 6, p. 319-324, 1979

BAPTISTA, José Renato de Carvalho. Os Deuses vendem quando dão: os sentidos do dinheiro nas relações de troca no candomblé. ***Mana***, v. 13, n. 1, p. 7-40, 2007

BARBOSA, Livia. ***Sociedade de Consumo***. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BARCELOS, Renato Hübner. O Consumo da Nova Mídia pelos Adolescentes: Um Estudo Exploratório de Motivações e Influências. In: ENCONTRO DA ANPAD, 34, 2010, Rio de Janeiro. ***Anais eletrônicos...*** Rio de Janeiro: ANPAD, 2010. 1 CD-ROM.

BARROS, Carla Fernanda Pereira. Jogando World of Warcraft na Lan da Periferia: Um Estudo sobre Formadores de Opinião e Trocas de Influências no Consumo de Produtos Culturais. . In: ENCONTRO DA ANPAD, 33, 2009, Rio de Janeiro. ***Anais eletrônicos...*** Rio de Janeiro: ANPAD, 2009. 1 CD-ROM.

BAUMAN, Zygmunt. ***Vida a Crédito***. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

_____. ***Vida Líquida***. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

_____. ***Amor Líquido***: sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

_____. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BELK, Russel. Gift Giving as Agapic Love: An Alternative to the Exchange. **Journal of Consumer Research**, v. 20, p. 3939-41, 1993.

_____. Possessions and the Extended Self. **Journal of Consumer Research**, v. 15, set., p. 139-168, 1988.

_____. Gift Giving Behavior. **Research in Marketing**, v. 2, p. 95-126, 1979.

_____. It's the Thought that Counts: A Signed Diagraph of Gift Giving. **Journal of Consumer Research**, v. 3, p. 155-162, 1976.

_____; WALLENDORF, Melanie; SHERRY, John. The Sacred and Profane in Consumer Behavior: Theodicy on the Odyssey. **Journal of Consumer Research**, v. 16, jun, p. 1-38, 1989.

BENSON, Michaela; CARTER, Denise. Introduction: Nothing in Return? Distinctions between Gift and Commodity in Contemporary Societies. **Anthropology in Action**, v. 15, n. 3, p. 1-7, 2008.

BEVILAQUA, Ciméa. Notas sobre a forma e a razão dos conflitos no mercado de consumo. **Sociedade e Estado**, v. 16, n. 1-2, p. 306-334, 2001.

BIZA-KHUPE, Simangaliso. An Alternative Theoretical Perspective to the Analysis of Global Trends on Consumer Debt. **Perspectives on Global Development and Technology**, v. 7, p. 281-303, 2008.

BONSU, Samuel; BELK, Russel. Do not go cheaply into that good night: death ritual consumption in Asante Ghana. **Journal of Consumer Research**, v. 30, jun., p. 41-55, 2003.

BOURDIEU, Pierre. **A Distinção**: crítica social do julgamento. Porto Alegre: Editora Zouk, 2008.

_____. Marginalia. Algumas Notas Sobre o Dádiva. **MANA**, v.2, n. 2, 1996, p. 7-20.

CAILLÉ, Alain. Nem holismo nem individualismo metodológicos. Marcel Mauss e o paradigma da dádiva. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 13, n. 38, 1998.

_____. Introdução: o terceiro paradigma. In: **Antropologia do Dádiva**: o terceiro paradigma. Petrópolis: Vozes, 2002.

CAMPBELL, Colin. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001

CAMPOS, Roberta Dias. Ser Bela na TV: Padrões de Beleza e Imaginário nos Textos Culturais Televisivos. . In: ENCONTRO DA ANPAD, 33, 2009, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2009. 1 CD-ROM.

CAMPOS, Roberta Bivar C.. Utopia e sociabilidade: imagens de sofrimento e caridade no Juazeiro do Norte. **Revista de Antropologia**, v.46, n.1, p. 211-250, 2003

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 6 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

CARNNER, G. B.; KENNICKELL, A. B.; LUCKETT, C. Household Sector Borrowing and the Burden of Debt. **Federal Reserve Bulletin**, USA, issue apr., p. 323-338, 1995.

CARVALHO, Ricardo Augusto Alves; PIRES, Sanyo Drummond. Em Busca de Novas Solidariedades: Os Empreendimentos da Economia Social em Questão. **Sociedade e Estado**, v. 16, n. 1-2, p. 159-185, 2001

CASEMIRO, Juliana Pereira; VALLA, Victor Vincent ; GUIMARÃES, Maria Beatriz Lisboa. Direito humano à alimentação adequada: um olhar urbano. **Ciência & Saúde Coletiva**, v.15, n.4, p. 2085-2093, 2010.

