

VI Encontro Nacional de Estudos do Consumo
II Encontro Luso-Brasileiro de Estudos do Consumo
Vida Sustentável: práticas cotidianas de consumo
12, 13 e 14 de setembro de 2012 - Rio de Janeiro/RJ

O lado avesso do sistema consumo-crédito: (super)endividamento do consumidor

Inês Hennigen¹

Resumo

No contemporâneo, temos a vigência da sociedade de consumo, que teve no crédito um fator crucial para sua consolidação, tanto que alguns analistas não a descolam de uma economia do endividamento. O crescimento do crédito e seu uso para todo tipo de consumo, inclusive o ordinário, está no bojo do fenômeno nomeado superendividamento do consumidor. A partir de pesquisa na qual entrevistei 24 pessoas que se encontravam nessa situação e utilizei a perspectiva da análise de discurso, neste trabalho discuto alguns impasses ligados ao sistema consumo-crédito. Os resultados apontaram que, em geral, o superendividamento acontece face aos chamados acidentes de vida (desemprego, doença, separação, etc.), guarda estreita relação com a falta de compreensão acerca da lógica do crédito e com o que designei impulsão ao consumo. Verifiquei uma dupla marcação sobre o consumidor: por um lado, apesar de ser decorrente de uma rede de fatores, é ao indivíduo que se atribui a responsabilização pela situação – o que é assimilado por ele e traz a vivência de culpa, vergonha e toda ordem de mal-estar e dificuldades; por outro, encontra-se o estigma moral, pois quem não consegue *honrar* dívidas fica com o *nome sujo*, que não se restringe à esfera comercial – é a pessoa mesma que cai em descrédito. Assim, abordo certas práticas sociais que acabam discriminando aqueles que estão nessa situação e mostram como o sistema consumo-crédito pode operar no sentido de uma “exclusão social”, e problematizo questões que se entrecruzam: a lógica capitalista neoliberal que produz o homem endividado, a colagem entre cidadão e consumidor, a necessidade de políticas públicas que façam frente ao fenômeno, e o caráter (in)sustentável do sistema consumo-crédito na forma como vem operando.

Palavras-chaves: consumo, crédito, (super)endividamento

1 – Introdução

No contemporâneo, o consumo ascendeu à condição de um dispositivo organizador da subjetividade e da vida social – tem operado como via de inserção social, em sentido lato, de todos nós. Consumir bens e serviços passou a ser senha: para inclusão e melhoria da qualidade de vida de quem até então não usufruía as benesses da vida moderna; para a customização de estilos de vida diferenciadores; enfim, para a própria produção de modos de ser e pertencer. Desde o clássico *La Sociétés de consommation*, de Baudrillard (1970/2005), que pensadores lançam mão do conceito de sociedade de

¹ Doutora em Psicologia pela PUCRS, Professora do Departamento e do Programa de Pós-Graduação em Psicologia Social e Institucional do Instituto de Psicologia da UFRGS, e-mail: ineshennigen@gmail.com

consumo para refletir sobre as condições sociais, econômicas, políticas e subjetivas em nossa sociedade. O fato de ele ter ressaltado o valor de signo dos objetos foi seminal para enrobustecer as análises que articulam consumo e posição social dos sujeitos.

Nesta direção, Lyra (2001) identificou, na época de seu escrito, o telefone celular como um instrumento de inclusão sócio-simbólica – em função disto, era desejado por todas as classes sociais urbanas. Hoje, depois de sua vertiginosa popularização, o celular em si perdeu tal caráter (marcas/modelos podem ainda conferir alguma distinção) e outros objetos assumiram o posto de indicadores de inclusão e diferenciação social. Isto mostra a efemeridade do “poder de incluir” das mercadorias e sinaliza que, para acompanhar o ritmo e ritos da sociedade de consumo, os sujeitos são continuamente convocados a fazer novas aquisições para serem e/ou se sentirem reconhecidos socialmente.

Nas discussões sobre a questão do consumo na contemporaneidade, perspectivas muito diferentes, por vezes antagônicas, circulam: algumas enaltecem o consumo, colocando-o como condição para o desenvolvimento social e melhoria da qualidade de vida dos indivíduos; outras, mais críticas – por vezes, quase apocalípticas –, chegam a apontar o consumo como o grande mal de nosso tempo.

Lipovetsky (2008) ironiza a ideia de que o consumismo seria o mal supremo de nossa época. Afirma não incomodar-se ao legitimar a sociedade de consumo, pois acredita que essa mais liberta do que oprime. Sua crítica é no sentido de que a mesma não consegue incluir a todos os indivíduos: “o problema é a exclusão, não o consumo” (LIPOVETSKY, 2008, p.33).

A relação consumo/exclusão também é focalizada nos escritos de Zygmunt Bauman, mas sob uma ótica bem menos otimista e mais crítica. Para ele, a sociedade de consumo aprofundou as desigualdades sociais, pois todos nós estamos “condenados à vida de opções, mas nem todos temos os meios de ser optantes” (BAUMAN, 1999, p. 94). Segundo Bauman (2007), vivemos em uma sociedade de consumidores, que interpela seus membros basicamente enquanto tal, que os julga e avalia principalmente por sua capacidade e conduta relativa ao consumo. Assim, distingue “consumidores experientes”, que se regozijam com o descarte após o desfrute que objetos e pessoas podem proporcionar (e estão sempre prontos a movimentar a economia), e “consumidores falhos ou fracassados”, sem condições de lubrificar as rodas da economia de consumo. Para os últimos, diz o autor, a exclusão social acontece de fato.

