

GILBERTO VENÂNCIO LUIZ

**TEORIA SUBSTANTIVA DO USO DO CRÉDITO PELAS FAMÍLIAS DE
CLASSE C**

Tese apresentada à Universidade Federal de Viçosa, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Economia Doméstica, para obtenção do título de *Doctor Scientiae*.

VIÇOSA
MINAS GERAIS – BRASIL
2018

**Ficha catalográfica preparada pela Biblioteca Central da Universidade
Federal de Viçosa - Campus Viçosa**

T

Luiz, Gilberto Venâncio, 1975-
L953t Teoria substantiva do uso do crédito pelas famílias de classe C /
2018 Gilberto Venâncio Luiz. - Viçosa, MG, 2018.
xiv, 258f. : il. (algumas color.) ; 29 cm.

Inclui apêndices.

Orientador: Neuza Maria da Silva.

Tese (doutorado) - Universidade Federal de Viçosa.

Referências bibliográficas: f. 232-241.

1. Família - Aspectos econômicos. 2. Consumo (Economia).
3. Créditos. 4. Classe média. I. Universidade Federal de Viçosa.
Departamento de Economia Doméstica. Programa de
Pós-Graduação em Economia Doméstica. II. Título.

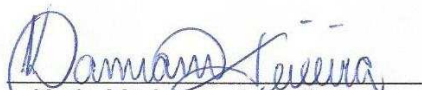
CDD 22. ed. 306.85

GILBERTO VENÂNCIO LUIZ

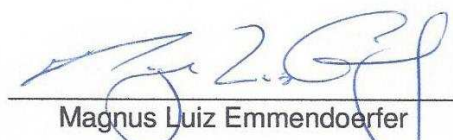
**TEORIA SUBSTANTIVA DO USO DO CRÉDITO PELAS FAMÍLIAS DE
CLASSE C**

Tese apresentada à Universidade Federal de Viçosa, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Economia Doméstica, para obtenção do título de *Doctor Scientiae*.

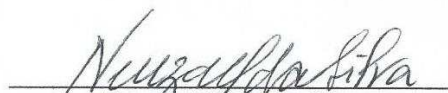
APROVADA: 06 de abril de 2018.


Karla Maria Damiano Teixeira


Ricardo César Alves


Magnus Luiz Emmendoerfer


Marcelo de Rezende Pinto
(Coorientador)


Neuza Maria da Silva
(Orientadora)

AGRADECIMENTOS

A Deus, pelo dom da vida, pela força e por me sustentar nos momentos de dificuldades e por ter-me dado a oportunidade de vivenciar tudo isto.

Aos meus queridos pais Manoel Luiz e Nadila Venância de Castro, que sempre me apoiaram, torceram e rezaram por mim, por estarem sempre ao meu lado nos momentos bons e ruins da minha vida.

Aos meus irmãos Geraldo, José Lúcio e Marlene, à minha cunhada Helena e aos meus sobrinhos Alisson, Aline, Rafael, Michele e Milene, pelo carinho, pela torcida e pelos bons momentos vividos nesse período.

Aos meus sogros Antônio Iria e Eva e a José Antônio, Terezinha, Ana Paula, José Carlos, Cássia, Rafael, Débora, Isabela e Lorena, pelo carinho, pela torcida e pelos bons momentos vividos nesse período.

À minha esposa Karine, por estar sempre presente na minha vida em todos os momentos, pelo seu amor e companheirismo e pela sua paciência e compreensão nos momentos em que me dedicava a este trabalho.

Aos meus filhos Samuel e Bernardo, que me cobravam atenção, dizendo: “computador de novo, pai!” ou “pai, larga o computador, eu quero brincar!”. Com certeza isso servia para me desligar da imersão nas pesquisas, nas leituras e na tendência de focar somente nas atividades do doutorado. Amo Vocês!

Aos meus amigos Maria do Carmo (Du), Serginho, Claudete (Dé), Paulo, Cassiane, Reginaldo, Camila, Perpétua, Pamela, Dona Raimunda e Ana, por terem torcido, rezado e compartilhado comigo deste sonho.

À professora Neuza, pela disponibilidade, atenção, orientação e pelos conselhos em todos os momentos de desenvolvimento desta tese.

Ao meu coorientador Professor Marcelo Resende Pinto, por ter aceitado me auxiliar no desenvolvimento desta tese, por sua disponibilidade e presteza nos momentos necessários e por todas as contribuições.

Aos meus amigos e colegas da pós-graduação Sharinna Venturim, Michelle Cristina e Ronan Zampier, pelo companheirismo durante todo o período do doutorado e a todos os meus colegas do PPGED, por terem vivenciado esse período, seja no mestrado, seja no doutorado.

Às famílias que aceitaram participar da pesquisa me recebendo em suas residências e respondendo prontamente a todas as questões. Meu muito obrigado.

À Universidade Federal de Viçosa e ao Programa de Pós-Graduação em Economia Doméstica, pela oportunidade de realizar este sonho.

Por fim, a todas as pessoas que, de alguma forma, contribuíram para que eu chegasse até aqui.

*O Senhor é meu pastor, nada me faltará.
Em verdes prados ele me faz repousar.
Conduz-me junto às águas refrescantes,
restaura as forças de minha alma. Pelos
caminhos retos ele me leva, por amor do
seu nome. Ainda que eu atravessasse o vale
escuro, nada temerei, pois estais comigo.
(Salmo 22, 1-4)*

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS	viii
LISTA DE TABELAS	ix
LISTA DE QUADROS	x
RESUMO	xi
ABSTRACT	xiii
1. INTRODUÇÃO	1
1.1. Problema e Justificativa	4
1.2. Objetivo Geral	10
1.2.1. Específicos	10
1.3. Organização da tese	10
2. REVISÃO DE LITERATURA.....	12
2.1. A Sociedade de Consumo e o Crédito	12
2.2. Aspectos Gerais do Uso do Crédito pelas Famílias	24
2.2.1. Influência da Estrutura Intertemporal	25
2.2.2. A Influência do Materialismo	26
2.2.3. A Influência do Processamento de Informação	27
2.2.4. A Influência dos Fatores Psicológicos e Pessoais	30
2.2.5. A Influência dos Fatores Econômicos	35
2.2.6. A Contabilidade Mental.....	37
2.2.7. Perspectiva de Processo no Uso do Crédito	38
2.3. Aspectos Sociais e Simbólicos do Uso do Crédito	42
2.3.1. Aspectos Sociais no Uso do Crédito	43
2.3.2. Aspectos simbólicos do uso do crédito	50
2.4. A Classe “C” e o Consumo	56
2.5. Método <i>Grounded Theory</i>	69
3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	78

3.1. Classificação da Pesquisa	78
3.2. Local de Estudo	81
3.3. Fase 1 – Desenho da Pesquisa	84
3.3.1. Revisão de Literatura	84
3.3.2. Seleção das Famílias	85
3.4. Fase 2 – Coleta de Dados	88
3.4.1. Definição dos Protocolos de Coleta de Dados	88
3.4.2. Realização das Entrevistas	89
3.4.3. Observação e Registro das Notas de Campo	91
3.5. Análise dos Dados	92
3.6. Critérios de Avaliação da Pesquisa	97
3.7. Comparação com a Literatura sobre o Tema	98
4. RESULTADOS	100
4.1. Perfil das Famílias	100
4.2. Teoria substantiva do uso do crédito pelas famílias de Classe C	106
4.2.1. Processo Decisório	107
4.2.2. Fatores Influenciadores do Uso do Crédito	116
4.2.3. Problemas com o Uso do Crédito	125
4.2.4. Administração do Orçamento Familiar	129
4.2.5. Experiências Com o Crédito	132
4.2.6. Saber Usar	137
4.2.7. Sonhos de Consumo e Perspectivas	141
4.2.8. Dualidade de Sentimentos	147
4.2.9. Aspectos Gerais do Uso do Crédito	150
4.2.10. Dilema Crédito x Poupança	155
4.2.11. Significados do Crédito	158
4.2.11.1. Significados Positivos	159

4.2.11.2. Significados Negativos.....	169
4.3. A Categoria Central: “Ambivalência do Crédito”	171
4.3.1. A Hipótese Central e as Proposições da Teoria.....	177
4.4. Avaliação do Rigor e da Fundamentação Empírica da Teoria.....	186
5. COMPARAÇÃO DA TEORIA COM A LITERATURA.....	189
5.1. Categoria Central, Hipótese e Proposições da Teoria.....	190
5.2. Aspectos Gerais do Uso do Crédito	196
5.3. Processo Decisório	198
5.4. Fatores Influenciadores do Uso do Crédito	202
5.5. Os Problemas com Uso do Crédito	204
5.6. Administração do Orçamento Familiar	207
5.7. Experiências com o Crédito	209
5.8. Saber Usar.....	212
5.9. Sonhos de Consumo e Perspectivas	214
5.10. A Dualidade de Sentimentos.....	216
5.11. Dilema Crédito x Poupança.....	217
5.12. Significados do Crédito	219
5.13. Síntese das Contribuições Teóricas.....	222
5. CONCLUSÕES	224
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	232
APÊNDICE A – Lista de Categorias e Códigos	242
APÊNDICE B - Perfil das famílias pesquisadas	251
APÊNDICE C - Roteiro de entrevista com as famílias	254
APÊNDICE D - Questionário para perfil das famílias	256
APÊNDICE E – Modelo de Registro de Notas de Campo	258

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Movimento do significado dos bens	51
Figura 2: Esquema referente à categoria central.....	175
Figura 3: Esquema geral da teoria substantiva.	179
Figura 4: Esquema da categoria “Experiências com o crédito”.....	180
Figura 5: Esquema da categoria “Aspectos Gerais de Uso”	185

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Classe de rendimento nominal mensal domiciliar – Viçosa-MG.....	82
Tabela 2 – Bens duráveis nos domicílios	83
Tabela 3 – Resultado da codificação do referencial teórico	99

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Principais escolas sobre <i>Grounded Theory</i>	72
Quadro 2 – Processo de construção da <i>Grounded Theory</i>	80
Quadro 3 – Elementos do software Atlas/Ti	95
Quadro 4 – Símbolos dos relacionamentos entre os códigos no Atlas/ti	96
Quadro 5 – Critérios de avaliação da GT	97
Quadro 6: Critérios para avaliação da fundamentação empírica da teoria	187
Quadro 7: Hipóteses e proposições da teoria gerada	190
Quadro 8: Relação Interacionismo Simbólico e Teoria Gerada	192
Quadro 9: Estágios da experiência de consumo e a teoria gerada	194
Quadro 10: Perspectivas de estudos de crédito	195
Quadro 11: Contribuições da teoria substantiva em relação literatura (continua) ...	222
Quadro 12: Perfil demográfico das famílias.....	251
Quadro 13: Perfil econômico das famílias	252

RESUMO

LUIZ, Gilberto Venâncio, D.Sc., Universidade Federal de Viçosa, abril de 2018. **Teoria substantiva do uso do crédito pelas famílias de Classe C.** Orientadora: Neuza Maria da Silva. Coorientador: Marcelo de Rezende Pinto.

Esta tese teve como objetivo analisar como as experiências com o crédito vivenciadas pelas famílias da Classe C se relacionam com os aspectos sociais e simbólicos inerentes ao cotidiano dessas famílias. Além disso, buscou-se apresentar uma teoria substantiva sobre o uso do crédito que refletisse a importância dessa forma de pagamento na vida das famílias desta classe. Para atingir os objetivos propostos, foi utilizada a abordagem metodológica da *Grounded Theory*, que tem como foco a construção de teorias substantivas com base em dados coletados e analisados sistematicamente. A coleta de dados, realizada na cidade de Viçosa, MG, no período de 20 de setembro de 2016 a 10 de novembro de 2017, foi feita por meio de entrevistas, observações e notas de campo. As entrevistas foram realizadas com os cônjuges em suas residências e, posteriormente, gravadas e transcritas. No final do procedimento de amostragem teórica, chegou-se a um *corpus* de 13 famílias. Os conteúdos das entrevistas foram examinados com base na análise de conteúdo, seguindo-se os procedimentos de codificação constitutivos da *Grounded Theory*. Para o gerenciamento e codificação dos dados, foi utilizado o software Atlas/Ti 8.0, que é um programa criado para realização de pesquisa com base na *Grounded Theory*. Ao longo da pesquisa de campo e do processo de codificação, chegou-se a um modelo teórico composto por 11 categorias: processo decisório, fatores influenciadores do uso do crédito, problemas com o uso do crédito, administração do orçamento familiar, experiências com o crédito, saber usar, sonhos de consumo e perspectivas, dualidade de sentimentos, aspectos gerais de uso do crédito, dilema crédito *versus* poupança e os significados do crédito, além da categoria central denominada “ambivalência do crédito”. Observou-se, pela análise das entrevistas, que o crédito era percebido como algo que tem dois lados, um positivo e o outro negativo, ou seja, algo ambivalente. Essa percepção era consequência das experiências pessoais, de parentes e de amigos em relação ao uso do crédito, podendo estas ser positivas ou negativas. Assim, quando se trata do uso do crédito, as famílias o representam como algo ambivalente, em que os aspectos positivos e negativos estão sempre presentes na mente das pessoas. Com

base nas experiências vivenciadas e no significado do crédito, definiu-se a hipótese geral do modelo teórico como: “em um ambiente caracterizado pela aceitação do crédito, as famílias de Classe C transferem significados ao crédito por meio de experiências positivas e negativas obtidas por meio do uso deste”. Esse significado ambivalente do crédito gerava nos participantes da pesquisa uma dualidade de sentimentos: a alegria na realização da compra do bem desejado e a preocupação com o pagamento das parcelas. Outro resultado encontrado foi que o crédito tinha importância significativa na realização dos sonhos e desejos de consumo das famílias pesquisadas, evidenciando a sua relação com o projeto de vida desse estrato da população. Por fim, pode-se concluir que as experiências em relação ao uso do crédito pelas famílias da Classe C são repletas de significados, positivos e negativos, que são frutos das vivências dessas famílias e das pessoas à sua volta. Além disso, a utilização do crédito tem relação com o projeto de vida dessas famílias e com questões psicológicas, como os sentimentos positivos e negativos envolvidos nesse processo.

ABSTRACT

LUIZ, Gilberto Venâncio, D.Sc., Universidade Federal de Viçosa, April, 2018. **Substantive theory of credit use by C-class families.** Adviser: Neuza Maria da Silva. Co-adviser: Marcelo de Rezende Pinto.

The objective of this study was to analyze the way in which Class C families dealt with the credit related to the social and symbolic aspects inherent in the daily life of these families. This work also attempted to present a substantive theory on the use of credit that reflected the importance of this form of payment in the lives of families in this economic class. To achieve the proposed objectives, the Grounded Theory methodological approach was used, focusing on the construction of substantive theories based on data collected and analyzed systematically. Data collection, held in the city of Viçosa, state of Minas Gerais over the period from September 20, 2016 to November 10, 2017, was carried out by means of interviews, observations and field notes. The interviews were conducted with the spouses in their homes and later recorded and transcribed. At the end of the theoretical sampling procedure, a 13-family corpus was reached. The contents of the interviews were examined based on a content analysis, followed by the coding procedures constituting Grounded Theory. For the management and codification of the data, it was used the software Atlas/Ti 8.0, which was created to conduct studies based on Grounded Theory. Throughout the field research and the codification process, it was reached a theoretical model made up of 11 categories: decision-making process, factors influencing the use of credit, issues on the use of credit, family budget management, credit experiences, knowledge on the use, desires of the consumers and perspectives, duality of feelings, general aspects of the use of credit, credit versus savings dilemma, and credit meanings, as well as the central category named “credit ambivalence.” It was observed from the interview analysis that credit was perceived as having two sides, one positive and the other negative, that is, something ambivalent. This perception was a consequence of the personal experiences of relatives and friends in relation to the use of credit, which may be positive or negative. Thus, when it comes to the use of credit, families represent it as something ambivalent, in which positive and negative aspects are always present in people's minds. Based on the experiences lived by the families and the meaning of credit, the general hypothesis of the theoretical model was defined as: “In an environment characterized by the

acceptance of credit, Class-C families transfer meanings to credit through positive and negative experiences obtained by using it.” This ambivalent meaning of credit generated a duality of feelings in the participants of the research: the joy in the accomplishment of the purchase of the desired good and the concern with the payment of the installments. Another result was that the credit had significant importance in the realization of the dreams and desires of consumption of the evaluated families, evidencing its relationship with the life project of this stratum of the population. Finally, it can be concluded that the experiences regarding the use of credit by the C-class families are full of positive and negative meanings, which are fruit of the experiences of these families and the people around them. In addition, the use of credit relates to the life project of these families and to psychological issues, such as the positive and negative feelings involved in this process.