CASTANHEIRA, Maria Eugenia; GUERRA, Ana Carolina Guerra; PEREIRA, José Roberto. Economia Solidária: a ação coletiva sob a ótica da escolha racional e da teoria da dádiva. In: ENCONTRO DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E GOVERNANÇA, 2, 2006, São Paulo. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2006. 1 CD-ROM.

CELSI, Richard; ROSE, Randal; LEIGH, Thomas. An Exploration of High-Risk Leisure Consumption through Skydiving. **Journal of Consumer Research**, v. 20, jun, p. 1-38, 1993.

CHANG, Yunhee; LEE, Ki Young. Household Debt and Marital Instability: Evidence from the Korean Labor and Income Panel Study. **Journal of Family and Economic Issues**, n.27, p. 675–691, 2006

COELHO, Maria Claudia. **O valor das intenções: dádiva, emoção e identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

COHEN, L. **A consumer's republic: The politics of mass consumption in postwar America**. New York: Knopf, 2003.

COLEMAN, Susan. Consumer Debt: Who's at risk? Evidence from the 1998 survey of consumer finances. **Academy of Banking Studies Journal**, v. 1, p. 39-52, 2002.

COLLINS, Daryl. Debt and household finance: evidence from the Financial Diaries. **Development Southern Africa**, v. 25, n. 4, p. 469-479, 2008

CRONK, Lee. Strings Attached. **Sciences**, v. 19, n. 3, p. 2-4, 1989.

CRUZ, Rafaela Costa; PINTO, Marcelo de Rezende. Experiências de Consumo no Natal de Cidades do Interior de Minas Gerais. . In: ENCONTRO DA ANPAD, 33, 2009, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2009. 1 CD-ROM.

CUNHA, Eduardo Vivian da; BARBOSA, Andréa Rodrigues. Reflexos da Cultura Brasileira nas Expressões da Dádiva em Mercados de Troca: O Caso da II Feira Baiana de Economia Solidária. In: ENCONTRO DA ANPAD, 31, 2007, Rio de Janeiro, **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007. 1 CD-ROM.

CUTLER, B. Here Comes Santa Claus (again). **American Demographics**, v. 11, n. 12, p. 30-35, 1989.

DALMORO, Marlon et al. Twitter: Uma Análise do Consumo, Interação e Compartilhamento na web 2.0. In: ENCONTRO DA ANPAD, 34, 2010, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2010. 1 CD-ROM.

DAMATTA, Roberto. **A Casa & a Rua: espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil**. Rio de Janeiro: Rocco, 1995.

DAMO, Arlei Sander. Dom, Amor e Dinheiro no Futebol de Espetáculo. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 23, n. 66, p. 139-209, 2008

DÁVILA, A. **Latinos, Inc.: The marketing and making of people**. Berkeley: University of California Press, 2001.

DEBERT, Guita. Problemas relativos à utilização da história de vida e história oral. In: CARDOSO, Ruth (Org.). **A Aventura Antropológica**. Rio de Janeiro: Zahar, 1986, p. 141-156.

DEW, Jeffrey. Two Sides of the Same Coin? The Differing Roles of Assets and Consumer Debt in Marriage. **Journal of Family Economic Issues**, v. 28, p. 89–104, 2007.

DONADIO, Rosimara; CAMPANARIO, Milton de Abreu; RANGEL; Armênio de Souza Rangel. O papel da alfabetização financeira e do cartão de crédito no endividamento dos consumidores brasileiros. **REMark – Revista Brasileira de Marketing**, v.11, n. 1, p. 75-93, jan/abr, 2012.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.

DOWNS, Carolyn; WOOLRYCH, Ryan. Gambling and debt: the hidden impacts on family and work life. **Community, Work & Family**, v. 13, n. 3, p. 311-328, 2010

DRENTEA, Patricia. Age, Debt and Anxiety. **Journal of Health and Social Behavior**, v. 41, n. 4, p. 437-450, 2000.

DUARTE, Alice. A antropologia e o estudo do consumo: revisão crítica das suas relações e possibilidades. **Etnográfica**, vol. 14, n.2, p. 363-393, 2010.

DUARTE, Luiz Fernando Duarte. Indivíduo e pessoa na experiência da saúde e da doença. **Revista do Museu Nacional**, vol. 8, n.1, p. 173-183, 2002.

DULLO, Eduardo. Uma Pedagogia da exemplaridade: A Dádiva Cristã como Gratuidade. **Religião e Sociedade**, n. 31, v. 2, p. 105-129, 2011

DUMONT, Louis. **Homo hierarquicus**: o sistema de castas e suas implicações. São Paulo: Edusp, 1992.