Para a consolidação e espraiamento da sociedade de consumo que temos hoje, certos movimentos foram fundamentais: a crescente produção de mercadorias, o avanço do crédito para sua aquisição e a constituição da cultura do consumo. Ao final do século XIX, a sociedade capitalista iniciou um novo patamar de desenvolvimento: novas tecnologias e matérias-primas abriram espaço para a produção de bens duráveis, aumentando oferta e consumo. Contudo, a Depressão de 1929 freou o crescimento, que foi retomado, de forma mais expressiva, no pós-guerra, segundo Guttman e Plihon (2008), a partir das reformas monetárias que possibilitaram uma moeda elástica e um sistema bancário seguro, o que permitiu a esse sistema financiar o rápido crescimento econômico. Estes autores caracterizam como economia do endividamento o financiamento contínuo do gasto excedente a partir da emissão de dívida pelo sistema bancário. “Em tal ambiente favorável, não demorou muito para que a ‘economia do endividamento’ se estendesse ao consumo das famílias” (Idem, p. 577). Assim, a prosperidade dos anos 50/60 implicou taxas crescentes de endividamento das famílias e das empresas. O enfrentamento à crise da década de 1970 novamente aconteceu a partir de mudanças no sistema monetário e bancário, combinadas com reestruturação industrial e políticas trabalhistas mais conservadoras. “Essas mudanças pós-crise estabeleceram condições que, posteriormente, permitiriam o renascimento (e eventual extensão) da economia do endividamento nos EUA, em um ritmo ainda mais agressivo” (Idem, p. 579). Desde então, mesmo com a renda estagnada (o que vem acontecendo), para Guttman e Plihon (2008, p. 586), a viabilização do consumo “é assegurada de modo mais efetivo pelo acesso ao endividamento do consumidor, de forma que o gasto das famílias possa ser descasado dos limites da renda”.

Entrelaçado à produção industrial ascendente e aos avatares do sistema financeiro, processou-se o desenvolvimento da cultura do consumo e a constituição do sujeito consumidor. Para transformar uma sociedade regida pela lógica da parcimônia e da poupança em outra voltada para a gratificação imediata fornecida pelos produtos, a invenção do crédito ao consumidor contribuiu enormemente, sendo, de acordo com Fontenelle (2008, p. 149), “determinante para minar as resistências ideológicas de uma cultura assentada na ética do trabalho e do viver a partir dos seus próprios meios”. Contudo, para a autora, o marketing – que se nutria de concepções psicológicas – foi crucial para a mudança de mentalidade, uma vez que moldava a experiência de cada um para que os objetos de consumo passassem a ser suas referências de vida.

Portanto, foram vários eventos que, em seu conjunto, formaram a sociedade de consumo e “produziram o consumidor”: enquanto o macromarketing atuava em questões de âmbito público que pudessem fornecer a infraestrutura para que essa sociedade efetivamente existisse – como com o crédito ao consumidor –, o micromarketing atuava no nível da psicologia do consumo, por meio de anúncios que enfocavam um estilo de vida urbano, moderno, que demandava a comodidade que os produtos industriais poderiam fornecer (FONTENELLE, 2008, p.149).

A democratização do crédito, de acordo com Frade e Magalhães (2006), teve sua origem nos EUA, onde primeiro deixou de ser sinônimo de pobreza ou prodigalidade; inicialmente lá e depois na Europa, passou a constituir somente uma forma de se adquirir bens, o que resultou da expansão e densificação das necessidades e práticas de consumo. Para as autoras, a adoção de certas práticas de consumo está relacionada ao que os indivíduos percebem como tendo valor para os grupos sociais nos quais acreditam, ou desejam, estar inseridos. Portanto, o que se afigura como prioritário e supérfluo em termos de consumo deriva da vivência social dos indivíduos.

No Brasil, afirmam Lima e Bertonecello (2010), a expansão do crédito ao consumidor e sua vulgarização ocorreu após 1994, na esteira do Plano Real, sendo que, nos últimos cinco anos, esse quadro se acentuou devido à estabilidade econômica e à inclusão no sistema formal de crédito das classes mais desfavorecidas. No governo Lula, as políticas de estímulo ao crédito popular alavancaram ainda mais o consumo das populações de baixa renda, que absorveram a oferta de 17 bilhões pelo mercado. Maior crédito, maior consumo, maior endividamento. Dados do Banco Central do Brasil indicam que o endividamento dos brasileiros cresceu quase 50% em 26 meses (SANTOS, 2008).

Sem possuir recursos próprios, os sujeitos podem recorrer ao crédito para ter acesso a bens e serviços. O endividamento consequente vai sendo administrado. Ou não. Quando as dívidas ultrapassam as possibilidades do orçamento, ocorre o que se passou a nomear superendividamento dos consumidores. Segundo Marques e Cavallazzi (2006, p. 18), esse é “um fenômeno social e jurídico importante que pode ou não ser consequência de ‘políticas públicas’ e da ‘mudança dos mercados financeiros’, que levam à chamada ‘democratização’ do crédito e à consolidação de uma ‘sociedade do endividamento’ também no Brasil”. De incidência mundial, primeiro foi detectado nos EUA, depois na Europa, tendo chegado já há algum tempo aos países emergentes (SANTOS, 2008).

O superendividamento pode ser definido como impossibilidade global de o devedor pessoa física, consumidor, leigo e de boa-fé, pagar todas as suas dívidas atuais e futuras de consumo (excluídas as dívidas com Fisco, oriunda de delitos e de alimentos) (MARQUES, 2006, p. 256).

No âmbito individual, o crédito pode se configurar como um mecanismo de inclusão social; sua democratização permitiu a muitos sujeitos e famílias a aquisição de bens e a contratação de serviços que possibilitam melhor qualidade de vida, realizações e participação social em função de novas identidades culturais. Contudo, ele pode gerar dificuldades de vulto, chegando até a uma forma de exclusão social², mormente quando sucede algum acidente de vida a quem tem dívidas significativas e não possui lastro financeiro para quitá-las.

A resposta positiva dos sujeitos e das famílias frente à expansão da oferta de crédito pode ser compreendida a partir de variados fatores, como as alterações de padrões culturais, as condições e prazos convidativos, e a (relativa) estabilidade do rendimento e do desemprego. Entretanto, outra hipótese, que não é tão bem vista pela doutrina jurídica, diz respeito à publicidade. Essa é intensa, sistemática e, muitas vezes, atua de forma agressiva, empregando estratégias específicas de captação de consumidores dos segmentos hipervulneráveis da população, a saber, idosos e pessoas de baixa renda, que acabam ficando suscetíveis ao endividamento excessivo e irrefletido (SANTOS, 2008).