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho teve como foco estudar o uso do crédito pelas famílias de Classe C, associado à compra de bens de consumo duráveis, buscando compreender a relação do uso do crédito com as questões sociais e simbólicas inerentes ao processo de consumo desses bens.

A sociedade contemporânea é denominada sociedade de consumo, por ser a atividade de consumir sua principal característica. Nesta sociedade, o crédito ao consumidor possui, sem dúvida, importante função ao facilitar a aquisição de bens e serviços para as pessoas. Existem vários reflexos do crédito sobre a economia, tanto que é estimulado em vários países como forma de melhorar o seu desempenho econômico.

McHugh *et al.* (2011) afirmam que o crédito oferece contribuição vital para as economias, visto que influencia as atividades econômicas das empresas e dá aos consumidores acesso ao mercado de consumo.

A expansão do crédito é um fenômeno mundial cujo crescimento se iniciou depois da Segunda Guerra Mundial, tendo acentuada aceleração a partir da década de 1990 (MCHUGH *et al.*, 2011). Ranyard e Craig (1995) discorrem sobre o aumento do crédito ao consumidor nos Estados Unidos e na Grã-Bretanha, enquanto Brown *et al.* (2005) comentam o crescimento do consumo em todos os continentes. Esses estudos indicam que tal desempenho trouxe consequências para a economia dos países e mudanças no comportamento de consumo das famílias.

No Brasil, no período compreendido entre os anos 2002 e 2013 houve expansão significativa do crédito para pessoas físicas. Dados do Banco Central do Brasil (BANCEN, 2017) demonstram essa evolução do crédito entre os anos 2002 e 2016. O crédito para as pessoas físicas computado pelo Banco Central envolve dois segmentos: o crédito livre e o crédito direcionado. O primeiro corresponde ao crédito consignado, *leasing* de veículos, cheque especial e cartão de crédito, entre outros, enquanto o segundo compreende o crédito direcionado a uma área específica para aplicação de um montante, sendo os principais o Crédito Rural e o Crédito Habitacional.

Pela análise dos dados do Banco Central, verificou-se que do ano 2002 até 2013 houve aumento significativo do percentual do montante de crédito

para pessoas físicas em relação ao Produto Interno Bruto (PIB), passando de 9,3% em 2002 para 26% do PIB em 2013 (BANCEN, 2017). Esse crescimento se deu pela influência de alguns fatores: aumento da renda, inflação baixa, elevada taxa de juros e estabilidade macroeconômica (BARROS; PINTO, 2014; MORA, 2015).

Segundo Mora (2015), esse crescimento inicialmente foi sustentado pelos bancos privados estimulados pelas políticas governamentais. Com o agravamento da crise internacional a partir de 2008, essa elevação passou a ser bancada pelos bancos federais, por meio de ações realizadas pelo governo federal, primeiramente, com estímulo ao crédito direcionado e ampliando depois para o crédito livre.

Com o advento de uma nova crise econômica e da crise política, a partir de 2013 começou haver decréscimo nos níveis das operações de crédito às pessoas físicas, ocorrendo queda nos percentuais do montante de crédito utilizado por pessoa física, ou seja, dos 26,0% em 2013 para 24,7% em 2016. Mas, mesmo com essa queda, os percentuais podem ser considerados altos em relação ao de 2002, que foi de 9%, demonstrando que o crédito é ainda muito usado pela população brasileira.

Segundo relatório do Banco Central do Brasil, o saldo das operações de crédito do sistema financeiro atingiu R\$ 3,107 bilhões em dezembro de 2016. Esse dado representa redução de 3,5% em relação ao mês de dezembro de 2015. Houve aumento de 0,7% nas operações com as famílias, representando um saldo de R\$ 1,561 bilhão em dezembro de 2016 (BANCEN, 2017). Essa desaceleração em relação aos anos anteriores está relacionada à redução da atividade econômica do país e aos seus impactos na demanda de consumo e investimento, afetando a demanda das operações com recursos livres pelas empresas e pelas famílias (BANCEN, 2017).

Dentro desse contexto de aumento do uso do crédito pelas famílias brasileiras, um grupo que tem chamado atenção é a chamada Classe C. Segundo Santana *et al.* (2012), o acesso ao crédito e o aumento da renda modificaram os hábitos de consumo dessa classe, já que alguns bens e serviços antes difíceis de serem adquiridos passaram a fazer parte do seu orçamento. As empresas de crédito diversificaram seu portfólio, facilitando a concessão do crédito para essa população e modificando seus hábitos de

compra. O aumento desse potencial de consumo pode ser entendido a partir da ascensão de 23,5 milhões de pessoas para a referida classe nos últimos anos, tornando esse o maior grupo da pirâmide social brasileira (VENTURA, 2010).

A Classe C é também denominada a “nova classe média” brasileira (NERI, 2010; SAE, 2014). Na literatura existem diferentes definições sobre Classe C. Nesta tese optou-se por usar o critério da Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (ABEP, 2015), que divide esta classe em dois grupos: a Classe C1, com renda média domiciliar de R\$2.409,01; e a Classe C2, com renda média domiciliar de R\$1.446,01.

Souza (2012), Pochmann (2012), Quadros *et al.* (2013) e Esteves (2015) questionam a ideia da existência de uma Classe C, tomando por base somente a renda dos indivíduos. Para esses autores, outros critérios, como estilo de vida, capital familiar e aspirações de ascensão social, devem ser levados em consideração. Nota-se que não existe consonância no que diz respeito a uma definição clara e precisa sobre a Classe C ou a nova classe média, e diversos são os critérios usados para tal classificação. Entretanto, os mais utilizados são a renda média e o padrão de consumo dos indivíduos.

O aumento do consumo e do uso do crédito constitui as principais marcas da Classe C referenciada por diversos estudos (FLEMING, 2008; NERI, 2008; NERI, 2010; SANTANA *et al.*, 2012; YACCOUB, 2011; SAE, 2014; MORA, 2015). Verifica-se também que os estudos que relacionam a Classe C e seus padrões de consumo tiveram início em 2008, que ficou marcado pela divulgação do estudo de Neri (2008) com foco na apresentação da “Nova classe média” e de seu potencial de consumo. Esse estudo se tornou base para vários outros que buscaram gerar conhecimento sobre o consumo da Classe C.

Nesse contexto marcado pelo aumento do uso do crédito e pelo destaque dado à Classe C no cenário econômico brasileiro é que surgiu a motivação para realizar esta pesquisa. O crédito tem importância econômica para o país e para as famílias, mas a proposta desta tese é ir além das questões econômicas relacionadas ao crédito e às famílias. O intuito deste trabalho é analisar como as famílias da Classe C usam o crédito e os processos sociais e simbólicos desse uso envolvidos no cotidiano dessas famílias.

1.1. Problema e Justificativa

O interesse por pesquisas relacionadas ao uso do crédito no Brasil é recente em relação a outros países (SOUZA, 2013) que já possuem publicações datadas da década de 1970, a exemplo do livro “*Psychological economics*”, de Katona (1975). Com o intuito de rever a literatura sobre o uso do crédito pelas famílias para embasar este trabalho, foi realizada uma pesquisa em bases de dados de publicações do Brasil e do exterior no período de 2005 a 2015, tendo por base as palavras-chave “Família, Uso do Crédito e Tomada de Decisão Familiar”.

As bases de dados escolhidas foram do Portal de Periódicos da Capes e *Spell – Scientific Periodicals Eletronic Library*, no Brasil; e *Science Direct* (EUA) e *Emerald Insight* (Reino Unido), no exterior. Ao todo foram encontrados 553 estudos relacionados, dos quais somente 41 eram pertinentes aos objetivos desta tese e ainda, desses, 28 eram de publicações de outros países. Percebeu-se, por meio desta pesquisa, que há escassez de trabalhos no Brasil com o objetivo de estudar o uso do crédito pelas famílias e que a maioria dos esforços acadêmicos foca na importância econômica do crédito ou na atitude dos consumidores em relação a esse instrumento.

Diante dessa revisão, verificou-se que os estudos relacionando crédito e família foram realizados ao longo dos anos com foco em temas diferenciados. Livingstone e Lunt (1992) buscaram entender a influência dos fatores psicológicos, sociais e econômicos na decisão do consumidor em relação ao uso do crédito. Em uma visão semelhante, Lea *et al.* (1995) verificaram a relação dos fatores não econômicos na dívida do consumidor. Por sua vez, Ranyard e Craig (1995) estudaram a relação entre crédito e orçamento doméstico e a forma como os consumidores avaliam as opções de créditos para tomarem suas decisões.

Outros estudos da década de 2000 também buscaram relacionar crédito e família. Hilgerth *et al.* (2003) evidenciaram a ligação entre conhecimento financeiro e comportamento da família em relação à gestão financeira: fluxo de caixa, crédito, poupança e investimento. As expectativas financeiras como influenciadoras dos indivíduos e famílias em suas decisões de aquisição de

crédito foram o tema do trabalho de Brown *et al.* (2005). Já Ranyard *et al.* (2006) verificaram a influência do papel da contabilidade mental no processo de decisão de crédito ao consumidor.

Além desses autores, Cosma e Pattarin (2012) propuseram estudar o papel da atitude em relação ao crédito nos agregados familiares da Itália. Já McHugh e Ranyard (2012) destacaram o papel das informações, das consequências de longo prazo e dos fatores econômicos nas decisões de pagamento das parcelas do empréstimo adquirido.

Em uma análise mais ampla e teórica, Santos *et al.* (2013) propõem a busca do entendimento sobre a relação entre crédito e consumo das famílias de forma interdisciplinar, com enfoque na psicologia, na sociologia e na teoria econômica. O tempo, o afeto e a cognição como determinantes da preferência e influenciadores da escolha em relação ao crédito foram o enfoque dado por Oliveira e Jesus (2013), enquanto a importância atribuída à família, aos amigos, à escola, à mídia e às organizações na socialização para o consumo, crédito e poupança foram a abordagem de Ribeiro *et al.* (2013).

Por sua vez, com foco nas questões da economia familiar, Carmo (2012) buscou analisar o estado de endividamento dos consumidores e suas estratégias para conviverem com essa situação. Nessa linha, Vasconcelos (2016) examinou as consequências da utilização do crédito no orçamento familiar das pessoas idosas e os elementos motivadores do seu uso.

Esses estudos têm em comum a tentativa de verificar como as famílias tomam suas decisões sobre obtenção e uso do crédito, bem como as consequências do crédito na vida dessas famílias. Porém, concentram-se em aspectos particulares e pontuais do fenômeno faltando uma visão mais abrangente, interacional e de longo prazo quanto ao processo de obtenção e uso do crédito pelas famílias.

A decisão do consumidor é um processo composto por etapas (SOLOMON, 2011), e nessa direção Kamleitner e Kirchler (2007) apontam limitações nas pesquisas sobre crédito e família, que negligenciam o caráter de processo do uso desse instrumento. Esses autores afirmam ainda que a falta da perspectiva de processo no uso do crédito dificulta a integração dos resultados de diferentes estudos, o que deve ser considerado em pesquisas futuras.

Kamleitner *et al.* (2012) sugerem que novos estudos abordem sistematicamente as inter-relações entre diferentes perspectivas, considerando o uso do crédito como um processo. Esses autores apresentam quatro perspectivas para entendimento do processo de uso do crédito: (1) uso do crédito como reflexo da situação; (2) uso do crédito como reflexo da pessoa; (3) uso do crédito como processo cognitivo; e (4) uso do crédito como prática social. Eles identificaram que as lacunas mais importantes na literatura sobre crédito dizem respeito à investigação a partir da perspectiva de uso do crédito como reflexo da pessoa ou como prática social.

Nesse sentido, Kamleitner *et al.* (2012) consideram o crédito como um fenômeno social interativo, e o seu uso pode ser visto como meio ou reflexo de processos interpessoais e interacionais. Em consonância com essa visão, Oliveira e Jesus (2013) afirmam que o crédito, além de sua função de impulsionar o consumo na sociedade mundial, é uma ação econômica individual ou familiar que tem função social e exerce papel no projeto de vida dos indivíduos ou das famílias. O foco é a inter-relação entre as pessoas em vez de características pessoais dos indivíduos, reconhecendo e investigando os efeitos interpessoais em todas as fases de utilização do crédito (KAMLEITNER *et al.*, 2012).

Souza (2013) destaca que a literatura sobre crédito no Brasil é muito fragmentada, sendo o uso do cartão de crédito a modalidade que mais se destaca nas discussões. Além disso, para Souza (2013), o Brasil é um país em que os grupos familiares servem como referências para tomadas de decisões financeiras, além de que faltam estudos que esclareçam como as famílias tomam suas decisões financeiras relacionadas ao uso do crédito.

Além dessas lacunas e fatores, Santos *et al.* (2013) afirmam que os estudos sobre o uso do crédito pelas famílias são relativamente recentes e que, após a crise de 2008, se tornou mais evidente a relação entre as decisões e o comportamento das famílias em relação ao uso do crédito. Esses autores se referem também a um individualismo metodológico, em que o indivíduo é foco da análise e as classes são desconsideradas como categorias de análise. Ainda segundo eles, as pesquisas sobre crédito e consumo não estão embasadas em análises profundas, principalmente quando se levam em consideração os diferentes contextos e os impactos sobre variados grupos

sociais. Ressalta-se também que a maioria dos estudos analisados é do tipo quantitativo e de cunho positivista, sendo encontrados poucos trabalhos qualitativos de cunho interpretativista.

Outro ponto a ser destacado é a falta de estudos com enfoque nas experiências com o crédito pelas famílias, o que torna pesquisas desta natureza de grande valia para as diversas áreas de conhecimento, visto que as relações entre desejo, necessidade, consumo, crédito e endividamento são de interesse tanto de empresas quanto de estudiosos da área (RIBEIRO *et al.*, 2009). Além disso, semelhante a essa percepção, Pinto (2009) relata que existem lacunas no conhecimento no que diz respeito aos aspectos simbólicos das experiências de consumo, e pode-se ir mais além, com base na pesquisa bibliográfica realizada para esta tese, uma vez que faltam pesquisas no que tange aos aspectos simbólicos do uso do crédito pelas famílias.

Nesse sentido, considerando o contexto de crescimento da oferta de crédito no mercado, principalmente no Brasil, relacionado ao fenômeno de crescimento da Classe C, assim como a escassez de estudos sobre o crédito e consumo por grupos sociais específicos, a falta de estudos com foco nos aspectos simbólicos do uso do crédito pelas famílias, a falta de trabalhos que considerem o crédito como fenômeno social interativo e seu uso entendido como reflexo de processos interpessoais e interacionais, é que se encontra o problema de pesquisa em que esta tese se insere.

Apesar do interesse e esforço de pesquisa em relação ao fato de o crédito ser crescente ao longo do tempo, ainda permanecem a serem explorados alguns pontos, como: a compreensão do uso do crédito pelas famílias como processo social e interativo, a relação família, crédito, consumo e suas consequências e como as famílias dão importância e significação ao crédito no seu cotidiano. Existe a necessidade de explorar também o uso do crédito em uma perspectiva interpretativista, visto que há pouca utilização dessa abordagem quando se trata do tema.

Diante da escassez de estudos baseados em perspectiva do uso do crédito como fenômeno social com enfoque em abordagem interpretativista, busca-se compreender as experiências das famílias da Classe C em relação ao crédito, por meio da seguinte questão de pesquisa: como as experiências de uso do crédito vivenciadas pelas famílias dessa classe se relacionam com as

questões sociais e simbólicas inerentes ao cotidiano dessas famílias?

A proposta desta pesquisa tem como orientação principal a crença de que a razão para o uso do crédito pela Família C vai além da mera limitação de renda, mas que os bens e serviços adquiridos e o próprio crédito têm significado para essas famílias que vai além de suas funções básicas. Berquó (2013) afirma que o crédito é passível de manipulação simbólica pelas pessoas, pois pode ser considerado uma mercadoria desejada e consumida como qualquer outro objeto.