_____. **O individualismo**: uma perspectiva antropológica da ideologia moderna. Rio de Janeiro: Rocco, 1985.

ELIAS, Nibert. **A sociedade de corte**: investigação sobre a sociologia da realeza e da aristocracia de corte. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

EBOLI, Leticia Ribeiro; DIB, Luiz Antonio. Criação Coletiva na Web 2.0: um Estudo de Caso em uma Empresa Brasileira de Crowdsourcing. In: ENCONTRO DA ANPAD, 34, 2010, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2010. 1 CD-ROM.

FINE, B; LEOPOLD, E. **The world of consumption**. London and New York: Routledge, 1993.

FISKE, J. **Media matters**: Everyday culture and political change. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1994.

FLEC, João Pedro dos Santos et al. Gamers: a Videografic Study of Hardcore Xbox 360 Game Players. In: Encontro da ANPAD, 34, 2010, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2010.

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FONTES, Olivia de Almeida; BORELLI, Fernanda Chagas; CASOTTI, Leticia Moreira. Como ser Homem e Ser Belo? Um Estudo Exploratório sobre Práticas Masculinas de Consumo de Beleza. In: ENCONTRO DA ANPAD, 34, 2010, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2010. 1 CD-ROM.

FORRY, Nicole D. The Impact of Child Care Subsidies on Low-Income Single Parents: An Examination of Child Care Expenditures and Family Finances. **Journal of Family and Economic Issues**, n.30, p. 43-54, 2009

FOURNIER, Suzan. Consumers and their brands: developing relationship theory in consumer research. **Journal of Consumer Research**, v. 24, mar., p. 343-373, 1998

FREITAS, Grayci Kelly A. de; LEÃO, André Luiz M. de Souza. A Elaboração da Face em Comunidades Virtuais de Marca: Um Estudo de Caso Sobre uma Comunidade Virtual de Consumidores de Coca-Cola. . In: ENCONTRO DA ANPAD, 33, 2009, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2009. 1 CD-ROM.

FUSTAINO, Joanna; YAMANOTO, Cleusa Satiko. O Consumo de Crédito no Mercado de Baixa Renda: Fatores Contribuintes para o Aumento das Dívidas. In: ENCONTRO DA ANPAD, 33, 2009, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2009. 1 CD-ROM.

GAIGER, Luiz Inácio Germany. A economia solidária e o valor das relações sociais vinculantes. **Revista Katálysis**, v.11, n.1, p. 11-19, 2008

GARNER, C. Alan. Can measures of the consumer debt burden reliably predict an economic slowdown? **Economic Review - Federal Reserve Bank of Kansas City**, v. 81, n. 4, p. 63-76, 1996.

GELL, A. Recém-chegados ao mundo dos bens: o consume entre os gonde muria. In: Appadurai, A., **A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural**. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2008. p. 143-178.

GIBBS, Graham. **Análise de dados qualitativos**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

GIDDENS, Anthony. **Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age**. Stanford: Stanford University Press, 1991.

GIESLER, Markus. Consumer Gift Systems. **Journal of Consumer Research**, v. 33, n. 2, p.283-290, 2006

GIROUARD, Nathalie; KENNEDY, Mike; ANDRÉ, Cristophe. Has the rise in Debt Made Households more vulnerable? In: **Organization for Economic Co-operation and Development, Economic Working Paper**, p. 1-39, 2006.

GODBOUT, Jacques T. **O espírito da dádiva**. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1999.

_____. Introdução à dádiva. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 13, n. 38, 1998.

GOLDEN, Linda L.; ANDERSON, W. Thomas Anderson; RIDGWAY, Nancy M. Consumer Mobility: A Life History Approach. **Advances in Consumer Research**, v. 6, p. 460-465, 1980.

GONTIJO, Patrícia Maria Oliva. Crédito e Superendividamento: uma análise em busca da concretização do princípio da dignidade da pessoa humana. In: XIX ENCONTRO NACIONAL DO CONPENDI, Fortaleza. **Anais eletrônicos...** Fortaleza: CONPEDI, 2010. 1 CD-ROM.

GRAEBER, David. **Debt: the first 5000 years**. USA: Melville House Printing, 2011.

GUTTMANN, Robert; PLIHON, Dádivainique Plihon. O endividamento do consumidor no cerne do capitalismo conduzido pelas finanças. **Economia e Sociedade**, v. 17, p. 575-610, 2008.

HEMZO, Miguel Angelo; AUGUSTO, Juliana Ferreira. Gastronomia de Luxo: Entendendo as motivações de consumo. In: ENCONTRO DA ANPAD, 34, 2010, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2010. 1 CD-ROM.

HENNIGEN, Inês. Superendividamento dos consumidores: uma abordagem a partir da Psicologia Social. **Revista Mal-Estar e Subjetividade**, v. X, n. 4, p. 1173-1201, 2010.