Marques (2006) analisou 100 casos de superendividamento no Rio Grande do Sul e identificou o perfil dos consumidores: em geral, são chefes de família com vários dependentes desprovidos de renda fixa; a maioria mulheres (55%), idade entre 30 e 60 anos (66%) e idosos, acima de 60 anos (11%); são trabalhadores autônomos ou liberais (47%), aposentados (11%) e desempregados (10%); os chamados acidentes de vida – desemprego (36,2%), doença e acidentes (19,5%), divórcio (7,9%), morte (5,1%) e outros, como nascimentos de filhos (9,4%) – figuram como desencadeadores da

² O conceito exclusão social é bastante polêmico no campo da psicologia social. Alguns o rejeitam, pois, mesmo quando é trabalhado a partir da relação inclusão/exclusão, remeteria a um estado e não a um processo; outros o descartam em função de seu vínculo com o discurso da luta de classes que dominou a reflexão sociológica por muito tempo; e há os que o abandonaram em decorrência de estar saturado de sentido, de “non-sens” e de contrassenso. A noção remete a inúmeros processos e categorias, sempre relativos a manifestações que aparecem como fraturas e rupturas do vínculo social, como a questão racial e étnica, o desemprego crônico, a velhice, loucura, deficiência, entre outras (WANDERLEY, 2006). Apesar das críticas que recebe, penso que a tensão exclusão/inclusão não deixou de ser potente para nosso campo, principalmente quando problematiza as relações de poder que atravessam o tecido social.

situação. Estes resultados – além do fato de que, para os desempregados, a situação agrava-se em função da consulta que empregadores fazem aos órgãos que registram inadimplência –, possibilitam afirmar que quem está superendividado encontra-se em uma condição de pode ser caracterizar como de vulnerabilidade social.

Não existem dados sistematizados sobre patamares de superendividamento³ no Brasil; contudo, diferentes instituições monitoram situações avizinhas. A Confederação Nacional do Comércio realiza, desde 2009, a PEIC – Pesquisa Nacional de Endividamento e Inadimplência do Consumidor. A pesquisa de julho de 2012⁴ mostra um total de 57,6% famílias endividadas, 21% delas com contas em atraso e 7,3% declarando que não terão condições de pagar. Cabe ressaltar que o levantamento considera duas faixas de renda (mais e menos de 10 salários mínimos) e que a situação sempre é mais grave para aqueles que estão na faixa menor.

Um número bastante expressivo de países já conta com uma tutela legal para fazer frente ao superendividamento; no Brasil, chegou recentemente ao Senado Federal um projeto de lei que atualiza o Código de Defesa do Consumidor quanto a esta questão⁵. Enquanto não há uma lei específica, alguns estados adotam iniciativas para enfrentar a situação. Por exemplo, em 2007, iniciou na Justiça gaúcha um Projeto-piloto de Tratamento das Situações de Superendividamento do Consumidor, baseado na conciliação entre as partes, que busca mediar a renegociação de dívidas de forma amigável, de acordo com o orçamento familiar de quem está nesta situação.

Apesar de ser fenômeno relevante e complexo, atinente a diversos campos, fora do âmbito do Direito do consumidor, praticamente não existem estudos. Assim, na busca de uma abordagem das questões concernentes ao superendividamento na perspectiva da psicologia social, desenvolvemos uma pesquisa que teve como objetivos: conhecer suas implicações subjetivas (como é sentido e concebido, condições de vida que levaram a sua ocorrência, repercussões nas relações sociais, etc.) e entender o papel da mídia e da

³ Nem sempre quem está superendividado está inadimplente; o caso do cartão de crédito é exemplar: muitas pessoas realizam o pagamento mínimo, mas isso só faz aumentar quase exponencialmente sua dívida, haja vista a incidência de juros, multas e taxas que podem somar 500% ao ano.

⁴ Disponível em http://www.cnc.org.br/sites/default/files/arquivos/peic_julho_2012.pdf, acessada em 03.08.2012.

⁵ Disponível em <http://www12.senado.gov.br/noticias/materias/2012/08/02/projetos-de-atualizacao-do-codigo-de-defesa-do-consumidor-comecam-a-tramitar-no-senado>, acessado em 03.08.2012.

publicidade na sua produção. Neste trabalho, apresento alguns resultados e discussões relativos a aspectos atinentes ao primeiro objetivo.

2 – Configuração metodológica da pesquisa

Por se tratar de uma pesquisa exploratória, o planejado era entrevistar dez consumidores que aderissem, no PROCON/RS, ao Projeto-piloto Tratamento das Situações de Superendividamento do Consumidor; eles seriam entrevistados em dois momentos: logo após a adesão ao Projeto e três meses depois da audiência de conciliação, em caso de acordo. No entanto, alterações foram realizadas em face de circunstâncias não previstas. Quando da etapa de campo, poucos consumidores procuraram tal órgão em função do Projeto, o que fez com que buscássemos outras instituições integrantes do Projeto para contatá-los. Informados de que nem sempre as audiências eram exitosas, elevamos o número de participantes para quinze, a fim de assegurar a realização da segunda entrevista. Contudo, somente uma consumidora, entre os quinze iniciais, conseguiu efetivar acordo (por ausência do(s) credor(es), propostas não aceitas, desistência, etc.). Por isto buscamos, junto ao órgão que organizava as audiências, mais nove pessoas que efetivamente tinham logrado acordo.

Assim, participaram da pesquisa 24 consumidores, que serão, na sequência deste escrito, identificados como C1 para consumidor 1 e assim sucessivamente. Quanto às características pessoais, tivemos o seguinte quadro: 13 mulheres e 11 homens; 7 na faixa entre 21 e 39 anos, 10 com idade entre 40 e 59 anos, e 7 na faixa entre 60 e 73 anos; nível de escolaridade desde o ensino fundamental incompleto até o superior completo; estado civil, ocupação, renda e montante das dívidas dos mais variados.