Estudar o processo de obtenção e uso de crédito pelas famílias de Classe C é importante devido ao fato de se tratar de importante grupo para a economia brasileira, tanto como produtora quanto como consumidora de bens e serviços. É o maior grupo populacional do Brasil, perfazendo um total de 58,83% da população, diante dos 26,76% das Classes D e E e dos 14,56% das Classes A e B (SAE, 2014). Além disso, tem-se destacado no cenário econômico brasileiro como a segunda com maior potencial de consumo. Segundo dados do IPCMAPS¹ (2016), no panorama de consumo urbano do Brasil em 2015 se destacaram a Classe B, que respondeu por 43,2% (cerca de R\$ 1,498 trilhão); e a Classe C, com 33,7% do consumo (cerca de R\$ 1,169 trilhão). As Classes D e E despenderam em torno de R\$ 167 bilhões, e a Classe A totalizou cerca de R\$ 484 bilhões com o consumo de bens e serviços.

Outro fator considerado na decisão de estudar o uso do crédito pela Classe C é o crescimento do consumo geral de bens por esta classe, o que se deu principalmente por meio do uso do crédito. Para uma parcela dos indivíduos desse grupo, a única forma de acessar esses bens de consumo foi por meio do endividamento ou pela submissão a uma carga extra de trabalho (MARTINS; CORREA, 2015).

Além do mais, a importância de estudar as experiências do uso do crédito em uma perspectiva social está no fato de as pesquisas sobre o crédito e endividamento das famílias na literatura brasileira e internacional considerarem primordialmente variáveis socioeconômicas e, ou, demográficas, buscando a relação dessas variáveis com a atitude dos indivíduos em relação ao crédito. Mais especificamente, a atenção tem-se concentrado no rendimento

¹ IPC Maps é um boletim atualizado anualmente pela IPC Marketing Editora, que disponibiliza informações demográficas e de potencial de consumo de todos os municípios brasileiros.

disponível e nas características econômicas das famílias. No entanto, essas abordagens não conduziram a conclusões claras sobre o papel do crédito ao consumidor nos agregados familiares (COSMA; PATTARIN, 2012).

Os modelos econômicos na tradição neoclássica do individualismo metodológico têm dificuldades para incorporar as famílias em um modelo de tomada de decisão financeira. Nesse sentido, segundo Kirchler *et al.* (2008), a perspectiva social do uso do crédito permite mover o foco do indivíduo para a interação social entre os familiares, permitindo análise mais detalhada das decisões sobre o uso do crédito pelas famílias. A decisão de usar o crédito para o financiamento de um bem será influenciada, por exemplo, pela qualidade do relacionamento entre os parceiros e pelos papéis conjugais. Esses fatores são negligenciados quando se foca apenas nas decisões individuais sobre o uso do crédito (KIRCHLER *et al.*, 2008).

Kamleitner e Kirchler (2007) chamam atenção ainda para as consequências sociais, psicológicas, econômicas e políticas da utilização do crédito, ressaltando a necessidade de pesquisar os efeitos dessas consequências nas famílias e sua influência na dinâmica e relações familiares, bem como a influência dos grupos de referência na aceitação e uso do crédito. Já Kamleitner *et al.* (2012) abordam a necessidade de estudar os significados e conotações associadas ao crédito construído pelas famílias no seu cotidiano.

Observa-se, portanto, que entender a utilização do crédito pelas famílias não é tarefa fácil, pois é um fenômeno global com muitas facetas distintas. É um processo dinâmico e complexo, que influencia e é influenciado por vários processos psicológicos e possui multiplicidade de implicações sociais e econômicas (KAMLEITNER *et al.*, 2012). Portanto, justifica-se este estudo pelas contribuições que poderá dar para o conhecimento desse processo.

A proposta deste estudo é, a partir dos dados coletados e analisados e com base na abordagem da *Grounded Theory*, criar um modelo teórico sobre o uso do crédito para compra de bens de consumo por famílias da Classe C. A motivação desta proposta se baseia nas proposições de Giglio (2010), segundo o qual os pesquisadores devem ir além do enquadramento dos estudos sobre os consumidores em alguma teoria conhecida, mas aprenderem a recolher sinais que permitam processar as informações sobre os consumidores no presente, criando teorias atuais.

Giglio (2010) relata ainda que é mais científico criar teorias que possam ser discutidas, que tenham relação com a situação atual, mesmo que ainda necessitem de ajustes, do que utilizar teorias bem construídas nos seus axiomas, mas distantes da realidade atual das pessoas. Nessa mesma linha de pensamento, Rossi (1995) afirma também que as pesquisas sobre consumo devem perseguir teorias com “t” minúsculo, sem grandes pretensões de serem aplicadas na explicação de diversos fenômenos, como as grandes teorias amplamente aceitas.

1.2. Objetivo Geral

Analisar como as experiências com o uso do crédito vivenciadas pelas famílias da Classe C se relacionam com os aspectos sociais e simbólicos inerentes ao cotidiano dessas famílias e apresentar uma teoria substantiva sobre o uso do crédito que evidencie essa relação.

1.2.1. Específicos

- Analisar as experiências com o uso do crédito e as influências deste no cotidiano familiar.
- Compreender a importância que as famílias atribuem ao crédito para a realização de seus sonhos de consumo.
- Analisar os aspectos sociais e simbólicos associados ao uso do crédito pelas famílias.

1.3. Organização da tese

Esta tese foi organizada em nove capítulos. Na primeira seção – Introdução –, apresentam-se o contexto, o problema de pesquisa e sua justificativa e os objetivos geral e específicos. Na seção 2, tem-se o referencial teórico, que embasa a tese. Discute-se no item 2.1 sobre a sociedade de consumo e o papel do crédito nessa sociedade como potencializador do poder de compra dos indivíduos, focalizando a função social do crédito enquanto

ferramenta utilizada para executar projetos de vida num ambiente de recursos limitados.

O item 2.2 trata dos aspectos gerais do uso do crédito pelas famílias. No item 2.3 são apresentadas as questões sociais e simbólicas envolvidas no uso do crédito. Argumenta-se que o uso do crédito vai além de mera ferramenta para resolver problemas de escassez de dinheiro, havendo componentes sociais e simbólicos que são apropriados pelas pessoas. No item 2.4, discutem-se sobre a Classe C e os padrões de consumo inerentes a ela, assim como se fazem a sua caracterização por meio da visão de vários autores e a relação dessa classe com o crédito. No item 2.5, apresentam-se a abordagem da *Grounded Theory*, sua caracterização e seus elementos constituintes.

Na seção 3 é apresentado o percurso metodológico da pesquisa, indicando as ações realizadas desde a seleção das famílias para participar da pesquisa, a coleta dos dados, a amostragem teórica até a análise dos dados.

Na seção 4 são descritos os principais elementos da teoria substantiva gerada, as categorias e suas associações, a categoria central que norteia toda a lógica dessa teoria, bem como as hipóteses e proposições a cerca da teoria construída.

Na seção 5 é feita uma comparação entre a teoria construída e a literatura sobre o tema desta tese, verificando-se as semelhanças e divergências entre ambas para dar maior robustez à teoria construída. Por fim, na seção 6 são apresentadas as conclusões deste estudo, suas contribuições e limitações, bem como sugestões para futuras pesquisas.

2. REVISÃO DE LITERATURA

Nesta seção, apresenta-se uma explanação teórica dos elementos principais que compõem o embasamento desta tese. Inicia-se por uma discussão sobre a sociedade de consumo e o crédito, passando a seguir para uma explanação acerca dos aspectos gerais do uso do crédito pelas famílias e dos aspectos sociais e simbólicos. Na seção seguinte, busca-se fazer uma caracterização da Classe C em relação ao consumo e, por fim, apresenta-se a abordagem da *Grounded Theory* que embasa metodologicamente esta tese.

2.1. A Sociedade de Consumo e o Crédito

A sociedade contemporânea tem recebido, de diferentes estudiosos, vários rótulos ao longo dos anos, como forma de caracterizar a sua dinâmica econômica e social. Caplovitz (1968) deu o rótulo de Sociedade da Afluência; Debord (1997) classificou-a como Sociedade do Espetáculo; Baudrillard (1995), Barbosa (2004) e Campbell (2001) denominaram-na Sociedade de Consumo; Lipovetsky (2007) chamou-a de Sociedade do Hiperconsumo; e Bauman (2008) a rotulou como Sociedade de Consumidores. Todos esses rótulos trazem consigo uma gama de transformações, sejam elas econômicas, sociais e culturais, que influenciaram nas relações econômicas, na organização do social e nas relações estabelecidas entre as pessoas.

Segundo Luiz (2008), a sociedade contemporânea e todos os seus rótulos têm como características o “consumo excessivo de recursos naturais e a posse de bens materiais mais do que a obtenção de valores não materiais e pela importância atribuída ao consumo conspícuo” (LUIZ, 2008, p. 1). Além dessas características, Caniato e Nascimento (2010) evidenciam também o excesso de profusão de objetos, informações, tecnologias, mensagens e imagens, principalmente, as de caráter publicitário.

Ao analisar as obras dos autores citados anteriormente, verificou-se que o foco no consumo e o comportamento dos indivíduos em relação a esse consumo, dentro da sociedade contemporânea, permeiam a argumentação teórica de seus trabalhos. Ressalta-se que, juntamente com o consumo, o uso do crédito é tema reconhecido pelos teóricos como caracterizador da

sociedade de consumo. A análise da influência do crédito na sociedade de consumo não é nova. Caplovitz (1968), ao falar sobre a sociedade de consumo, a reclassifica como sociedade de crédito, em que este tem papel fundamental no crescimento do consumo de bens e serviços. Isso evidencia a existência de estreita relação entre o consumo de indivíduos e grupos e o uso do crédito na sociedade.

Nesse contexto, Silva (2008) assinala que o crédito é importante meio para os indivíduos comprarem bens e serviços na sociedade de consumo. Para esse autor, além da função econômica, o crédito tem função social na vida das pessoas, visto que possibilita a compra de moradia e de bens/serviços em geral. Além disso, facilita a execução de projetos para os quais as pessoas não dispõem de recursos próprios suficientes.

Por essa razão, é importante para o estudo do uso do crédito pelas famílias tecer uma definição sobre crédito, bem como descrever o seu papel na sociedade de consumo, para que se tenha melhor entendimento das experiências de uso do crédito e como este se relaciona com o cotidiano das famílias no que tange ao consumo. Antes de apresentar a relação entre a sociedade de consumo e o crédito ao consumidor, é necessário expor a ele a definição do conceito de crédito e sua caracterização, para que tenha melhor compreensão do seu uso pelas famílias e de sua inserção na sociedade de consumo.

Segundo Silva (2014), a palavra crédito tem a sua origem no latim *Creditum*, que significa creditado, confiado, bem como advém do étimo do verbo *credere* (acreditar, crer). O comerciante que vende acredita no comprador e confia que no futuro este irá pagar o que deve. Dessa maneira, também procede o banco que dá crédito aos clientes. Assim, segundo Silva (2011), pode-se definir o crédito como ceder dinheiro ou pôr à disposição dos clientes um valor em dinheiro, mediante o compromisso de que no futuro o valor será pago, sendo os juros recompensas pelo ato da concessão.

De acordo com Kamleitner e Kircher (2007), crédito é a concessão de bens, serviços ou dinheiro em favor de um compromisso de pagamento futuro. Nessa mesma visão, Schrickel (1997) define o crédito como a ação de um indivíduo ou empresa em ceder parte do seu patrimônio a outra pessoa. Por meio dessa ação, o cedente espera receber de volta o montante emprestado

mais juros, depois de decorrido um período de tempo, combinando entre as partes. O crédito materializa-se em empréstimo de dinheiro ou na venda de produtos e serviços que serão pagos em parcelas pelo tomador do crédito.

As operações de crédito não são uma atividade nova, mas se tornaram elemento essencial para a economia dos países. Já se faziam presentes desde a antiguidade, na era Greco-Romana (SILVA, 2011), sendo os principais credores conhecidos como penhoristas. Seus acordos de crédito eram relativamente simples: produtos eram depositados como garantia, e um montante em dinheiro era emprestado para uma pessoa. A qualquer momento até o final de certo período, o empréstimo mais os juros poderiam ser pagos totalmente. Com o passar do tempo, o crédito de reembolso único foi substituído por um regime que envolve o reembolso por escalonamento, isto é, parcelado (RANYARD; CRAIG, 1995).

Historicamente, Segundo Silva (2011), essa associação de emprestar um valor em dinheiro em troca do compromisso futuro da devolução do valor emprestado mais os juros teve início na Idade Média, conforme descrito a seguir:

(...) quando os cambistas, aproveitando a diversidade de moedas existentes na época, começaram a realizar trocas entre elas. Depois, eles expandem as suas atividades para a oferta de empréstimos mediante cobrança de juros. Outro momento a ser destacado é o da criação da letra cambial na Idade Média. O seu surgimento advém da expansão comercial entre regiões diferentes: os comerciantes de determinada região ofereciam financiamentos via letras de câmbio aos compradores de suas mercadorias para evitar os riscos e os custos dos transportes dos recursos, tendo em vista que estes compradores eram de outras regiões (SILVA, 2011, p. 25).

O principal atributo constituinte da origem do crédito é a confiança, e nos primórdios da Humanidade a atividade creditícia tinha como finalidade a obtenção de dinheiro. Nesse sentido, o crédito era sinônimo de dinheiro, entretanto, com o passar dos anos, tornou-se autônomo em relação ao dinheiro, ou seja, quem faz uso de crédito não está pensando somente no dinheiro, mas na aquisição de um bem ou serviço com a promessa de pagamento futuro (BERQUÓ, 2013).

Na visão de Brown *et al.* (2005), é importante esclarecer o que significam os termos empréstimos, crédito e dívida. Esses termos têm significados distintos na literatura e podem gerar confusão de entendimento.

Especificamente, enquanto o crédito é baseado em ato planejado e pretendido pelo indivíduo, envolvendo a concessão de empréstimo de dinheiro, a dívida não é planejada e pode ser involuntária ou, para alguns, o caminho para a falência.

Na mesma perspectiva de Brown *et al.* (2005), Cosma e Pattarin (2012) afirmam que há distinção na literatura entre crédito ao consumidor e endividamento do consumidor. Embora a distinção entre os dois termos seja tênue no uso normal, estritamente falando o crédito ao consumo refere-se à busca pelo recurso ao crédito institucional, envolvendo pedido de crédito por uma pessoa ou família, em que o banqueiro avaliará a solvência ou não do solicitante e, subsequentemente, tomará a decisão de emprestar ou não. Entretanto, a expressão “dívida do consumidor” refere-se ao não cumprimento das obrigações de reembolso pelo devedor ou usuário do crédito.

Kamleitner e Kircher (2007) afirmam que, apesar de a definição teórica do crédito ao consumidor ser bastante clara, este conceito não é tão claro na mente das pessoas. Nesse sentido, Viaud e Roland-Lévy (2000) comentam que existe diferenciação entre crédito e débito (dívida). O crédito é geralmente usado para descrever o financiamento de aquisições necessárias (por exemplo, carro, casa) e carrega conotação positiva, enquanto a dívida é o termo utilizado para descrever o dinheiro emprestado para aquisição de bens de consumo não essenciais, tendo conotações ambivalentes, às vezes positivas, às vezes negativas.

O crédito é um dos principais fatores que contribuem para o acesso a novos bens e serviços na sociedade de consumo a partir do século XIX. Mas o crédito não é elemento novo na relação entre vendedores e compradores. Sua origem vem desde a época dos babilônios e da Grécia e Roma antigas. A sua consolidação como instrumento financeiro se deu na Idade Média com o desenvolvimento dos bancos e da expansão dos empréstimos dentro da atividade negocial. Contudo, a intensificação do uso do crédito aconteceu a partir das mudanças nos padrões de consumo tanto na Europa quanto nos Estados Unidos a partir da década de 1920. O crédito passou a ter função significativa nas estratégias sociais dos consumidores, e com o advento da sociedade de consumo o crédito obteve papel de impulsionar as práticas de consumo dos indivíduos nessa sociedade (BERQUÓ, 2013).