HITE, R. E.; BELLIZZI, J. A. Salespeople's Use of Entertainment and Gifts. **Industrial Marketing Management**, v. 16, n. 4, p. 279-285, 1987

HOBSBAWN, Eric. **A Era das Revoluções: Europa 1789-1848**. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

HOLT, Douglas B. Does Cultural Capital Structure American Consumption? **The Journal of Consumer Research**, v. 25, jun. p. 1-25, 1998.

_____. Consumers Consume: A Typology of Consumption Practices. **The Journal of Consumer Research**, v. 22, n. 1, p. 1-16, 1995.

IDEC – INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. **Relatório: estudo sobre crédito e superendividamento dos consumidores dos países do Mercosul. Superendividamento no Brasil**. 2008

ILLOUZ, E. Consuming the romantic utopia: **The love and the cultural contractions of capitalism**. Berkeley: University of California Press, 1997.

IRONFIELD-SMITH, Christine et al. Consumer debt in UK: Attitudes and implications. **Journal of Financial Regulation and Compliance**, v. 13, n. 2, p. 132-141, 2005.

JENKINS, H. **Converge culture**. New York: New York University Press, 2006.

KELLY, Luciana Torres de Souza; RIBAS, José Roberto; COSTA, Isabel de Sá Affonso. Atividades Física, Educativa e de Dança: Um Estudo dos Valores dos Consumidores Idosos. In: ENCONTRO DA ANPAD, 34, 2010, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2010. 1 CD-ROM.

KIRBY, Raymond; CAPPS, Oral. Impact of consumer installment debt on food expenditures. **The Journal of Consumer Affairs**, v. 28, n. 1, p. 81-95, 1994.

KOMTER, A; VOLLEBERGH, W. Gift giving and the Emotional Influence of Family and Friends. **Journal of Marriage & the Family**, v. 59, n.3, p. 74-758, 1997.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing: a edição do novo milênio**. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LANGREHR, Virginia B; LANGREHR, Frederick W. Measuring the Ability to Repay: the residual income ratio. **The Journal of Consumer Affairs**, v. 23, n. 2, p. 393-406, 1989.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

LEE, Yoon G.; LOWN, Jean M.; SHARPE, Deanna L. Predictors of Holding Consumer and Mortgage Debt among Older Americans. **Journal of Family Economic Issues**. v. 28, p. 305-320, 2007.

LEVY, Sidney. Symbols for Sale. **Harvard Business Review**, v. 37, jul/ago, p. 117-124, 1959.

LIMA, Diana Nogueira de Oliveira. Antropologia do Consumo: a Trajetória de um Campo em Expansão. **Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais**, n. 41, p.93-108, 1996

LOURENÇO, Cléria Donizete da Silva; PEREIRA, José Roberto. Relações de Troca sob a Ótica do Marketing de Relacionamento e da Teoria da Dádiva. In: ENCONTRO DA ANPAD, 31, 2007, Rio de Janeiro, **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007. 1 CD-ROM.

LYONS, Angela C. A Profile of Financially At-Risk College Students. **The Journal of Consumer Affairs**, v. 38. N. 1, p. 56-80, 2004.

MACHADO, Carlos Henrique et al. Autoconceito e Estilo de Vida de Consumidoras de Moda Feminina no Paraná. In: ENCONTRO DA ANPAD, 34, 2010, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2010. 1 CD-ROM.

MACHADO, Nilson José. A Universidade e a organização do conhecimento: a rede, o tácito, a dádiva. **Estudos Avançados**, v. 15, n. 42, p. 33-352, 2001

MALINOWSKI, B. **Argonautas do Pacífico Oriental**: um relato do empreendimento e da aventura dos nativos nos arquipélagos da Nova Guiné Melanésia. São Paulo: Abril Cultural, 1984.

_____. **Um diário no sentido estrito do termo**. Rio de Janeiro: Editora Record, 1997.

MAUSS, Marcel. Ensaio sobre a dádiva. In: **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: Cosac Naif, 2003^a, p. 183-314.

_____. Uma categoria do espírito humano: a noção de pessoa, a noção de eu. In: **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: Cosac Naify, 2003b, p. 367-397.

MAUSS, Marcel; HUBERT, Henri. **Sobre o sacrifício**. São Paulo: Cosac Naif, 2005.

MATTOSO, Cecília Queirós; ROCHA, Angela. Significado do crédito para os consumidores pobres: identidade, distinção e dádiva. In: ROCHA, Angela. SILVA, Jorge Ferreira (Org.). **Consumo na Base da Pirâmide: estudos brasileiros**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009, p. 75-96

MCCARTHY, Jonathan. Debt, delinquencies, and consumer spending. **Current Issues in Economics & Finance**, v. 3, n. 3, p. 1-6, 1997.