O convite para integrar a pesquisa era feito pelo servidor do órgão que atendia o consumidor; caso ele mostrasse interesse, era marcado um encontro conosco. Nesse, após conhecer o teor da pesquisa e formalizar sua participação assinando o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, realizava a primeira entrevista. Essa se configurou como semiestruturada, pois comportava questões norteadoras (baseadas nos aspectos objetivados pelo estudo), mas tinha caráter aberto e não obedecia a um sequenciamento, permitindo ao consumidor discorrer sobre os aspectos por nós levantados e agregar outros elementos. A segunda entrevista, planejada para focar a experiência da

audiência e as eventuais mudanças pós-acordo, acabou sendo alterada: para os nove novos participantes, incorporamos aspectos básicos abordados na primeira.

Todas as entrevistas foram realizadas em ambiente reservado e registradas em áudio; depois de sua transcrição, procedemos ao processo de análise; o método utilizado foi o da análise de discurso (FOUCAULT, 2000; ORLANDI, 2000). Nessa perspectiva metodológica, trabalha-se a superfície do discurso, buscando o que se enuncia; entende-se que uma enunciação, o que cada sujeito diz, só é possível acontecer (é dizível) se sustentada por redes discursivas (produzidas no tecido social, fruto do embate de forças constitutivo das relações saber-poder) que lhe outorguem valor e coerência, articuladas num contexto sócio-histórico. Assim, procuramos examinar os ditos que atravessavam os materiais. Para tanto, em um primeiro momento, fomos mapeando o que se evidenciava nas entrevistas, de modo a visibilizar o que estava sendo dito no que concerne ao superendividamento. Em decorrência desse movimento de análise, algumas questões que se enunciavam foram se destacando. Então, elas foram sendo multiplicadas, isto é, buscamos suas condições de existência, as relações que constituem, como vão se engendrando mutuamente, e, algo que é fundamental nesta pesquisa, as posições de sujeito, os modos de subjetivação, que põem em cena.

3 – Resultados

Um aspecto relevante no que concerne às implicações subjetivas do superendividamento foi o mal-estar que a grande maioria dos participantes referiu sentir por ter dívidas e não conseguir saldá-las. A forma, escopo e grau da aflição e mobilização pessoal apresentavam variações, contudo, em geral, eram bastante significativos no que dizia respeito a impactar sobre a qualidade de vida desses sujeitos. Ponderando sobre tais achados, compreendemos que guardavam estreita relação com duas questões enunciadas que se associavam: a individualização do fenômeno e sua dimensão moralizante.

Ao refletir sobre seu (super)endividamento⁶ e expor as vicissitudes da sua vida em função do mesmo, os consumidores trouxeram uma gama de sentimentos que lhes acometia. Assim, o mal-estar psicológico sentido foi expresso como ansiedade, vergonha, stress, sentimento de impotência, de culpa, de humilhação, angústia, pânico,

⁶ Optamos por colocar o prefixo entre parênteses como uma forma de traduzir a (aparente) falta de borda entre a condição de quem está endividado e superendividado, pelo menos para os nossos entrevistados.

desânimo, dentre outros. Tais sentimentos compunham e mesclavam-se aos sofrimentos de diferentes ordens que relataram experimentar: depressão, insônia, afetação das relações familiares, falta de perspectiva – de solução do problema, de vida.

Alguns consumidores, ao relatar seu mal-estar, evidenciaram mais explicitamente uma faceta daquilo que passamos a chamar de dimensão moralizante do superendividamento. Isso porque colocaram que o incômodo constante que sentiam em função da situação decorria da pressão da sua consciência (moral) – que os lembrava das dívidas; que, além de lembrar, dizia não ser correto, justo ou certo deixar de pagar o que se deve.

A afirmação proferida na fala a seguir foi uma espécie de voz corrente entre os participantes: “A situação normal é essa, é tar com o nome limpo!” (C23). Nesse posicionamento aparece outra face da dimensão moralizante: há uma norma, deve-se pagar – ou *honrar* (verbo muito usado) – as dívidas assumidas, sendo que tal conduta assegura a credibilidade comercial, o chamado “nome limpo na praça”. Contudo, verifica-se que tal norma acaba ultrapassando esse âmbito e passa também a se referir e demarcar a credibilidade social dos sujeitos, sua reputação ou honra. Neste sentido, quando alguém está endividado e não paga – independente das circunstâncias e de reunir, ou não, meios para fazê-lo –, uma espécie de véu de desconfiança, de descrédito moral, lhe cobre, seu nome fica sujo (para além do seu CPF figurar nos cadastros de inadimplentes, como SPC e SERASA). Assim, a difusão de tal racionalidade confere consistência ao que chamamos de dimensão moralizante: as dívidas, que, a princípio, concernem à esfera financeira, passam a desabonar a própria pessoa. Neste sentido, parte dos consumidores buscou, logo de início, se distanciar da pecha de desonestos, trazendo a baila e negando expressões pejorativas que são associados aos devedores.

“Não foi por mau-caratismo, foi porque realmente eu tive problemas e não pude quitar, né.” (C2)

“Acho horrível essa situação de caloteira, né... eu quero saldar minhas dívidas, só que realmente assim, fugiu do meu controle, né.” (C4)

Para agregar outros aspectos à problematização da racionalidade moralizante que acaba se imiscuindo na questão do superendividamento e sua individualização, consideramos fundamental pontuar que na história dos consumidores entrevistados, quase invariavelmente, ocorreram eventos exteriores à sua vontade. Como no estudo realizado

por Marques (2006), para os participantes desta pesquisa o (super)endividamento também esteve associado ou aconteceu em decorrência dos chamados acidentes de vida. Somente uma consumidora (C5) atribuiu a situação à sua impulsividade.

Outro aspecto bastante relevante para problematizar a individualização do fenômeno é que, além dos acidentes de vida, o (super)endividamento dos participantes também aconteceu em função do fator contrato de crédito, isto é, das condições que regem a concessão de crédito (incidência de juros, taxas, multas, etc.). Quase invariavelmente, elas não eram bem compreendidas e/ou dimensionadas pelos mesmos. Por exemplo, alguns relataram que fizeram compras com cartão de crédito (e, na falta de recursos, efetuaram o pagamento mínimo durante um período), mas só *a posteriori*, depois de constatarem que o montante devido crescia exponencialmente, se deram conta que a taxa de juros era muito elevada, percebendo assim o chamado efeito cascata do pagamento mínimo. Porém, observar isso, em certos casos, não assegurou saber dimensionar quanto realmente deviam – e, principalmente, em função de que tarifas e quais percentuais. Vários deles, frente ao montante da dívida que lhes foi apresentado quando buscaram (re)negociá-la, surpreenderam-se, o que denota que realmente não tinham claro o que significava, em termos monetários, o patamar de juros e/ou a lógica do tipo de crédito que contraíram.