Entre tantas mudanças ocorridas que deram origem à sociedade de consumo, Barbosa (2004, p. 27) cita a criação das lojas de departamentos, “como o *Bon Marché* em Paris e *Marble Dry Goods* em Nova York, inauguradas em meados do século XIX”. Segundo essa autora, esses novos modelos de lojas se tornaram meios importantes tanto na disseminação da moda quanto na democratização do consumo. Segundo Barbosa (2004), as lojas de departamentos aguçavam o desejo dos consumidores e forneciam um mundo de sonhos, que impunha uma nova forma de apresentação das mercadorias em um cenário e ao alcance das mãos dos consumidores, sem a obrigatoriedade da compra. Além disso, essas lojas de departamentos foram as primeiras a oferecer formas para financiamento desses sonhos, como foi o caso do crédito direto ao consumidor criado por *Aristide Boucicaut*, dono do *Bon Marché*.

Cabe ressaltar aqui que, ao citar a criação das lojas de departamentos colocada por Barbosa (2004), não se quer afirmar que a sociedade de consumo começou a partir desse evento. Conforme cita McCracken (2003), o consumo moderno é um componente histórico, e suas características são decorrências de vários anos de intensa mudança social. O que se pretende com essa citação das lojas *Bom Marché* é demonstrar como o uso do crédito se insere e se relaciona com a sociedade de consumo.

Segundo Caplovitz (1968), por volta da década de 1950 iniciou-se um período de desenvolvimento comercial na sociedade moderna, no qual o autor caracterizou de sociedade de abundância, em que o consumo em massa era um dos principais elementos. Além disso, associado ao consumo em massa ocorre uma difusão do crédito ao consumidor. Para Caplovitz (1968), pode-se dizer que a sociedade de abundância é também uma sociedade de crédito.

Por muitos anos, o crédito foi visto como algo vergonhoso e era contratado mais pelas classes trabalhadoras, o que mudou com o advento da sociedade da abundância, em que o crédito passou a ser aceito e difundido e fazer parte do modo de vida das pessoas. As condições que levaram a essa transformação para uma sociedade de crédito foram o crescimento da economia em geral, o aumento da renda da população e a expansão de suas aspirações de consumo (CAPLOVITZ, 1968).

Outro fator de crescimento do crédito ao consumo citado por Caplovitz (1968) foram as mudanças acentuadas na estrutura ocupacional que acompanharam o crescimento econômico: o crescimento das classes médias e, mais particularmente, o surgimento da nova classe média dos assalariados e do declínio da velha classe média tradicional. Segundo Caplovitz (1968), a nova classe média, em geral de trabalhadores de grandes empresas, tonou-se um mercado pronto para o crédito ao consumidor, por duas razões. A primeira, os membros desta classe estavam sob fortes pressões sociais para adquirir os bens de consumo que simbolizassem o estilo de vida de classe média, uma pressão experimentada até mesmo por aqueles cujos rendimentos eram relativamente baixos. A segunda razão foi que a nova classe média tinha estabilidade no trabalho e renda estável e, em alguns setores, em crescimento.

Na visão de Caplovitz (1968), a estabilidade da renda é primordial para o desenvolvimento de uma sociedade de crédito. Nessa sociedade, deixou-se de lado o padrão tradicional de poupar em primeiro lugar e, depois, gastar; passou-se a comprar primeiro e realizar pagamentos mensais posteriores para quitar a dívida, ou seja, a aquisição de bens hoje com a renda de amanhã.

O ciclo de vida familiar também influencia na intensidade do uso do crédito. Caplovitz (1968) argumenta que famílias recém-formadas têm mais necessidades de bens e serviços do que as famílias estabelecidas, devido a uma disjunção entre a renda e as necessidades da família. Dessa forma, famílias recém-formadas tendem a recorrer mais ao crédito como mecanismo para preencher essa lacuna. Nesse caso, comprometendo a renda futura a família é capaz de atender a seus desejos atuais. Assim, o crédito torna-se um dispositivo para nivelar a curva de rendimento durante a carreira profissional.

Caplovitz (1968) chama atenção para as consequências do comprometimento da renda futura para satisfazer desejos de hoje. Para ele, essa situação funciona bem em uma sociedade em que a economia e a renda estejam em ascensão. Assim, no nível macro da sociedade de crédito se requer uma economia em expansão, e, no nível micro, o usuário individual de crédito dependente de estabilidade no emprego. Sem esses pressupostos, os usuários de crédito podem incorrer em dívidas, abusos em relação à oferta de crédito e altas taxas de juros para compensar o risco.

A partir de uma abordagem sociologia do consumo, Lipovetsky (2007) identifica três fases nas quais o consumo atinge uma nova escala, a partir de alterações nos padrões de produção, troca e demanda ocorridos no início do século XIX. Na fase 1, o consumo em massa começa por volta dos anos de 1880, terminando depois da Segunda Guerra Mundial. A fase 2, que se chamou de "sociedade da abundância", compreendeu do pós-Segunda Guerra Mundial até o fim dos anos de 1970. E a fase 3 iniciou-se nos anos de 1980, chamada de sociedade do hiperconsumo. Lipovetsky (2007) destaca que na fase 2 se apresenta o desenvolvimento do crédito como importante instrumento para o acesso aos produtos e serviços ofertados no mercado.

O uso do crédito era estimulado com o intuito de fazer que as pessoas comprassem o que Lipovetsky (2007, p. 35) denominou “as maravilhas da terra de abundância”, isto é, a realização dos desejos o mais rápido possível. Para esse autor, a fase 2 fez que o poder de compra das camadas sociais aumentasse de três a quatro vezes, e, com isso, houve a difusão do uso do crédito, permitindo que os indivíduos se libertassem da urgência da necessidade estrita. Nesse sentido, o crédito possibilitou que as massas tivessem acesso a uma demanda de bens e serviços que simbolizavam a fluência social que antes estava associada às elites.

Já no entendimento de Baudrillard (1995), na sociedade de consumo o crédito é um meio pelo qual se realiza uma “educação mental” junto aos consumidores para que sejam impelidos a consumir. Nesse sentido, Baudrillard (1995, p. 81) argumenta que “o crédito é um processo disciplinar de extorsão da força de trabalho e de multiplicação da produtividade”. Sendo assim, o estímulo ao uso do crédito na sociedade de consumo é uma maneira de coagir as pessoas a consumir cada vez mais sobre a égide da busca da felicidade e do prazer que esse consumo pode proporcionar.

Baudrillard (1995) sugere também que o crédito atua, mesmo que parcialmente, nos orçamentos familiares e, por isso, desempenha papel importante na vida das pessoas. A concepção do crédito exerce influência na vida das pessoas sob o discurso da gratificação e da facilidade de acesso à abundância, libertando os indivíduos do velho tabu da poupança. Nesse sentido, o crédito constitui um tipo de poupança forçada dentro de um estilo de vida de existência a crédito, em que o consumo precede o ganho salarial.

Assim, as pessoas consomem primeiro e depois se esforçam para conseguir pagar a dívida no futuro.

Na sociedade contemporânea, uma das características é a procura pela felicidade por meio do consumo, conforme aborda Baudrillard (1995). Essa busca pela felicidade, segundo Flores *et al.* (2013), está relacionada ao materialismo e ao nível de endividamento, demonstrando que as pessoas que têm elevados níveis de consumo associados à felicidade são mais materialistas e mais propensas a se endividarem. Percebe-se que há correlação significativa entre o fator felicidade e a variável endividamento, em que indivíduos com nível superior de endividamento são os que mais atrelam o consumo ao sentimento de felicidade.

A relação entre o materialismo e a busca pela felicidade foi verificada também por Donnelly *et al.* (2013), que argumentam que existe tendência dos materialistas para não se envolverem na gestão de crédito, acreditando que as “suas compras irão transformar suas vidas e a si mesmos”. Assim, fazer compra para elevar o humor explica completamente a frequência de compra compulsiva. Se os materialistas ou compradores compulsivos compram com objetivos emocionais ou de construção de identidade em mente, então o uso do cartão de crédito, por exemplo, pode maximizar o bem-estar temporário da realização de uma compra, atrasando o impacto monetário ou uma possível autocolpa de gastar dinheiro.

Nesse sentido, a gestão do dinheiro serve como mediador entre o materialismo e a compra compulsiva. O efeito mediador da má gestão do dinheiro dos materialistas é impulsionado, principalmente, pela gestão inadequada do crédito (por exemplo, não pagar contas de cartão de crédito na hora e superando os limites de crédito). Além disso, a má gestão do crédito está relacionada com outros mediadores, como a compra motivada para melhorar o humor, ou formar a identidade pessoal, bem como as expectativas de transformação da vida. Dessa forma, os materialistas podem involuntariamente resistir à gestão de crédito, porque uma consciência financeira clara pode ameaçar a sua base de valor e emoção, sendo um regulador das compras (DONNELLY *et al.*, 2013).

Na visão de Bauman (2008), a sociedade contemporânea é consumista, instável e líquida, em que o crédito financeiro é importante ferramenta que dá

ao seu usuário um meio de conseguir, de forma mais rápida, o que se deseja. Bauman (2008) classifica essa sociedade como de consumidores e a define como sociedade que promove, encoraja e reforça um estilo de vida consumista dentro de uma cultura de consumo, em que a principal característica é o imediatismo em relação ao consumo. Na sociedade de consumidores, os governos estimulam, endossam e subsidiam o viver a crédito e em constante dívida, em que a poupança não é valorizada e nem cultivada. Nessa sociedade, as dívidas são usadas para o financiamento do consumo e não do investimento e, ou, da acumulação de patrimônio.

O viver a crédito faz parte do currículo das políticas econômicas governamentais, além dos próprios consumidores que assumem esse estilo de vida como política de vida individual. O consumidor tem papel importante na construção dessa sociedade, e a sua participação intensa e ativa no consumo é a principal virtude que se espera dos consumidores. Além disso, a empreitada para vir a ser um membro da sociedade de consumidores dignos de crédito e a disposição para gastar todo o limite de crédito que tem à disposição estão na lista de suas obrigações (BAUMAN, 2008).

Para Bauman (2010), o crédito na sociedade de consumo pode ser considerado um mecanismo para desempenhar a dupla tarefa de fazer que o capital venda suas mercadorias e os consumidores as comprem. A lógica das operações de crédito não está ligada somente ao montante de dinheiro pedido e emprestado, mas vai além disso. Por trás do uso massivo do crédito está o revigoramento de um estilo de vida de curto prazo. Bauman classifica esse estilo como agorista, devido ao imediatismo em relação ao consumo.

Em uma crítica a esse estilo de vida, Bauman (2010) compara o uso do crédito ao uso de drogas. A utilização do crédito é um hábito, cultivado e radicado, de correr para os empréstimos toda vez que se tem um problema de consumo a resolver. Em sua opinião, esse autor destaca que, como outras drogas, o viver a crédito gera dependência, e isso fez que o crédito se expandisse de forma vertiginosa nos últimos anos.

A partir do século XIX, com o advento da sociedade de consumo o crédito passou a contribuir para o acesso a bens de consumo pelos consumidores e tornou-se ferramenta para que os consumidores se integrassem na sociedade de consumo (BERQUÓ, 2013), visto que o consumir

é a principal característica dessa sociedade. Além do que, segundo Moreira (2011), nos últimos anos o crédito passou a ser avaliado positivamente na sociedade, sendo aceito como parte integrante da sociedade de consumo, pois permitiu a aquisição imediata de um conjunto de bens e serviços.

Moreira (2011) afirma que a conotação social e moral em relação ao crédito tornou-se positiva devido ao fato de o consumo cumprir diversas funções, como a satisfação de necessidades individuais e coletivas, a criação de identidades, a afirmação individual em um ambiente coletivo e a obtenção de prazer. Nesse sentido, o crédito permite que os indivíduos concretizem uma ou mais dessas funções, pois possibilita a compra de produtos e serviços que irão auxiliar nessa concretização.

Assim, a sociedade contemporânea tornou-se mais materialista, e essa situação fez que os gastos dos indivíduos e a sua intenção de financiar o consumo, por meio do crédito, aumentassem, principalmente nos grupos de pessoas com um nível de renda inferior à de seu grupo de referência social. O aumento da procura por crédito se deve ao fato de as pessoas na sociedade de consumo aspirarem a um estilo de vida idêntico ao seu grupo de referência e à necessidade de representação de uma imagem, e, quando a renda não permite a compra de símbolos que representem essa imagem e estilo de vida, uma das opções é a utilização do crédito como meio de obtê-los (MOREIRA, 2011).

Com a expansão do crédito e do consumo na sociedade, o crédito ao consumidor deixou de estar associado apenas ao seu papel de fazer face às ocorrências excepcionais de falta de dinheiro e passou a ser utilizado para compra de diversos tipos de bens e serviços. A democratização do crédito tornou-se elemento constante no orçamento de muitas famílias, o que permitiu que elas antecipassem um percentual do seu rendimento futuro e, para muitas famílias, um componente essencial na primeira fase de vida de algumas famílias, em que estas adquirem casa, automóvel, eletrodomésticos e mobiliários, que são indispensáveis para a construção da vida familiar e da vida econômica (MARQUES; FRADE, 2003).

De acordo com Campell (2001), a sociedade de consumo é caracterizada por um hedonismo moderno, em que as pessoas utilizam suas faculdades imaginativas e criativas para estabelecerem imagens mentais sobre alguma coisa, pelo prazer que elas proporcionam. Campell (2001) descreve

essa prática como a ação de devanear ou fantasiar. Esse autor afirma também que, no hedonismo moderno, o devaneio e a imaginação são resultados de uma busca de se tentar aumentar o prazer proporcionado pela dicotomia realidade *versus* ilusão, em que esta última se projeta sobre o futuro próximo, tendo como consequência o prazer contínuo e impossível de se alcançar.

O resultado desse hedonismo moderno, segundo Campbell (2001), é a antecipação do prazer relacionado à compra e uso de determinado produto ou serviço, sendo o crédito ao consumidor um mecanismo facilitador dessa antecipação, conforme se observa a seguir:

Tem sido mostrado que o consumismo moderno se caracteriza pelo abandono da prática de adiar a satisfação e por sua substituição pela direta e imediata satisfação, uma mudança realizada pelo desenvolvimento dos mecanismos de concessão do crédito aos consumidores (CAMPBELL, 2001, p.138).

O crédito nessa perspectiva da sociedade de consumo de Campbell (2001) tem papel essencial para tornar realidade aquilo que se sonha, sem ter que esperar um tempo de poupança para ter a realização desse sonho concluída. Nesse sentido, o crédito pode ser entendido como antecipador do futuro imaginado pelos consumidores.

Campbell (2001), no entanto, chama atenção para o fato de que as facilidades proporcionadas pelo crédito e que permitem que os consumidores desfrutem dos bens e serviços antes de poupar a quantia necessária para pagamento não lhes dão o direito de satisfazerem indiscriminadamente todos os seus anseios, tão logo tenham tomado forma em suas mentes. Para Campbell (2001), esse cuidado está relacionado ao fato de que algumas necessidades são criadas e satisfeitas de maneira imediata, mas, mesmo fazendo uso do crédito, os recursos dos consumidores sempre serão limitados, enquanto as necessidades não.

Na visão de Marques (2012), na sociedade de consumo predomina “o ser cidadão econômico ativo”, que significa valer-se dos benefícios que podem ser obtidos como consumidores ativos no mercado liberal e globalizado (MARQUES, 2012, p. 407). Nesse sentido, segundo esse autor, o ato de consumir pode ser considerado um meio de inclusão na sociedade, nos desejos e benefícios do mercado, podendo ser entendido como a realização integral de seu livre arbítrio. Para ele, a intensificação do acesso ao crédito e a

publicidade agressiva sobre crédito são alguns dos fatores que têm como consequência, em alguns casos, o superendividamento. Este, por sua vez, gera a falta de liquidez do consumidor e, até mesmo, a falência financeira. Essas duas situações têm reflexos diretos em toda a família e podem resultar em sua exclusão da sociedade de consumo. O mesmo autor argumenta que é necessário que se tenha uma legislação que ajude a tratar o superendividamento, como se este fosse uma doença da sociedade de consumo.

Na sociedade contemporânea, o crédito ao consumidor tem demonstrado ser responsável por uma psicologia do consumo de massa que gera modificações na maneira como os indivíduos compram. Nessas mudanças de hábitos, a compra a crédito aparece como elemento central no processo de compra (MILNITZKY, 2003).