MCCRACKEN, Grant. **Cultura e Consumo**: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MCCLOUD, Laura; DWYER, Rachel E. The Fragile American: Hardship and Financial Troubles in the 21st Century. **The Sociological Quarterly**, v. 52, p. 13-35, 2011.

MELLO, Flávio Citro Vieira de. A Proteção do Sobre-Endividado no Brasil à luz do direito comparado. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo**, v. 1, n. 2, p. 11-38, 2011.

MEWSE, A.J., LEA, S.E.G., WRAPSON, W. First steps out of debt: Attitudes and social identity as predictors of contact by debtors with creditors. **Journal of Economic Psychology**, v. 31, n.6, p. 1021-1034, 2010.

MILLER, Daniel. Consumo como cultura material. **Horizontes Antropológicos**, v.13, n.28, p. 33-63, 2007.

_____. **Teoria das Compras**. São Paulo: Nobel, 2002.

MOORMAN, D. C.; GARASKY, S. Consumer Debt Repayment Behavior as a Precursor to Bankruptcy. **Journal of Family Economic Issues**, v. 29, p. 219–233, 2008.

MOREIRA, Martha Cristina Nunes. Dimensões do associativismo voluntário no cenário das relações entre saúde, pobreza e doença. **Ciência & Saúde Coletiva**, v.15, n.3, p. 917-924, 2010

MOREIRA, Daniel Augusto. **O método fenomenológico na pesquisa**. São Paulo: Pioneira, 2002.

MOURA, Ana Grisanti de et al. As Relações entre Materialismo, Atitude ao Endividamento, Vulnerabilidade Social e Contratação de Dívida para Consumo: um Estudo Empírico Envolvendo Famílias de Baixa Renda no Município de São Paulo. In: ENCONTRO DE MARKETING, 2, 2006, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2006. 1 CD-ROM.

MUNCHMORE, James A. Toward an Understanding Life History Research. In: **Annual Meeting of the American Educational Research Association**, 1999, Montreal. **Anais...**Canada: Montreal, p. 1-31, 1999.

MURRAY, Alan P. Debt and the consumer. **Business Economic**, v. 32, n. 2, p. 41-45, 1997.

MUSTAFA, Muhammad; RAHMAN, N. Matuur. Growths in the U.S. Consumer Debt Outstanding and Major Categories of Consumer Spendings: Macroeconomic Implications from Times Series Evidence. **American Business Review**, v. 17, n. 2, 1999.

NOGUEIRA, Oracy. A “História de Vida”. In: _____. **Pesquisa social: introdução às suas técnicas**, 4 ed. São Paulo: Editora Nacional, 1977, cap. 14, p. 137-148

O’CASS, A.; CLARKE, P. Dear Santa, Do You Have My Brand? A Study of the Brand Request Styles at Christmas Time. **Journal of Consumer Behavior**, v. 2, n.1, p. 37-53, 2002

OLIVEIRA, Josiane Silva de. O Olhar Antropológico do Marketing: Contribuição da Antropologia do Consumo ao Entendimento do Sistema de Produção de Bens e do Comportamento do Consumidor. . In: ENCONTRO DA ANPAD, 33, 2009, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2009. 1 CD-ROM.

OLIVEIRA, Juliana Andréa. O superendividamento do consumidor: aspectos conceituais e mecanismos de solução. **Lex Humana**, v.3, n. 1, p. 92-112, 2011.

O'LOUGHLIN, Deirdre; SZMIGIN, Isabelle. I'll always be in debt": Irish and UK student behaviour in a credit led environment. **Journal of Consumer Marketing**, v. 23, n. 6, p. 335–343, 2006.

OTNES, C; RUTH, J. The pleasure and pain of being close: Men's mixed feelings about participation in Valentine's Day. **Advances in Consumer Research**, v.21, n. 1, p. 159-164, 1994

PATTON, M. Q. **Qualitative Research & Evaluation Methods**. Usa: Sage, 2002.

PACHECO, Natalia Araujo. Ter ou não ter, eis a questão. In: ENCONTRO DA ANPAD, 34, 2010, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2010.

PAGLIONE, Licia Maria; LEITE, Kelen C. Leite. A Economia de Comunhão na Liberdade: um sistema de dom-reciprocidade no sistema econômico capitalista? In: Encontro de Estudos Organizacionais da ANPAD, VI, 2010, Florianópolis. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2010

PALHARES, Cinara. **A tutela do consumidor excessivamente endividado como forma de preservação dos direitos fundamentais da pessoa humana**. 277 f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.