“Daí comecei... não tava dando, daí fui no banco, o banco negociou metade do meu limite... *fez tipo se fosse um novo empréstimo, daí é 62 e pouco que eu pago.*” (C4)

“Faltariam duas *para terminar o meu compromisso* com eles, foi gerada uma nova dívida, no valor de 108 reais, ou 107... em oito vezes! Eu tô pagando 800, quase 900 reais *a mais daquilo que eu devia!*” (C10)

“A minha dívida, que *era de 999* quando eu comprei [em 2006], tava em 6 mil [em 2010], eu acho agora, 5, 4, *sei lá quanto!*” (C18)

Os realces nos excertos mostram que: a primeira consumidora não tinha clareza que sim, havia contraído um novo empréstimo (saberia então suas condições?); a segunda (que comprou no cartão em 18 vezes, tendo efetuado pagamento mínimo durante vários meses) parecia guiar-se por uma lógica relativa aos carnês (prestações mensais) e, por isso, imaginava inclusive estar sendo lesada; a última considerava excessivo o montante

da sua dívida (apesar de não sabê-lo ao certo), pois o comparava com o valor da compra, sem avaliar a incidência de juros ao longo de quatro anos.

Presumimos que, como esses consumidores, muitos outros também acabem enredados em dívidas desconhecendo sua magnitude. Estudiosos do campo do Direito (MARQUES e CAVALLAZZI, 2006) ressaltam que, segundo nosso Código de Defesa do Consumidor, o fornecedor de produtos e serviços deve disponibilizar informações suficientes para que o consumidor possa decidir sobre o negócio de forma segura. Portanto, a aprendizagem sobre os meandros das diversas modalidades de crédito deveria acontecer previamente à sua concessão, o que não se verifica na prática. O que acompanhamos hoje é um discurso que diz que o consumidor deve ser consciente ao tomar crédito. Contudo, cada vez mais, basta apertar algumas teclas em um terminal bancário eletrônico, ou dizer sim a um operador de telemarketing de empresa de cartão, para ter crédito à disposição. Cabe perguntar: em que instâncias sociais se aprende a “organizar” as finanças, a lidar com a enxurrada de “oportunidades” de consumo e de crédito, a compreender o que designamos aqui como lógica do crédito? E indagar: em que medida as práticas da mídia e da publicidade colaboram para produzir o desconhecimento e também o “descontrole” que acaba sendo imputado ao indivíduo-consumidor? Será que aquilo que, via de regra, se caracteriza como “consumo impulsivo” não seria decorrente de uma (maciça) impulsão ao consumo?

Questões complexas, que merecem aprofundamento, mas que, só pelos aspectos apontados aqui, já podem ser tomadas como estando no cerne desse fenômeno. Contudo, a despeito de tudo isso, o que verificamos é que o consumidor acaba sendo identificado como o responsável pelo superendividamento. Assim, toda uma rede de fatores (que inclui políticas governamentais de estímulo ao consumo e de ampliação do crédito; o rentabilíssimo negócio do crédito no Brasil, que pratica juros sem igual no mundo; o aumento do custo de vida sem o crescimento dos salários; a falta e/ou insuficiência de políticas públicas e de equipamentos sociais que amparem o cidadão; e a própria cultura do consumo e do endividamento, que tem no marketing/publicidade porta-vozes astutos) acaba invisibilizada quando alguém se encontra em situação de superendividamento. O que acontece é se atribuir ao indivíduo a “culpa” pela situação – por motivos que vão desde a falta de controle/planejamento financeiro, passam pela ideia de impulsividade ou compulsão, chegando até às (supostas) falhas de caráter.

Deste modo, o fenômeno do superendividamento acaba sendo circunscrito a “um”, resta individualizado: teria como origem o próprio indivíduo. Nesta operação, as ações e intenções do consumidor passam por um crivo valorativo; como se supõe que são (somente) elas que provocaram uma condição recriminada socialmente, o próprio sujeito parece ter que arcar com o ônus (des)moralizante.

Por tudo isso, não surpreende que muitos entrevistados, apesar de terem ciência das circunstâncias de suas vida e/ou das condições do crédito como fundamentais para a ocorrência do seu (super)endividamento, referiram sentir culpa, constrangimento, vergonha, e responsabilização pessoal por tudo que a situação implica. O entrevistado abaixo, que teceu críticas bastante consistentes à cultura do consumo, ao falar de sua própria situação, parece esquecer-las e faz recair sobre sua “cabeça” toda a culpa.

“Bah... ainda me culpo por causa disso, né, porque... [...] onde é que eu tava com a cabeça de gastar tanto assim?! Não sei!” (C15)

“Eu acho muito constrangedor, sabe, tu atender o telefone, na frente dos teus colegas, e ser alguém te cobrando, tu tenta dar um desdobre; que eu não sei se é normal, mas eu morro de vergonha! [...] Faz parte do jogo, né?” (C4)

“Foi uma má administração minha, em questões financeiras, de não prever um valor a mais pra essas coisas. [...] para sanar aquelas taxas que até então, pra mim, não eram claras.” (C16)

A posição externada pelo último consumidor é emblemática no que concerne ao que designamos como individualização do superendividamento: ao comprar um imóvel, ele não sabia de certas taxas (o corretor não lhe informou), mas mesmo assim concebe que o problema decorreu de uma má administração pessoal. Provavelmente por ser sensível aos discursos sobre como as pessoas são ou não são economicamente conscientes e controladas (como se fosse uma característica inata). Já a consumidora anterior, ao dizer que a cobrança (quase pública, constrangedora, no caso) faz parte do jogo, parece assumir que esse tipo de procedimento – que frequentemente toma a forma de uma repreensão/punição simbólica reiterada – é algo a que quem deve não só está sujeito, mas é uma espécie de prerrogativa do credor, um ônus a ser suportado pelo devedor.