O consumismo na sociedade moderna caracteriza-se pela abdicação do adiamento da satisfação proporcionada pela compra e uso de determinado bem ou serviço pela substituição por uma satisfação imediata. O crédito é responsável por essa mudança, pois permite que as pessoas desfrutem de produtos e, ou, serviços antecipadamente, de maneira que não precisam poupar a quantia necessária para obtê-los mais adiante (MILNITZKY, 2003).

Esse autor chama atenção para o fato de que, mesmo com o crédito, os recursos do consumidor moderno são limitados, ao contrário de suas necessidades, que não o são. Assim, pode-se deduzir que o consumidor terá desejos que não poderão ser satisfeitos em determinado momento e deverão ser adiados. Além disso, mesmo antecipando a satisfação de suas necessidades e desejos, o consumidor estará sempre criando novas necessidades e desejos a serem saciados, o que poderá acarretar-lhe constante estado de frustração. Assim, para satisfazer suas necessidades, ele pode entrar em situação de dívida constante, pois sempre estará usando o crédito para antecipar sua satisfação.

Já Costa e Ribeiro (2015) afirmam que a sociedade de consumo pode ser considerada materialista. O indivíduo, antes de ser sujeito, é transformado em mercadoria, e sua individualidade é subjugada pela relação formada com o mercado de consumo, sendo essa individualidade avaliada pelo volume daquilo que se obtém. Nesse sentido, os indivíduos, para satisfazerem suas

necessidades e desejos, recorrem ao crédito para potencializar o seu poder de compra. Dessa maneira, o crédito é usado como ferramenta de manutenção da lógica de consumo capitalista, dando possibilidade aos consumidores de terem permanente capacidade de compra. Mas Hennigen *et al.* (2015) chamam atenção para uma situação que não é evidente para todas as pessoas, pois, apesar dessa potencialização do poder de compra, a obtenção e uso do crédito não potencializam o rendimento dos indivíduos, ou seja, a capacidade efetiva de pagamento.

2.2. Aspectos Gerais do Uso do Crédito pelas Famílias

O crédito tem a função de impulsionar o consumo na sociedade mundial. Antes da efetivação do crédito há processos cognitivos e emocionais envolvidos na decisão de compra dos bens ou serviços. A decisão sobre o uso do crédito envolve, antes, decisão prévia sobre a aquisição de um produto ou serviço. O julgamento sobre o uso do crédito acontece de forma conjunta com uma herança afetiva relacionada à expectativa de aquisição do bem e, ou, serviço desejados. Dessa situação emergem riscos e incertezas como elementos nem sempre bem avaliados pelos tomadores de crédito (OLIVEIRA; JESUS, 2013).

Na visão de Santos *et al.* (2013), a ciência econômica convencional não apresenta uma teoria do consumo com capacidade de explicar a natureza específica deste e nem distingui-lo da esfera da produção. O pressuposto da racionalidade leva à irrelevância tanto os determinantes do consumo quanto o processo de tomada de decisão. Pela economia convencional, os elementos não explicados pela teoria da escolha racional são desvios marginais do comportamento considerado padrão e, dessa maneira, desinteressante para a economia. Pelo modelo da economia convencional, os cidadãos comuns deverão escolher uma carteira de ativos financeiros em função das suas preferências, maximizando a sua utilidade individual. Nesse caso, o crédito é entendido como instrumento para sustentar um padrão de consumo estável durante o ciclo de vida dos indivíduos que permite a transferência do consumo de períodos em que a renda é mais elevada para períodos em que esta é mais baixa (SANTOS *et al.*, 2013).

Lea *et al.* (1995) ressaltam que diferentes variáveis oferecem explicações para a dívida em níveis diferentes. Existe alguma evidência de que vários fatores estão associados ao uso do crédito, mas se espera que todos eles sejam, em certa medida, intercorrelacionados, por isso não é claro quais deles têm mais efeitos independentes. Para Kamletitner *et al.* (2012), a utilização de crédito é um fenômeno multifacetado, dinâmico e complexo influenciado por diversos processos e uma multiplicidade de implicações privadas, psicológicas, sociais e econômicas.

A obtenção e uso do crédito estão associados ao consumo, que é multidisciplinar e pode ser analisado por várias disciplinas, uma vez que o consumidor, no seu processo decisório, pode sofrer influência de inúmeros fatores. O ato de tomar crédito pode abarcar planos de longo prazo que implicam sacrifícios presentes e futuros. Nessa perspectiva, pode ser usado um sistema de proteção quanto às dificuldades de se manter fiel ao plano confeccionado, ou seja, o recurso do crédito pode representar um dispositivo de poupança forçada, a exemplo do caso da compra da casa própria (SANTOS *et al.*, 2013).

2.2.1. Influência da Estrutura Intertemporal

Os desafios na obtenção do crédito estão ligados a uma estrutura intertemporal pela qual as pessoas analisam o fato de terem que pagar depois para ter antes o que de outro modo não conseguiriam adquirir. Essa estrutura é baseada em um raciocínio em que o presente é valorizado em relação ao futuro quando o decisor é colocado num vasto espaço de incertezas. Segundo Oliveira e Jesus (2013), os comportamentos resultantes decorrem de formas duais de funcionamento mental (automático – controlado, consciente – inconsciente) que, por vezes, geram conflitos que são resolvidos por meio de um sistema dual de processamento de informações, ou seja, um sistema intuitivo ou experiencial e outro analítico racional. O sistema intuitivo caracteriza-se por ações rápidas, automáticas e associativas que necessitam de pouco esforço mental; geralmente, é baseado na emoção. O sistema racional caracteriza-se por ações lentas, seriais; exige maior esforço mental das pessoas na tomada de decisão (OLIVEIRA; JESUS, 2013).

A arquitetura intertemporal do crédito envolve avaliação da utilidade do objeto no intervalo de tempo, isto é, a satisfação relativa de um agente econômico que escolherá entre opções de produtos e serviços aqueles de maior utilidade. O decisor sobre o uso do crédito compara a utilidade futura de um bem ou serviço com a presente e, se aquela for menor que esta, ele opta pela obtenção do crédito para a compra imediata (OLIVEIRA; JESUS, 2013).

Lea *et al.* (1995) destacam o horizonte de tempo como outro fator importante sobre a decisão do uso do crédito. Economistas, psicólogos e sociólogos apontam a importância desse horizonte para os indivíduos na determinação das escolhas ao longo de um período. Baseado nesse horizonte temporal, os indivíduos que não são capazes de adiar a compra terão menor probabilidade de poupar e maior propensão a contrair dívida.

Em relação ao horizonte de tempo, de acordo com as questões de pesquisa propostas por Lea *et al.* (1995), os devedores eram mais propensos, a partir da redução maior das contas regulares, a mudar para um método de pré-compromisso de pagamento dessas contas. Afirmaram também que seria necessário aumento maior do prêmio para persuadi-los a esperar um mês para recebê-lo. Segundo esses autores, isso demonstra que os devedores não estão dispostos a prolongar o recebimento de benefícios ou antecipar pagamentos das contas.

2.2.2. A Influência do Materialismo

Segundo Moura (2005), o materialismo apresenta impacto positivo sobre a atitude perante o endividamento e o consumo das pessoas de baixa renda. isto é, o materialismo impacta a dívida indiretamente, mediada pela atitude ao endividar-se. O que mais afeta a dívida para financiamento do consumo é a vulnerabilidade econômica das famílias. No contexto da baixa renda, níveis maiores de endividamento ocorrem entre as famílias com menor índice de vulnerabilidade.

Na mesma linha de estudo, Ponchio *et al.* (2006) verificaram a relação de dependência entre materialismo e educação, especificamente entre adultos analfabetos e aqueles que passaram por cursos de alfabetização de adultos. Pode-se imaginar que a busca por escolaridade na fase adulta seja, em parte,

motivada por desejos de melhor empregabilidade e renda, que, por sua vez, permitiriam maior participação no crédito e na sociedade de consumo.

Em outra perspectiva, Flores *et al.* (2013) identificaram a existência de correlação positiva entre o materialismo, o fator felicidade e a variável endividamento, demonstrando que as pessoas que têm elevados níveis de consumo pela felicidade são mais materialistas e mais propensas a se endividarem. Percebe-se que existe correlação significativa entre o fator felicidade e a variável endividamento, em que indivíduos com nível superior de endividamento são os que mais atrelam o consumo ao sentimento de felicidade.

Em relação à influência do materialismo e da busca pela felicidade, Donnelly *et al.* (2013) relatam que existe tendência dos materialistas para não se envolverem na gestão de crédito, acreditando que as suas compras irão transformar suas vidas e a si mesmos. Assim, fazer compras para elevar o humor explica completamente a frequência de compras compulsivas. Se os materialistas ou compradores compulsivos compram com objetivos emocionais ou de construção de identidade em mente, então o uso do cartão de crédito, por exemplo, pode maximizar o bem-estar temporário da realização de uma compra, atrasando o impacto monetário ou uma possível autculpa de gastar dinheiro.

Nesse sentido, a gestão do dinheiro serve como mediador entre o materialismo e a compra compulsiva. O efeito mediador da má gestão do dinheiro dos materialistas é impulsionado, principalmente, pela gestão inadequada do crédito (por exemplo, não pagar contas de cartão de crédito na hora e ultrapassar os limites de crédito). Além disso, a má gestão do crédito está relacionada a outros mediadores, como a compra motivada para melhorar o humor ou formar a identidade pessoal, bem como as expectativas de transformação da vida. Dessa forma, os materialistas podem, involuntariamente, resistir à gestão de crédito, porque uma consciência financeira clara pode ameaçar a sua base de valor e emoção, sendo um regulador das compras (DONNELLY *et al.*, 2013).

2.2.3. A Influência do Processamento de Informação

O processo de decisão sobre o uso do crédito exige das pessoas um profundo processamento de informações. Esse processamento é influenciado pela cognição e pela emoção, ativados pela avaliação dos compromissos inerentes ao crédito. A quantidade e qualidade da informação a serem analisadas pelos indivíduos têm impacto direto na tomada de decisão. Por sua vez, essa quantidade e o grau de complexidade da informação influenciam também o sistema cognitivo, que fará que as pessoas tenham capacidade limitada de processamento dessas informações. Tal limitação gera pressão nesse processamento, principalmente a pressão de tempo, visto que, quanto menor o tempo para tomar decisão, maior a complexidade da tarefa. O efeito dessa pressão é o estreitamento do foco de atenção, que irá favorecer o adiantamento da aquisição. Todos esses processos provocam cargas cognitivas altas e a criação de estados mentais opostos aos que são desejados (OLIVEIRA; JESUS, 2013).

O processamento de informações é acompanhado de experiências subjetivas, na forma de estados emocionais diversos (alterações de humor, sentimentos diversos, ansiedades). Nas avaliações e julgamentos, esses estados emocionais são usados como fonte de informação, ou seja, comunicam a facilidade ou dificuldade que lhes ascende uma informação e a fluência com que será processada. Assim, a depender do estado emocional da pessoa, uma “informação mais fácil de processar é avaliada como familiar e, por isso, percebida como indicando menor risco” (OLIVEIRA; JESUS, 2013, p. 51). Nesse sentido, informações sobre taxas de juros mensais ou anuais e correções financeiras, entre outras informações financeiras relacionadas ao crédito, tenderão a transmitir maior risco devido à sua complexidade de interpretação (OLIVEIRA; JESUS, 2013, p. 51).

Associado ao processamento de informações está o conceito de literacia financeira². A literacia está relacionada às informações sobre a renda do indivíduo, crédito e poupança, bem como à capacidade de fazer julgamentos por meio dessas informações tomando decisões mais acertadas, tendo em vista a gestão do orçamento familiar e a escolha de serviços bancários mais

² Literacia financeira é um termo usado no português de Portugal e definido pela Associação Portuguesa de Bancos (2016) como o conhecimento sobre temas e conceitos financeiros básicos e úteis à gestão do dinheiro e ao orçamento familiar, para que se possam tomar decisões económicas e financeiras fundamentadas, sensatas e estáveis, que contribuam para a sua qualidade de vida e para a estabilidade macroeconómica.

apropriados às necessidades dos consumidores (RIBEIRO *et al.*, 2013). A literacia financeira pode ser conseguida por diversos meios. Ribeiro *et al.* (2013) destacam a transmissão intergeracional por meio da qual os pais e filhos influenciam esse conhecimento, sendo dos pais a influência principal. As fontes de informações que proporcionam a literacia financeira são as famílias, os amigos e, no caso de famílias mais abastadas, podem vir de profissionais especializados para esse fim. A mídia especializada também é fonte de literacia financeira. No caso de famílias mais pobres, o uso da experiência dos membros, dos amigos, tem recorrência maior.

Hilgert *et al.* (2003) exploram a ligação entre o conhecimento financeiro e o comportamento dos consumidores em relação ao crédito, concentrando-se em quatro atividades de gestão financeira: a gestão de fluxo de caixa, a gestão de crédito, poupança e investimento. Para essas autoras, essa ligação depende muito da educação financeira. Segundo elas, a necessidade de educação financeira foi desencadeada pelo aumento da complexidade dos produtos financeiros e pela necessidade das pessoas de maior segurança financeira. Consumidores bem informados sobre finanças pessoais são capazes de tomar melhores decisões financeiras para suas famílias. Nesse sentido, a literacia financeira é essencial para os indivíduos e para as famílias.

A gestão financeira do agregado familiar envolve gestão do fluxo de caixa (rendimentos menos despesas), gestão do crédito, poupança e investimentos. As práticas de gestão desses elementos envolvem uma gama de produtos financeiros que dependerão da habilidade dos gestores familiares em lidar com todos esses elementos. A falta de conhecimento sobre os princípios de gestão financeira pode explicar a causa de algumas famílias não fazerem eficiente gestão do orçamento doméstico (HILGERT *et al.*, 2003).

Em seus achados, Hilgert *et al.* (2003) verificaram que existem evidências de que muitas famílias usam o orçamento mental informal em vez do escrito para o curto prazo (um mês ou menos) e preferem técnicas mais simples de gestão. As famílias com baixo conhecimento financeiro em geral apresentam baixos índices de gestão de crédito. Foi identificada uma correlação entre o conhecimento de gestão de crédito e o comportamento de gestão deste.

Os meios de comunicação constituem a fonte de conhecimento das famílias sobre crédito, sendo a internet o principal deles. As famílias que citaram esse meio tinham 50% de chance de estar no grupo com altos índices de práticas eficientes de gestão de crédito. O nível de escolaridade também se mostrou estatisticamente significativo para melhor gestão do crédito. Esses resultados indicam que o aumento do conhecimento e da experiência pode levar a melhorias nas práticas financeiras das famílias e, conseqüentemente, a melhores decisões sobre o uso do crédito (HILGERT *et al.*, 2003).

2.2.4. A Influência dos Fatores Psicológicos e Pessoais

A economia convencional centra-se na escolha racional e na utilidade para explicar as decisões de uso do crédito pelos consumidores. A psicologia procura oferecer alternativas para entendimento desse comportamento. Para a psicologia, a racionalidade é limitada, e as pessoas utilizam as heurísticas enquanto instrumentos cognitivos racionais, eficientes e adaptativos ao contexto da escolha. Nesse sentido, pressupõe-se “que as decisões de consumo e, conseqüentemente, o recurso ao crédito não são necessariamente racionais, podendo, no entanto, ser corrigidas por dispositivos (voluntários) que disciplinem o comportamento individual” (SANTOS *et al.*, 2013, p. 20). Isso indica que, apesar de o crédito ser uma questão matemática, a decisão de obter ou não um empréstimo não segue a lógica racional dos números.

Com o intuito de verificar os fatores que se correlacionam com as dívidas do consumidor, Lea *et al.* (1995) investigaram a influência de variáveis psicológicas nas causas ou nos efeitos da dívida. Como base de suas análises, esses autores afirmam que, em relação ao crédito, a dívida é mais comum entre aqueles com renda mais baixa e despesas mais elevadas. Para além dessa relação econômica existem fatores sociais e psicológicos que estão associados a níveis mais altos de endividamentos. O apoio social para a dívida, a socialização econômica, as comparações sociais, o estilo de gestão do dinheiro, o comportamento do consumidor e a atitude e horizonte de tempo são fatores não econômicos que podem influenciar o uso de crédito e as dívidas.