PARKER, Richard; SHATTERJEE, Anindya. Consumer Susceptibility to Credit Debt: Findings from Exploratory Surveys. **Journal of Global Business Issue**, v. 3, n. 2, p. 179-184, 2009

PARSONS, A. G. Brand Choice in gift-Giving: Recipient Influence. **Journal of Product and Brand Management**, V. 11, n. 5, p. 237-248, 2002

PEREIRA, Severino Joaquim Nunes. Entre Dois Mundos: um Estudo Etnográfico sobre a Cultura de Consumo Gay no Rio de Janeiro. . In: ENCONTRO DA ANPAD, 33, 2009, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2009. 1 CD-ROM.

PEREIRA, Gilson R. de M. Regimes de valor, regimes de conhecimento: alguns temas da antieconomia da dádiva. **Educação & Sociedade**, n. 72, p. 73-86, 2000.

PESQUISA NACIONAL DE INADIMPLÊNCIA DO CONSUMIDOR (PEIC). Disponível em: <<http://www.cnc.org.br/central-do-conhecimento/pesquisas/pesquisa-nacional-de-intencao-de-consumo-das-familias-icf-julho--0>> Acesso em: 1 set. 2012

PESQUISA DE INADIMPLÊNCIA DO CONSUMIDOR SÃO PAULO. Disponível em: <<http://www.pesquisasfecomercio.com.br>> Acesso em: 16 out 2011

PINHEIRO-MACHADO, Rosana. Fazendo guanxi: Dádivas, etiquetas e emoções na economia da China pós-Mao. **Mana**, v. 1, n. 1, p. 99-130, 2011.

PINTO, Marcelo de Rezende; LARA, José Edson. Desvendando as Experiências de Consumo na Perspectiva na Teoria da Cultura do Consumo: Possíveis Interloquções e Questões Emergentes para a Pesquisa do Consumidor. In: ENCONTRO DA ANPAD, 33, 2009, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2009. 1 CD-ROM.

PONCHIO, Mateus C; ARANHA, Francisco. Necessidades, Vontades e Desejos: a Influência do Materialismo sobre a Dívida de Consumo dos Paulistanos de Baixa Renda. In: ENCONTRO DA ANPAD, 31, 2007, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007. 1 CD-ROM.

PRESSMAN, Steven; SCOTT, Robert H. Who are the Debt Poor? **Journal of Economic Issues**, v. XLIII, n. 2, p. 423-432, 2009

RADCLIFFE-BROWN, A. R. **Estrutura e função na sociedade primitiva**. Petrópolis: Vozes, 1973

REARDON, K. K. It's the Thought that Counts. **Harvard Business Review**, v. 62, n. 5, p. 136-141, 1984.

ROCHA, Everardo. **Magia e Capitalismo: um estudo antropológico da publicidade**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

ROOKS, Dennis. The Ritual Dimension of Consumption. **Journal of Consumer Research**, v. 12, dez, p. 251-264, 1985.

RUTH, Julie A; OTNES, Cele; Brunel, Frédéric. Gift Receipt and the Reformulation of Interpersonal Relationships. **Journal of Consumer Research**, v. 25, 1999

SAAD, G; GILL, T. An Evolutionary Psychology Perspective of Gift Giving Among Young Adults. **Psychology & Marketing**, v. 20, n. 9, p. 765-784, 2003

SAHLINS, Marshall. **Cultura e Razão Prática**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

SANTOS, Mirela Jeffman dos Santos et al. Água: uma necessidade ou um desejo de consumo? Uma análise dos significados de consumo. . In: ENCONTRO DA ANPAD, 33, 2009, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2009. 1 CD-ROM.

SAUERBRONN, João Felipe Rammelt; TONINI, Karla Andrea Dulce; LODI, Marluce Dantas de Freitas. Consumo do Corpo e Corpo para o Consumo – Um Estudo sobre os Significados de Consumo Associados ao Corpo Feminino em Peças Publicitárias de Suplementos Alimentares. In: ENCONTRO DA ANPAD, 34, 2010, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2010. 1 CD-ROM.

SCHMIDT, L. E. **Consumer rites: the buying and selling of American holidays**. Princeton: Princeton University Press, 1997.

SCHMIDT NETO, André Perin. Superendividamento do consumidor: conceitos, pressupostos e classificação. **Revista da SJRJ**, n. 26, p. 167-184, 2009.

SCHOOLEY, D.; WORDEN, D. D. Fueling the Credit Crisis: Who Uses Consumer Credit and What Drives Debt Burden? **Business Economics**, v. 45, n. 4, p. 266-276, 2010.

SCHWEIG, Cristine; SILVEIRA, Teniza da. A Afinidade com um País Estrangeiro e seus Reflexos na Construção de Significados de Consumo de Alimentos: Mangia Che te fa bene!. In: Encontro da ANPAD, 34, 2010, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2010.