A despeito do superendividamento, muitas vezes, levar à inadimplência, alguns consumidores, ao constatar a impossibilidade de pagar as dívidas, buscam estratégias

postergadoras, como fazer só o pagamento mínimo do cartão ou contrair novos empréstimos – medidas para evitar o (fatídico) registro nos cadastros de inadimplentes. Tal registro gera restrições objetivas, como algumas enfrentadas pelos entrevistados: não poder comprar a crédito (precisar recorrer a terceiros quando isso é necessário), não poder abrir conta em banco, não poder vender imóvel próprio via financiamento, não conseguir alugar imóvel. Limitações que dizem respeito basicamente ao âmbito financeiro-comercial, o que se mostra pertinente. Contudo, o “nome sujo” no SPC “suja” outros campos. A prática de certas instituições, que fazem consulta nesses cadastros em determinadas circunstâncias, só reforça a ligação entre estar inadimplente e ser alguém não confiável, não digno de alguns benefícios ou mesmo de uma oportunidade de emprego.

“Mesmo com bolsa, algumas escolas, tipo o X, mesmo conseguindo bolsa, eles olharam o nome pra ver se eu cons... se eu tava com o nome sujo ou não... pra poder ceder a bolsa.” (C20)

“Na seleção, a recrutadora falou: ‘quem estiver no SPC não precisa nem preencher a ficha’... Aí um monte de gente foi embora!” (C1)

“Tu tá devendo, né? E não vão te dar emprego; como é que eu vou pagar então aquela minha dívida? Né? Então, eu tenho que ter um emprego pra pagar! Não é porque eu tô devendo que eu sou uma pessoa má!” (C21)

No primeiro caso, o nome “limpo” constituía pré-requisito para obtenção de bolsa naquela escola. Qual seria o motivo, já que o pleito era para bolsa integral, que não envolveria pagamentos? Nos outros, aparece algo comum: trabalhadores inadimplentes tem dificuldade para se recolocar no mercado de trabalho, pois várias empresas não querem tê-los em seus quadros. A última fala, ao trazer (buscando negar) a associação entre inadimplência e maldade, parece explicitar a desconfiança e o estigma moral a que estão sujeitos aqueles que se encontram em tal condição.

Alguns aspectos foram bastante reportados pelos participantes da pesquisa: a menção de que sua situação de (super)endividamento não decorreu de “extravagâncias”; a referência às restrições e/ou privações cotidianas que tal condição impõe; a ênfase de que o consumo atual restringia-se ao básico; e, por fim, uma recorrente alusão às atividades de lazer, para descartá-las como inviáveis.

“Eu tô passando dificuldade, mas o que me consola é que as minhas dívidas não são assim dívidas de coisas supérfluas, entendeu?” (C4)

“Lazer nem pensar, né?! Porque dinheiro para isso não... O lazer da gente é só a televisão, né... Só esse.” (C14)

Talvez tenha sido a negação da possibilidade de desfrutar momentos de lazer, presente na fala de muitos participantes, que tenha chamado nossa atenção e sido o elemento que fez com que relacionássemos os aspectos arrolados acima. Já havíamos pontuado que os entrevistados buscavam se desprejar do estereótipo de desonestos, de consumidores inconsequentes (ou correlatos), e, evidentemente, quem está imerso em dívidas traz a baila uma série de dificuldades que enfrenta. Contudo, nos pareceu que, em vários casos, falar sobre as restrições, sobre uma vida sem “folga”, denotava algo da ordem de uma penitência a ser cumprida, de um “castigo” a que eles tinham que se resignar. Neste sentido, conjecturamos que talvez se tratasse de uma espécie de mecanismo ou manobra (simbólica) que visaria expiar a culpa – suposta ou imputada socialmente, assumida a despeito das circunstâncias adversas enfrentadas – por terem “caído” em tal situação.

4 – Discussões e Conclusões

Ao abordar o dissolver das sociedades disciplinares no magma das sociedades de controle, Deleuze (2008, p.224) afirma que nessas “o homem não é mais o homem confinado [em instituições], mas o homem endividado”, ressaltando que o capitalismo seguia mantendo um contingente de miseráveis “pobres demais para a dívida” (Idem). Como esta asserção carece de maiores articulações no seu escrito, cabe indagar: de que dívida fala o filósofo? Congruente com tal regime social que, há algum tempo, passou a despontar, onde “os controles são uma modulação [...] [e no qual] nunca se termina nada” (Idem, p. 221), pensamos que se trata de uma dívida sujeita à modulação constante, que não finda, que desliza entre acepções.

[...] o sistema dívida/crédito não é apenas motor econômico, mas também uma técnica para governar as condutas dos indivíduos. O sistema da dívida (financeira e moral, cuja origem, segundo Nietzsche, é a mesma) faz circular, por sua vez, a culpa e a “responsabilidade” entre os governados. (LAZZARATO, 2009, p. 88)

Sem dúvida, bolsões de miséria são encontrados mundo afora, mas, cada vez mais, o crédito (e a dívida) está ao alcance de uma parcela crescente da população – e, dependendo das circunstâncias, também o descrédito, com toda uma carga de sofrimento psíquico, como mostramos na seção anterior. Por isso, é vital lançar um olhar analítico mais aprofundado sobre os diferentes aspectos que se agenciam na produção de indivíduos endividados – e superendividados – e do que se afigura como um correlato, o limiar entre (ter) crédito e (estar em) descrédito.

Trabalhamos com uma perspectiva teórica que entende a subjetividade como uma construção que se processa socialmente. Assim, pontuamos que o modo-indivíduo – que atravessou na pesquisa os ditos sobre superendividamento –, apesar de estar sendo a forma hegemônica de constituição subjetiva (sustentada por múltiplos campos discursivos e por variadas práticas sociais), é apenas um dos modos de subjetivação possíveis, seu engendramento respondendo a diversas linhas de força que se cruzaram na Modernidade, dentre as quais está aquilo que Foucault (1995) chamou de práticas divisórias, implementadas no regime disciplinar.