O apoio social para a dívida pode ser entendido como maior aceitação social do crédito como parte da moderna sociedade de consumo. Essa

aceitação pode ser chamada de “cultura” do endividamento. A aceitação do crédito decorre da maior socialização econômica baseada nas experiências de pessoas dentro de suas famílias, de onde a mudança da aversão passou para a aceitação do crédito (LEA *et al.*, 1995).

O comportamento do consumidor diz respeito aos padrões de compras de uma ou grupo de pessoas. Comportamentos inadequados podem ser estimuladores do uso do crédito. Nesse sentido, a compulsão, a busca por posição social, gastos com produtos supérfluos, o estar na moda e o não planejamento do orçamento doméstico são comportamentos que influenciam a obtenção e uso do crédito. Associada ao comportamento está a atitude em relação ao crédito. Consumidores com atitudes positivas sobre o crédito tendem a usá-lo como forma de aquisição de bens e serviços desejados (LEA *et al.*, 1995).

Lea *et al.* (1995) não encontraram resultados significativos em relação às atitudes em relação ao grau de endividamento, e, segundo eles, esse resultado contrasta com outros estudos que descobriram que as atitudes em relação ao crédito se correlacionam com o comportamento dos devedores. Em suas conclusões, esses autores, do ponto de vista da compreensão psicológica do comportamento do consumidor em relação à dívida, as atitudes são apenas uma etapa intermediária.

A influência das atitudes das famílias em relação ao crédito foi tema do trabalho de Cosma e Pattarin (2012). Estudando famílias italianas endividadas, na busca de identificar a relação entre as motivações e as formas contratuais de créditos, esses autores embasaram suas hipóteses em um referencial teórico contendo fatores que impulsionam a demanda por crédito. Entre esses fatores, eles destacaram a atitude favorável ao endividamento para satisfação das necessidades de consumo da família. Também, definem atitude como avaliação favorável ou desfavorável sobre determinado objeto. No caso do crédito, a atitude mais ou menos favorável pode afetar as decisões da família, e há tendência maior ou menor de usá-lo. Ainda, afirmam que a relação entre atitude e recurso ao crédito também está associada aos tipos de créditos, sendo atitudes positivas em relação ao crédito mais suscetíveis de conduzir as famílias a empréstimos com prestações e a atitudes negativas quanto ao uso do cartão de crédito.

No estudo de Cosma e Pattarin (2012), verificou-se a associação entre atitudes e uso do crédito. Os valores das atitudes foram mais elevados para os utilizadores de crédito do que para os que não utilizam. A atitude relaciona-se também com as necessidades declaradas pelas famílias e com as motivações para usá-lo. A diferença maior e mais significativa foi encontrada quando o uso do crédito foi motivado por despesas imprevistas, não discricionárias, por ser de pequeno valor ou para a realização de um projeto considerado importante para a família.

Cosma e Pattarin (2012) identificaram também que a preferência declarada por diferentes formas de crédito (por exemplo, empréstimos pessoais, cartões de crédito) também é influenciada pelas atitudes. Quando a atitude é positiva, os usuários de crédito são mais propensos a financiar o consumo por meio de cartões de crédito ou crédito no ponto de venda, em vez de empréstimos com crédito direto (via banco), enquanto o oposto é verdadeiro para os não usuários.

Brown *et al.* (2005) sugerem que existe um custo psicológico associado à cultura do crédito ao consumidor, em que a dívida pode estar relacionada com o aumento do nível de estresse psicológico dos devedores. Esses autores relatam também que um dos fatores determinantes do nível de endividamento das pessoas ou famílias são as atitudes pró ou contra a dívida. Essas atitudes podem conduzir a níveis de endividamento mais elevados. A renda, a posse da casa própria e o tamanho da família têm impacto positivo no grau de endividamento das famílias. A dívida também pode ser influenciada pela situação do mercado de trabalho, idade e acesso à seguridade social. Sugerem também que famílias com expectativas financeiras mais otimistas incorrem no uso maior do crédito.

As consequências da dívida são os problemas psicológicos derivados das dificuldades financeiras das famílias. Os problemas incluem depressão, angústia e preocupações exageradas. A tensão financeira e a preocupação com a dívida podem levar a um estado de declínio do bem-estar psicológico dos indivíduos, o que é contrário à ideia de que o crédito é obtido para financiar a compra de bens de consumo duráveis com o intuito de aumentar o bem-estar psicológico e social da família (BROWN *et al.*, 2005).

Segundo os achados de Brown *et al.* (2005), os chefes de famílias que utilizaram o crédito relataram níveis significativamente mais baixos de bem-estar psicológico do que aqueles sem dívidas. Os chefes de famílias com hipoteca não obtiveram diferenças significativas nos níveis de sofrimento psíquico em relação aos sem dívidas. Isso indica que diferentes formas de crédito podem acarretar níveis distintos de sofrimento psicológico. Os resultados demonstraram que os chefes de famílias que poupam regularmente são mais propensos a relatar um completo nível de bem-estar psicológico do que os não poupadores.

As evidências encontradas por Brown *et al.* (2005) indicam associação negativa entre o valor da dívida em atraso e os níveis de bem-estar psicológico, ou seja, à medida que o valor da dívida em atraso aumenta, o nível de bem-estar diminui. Outra relação é a correlação positiva entre a quantia poupada e o nível de bem-estar psicológico dos chefes de família. A dívida está associada com a elevação dos níveis de sofrimento psíquico dos indivíduos, e a dívida sem garantias (sem hipoteca) tem maior influência negativa no nível de bem-estar psicológico do que a dívida garantida (com hipoteca). As simulações realizadas neste estudo indicaram que mudanças proporcionais nos níveis de utilização do crédito estão associadas com redução na probabilidade de relatar alto nível de bem-estar psicológico, concluindo-se, assim, que existe um custo psicológico substantivo relacionado à cultura do crédito (BROWN *et al.*, 2005).

Segundo Brown *et al.* (2005), as expectativas financeiras otimistas têm impacto positivo tanto no montante da dívida quanto no seu crescimento. Por meio de reflexão teórica, esses autores verificaram que a expectativa de renda futura superior às atitudes em relação ao crédito, a aversão ao risco, a dívida garantida por hipoteca, as expectativas dos consumidores em relação à economia e as variáveis psicológicas associadas a situações de incerteza em um contexto do ciclo de vida são determinantes do endividamento dos indivíduos e das famílias. Essas variáveis são importantes para o entendimento da expectativa otimista do consumidor em relação ao crédito. Em uma análise empírica, utilizando amostras provenientes das décadas de 1995 e 2000, do *Household Panel Survey* britânico, aqueles autores encontraram apoio estatístico consistente para a hipótese principal do trabalho, ou seja, expectativas otimistas impactam positivamente o montante da dívida assumida.

Pessoas otimistas financeiramente têm de 6 a 15 vezes mais chance de contrair empréstimo do que aquelas com expectativas pessimistas.

Os fatores pessoais também explicam as dívidas das famílias quando elas tendem a comprar com base na comparação com um grupo de referência que se encontra em situação financeira semelhante, conforme citado por Lea *et al.* (1993). As características dos usuários do crédito concentram fatores subjetivos e pessoais sobre o significado do crédito e o estar em dívida.

Para Cosma e Pattarin (2012), os fatores pessoais dizem respeito a personalidade, motivações, habilidades, preferências, percepções e situação financeira do indivíduo. Quando foram considerados outros fatores como as variáveis demográficas, renda *per capita*, número de pessoas no domicílio, expectativa da renda futura e posse da casa própria, verificou-se que a renda familiar não influenciou significativamente a utilização do crédito. Já o número de pessoas no domicílio beneficiadas pela renda e a expectativa da renda futura tiveram impacto direto e positivo sobre o uso do crédito.

Para Oliveira e Jesus (2013), outra forma de entender o que motiva as pessoas a procurar o crédito é a ideia da sociedade da abundância, em que, tendo suas necessidades básicas satisfeitas, as pessoas buscaram níveis mais elevados de bem-estar por meio da aquisição de novos produtos mais sofisticados. A satisfação das pessoas é orientada para alívio da dor e a manutenção do prazer ou para o conforto e a felicidade, por meio da busca por novidades.

Semelhante a essa visão, Cosma e Pattarin (2013) descrevem a finalidade do uso do crédito para as famílias: atendimento às necessidades básicas, para aquisição de bens duráveis ou para a compra da casa própria. Nesse sentido, a demanda por crédito deriva de comportamentos desviantes da racionalidade econômica e da maximização da utilidade, sendo influenciada por fatores psicológicos, sociais e pessoais. Além disso, as decisões sobre o uso do crédito têm nos significados materiais e sociais associados aos bens adquiridos um fator crucial. A busca de identificação social, padrões de vida e estilo de vida não deve ser deixada de lado na explicação do uso do crédito (COSMA; PATTARIN, 2012).

Os fatores motivadores que levam os consumidores a usarem o crédito são diversos. Souza (2013), ao explanar esse assunto, identificou que a

facilidade de comprar bens e serviços de maneira parcelada está estampada em anúncios publicitários, em que produtos de alto valor são ofertados em prestações que parecem suavizar o seu impacto no orçamento e, assim, persuadir os consumidores a comprá-los. Além desses estimuladores de consumo, a influência da moda e a natureza de novidade do produto são desafios para os consumidores controlarem a ansiedade e o impulso no ato de compra.

No uso do crédito existe tendência das pessoas de perceberem o benefício da compra de um produto desejado de forma imediata, no entanto os malefícios ou o caráter aversivo do pagamento são deixados de lado ou aparecem no longo prazo. Um fator que pode potencializar essa percepção é o otimismo do consumidor em relação às suas condições financeiras futuras e de que poderão honrar os compromissos assumidos (SOUZA, 2013). Nesse contexto, os consumidores podem usar de uma heurística simples para a tomada de decisão em relação ao uso do crédito, não fazendo planejamento adequado, o que poderá gerar problemas futuros.

Os fatores motivadores são essenciais para a compreensão do que impele os indivíduos a usarem o crédito para satisfazerem suas necessidades de consumo. Entretanto, quando se trata do uso do crédito, algumas consequências psicológicas advindas do bom ou do mau uso podem afetar as famílias. Souza (2013) destaca alguns fatores, como a autoeficácia, que é o sucesso na execução de uma atividade, por exemplo, de resistir à compra compulsiva e manter o controle do orçamento ou a capacidade de enfrentar situações adversas no caso de endividamento. Em relação ao mau uso do crédito, Souza (2013) cita o estresse provocado pelos problemas financeiros, cobranças vexatórias e sentimentos de impotência ou de incapacidade diante das situações de dificuldade.

2.2.5. A Influência dos Fatores Econômicos

Santos *et al.* (2013) comentam que a economia de um país também é fator que afeta a busca pelo crédito. As profundas transformações socioeconômicas mundialmente ocorridas veem causando grande impacto no setor financeiro e aumentando as desigualdades econômicas e sociais e

contribuindo, sobremaneira, para maior distinção social. Com essas transformações veio o arrefecimento da economia de vários países e, conseqüentemente, a fragilização do poder econômico dos trabalhadores devido à diminuição da renda. O resultado disso é que indivíduos e famílias intensificaram suas interações com o setor financeiro, principalmente na busca pelo crédito, como uma das principais formas para o consumo na busca de distinção social.

A estagnação do rendimento das famílias e a crescente desigualdade social foram citadas também por Montgomerie (2009) como fatores que conduziram as famílias ao endividamento por meio do crédito, utilizado para preencher o hiato entre a renda e as despesas familiares. Nessa perspectiva, a expansão do crédito ao consumidor é explicada pela busca da manutenção de um padrão de vida.

Lea *et al.* (1995) verificaram que há correlação entre a dívida e o grau de pobreza da família. Além do fator econômico, outros fatores foram notados como influenciadores da utilização do crédito. Esses autores observaram que os devedores eram mais propensos a ter empregos em tempo parcial ou estar desempregados, possuíam baixa renda, moravam de aluguel e tinham maior número de filhos. Relataram também que dispunham de menos dinheiro que os amigos e as pessoas com quem trabalhavam e, ainda, se sentiam incomodados de terem menos do que as pessoas que viam na TV (LEA *et al.*, 1995).

Há também uma associação da socialização econômica com o grau de endividamento. Nesse sentido, as primeiras experiências dos consumidores (direta ou indiretamente) com o uso do crédito são importantes para posterior utilização desse recurso. Sobre a gerência do dinheiro, os devedores classificaram-se como gestores ruins e demonstraram ser mais propensos a usar a compra a crédito ou o cartão de crédito e que era uma batalha fazer os pagamentos em dia. Lea *et al.* (1995) verificaram também que o índice de gestão do dinheiro melhora significativamente a previsão da dívida, mesmo quando a pobreza é levada em conta. Isso demonstra que as falhas na gestão do dinheiro terão impacto direto na situação de endividamento das pessoas.

As correlações entre a socialização econômica e a gestão do dinheiro e do uso de créditos encontrados na pesquisa para este estudo oferecem uma

base mais concreta para a teoria. À luz desses resultados, o endividamento aparece como parte de um padrão mais amplo de comportamento econômico disfuncional. Um declínio na situação financeira em relação à dos pais, a fraca gestão do dinheiro e a utilização de fontes de crédito mais caras são outras partes desse padrão, mas a má gestão do dinheiro parece ser especialmente importante (LEA *et al.*, 1995).

Ao considerar a causa do endividamento, a melhor hipótese é que esse padrão tem suas origens em fatores econômicos. As principais variáveis econômicas utilizadas na análise indicam que a dívida é encontrada, principalmente, entre as pessoas que são membros de famílias com baixos rendimentos. As pessoas desenvolvem implícita ou explicitamente sistemas contábeis para avaliarem suas transações financeiras, por meio da contabilidade mental, que são contas psicológicas usadas como quadro de referência para a escolha do consumidor em relação ao crédito (LEA *et al.*, 1995).

2.2.6. A Contabilidade Mental

Ranyard e Craig (1995), visando examinar o papel do crédito parcelado no orçamento pessoal e a maneira como as pessoas o avaliam, propõem que essa avaliação é realizada por meio da contabilidade mental, sugerindo que os consumidores utilizam uma representação de dupla conta mental com base em contas totais e nas contas de determinado período orçamental.

As contas mentais como quadro de referência envolvem dois tipos de conta: o período orçamental e a conta custo total. O período orçamental é o número de períodos em que o orçamento será executado, envolvendo todos os rendimentos e despesas no período. Está relacionado também à quantidade de reembolso estipulado dentro do limite do orçamento. A conta custo total é a soma dos valores de todos os períodos orçamentais ao longo da duração de um empréstimo, ou seja, seu custo total. Nas contas totais, as considerações importantes para a avaliação do crédito é o montante do empréstimo e os juros totais cobrados (RANYARD; CRAIG, 1995).

Cada conta possui uma função específica. A conta do custo total tem a função de equalizar receitas e despesas ao longo de um período de tempo. Ela

diminui também o esforço cognitivo e a carga de memória necessária para avaliar e simplificar a operação de crédito. O período orçamentário tem a função de manter o equilíbrio temporal em relação à duração tanto atual quanto futura dos períodos orçamentais (RANYARD; CRAIG, 1995).

Ranyard e Craig (1995) relatam que há um mal-entendido em relação à taxa de juros do crédito devido à crença de que ela representa um percentual adicionado ao montante emprestado e não uma taxa a ser paga mês a mês. As contas mentais são componentes-chave das representações das pessoas sobre o seu mundo econômico, tendo como funções adaptativas gerais a representação das complexidades desse mundo.

2.2.7. Perspectiva de Processo no Uso do Crédito

Segundo Oliveira e Jesus (2013), a decisão de obtenção de crédito acontece em dois momentos: no primeiro impera a força da motivação relacionada à compra e no segundo, às avaliações dos custos do crédito. Esses custos são sempre avaliados em comparação com custos de não se efetivar a compra. Assim, a decisão de usar o crédito reveste-se de real valor psicológico. Já Kamleitner e Kirchler (2007) projetaram um modelo conceitual que destaca os passos essenciais na utilização de crédito. O modelo sugere que qualquer tipo de comportamento econômico é influenciado por várias características individuais (por exemplo, atitudes diante do crédito), circunstanciais e situacionais (por exemplo, situação financeira), que podem interagir de várias maneiras, influenciando o padrão de utilização do crédito.