SEEGER, Anthony; DAMATTA, Roberto, VIVEIROS DE CASTRO, E. B. A construção da pessoa nas sociedades indígenas brasileiras. In: OLIVEIRA FILHO, João Pacheco de (Org.). **Sociedades Indígenas e indigenismo no Brasil**. Rio de Janeiro: UFRJ; São Paulo: Marco Zero, 1987. p. 11-29

SERAFIM, Mauricio C.; ANDION, Carolina. Capital espiritual e as relações econômicas: Empreendedorismo em organizações religiosas. **Cadernos EBAPE**, v. 8, n. 3, p. 564-579, 2010

SÉRIE ENDIVIDADOS. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/seu-dinheiro/noticia/2011/07/divida-com-credito-consignado-aperta-orcamento-de-aposentado.html>>. Acesso em: 16 out. 2011.

SHERRY, John F. Gift Giving in Anthropological Perspective. **Journal of Consumer Research**, v. 10, p. 157-168, 1983.

SILVEIRA NETTO, Carla Freitas et al. Significado Cultural dos Bens de Consumo em um Concurso de Beleza Infantil. In: ENCONTRO DA ANPAD, 34, 2010, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2010. 1 CD-ROM.

SIMÕES, Roberta Caldas, SANT'ANNA, Sergio Roberto. A Beleza dos Cabelos Crespos e Cacheados: um olhar a partir de uma Comunidade Virtual do Orkut. In: ENCONTRO DA ANPAD, 34, 2010, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2010. 1 CD-ROM.

SIQUEIRA, Mirlene Maria Matias. Esquema Mental de Reciprocidade e Influências sobre Afetividade no Trabalho. **Estudos de Psicologia**, v. 10, n. 1, p. 83-93, 2005.

SIROTA, Régine. Primeiro os amigos: os aniversários da infância, dar e receber. **Educação e Sociedade**, v. 26, n. 91, p. 535-562, 2005

STONE, Brice; MAURY, Rosalinda Vasquez. Indicators of personal Wnancial debt using a multi-disciplinary behavioral model. **Journal of Economic Psychology**, v. 27, p. 543-556, 2006.

STREHLAU, Vivian Iara; CLARO, Danny Pimentel; LABAN NETO, Silvio Abrahão. Quatro Cidades, Quatro Regiões, Valores Diferentes. . In: ENCONTRO DA ANPAD, 33, 2009, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2009. 1 CD-ROM.

SUAREZ, Maribel Carvalho; MOTTA, Paulo Cesar; BARROS, Carla. Consumo e Castigo: Um Retrato das Relações de Consumo no Seriado “A Diarista”. . In: ENCONTRO DA ANPAD, 33, 2009, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2009. 1 CD-ROM.

TARGINO, Ivan; COUTO, Alberto Ilha. Política de crédito e endividamento de trabalhadores assentados: o caso da Zona da Mata Paraibana. **Emancipação**, v. 7, n. 1, p. 135-164, 2007

THIRY'CHERQUES, Hermano Roberto. O trabalho individualizado: da venda à dívida. **Revista de Administração Pública**, v.41, n.4, p. 707-731, 2007

TIGERT, D. Three Papers on Gift Giving: A Comment. **Advances in Consumer Research**, v. 6, n. 1, p. 332-334, 1979.

TORQUATO, Shirley Alves. “Devo não nego-Pago quando puder” – Um estudo etnográfico sobre consumo, sacrifício, prazer, organização doméstica em lares de mulheres endividadas. In: ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS DO CONSUMO, 2010, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: V ENEC, 2010.

TREBAY,G. Dear Santa, I Want...Oh, Never Mind. I'll buy It Myself. **New York Times, Late Edition (EastCoast)**, B. 8, 2004

TRINDADE, Larissa de Lima. **Determinantes da Propensão ao Endividamento: um estudo das mulheres da mesorregião centro ocidental rio-grandense**. 2009. 101f. Dissertação (Mestrado em Administração)- Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria.

VIEIRA, Francisco Giovanni David; URDAN, André Torres. Culture, Consumption and Symbolization in the Brazilian Shopping Goods Market: The Case of Havaianas Sandals. . In: ENCONTRO DA ANPAD, 33, 2009, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2009. 1 CD-ROM.

VIZEU, Fábio. Contribuições da Sociologia da Dívida aos Estudos sobre Organizações Substantivas. In: ENCONTRO DE ESTUDOS ORGANIZACIONAIS, 4, 2006, Porto Alegre, **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2006.

WALTHER, Luciana Castello da Costa Leme. Automatic Lover – History, Consumer Practice and Cultural Texts about the Vibrator. In: ENCONTRO DA ANPAD, 34, 2010, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2010. 1 CD-ROM.

WANG, Jeff Jianfeng. Credit Counseling to Help Debtors Regain Footing. **The Journal of Consumer Affairs**, v. 44, n. 1,p. 44-69, 2010.