A disciplina é produtora de individualidade: o indivíduo é efeito de uma rede de poderes e saberes. E, diferente de se alicerçar na lei, o poder moderno se exerce no domínio da norma, que regula tanto a vida de indivíduos e populações. Lançando mão de uma série de táticas (vigilância, exame, etc.), o poder disciplinar adentra e controla os indivíduos, definindo os aptos e os inaptos, demarcando o normal e o patológico (FOUCAULT, 2008). Assim, “o sujeito é dividido no seu interior e em relação aos outros. Este processo o objetiva. Exemplos: o louco e o são, o doente e o sadio, os criminosos e os ‘bons meninos’” (FOUCAULT, 1995, p. 231).

Ter dívidas e não conseguir pagá-las, inadimplir, traz como espectro ou consequência ter o nome registrado em órgãos como SPC ou SERASA. Apesar de não serem instituições de confinamento físico (como a prisão, o hospital psiquiátrico), estar vinculado às mesmas também institui uma linha divisória discriminatória, produz uma marca moral, acarreta um estigma, gera sofrimento: de um lado, o bom pagador; de outro, o caloteiro, o mau-caráter, o que fica/é marginalizado.

Importante ressaltar que a posição de endividado é cada vez mais fomentada na sociedade e economia contemporânea, a ponto de constituir uma condição que baliza

várias outras; existe todo um incitamento para aumentar o consumo via antecipação de recursos, viabilizá-lo através das mais plurais modalidades de crédito.

Hoje, as pessoas não são mais enquadradas pela miséria, mas pelo consumo. Tal como no século XIX, mesmo se é sob um outro modelo, elas continuam capturadas em um sistema de crédito que as obriga (se compraram uma casa, móveis...) a trabalhar todo santo dia, a fazer hora extra, a permanecer ligadas. (FOUCAULT, 2010, p. 67)

Mais do que uma instituição econômica, para Baudrillard (2006), o crédito constituiu uma dimensão fundamental de nossa sociedade, traça uma ética nova. O autor afirma que, durante um bom tempo, certo pudor pressentiu no crédito um perigo moral, colocando a compra à vista no rol das virtudes burguesas. Mas, se resistências psicológicas foram amainando

[...] é porque talvez no fundo todos os nossos objetos sejam hoje vividos como objetos a crédito, como fianças da sociedade no todo, fianças sempre revisáveis, sempre flutuantes, tomadas por uma inflação e desvalorização crônica. (Idem, p. 167-8)

Neste sentido, por e para integrar a sociedade de consumidores, de tal sorte a não se tornar um consumidor falho, um inválido marcado para a exclusão (BAUMAN, 2008), entramos no patamar da dívida constante, sempre renovável. O que se mostra um excelente negócio, tanto que Bauman (2010) afirma que, para bancos e empresas de cartão de crédito, o “o devedor ideal” é aquele que jamais paga integralmente suas dívidas” (p.30), pois é justamente o serviço da dívida que gera os maiores lucros.

Assim, para o sistema é desejável que os indivíduos estejam endividados – mas não superendividados/inadimplentes. Há, portanto, que gerir tal situação, que se refere ao conjunto dos indivíduos, diz respeito aos movimentos da população. Neste sentido, uma série de agências vem monitorando os patamares de endividamento/inadimplência da população, de forma a lançar mão de táticas (como modulação de taxas de juros, elevação/diminuição de impostos sobre produtos específicos) para bem governa-la, para regular suas condutas (FOUCAULT, 2008).

A ordem disciplinar tem como referentes padrões mais fixos, já o âmbito dos chamados dispositivos de controle é pautado por percentagens, é afeito às modulações. Por isso, talvez em função da dificuldade de lidar com essa nova ordem muito mais móvel (marca do sistema financeiro atual) que tantos consumidores se surpreenderam com a

“trajetória” de suas dívidas. Definitivamente, não há qualquer equiparação possível entre a lógica das (antigas) prestações (fixas) e a compra (mesmo parcelada) em um cartão de crédito – que oportuniza o pagamento mínimo e a “rolagem” de boa parte do saldo devedor no sistema rotativo. Não entendendo a atual lógica do crédito, a inadimplência (para quem não volta ao sistema a fim de contratar empréstimos para pagar empréstimos), é quase inevitável – e traz consigo um padecimento moral.

Lazzarato (2009) diz que o capitalismo contemporâneo incentiva o endividamento, e que também responsabiliza os indivíduos pelo que chama de déficits molares (seguridade social, seguro saúde, etc.), eliminando a carga culpabilizadora do endividamento molecular. Contudo, com base no que os participantes da presente pesquisa externaram, o peso moral pelo endividamento individual se faz ainda muito presente. Talvez pelo fato da democratização do crédito ser recente no Brasil, o que se tem é uma (parte da) população sem a plena familiarização e inserção na cultura do crédito/endividamento – assim, a torção apontada pelo autor ainda estaria se processando. Pode ser questão de tempo para que se crie um acordo social que abone aqueles que sabem se manter “otimamente endividados individualmente” e que lhes inculque obrigações com os chamados déficits estruturais. O que constatamos foi basicamente uma forma de incidência do peso da dívida; estar (super)endividado é: estar culpado, impotente, insone, privado de muitas coisas, sem possibilidade de fluir momentos de lazer; ter que arcar com desconfianças e reprovações – e tudo isso parece soar, se não “justo”, pertinente a quem se vê devedor.

Para encaminhar a finalização deste trabalho, cabem certas provocações: seria a ética do crédito (BAUDRILLARD, 2006) a forma de assegurar o (sempre visado, prometido) desenvolvimento social e uma cidadania mais plena? No contexto dessa ética, em que consistiria tal desenvolvimento? A quem abrangeria? Desejamos, de fato, bancar (todos) os desdobramentos dessa ética, da expansão crescente do sistema dívida/crédito (LAZZARATO, 2009)? Acompanhamos Foucault (1995) que diz que o objetivo político hoje, para além de descobrir quem somos, está em “promover novas formas de subjetividade através da recusa deste tipo de individualidade que nos foi imposto há vários séculos” (Idem, p. 239).