Esse modelo divide o processo de tomada de decisão sobre o uso do crédito em três etapas: antes da aquisição do crédito, a aquisição do crédito e após a aquisição e uso do crédito. Segundo o modelo, no processo antes da tomada do crédito o consumidor irá reconhecer suas necessidades e desejos, decidirá sobre o tipo de produto que irá adquirir, o que o levará a três tipos de compra: a habitual – ocorre nos casos de produtos baratos, que são adquiridos várias vezes; a espontânea – compra feita de forma imediata e espontaneamente; e a de decisão extensiva – ocorre raramente e em geral diz respeito a produtos mais caros, exigindo maior quantidade de informações.

Essa primeira fase, em particular, envolve questões de motivação e tomada de decisão intertemporal. Ocorre a busca por informações sobre produtos e formas de financiamento. Nessa fase é realizada a avaliação das informações e propostas levantadas, e o processo avaliativo dependerá, em grande parte, das características pessoais, bem como das circunstâncias situacionais (KAMLEITNER; KIRCHLER, 2007).

Na segunda etapa ocorre a escolha do bem, podendo o resultado assumir três formas básicas: (a) as pessoas decidem que o produto desejado não é acessível, renunciando completamente a compra; (b) decidem esperar e aguardar até que o bem desejado se torna acessível e, em seguida, reiniciar o processo de tomada de decisão; e (c) a pessoa decide que quer e precisa do bem imediatamente e vai comprá-lo. Por último, se o consumidor escolher comprar o bem, pode fazê-lo utilizando de fundos próprios. No caso de não terem os recursos próprios ou não quiserem utilizá-los no momento, as pessoas podem decidir pelo uso do crédito (KAMLEITNER; KIRCHLER, 2007).

Nos casos em que o consumidor decide usar o crédito permanecem duas alternativas. Na primeira alternativa, a decisão pode ser tomada e executada espontaneamente, caso em que o uso do crédito e a compra acontecem ao mesmo tempo. Compras com cartão de crédito ou com o uso de crediário de lojas podem ser classificadas como decisões de crédito espontâneas. Na segunda alternativa, a assinatura de um contrato de crédito pelo consumidor pode ser o resultado de um processo de decisão mais extenso (por exemplo, buscar crédito em um banco). Nesse caso são procuradas informações, opções de crédito são avaliadas e uma escolha pode ser feita adequadamente (KAMLEITNER; KIRCHLER, 2007).

Finalmente, o último passo do processo ilustra a principal característica de uma compra financiada. O pagamento das parcelas continua após a compra do produto. Dificuldades financeiras podem ocorrer temporariamente, além do fato de os usuários de crédito terem que lidar com o dilema entre o prazer da compra do bem financiado e o desconforto causado pelo pagamento das parcelas em curso. Nesta fase final, o consumidor está particularmente preocupado com a percepção da situação real de crédito e comportamentos relacionados ao reembolso. Esta fase termina quando o pagamento final é feito e a dívida é liquidada (KAMLEITNER; KIRCHLER, 2007).

O modelo reconhece que qualquer tipo de comportamento econômico é influenciado por diversas características pessoais (temperamento, atitudes, idade, estado civil) e circunstâncias situacionais – como a situação financeira – que podem interagir de várias maneiras e ser influenciadas pelo comportamento de crédito próprio. Esses fatores são assumidos como influenciadores de todos os passos do modelo do processo (KAMLEITNER; KIRCHLER, 2007).

O ponto de partida para as decisões do uso do crédito pelas famílias são as necessidades ou desejos de um ou ambos os cônjuges. Tais desejos são advindos da esfera pessoal ou das ofertas de mercado, e no andamento desse processo algumas informações são necessárias sobre o conjunto de alternativas. Em alguns casos, o desejo pode ser satisfeito imediatamente, sem informação a ser recolhida e sem um processo de tomada de decisão demorado (compra espontânea), ou pode ter lugar rotineiramente (rotineira). Em outras situações, um processo de decisão completo é necessário. Nesse caso, os fatores que levam às decisões são o nível dos custos envolvidos, o número de pessoas afetadas, o grau de visibilidade social e o horizonte temporal das consequências (KIRCHLER *et al.*, 2008).

Kirchler *et al.* (2008) argumentam que o parceiro ativo no processo, isto é, aquele que tem e expressa o desejo de determinado produto, tem papel importante nesse processo, pois é o iniciador de toda a ação. O tipo de decisão (espontânea, habitual, autônoma ou conjunta) dependerá das características do produto e das características do relacionamento (por exemplo: harmonia). Segundo Kirchler *et al.* (2008), a decisão conjunta é menos provável de acontecer se o parceiro ativo exerce maior poder na relação e se a qualidade da relação é pobre, ou em relações tradicionalmente orientadas com rigorosa divisão de papéis, em que a decisão diz respeito a uma área controlada pelo parceiro ativo.

Nas decisões conjuntas, o processo entre os parceiros começa com a fase do desejo, a coleta de informações ou a fase de escolha. Conflitos podem aparecer quando o nível de informação ou os objetivos dos parceiros forem diferentes durante o processo. Nos conflitos em relacionamentos entre cônjuges, dois grandes objetivos muitas vezes são perseguidos simultaneamente: por um lado, as pessoas gostariam de satisfazer as suas

necessidades egoístas, mas, por outro, a qualidade do relacionamento não deve sofrer (KIRCHLER *et al.*, 2008).

Em relacionamentos harmoniosos, os parceiros levam em conta as consequências para o outro parceiro e procuram maximizar o benefício comum. As preferências de um parceiro dependem, em maior ou menor grau, das preferências assumidas do outro parceiro. Quanto maior a satisfação com o relacionamento, maior a probabilidade de a interação ser guiada pelo princípio do amor e que os parceiros irão dar igual, se não maior, peso para a satisfação antecipada de seu parceiro com o produto do que para sua própria satisfação (KIRCHLER *et al.*, 2008).

O processo de tomada de decisão sobre crédito pode ser influenciado pelos papéis de gênero, isto é, o papel de cada cônjuge no domicílio. Para Kirchler *et al.* (2012), a influência relativa de homens e mulheres é diferente em relação ao conteúdo da decisão, e os tipos de produto que o marido ou a mulher têm mais influenciam e, muitas vezes, correspondem a essa diferença de papéis. Nesse sentido, a responsabilidade por artigos técnicos fica a cargo dos homens, enquanto a responsabilidade pelos itens de casa fica com as mulheres. Percebe-se que os homens ainda têm mais influência nas decisões de compra de carros, televisores e seguros, ao passo que as mulheres ainda têm influência sobre aparelhos domésticos, móveis e alimentos (KIRCHLER *et al.*, 2008).

Kirchler *et al.* (2008), ao se referirem sobre distribuição de influência em questões financeiras nas famílias, relatam que é mais frequentemente os homens que decidirem sobre o montante a ser pago e o método de pagamento do que as mulheres. Para esses autores, nos domicílios a maior influência em relação à possibilidade de adquirir empréstimo ou não será do marido. Também para eles existem algumas razões pelas quais os homens têm mais influência na decisão de crédito. Na primeira razão, a mulher geralmente tem rendimentos mais baixos, sendo o cônjuge com valor creditício inferior. Na segunda, os homens podem ser mais impacientes e, assim, mais a favor ao uso do crédito em relação à poupança. Na terceira, as mulheres são mais avessas ao risco, em se tratando de decisões financeiras, do que os homens, enquanto estes se sentem mais competentes e orgulhosos de suas

habilidades de manuseio do dinheiro, o que os encoraja a assumirem mais riscos financeiros.

Outro fator influenciador do processo de obtenção e uso de crédito pelas famílias é a presença de crianças. Segundo Kirchler *et al.* (2008), no geral, as crianças podem exercer influência direta ou indireta nas decisões dos pais. Quando se trata da compra de um carro, mobiliário e equipamento doméstico, a influência das crianças é leve. Entretanto, as crianças mais velhas têm mais influência do que as mais jovens e também mais domínio sobre produtos.

No contexto das decisões de crédito, a influência direta das crianças é muito provável que seja negligenciável. Relativamente às decisões de crédito no domicílio, a influência das crianças é mais provável que seja indireta. Além do que os pais podem considerar que tomar empréstimo representa risco, pois reduz a renda disponível para os filhos.

2.3. Aspectos Sociais e Simbólicos do Uso do Crédito

O uso do crédito na sociedade contemporânea vai além de mera ferramenta financeira para resolver problemas daqueles que têm escassez de dinheiro. O crédito pode ser considerado mercadoria a ser adquirida no mercado de consumo, podendo ser enquadrado na mesma lógica de qualquer outro produto ou serviço ofertado no mercado. Entender o crédito somente como fonte de dinheiro para consumir bens e serviços ou como mecanismo econômico usado por governos e empresas para aquecer a economia é ter uma visão estreita de como as pessoas agem para atingir seus objetivos de consumo.

Com o crescimento do uso do crédito ocorrido em anos anteriores, este se transformou em mercadoria como outra qualquer (BERQUÓ, 2013), tornando-se visto e demandado como mercadoria. Segundo esse autor, o modo como as pessoas se relacionam com o crédito sofre influências de fatores econômicos, sociais e culturais e pode ter significados diferentes, a depender do modo como e para que as pessoas usam essa modalidade de compra.

Nesse sentido, este capítulo tem como objetivo apresentar o entendimento de diferentes estudiosos acerca dos aspectos sociais e

simbólicos envolvidos no uso do crédito pelos indivíduos. Em um primeiro momento são apresentados os aspectos sociais envolvidos no uso do crédito e, no segundo, os aspectos simbólicos associados a ele.

2.3.1. Aspectos Sociais no Uso do Crédito

Oliveira e Jesus (2013) e Ribeiro *et al.* (2013) destacam que as pessoas consomem pela praticidade ou por razões simbólicas, culturais e dentro de um contexto em que amigos, família, grupos de referência e estratos sociais agem de forma interdependente. Todas as ações dos indivíduos são submetidas aos ditames sociais, por meio de uma mecânica social, e os aspectos simbólicos e a construção de identidade fazem parte dessa mecânica. A busca pela afirmação individual é característica marcante do consumo. Na busca por afirmação, a escolha individual e o estilo de vida definem as identidades pessoais e o comportamento, permitindo que cada pessoa construa a sua própria imagem (RIBEIRO *et al.*, 2013).

As condições de vida das famílias explicam como algumas delas têm de recorrer a empréstimos mais do que outras e dão origem a diferentes tipos de comportamento. Essas diferenças permitem interpretar a natureza, a força e o papel de tais comportamentos com base nas representações sobre crédito. Garantem também importante função simbólica através da inserção dentro do universo dos conflitos sobre a aquisição ou a preservação da identidade social positiva e, de forma mais geral, do conflito relativo à apropriação ou conservação de posições dominantes na sociedade (VIAUD; ROLAND-LÉVY, 2000).

Segundo Santos *et al.* (2013), a perspectiva da economia política pode ser importante para entendimento de que o recurso do crédito vem da sociologia do consumo. A ideia do fetichismo da mercadoria, em que as relações sociais são transformadas em relação entre coisas; o conceito de emulação social, segundo o qual o consumo conspícuo tem como objetivo marcar pertença a uma posição social; e a proposta de expansão automática das necessidades à medida que novos padrões de vida são alcançados são formas para explicar o uso do crédito pelas famílias.

Entender o recurso ao crédito pela sociologia do consumo é entender que a posição que o indivíduo ocupa na sociedade depende da sua situação financeira e do padrão de vida imposto pela classe a que ele pertence. O uso do crédito reflete o contexto social em que os indivíduos se encontram e as respectivas normas de consumo. A busca pela emulação social direciona os estratos mais baixos a procurarem afirmação social, por meio da compra e uso de produtos e serviços associados às classes superiores. Na falta de rendimento, o recurso ao crédito torna-se ferramenta para essa afirmação social (SANTOS *et al.*, 2013). Da mesma forma, indivíduos de classe social mais alta podem usar o crédito para manter seu padrão superior de consumo em períodos de perda de rendimento ou outros problemas.

A classe social influencia as práticas de consumo de tal forma que a busca por distinção ou pertencimento a determinada classe pode levar os indivíduos a recorrerem ao crédito, a fim de adquirir bens e serviços que simbolizem a inclusão almejada. Em se tratando de grupos sociais e consumo interclasse, merece destaque o conceito de sociabilidade da vizinhança. De acordo com esse conceito, existe homogeneização dos padrões de consumo entre grupos similares, a qual se pode chamar de emulação horizontal. Para que esta ocorra, o crédito é, muitas vezes, importante ferramenta (SANTOS *et al.*, 2013).

As comparações sociais realizadas pelas pessoas são um indutor da busca pelo crédito. À medida que os indivíduos se comparam com outros – que porventura tenham mais recursos econômicos – e querem ter os mesmos produtos e serviços que eles têm, o crédito torna-se ferramenta para realização das compras desejadas. O estilo de gestão do dinheiro está correlacionado com o uso do crédito. Devedores graves referem-se como tendo pouca ou nenhuma gestão do dinheiro (LEA *et al.*, 1995).

Nessa linha de pensamento, Christen e Morgan (2005) constataram que o grau de desigualdade de renda entre as famílias nos EUA é positivamente correlacionado com o uso do crédito ao consumidor. A proposição desses autores é de que as desigualdades de renda acentuam a necessidade das famílias de recuperar o atraso em relação às outras, em termos de consumo. Entretanto, os grupos de renda mais alta para os quais o rendimento foi

deslocado aumentam o seu consumo conspícuo, elevando, assim, as normas de consumo para todos.

Christen e Morgan (2005) relatam que o sucesso dos indivíduos e seus filhos dependem, em grande parte, da sua posição relativa em uma sociedade. Os indivíduos envolvem-se em uma competição social para atingir posição relativamente alta e aumentar a chance de sucesso. Nesse contexto, quando o rendimento de alguns consumidores aumenta mais rapidamente, outros consumidores recorrerem ao crédito para manter o consumo conspícuo em relação aos que tiveram os rendimentos aumentados. Assim, o aumento da desigualdade de renda aumenta não só a necessidade de mais crédito para manter o consumo conspícuo, mas também a recompensa de ter sucesso na sociedade.

Segundo Christen e Morgan (2005), o efeito da desigualdade de renda é mais forte sobre o crédito não rotativo (empréstimo em prestações), que é usado para financiar o consumo de bens duráveis, visto que esses tipos de bens são mais caros e mais visíveis socialmente e, portanto, muito mais adequados ao consumo conspícuo do que outros bens.

O uso do crédito ao consumidor é prática social aprendida, em que o que é socialmente motivado é a aquisição de um bem, no momento inacessível, no lugar de uso do crédito por si só. As influências sociais determinam o porquê de as pessoas usarem uma forma particular de crédito. Essa influência ocorre em vários níveis de aglomeração social; especificamente, no nível da sociedade e dos grupos de referência e no nível da família ou do agregado familiar. Assim como a propensão de um indivíduo para a comparação social influencia o uso do crédito, as normas, os padrões e as dinâmicas sociais, a partir das quais podem surgir tais comparações, também influenciam esse processo (KAMLEITNER *et al.*, 2012).

Para Kamleitner *et al.* (2012), a socialização financeira, no tocante a saber se o dinheiro foi usado como recompensa ou gasto imediato, foi aprovada pela família, afeta à probabilidade de experimentar dificuldades de reembolso no uso do crédito. Da mesma forma, é importante saber se a dívida é uma experiência comum dentro do grupo; por exemplo, o caso de estudantes do Reino Unido que se mostraram mais propensos a se preocuparem com o estar em dívida, mas eles foram capazes de atenuar essas preocupações por

estarem cientes de que a dívida é a norma entre os seus pares. Entre os jovens mutuários não estudantes, ansiedades relacionadas com a dívida foram observadas serem maiores, presumivelmente porque a dívida não era a norma entre os seus pares.

Além disso, Kamleitner *et al.* (2012) afirmam que a família é um agente de socialização ao uso do crédito. O conhecimento financeiro começa em casa quando as crianças conversam com seus pais sobre o dinheiro e o consumo e quando eles observam os parentes em suas tomadas de decisões e o seus padrões de consumo. Norvilitis e MacLean (2010), analisando a relação das famílias com o uso do cartão de crédito, identificaram em seus estudos que a variável facilitação parental é a que tem maior efeito sobre a dívida do cartão de estudantes universitários nos EUA. Esses autores sugerem ainda que os pais que se envolvem com a tarefa de ensinar os filhos a lidarem com dinheiro através de recursos desta natureza, ensinando-os a gerenciar um subsídio e, ou, como gerenciar contas bancárias, têm filhos que relataram níveis mais baixos de dívida de cartão de crédito na faculdade.