WANG, Lili; LV, Wei; JIANG, Lin. The impact of attitude variables on the credit debt behavior. **Nankai Business Review International**, v. 2, n. 2, p. 120-139, 2011.

WARDE, Alan. Consumption and Theories of Practice. **Journal of Consumer Culture**, vol. 5, n. 2, p. 131-153, 2005.

WEBER, Max. **A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

WELLER, Christian E. Need or Want: What explains the Run up in Consumer Debt? **Journal of Economic Issues**, v. 41, n. 2, p. 583- 591, 2007.

WILKINS, Roger; WOODEN, Mark. Household Debt in Australia: The Looming Crisis that Isn't. **The Australian Economic Review**, v. 42, n. 3, p. 358–366, 2009.

WILLIS, P. **Common culture: Symbolic work at play in the everyday cultures of the young**. Milton Keynes: Open University Press, 1990.

WONFINBARGER, Mary Finley. Motivations and Symbolism in Gift-Giving Behavior. **Advances in Consumer Research**, v. 17, p. 699-706, 1990.

ZAMBERLAN, Luciano et al. Do Churrasco à Parilla: Um Estudo Sobre a Influência da Cultura nos Rituais Alimentares de Brasileiros e Argentinos. . In: ENCONTRO DA ANPAD, 33, 2009, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2009a. 1 CD-ROM.

_____. A Perspectiva Hedonista no Consumo de Moda: Uma Investigação Cross-Cultural entre Brasileiros e Argentinos. In: ENCONTRO DA ANPAD, 34, 2010, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2010b. 1 CD-ROM.

APÊNDICE A – Roteiro para entrevista

Roteiro de perguntas

Dados (conhecer o meio em que vive)

Nome

Idade

Estado civil

Onde mora

Com quem vive

Profissão

Lazer

História de vida

Pedir ao entrevistado contar um pouco sobre a história de vida (prestar atenção nos momentos relevantes que o informante irá dizer)

Perguntas Passado

Processo racional e emocional para decidir contrair uma dívida financeira

Como foi planejado contrair o empréstimo / Processo antes e durante (momento de dívida)

O que faz hoje que não faria antes se não tivesse o empréstimo / O que a dívida proporcionou ao entrevistado?

Perguntas Presente

Você lembra como se endividou?

Há quanto tempo está endividado?

É a primeira vez que pega empréstimos? Já fez empréstimos antes? Quantos? Quais os motivos?

Qual a razão de pegar empréstimos? Foi imprevisto ou planejado?

Se a dívida é por necessidade...o que é necessidade para você?

Quando procurou a financeira foi porquê? Pagar outras dívidas?

O que você comprou com o dinheiro da dívida? Dê exemplos. Ainda usa esses produtos?

Outras pessoas usam?

Por que você precisava comprar esses produtos?

Tem conta em banco? Usa mais cartão de crédito, débito, dinheiro?

Os empréstimos e as dívidas fizeram mudar seu padrão de vida? Para melhor, pior ou foi para manter seu padrão de vida? Dê exemplos

Trouxe realizações/conquistas? Quais?

Construiu sonhos ou realizou algum com a dívida? Quais

Quem está envolvido nesses sonhos?

A dívida é para você ou para outra pessoa? Quem?

Pontos positivos e negativos de estar endividado

Como lida na vida prática com a dívida

O que comprou com o empréstimo

Qual a razão de ter comprado esses produtos

Quem usa esses bens?

Tem poupança? (Ver se o entrevistado utiliza de poupança invertida)

Ver se há relação entre: deixar de fazer algo para si para fazer para os outros? (por ex. deixa de comprar no intuito de regalar uma pessoa) Se sim, por quê? Qual o motivo?

O dinheiro do crédito é usado para fazer essas ofertas a outra pessoa?

O que espera quando oferece um bem a alguém?

A pessoa te retribui? Com o que?

Sente/sentiu diferença na relação de vocês? Qual a diferença?

Se a compra para os outros (contrai a dívida para os outros)

Relatar como foi o processo de decisão da compra do produto

A razão da compra desse produto específico

Quando entregou o produto para a pessoa, como foi?

Pessoa gostou?

Sente a pessoa mais próxima de você?

Se a compra é para si (contrai a dívida para si)

Essa dívida foi para fazer exatamente o que?

Por que especificamente tal produto?

Onde, quando e com quem usa o produto?

O que esse produto te proporciona?

Grupo que participa – tem esse produto?

Qual sensação do uso → para si e quando está em grupo

Perguntas Futuro

Consegue viver sem empréstimos e dívida?

Pretende pegar mais empréstimos?

(se a pessoa diz que se endividaria de novo e ela fala porquê, quais as situações). O que se pode perceber é que são sempre situações de união (necessidade do outro, viagem).