De acordo com Bauman (2010, p.35), “ainda não começamos a pensar seriamente sobre a sustentabilidade dessa nossa sociedade alimentada pelo consumo e pelo crédito”. Para

tanto, acreditamos ser fundamental elucidar os mecanismos, até então invisibilizados em sua (re)produção ao longo do tempo, que engendram os modos de subjetivação vigentes – e trabalhar para que formas alternativas de ser possam tomar corpo, expandir-se.

Evidentemente que tais mecanismos não estão circunscritos ao âmbito do Estado, mas pensamos que é importante também corresponsabilizá-lo pelo que se produz, não só em termos econômicos, mas também no nível ético e subjetivo. Assim, defendemos que a maquinaria estatal precisa transcender a esfera do controle e monitoramento de fenômenos sociais como o superendividamento, deve buscar entendê-los em sua complexidade, ponderar sobre seus desdobramentos, e intervir ativamente para o enfrentamento das situações que hoje eclodem.

Neste sentido, se fazem necessárias políticas públicas que estejam em consonância com as vicissitudes evidenciadas no bojo das situações de superendividamento – que incluem acidentes de vida e o que chamamos aqui de lógica do crédito. Tais iniciativas devem colaborar para o empoderamento dos sujeitos, o que, ao invés de residir no puro acesso ao crédito, viabiliza-se muito mais no acesso à informação sobre o mesmo – primordialmente, na possibilidade de compreensão dos seus meandros e das suas (múltiplas) implicações. Isso sim pode ampliar a condição cidadã.

Ações que já estão sendo desenvolvidas, como o Projeto do judiciário gaúcho referido neste escrito, são louváveis uma vez que coletivizam a situação de superendividamento: ao convidar todos os credores a sentarem-se juntos ao seu cliente, um outro olhar, postura e negociação podem advir. Contudo, por mais que isso se configure como um diferencial para cada consumidor, há que se empreender, no seu âmbito, uma nova coletivização. A sistematização dos “casos” e a visibilização dos fatores que lhes atravessam são fundamentais para que, além de se encaminhar soluções pontuais, se possa aprender com eles, cartografar as intrincadas linhas que constituem o fenômeno do superendividamento, de modo a atacá-las global e politicamente.

Outra iniciativa que pode ser promissora é a Estratégia Nacional de Educação Financeira (BRASIL, 2010), que pretende possibilitar ao cidadão, como medida “preventiva”, um entendimento mais pleno e prático das relações financeiras para que passe a geri-las de modo adequado. Queremos crer que, assim, o Estado caminha em direção a uma compreensão do fenômeno em seu caráter social, de causas provindas não dos sujeitos, mas de toda uma ética voltada ao consumo e ao hedonismo propiciado (e

preconizado!) pelo oferecimento do “crédito fácil”. Se efetivamente sair da “cantilena” que prega que tudo se equacionará se *o consumidor* for “consciente”, constituirá uma frente válida. Pois, como desejamos ter mostrado no presente trabalho, um nível muito mais basal necessita ser trabalhado, a saber, a problematização desta constante impulsão ao consumo via crédito, que tem impregnado nossa cultura, para que aí se possa fazer frente a ela e desenvolver outras maneiras de se viver de modo mais sustentável.

Referências Bibliográficas

- BAUDRILLARD, J. *A sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70, 1970/2005.
- BAUDRILLARD, J. *O sistema dos objetos*. São Paulo: Perspectiva, 2006.
- BAUMAN, Z. *Globalização: as consequências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.
- BAUMAN, Z. *Vida líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.
- BAUMAN, Z. *Vida para consumo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.
- BAUMAN, Z. *Vida a crédito*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2010.
- BRASIL. *Decreto n.7.397*, de 22 de dezembro de 2010. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, 23 dez 2010, p. 7.
- DELEUZE, G. *Conversações*. São Paulo: Ed. 34, 2008.
- FONTENELLE, I. A. Psicologia e marketing: da parceria à crítica. *Arquivos Brasileiros de Psicologia*, 60(2), 143-157, 2008.
- FOUCAULT, M. O sujeito e o poder. In: DREYFUS, H. e RABINOW, P. (Orgs.). *Michel Foucault, uma trajetória filosófica: para além do estruturalismo e da hermenêutica*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.
- FOUCAULT, M. *A arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.
- FOUCAULT, M. *Estratégia, poder-saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.
- FOUCAULT, M. *Segurança, território, população*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.

FRADE, C. e MAGALHÃES, S. Sobreendividamento, a outra face do crédito. In: MARQUES, C. L. e CAVALLAZZI, A. L. (Orgs.). *Direitos do consumidor endividado*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

GUTTMANN, R. e PLIHON, D. O endividamento do consumidor no cerne do capitalismo conduzido pelas finanças. *Economia e Sociedade*, 17, 575-610, 2008.

LAZZARATO, M. Sobre a crise: finanças e direitos sociais (ou de propriedade). *Lugar Comum*, 27, 83-90, 2009.

LIMA, C. C. e BERTONCELLO, K. *Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiência no Poder Judiciário*. Rio de Janeiro: GZ Ed., 2010.

LIPOVETSKY, G. Sedução, publicidade e pós-modernidade. In: MARTINS, F. M. e SILVA, J. M. (Orgs.). *A genealogia do virtual*. Porto Alegre: Sulina, 2008.

LYRA, R. M. da S. Consumo, comunicação e cidadania. *Ciberlegenda*, 6. Disponível em <http://www.uff.br/mestcii/renata2.htm>, acessado em 10.01.2009.

MARQUES, C. L. e CAVALLAZZI, A. L. *Direitos do consumidor endividado*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

MARQUES, C. L. Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito ao consumo: proposições com base em pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul. In: MARQUES, C. L. e CAVALLAZZI, A. L. (Orgs.). *Direitos do consumidor endividado*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

ORLANDI, E. (2000). *Análise de discurso*. Campinas, SP: Pontes.

Santos, B. S. dos (2008). O superendividamento e o controle do empréstimo consignado. Disponível em http://www.pucrs.br/direito/graduacao/tc/tccII/trabalhos2008_2/brenda_schneider.pdf, acessado em 21.05.09.

Wanderley, M. B. Reflexões acerca do conceito de exclusão. In: SAWAIA, B. (Org.). *As artimanhas da exclusão*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.