Em seu estudo, Pahl (2008) afirma que a forma como o crédito é usado depende da maneira como as famílias gerem o seu dinheiro e das relações entre os membros da família. Esse autor afirma também que existe individualização intrafamiliar com relação ao uso do dinheiro, acarretando separação no uso dos rendimentos. Essa individualização geralmente é motivada por um desejo de igualdade e autonomia, mas em alguns casos o efeito em algumas famílias pode ser criar desigualdade entre os parceiros. Nesse sentido, Pahl (2008) destaca que nos domicílios onde os membros têm contas bancárias separadas o crédito pode ser usado como forma de solucionar as diferenças de renda no nível intrafamiliar.

Segundo Kamleitner *et al.* (2012), considerando o impacto do crédito sobre as práticas cotidianas e que as questões sobre dinheiro são fontes mais frequentes de conversas e argumentações entre os cônjuges, pode-se dizer que o crédito tem influência forte sobre a extensão de conflito conjugal. Nesse sentido, Dew (2007), estudando cerca de 3.731 famílias nos EUA, afirma que as relações diferentes entre ativos financeiros, a dívida de consumo e os conflitos conjugais sugerem que os ativos financeiros e as dívidas de consumo significam coisas diferentes para o casamento. Os ativos exercem a função de

reduzir a sensação de pressão econômica, pois diminuem preocupações econômicas, dando segurança financeira à família. Já a dívida de consumo exerce pressão econômica sobre a família.

A dívida de consumo, medida ao longo do tempo, é preditora de mudanças na direção dos conflitos conjugais mais frequentes nas famílias. Essa relação reflete o reconhecimento pelos casais de que a dívida de consumo limita as tomadas de decisões futuras e que casais podem ressentir-se em relação ao tempo e ao dinheiro necessários para atendimento de uma dívida, especialmente se um dos cônjuges assume uma dívida sem o outro ou apesar das objeções do outro (DEW, 2007).

Um ponto interessante na pesquisa de Dew (2007) é que as dívidas também parecem ajudar indiretamente os casamentos, diminuindo a depressão, como um efeito supressor de pressão. A dívida de consumo pode diminuir a depressão por causa da comparação social e dos sentimentos de bem-estar associados a julgamentos da situação financeira em relação à de outros indivíduos. Para o citado autor, o bem-estar influencia positivamente os indivíduos que começam a usar dívida para consumir em níveis iguais ou excedentes ao seu próprio grupo de referência.

O processo interativo do uso do crédito também pode ser analisado pela interação entre credor e devedor, e nessa relação a confiança é uma questão importante, em particular para o crédito ao consumo, que na maioria das vezes não tem garantia como no caso do crédito imobiliário (KAMLEITNER *et al.*, 2012). Segundo Moulton (2007), os credores, muitas vezes, têm de racionalizar suas decisões e, para isso, usam de proxies³ de relacionamento como apoio nas aprovações ou recusas sobre empréstimos, principalmente nas transações com clientes novos.

As proxies de relacionamento são partes de informações subjetivas que os credores buscam para indicar o potencial de confiabilidade dos mutuários. São sinais observados pelos credores, isto é, pistas comportamentais usadas como informação relacional na construção da confiança, que só pode se desenvolver ao longo do tempo através de encontros repetidos (MOULTON, 2007). São situações em que os credores olham para dentro e para além da

3 São variáveis para medição indireta de um constructo que o investigador pretende estudar. São usadas quando o objeto de estudo é difícil de medir ou de observar.

informação financeira apresentada pelos candidatos. O resultado é um processo de tomada de decisão em que a avaliação de risco e a avaliação de confiança desempenham papéis complementares e interdependentes (MOULTON, 2007).

Para Moulton (2007), os credores contam com três tipos de proxies de relacionamento: as impressões comportamentais, as informações sobre a reputação e as narrativas financeiras. Usam todos os três tipos para avaliar o caráter do tomador de crédito e, portanto, a sua confiabilidade. A impressão do comportamento é caracterizada por uma avaliação do comportamento do candidato ao empréstimo nas entrevistas e outras interações em todo o processo de negociação. As informações sobre a reputação são as referências formais e informais que os credores reúnem de pessoas com conhecimento pessoal dos potenciais mutuários. As narrativas financeiras são as experiências financeiras relatadas (narradas) pelos mutuários acerca do seu comportamento passado, principalmente de problemas financeiros.

A importância da avaliação da pessoa é evidenciada no fato de que o mercado de crédito ainda envolve muita interação face a face, mesmo em uma era de tecnologia altamente desenvolvida. Estritamente falando, as pessoas precisam ver um ao outro quando se trata de operações de crédito. O contato pessoal continua a ser característica importante no processo de crédito, pois oferece um tipo mais qualitativo do fluxo de informações que podem ajudar a fomentar a confiança nos relacionamentos de longo prazo decorrentes de operações iniciais (MOULTON, 2007).

Segundo Moulton (2007), os credores de todos os tipos que participaram de sua pesquisa argumentaram que nenhuma quantidade de padronização, automação e outras formas de gestão de risco não elimina completamente o uso da avaliação subjetiva do processo de triagem dos clientes de crédito. A avaliação subjetiva ainda desempenha papel nas decisões de crédito.

As questões de interação e relacionamento também são importantes para os tomadores de crédito. Segundo Cho e Hu (2009), a qualidade do serviço prestado pelos credores é uma *proxy* para o relacionamento e fundamental para a escolha de um provedor de empréstimo. Esses autores argumentam que a qualidade do serviço prestado pelo credor desempenha papel essencial na formação e consolidação da confiança dos consumidores

em relação às instituições financeiras de que obtêm empréstimos. A empatia e confiabilidade percebidas exercem as influências mais significativas sobre a confiança do consumidor.

Sonenshein *et al.* (2011) relatam que existe uma contabilidade social que influencia as decisões dos credores sobre emprestar dinheiro para os mutuários. Essa contabilidade é baseada em duas abordagens narrativas usadas pelos candidatos ao crédito: a explicação-reconhecimento, em que os candidatos explicam a sua necessidade de empréstimo e, além disso, reconhecem que o seu próprio comportamento financeiro passado exigiu lançar mão desse recurso; e a explicação-negação (que refuta o problema financeiro), sugerindo que esse candidato reconhece um erro (que pode ser visto como ato de honestidade) ou contesta a informação negativa no intuito de neutralizar a informação negativa.

Thorne (2010), estudando a desigualdade de gênero que pode resultar de dificuldades financeiras na família, verificou a existência de que o pagamento de dívidas quando é dividido igualmente entre maridos e esposas pode refletir a realidade das famílias financeiramente estáveis. Ao contrário, essa equidade pode ser menos provável em famílias que estão enfrentando dificuldades financeiras graves.

As mulheres que assumiram a administração das tarefas financeiras emergentes expressaram descontentamento sobre a carga de trabalho adicional adquirida. Segundo aquele mesmo autor, existem algumas explicações para esse descontentamento. E uma delas está no fato de que algumas mulheres queriam a ajuda de seus maridos e ficaram frustradas quando estes não estavam acessíveis. Algumas queriam protegê-los da tensão emocional advinda das dívidas e outras não queriam que seus maridos se envolvessem com as tarefas financeiras, porque acreditavam que seus cônjuges eram financeiramente irresponsáveis. De acordo com o citado autor, em alguns casos existe um desequilíbrio de poder entre os cônjuges, em que alguns maridos tinham o poder de vetar os pedidos de suas esposas para contornar a situação financeira. Outros maridos não justificavam seus vetos, declarando que não queriam ser incomodados impondo a suas esposas a tarefa de cuidar das coisas.

Segundo Thorne (2010), nem todos os maridos eram indiferentes à situação da dívida. Alguns pesquisados se encontravam ansiosos, irritados e embaraçados com a situação financeira e outros afirmaram que se reconheciam como falhos, porque se sentiam malsucedidos como chefes de família. Esse autor conclui que seu estudo fornece suporte para a conclusão de que a dificuldade financeira grave é a origem dos aumentos significativos do sofrimento emocional entre os cônjuges, mas principalmente para as mulheres, pois, apesar do aumento da angústia dos maridos, muitos escolheram evitar o trabalho e o desgaste de resolver a situação financeira desequilibrada, ficando isso a cargo das esposas.

2.3.2. Aspectos simbólicos do uso do crédito

Antes de apresentar os estudos que se dedicaram a evidenciar os aspectos simbólicos do crédito julgou-se necessário fazer uma explanação a acerca do significado dos bens, no campo de estudo da cultura e do consumo. O intuito não é esgotar o tema, mas, dar suporte à proposição desta tese que o crédito tem significado que vão além de recurso financeiro usado pelas famílias.

Nesse sentido, Featherstone (1995) argumenta que cada indivíduo percebe, denomina e utiliza os produtos de distintas formas e dão significados a eles de acordo com suas vivências. Esses significados podem ser consensuais e, se forem medidos de maneira adequada, podem ser descobertas semelhanças nessas percepções e entendimentos sobre os produtos. Ainda segundo o citado autor, alguns bens saem e entram na condição de simples produtos, recebendo significados diferentes da sua função principal para a qual foram desenvolvidos. Na sociedade contemporânea, os significados dos produtos designam os aspectos simbólicos dos bens, sendo uma forma de distinção dos demais produtos.

Em complemento, Douglas e Isherwood (2006) descrevem que os bens são como sistemas de comunicação, ou seja, formam um conjunto de elementos que dão significado à vida cotidiana das famílias. Nesse sentido, a diferença está na atribuição de valor simbólico aos diferentes objetos, que não

tem relação propriamente com a utilidade destes em si, mas, principalmente com aquilo que o item adquirido representa para quem o adquiriu.

Para McCracken (2003), o significado dos bens e sua criação são elementos essenciais para a estruturação da realidade das pessoas. Para explicar como acontece a transferência de significado McCracken (2003), apresenta um modelo teórico sobre a estrutura do movimento do significado cultural dos bens de consumo, apresentado na Figura 1. Pelo modelo pode-se verificar que os significados se movimentam a partir de três instâncias diferentes: o mundo culturalmente constituído; o bem de consumo; e o consumidor individual.

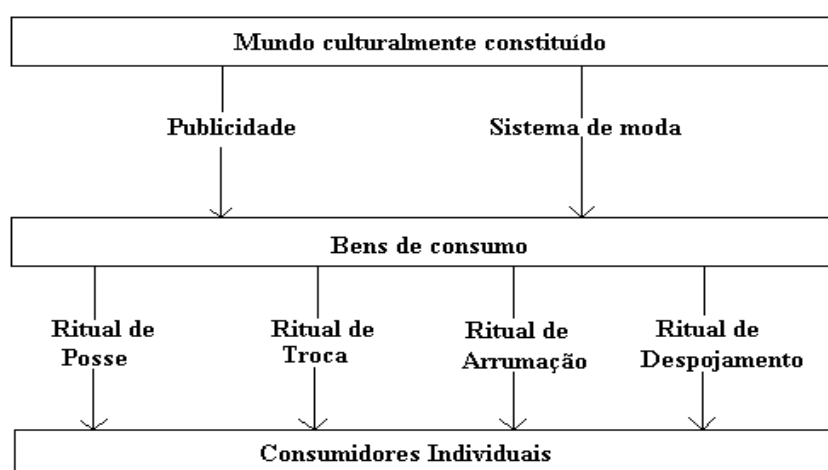


Figura 1: Movimento do significado dos bens

Fonte: McCracken (2003, p 100).

Pelas proposições McCracken (2003) a origem dos significados é o mundo culturalmente constituído, sendo este o mundo da experiência cotidiana onde os acontecimentos se relacionam aos sentidos dos indivíduos. A passagem dos significados do mundo culturalmente constituído para os bens de consumo se dá pela publicidade e pelo sistema moda. Já a passagem do significado dos bens de consumo para os consumidores se dá pelos rituais de posse, de troca, de arrumação e de despojamento.

Para Leão *et al.* (2001), o reconhecimento do valor simbólico de bens e serviços é o caminho para a criação de atitudes positivas em relação a produtos, a marcas e lojas que expressam os valores individuais das pessoas. Todo o objeto comercial tem caráter simbólico: o ato de comprar envolve a

avaliação do seu simbolismo, para decidir se é ou não adequado ao seu comprador.

Kamleitner *et al.* (2012) sugerem mais investigações sobre o uso do crédito em uma perspectiva social, pois existem evidências de que o crédito pode ser usado para fins sociais, principalmente como pista (caminho) social ou como forma de se chegar a uma independência ou coesão social.

Segundo Kamleitner *et al.* (2012), o uso de crédito muda comportamentos socialmente relevantes e pode influenciar as relações na família, em se tratando das oportunidades de gastos futuros. Há pouca evidência de como e que tipo de despesas os consumidores comprometem, a fim de pagar suas dívidas e quais implicações sociais desses compromissos para as famílias. Esses autores afirmam ainda que, na maioria das vezes, as atividades sociais são cortadas em primeiro lugar. Os custos sociais indiretos decorrentes do uso do crédito ainda não são contabilizados, e as possíveis variações interculturais também não.

Utilizando a perspectiva da significação do crédito para as famílias, Viaud e Roland-Lévy (2000) examinaram as relações entre o comportamento financeiro e as representações sociais em relação ao consumo das famílias, revelando semelhanças importantes. Em suas análises, Viaud e Roland-Lévy (2000) identificaram quatro tipos de famílias em relação às variáveis crédito e poupança. O primeiro foi denominado Devedores Frágeis (*Fragile Borrowers*) – situação financeira frágil e alto grau de endividamento em relação à renda e sem conta de poupança. O segundo são os Poupadores Acumuladores (*Accumulating Savers*) – alto grau de acumulação de capital, sendo a poupança a principal característica. O terceiro foi chamado de Famílias Prudentes (*Prudent Households*) – a poupança neste grupo antecede a compra e geralmente é usada para projetos de longo prazo. O último foi denominado Famílias Pródigas (*Prodigal Households*) – usam o crédito para aquisição de bens domésticos e poupam parte da renda.

Na análise das representações sociais dessas famílias, grupos de palavras evocadas geraram significados sobre o papel dos bancos, vistos como essenciais na recepção e distribuição do salário e necessários à obtenção do crédito. Outra classe de palavras trazia uma concepção ambivalente do crédito: de um lado, este parece ser uma necessidade e do outro, uma situação de

risco. O crédito também foi ligado ao consumo, sendo o verbo comprar sempre associado à palavra crédito e à ampla variedade de razões para sua obtenção pelo consumidor. A última classe de representações abrangeu uma gama de palavras relacionadas ao ato de tomar empréstimo para comprar uma casa, apartamento ou carro, todas ligadas à ideia de tempo, projetos e satisfação da família (VIAUD; ROLAND-LÉVY, 2000).

Para Viaud e Roland-Lévy (2000) existem dois diferentes significados associados ao crédito: os tipos de empréstimos e as conotações associadas (positivas ou negativas). Quando o empréstimo se refere à compra de imóveis ou de um carro, ele é chamado de crédito e é percebido como uma necessidade. Se o empréstimo está associado ao consumo de outros bens, ele é visto como dívida e tem conotações ambivalentes.

As relações dos quatro tipos de famílias com a poupança e o crédito devem ser consideradas como princípio de diferenciação social, uma vez que correspondem a diferentes estilos de vida. O comportamento financeiro das famílias indica que o consumo depende das relações entre crédito e poupança. O consumo é um critério de exclusão ou inclusão de classe. Já o crédito representa simbolicamente um jogo de conflitos entre grupos sociais à medida que a luta de classes se dá na arena do consumo, uma vez que o recurso ao crédito para muitos é o único meio de atingir o *status* de uma classe mais alta, como se a identidade social também pudesse ser adquirida a crédito. O consumo e o local de aquisição de bens envolvem as mesmas funções simbólicas: o acesso a uma identidade valorizada e distinta de outros grupos sociais. Para alcançar esse objetivo social, o crédito torna-se ferramenta essencial, visto que, por ele, as famílias podem adquirir bens e serviços ligados à construção dessa identidade (VIAUD; ROLAND-LÉVY, 2000).

Em complemento aos resultados de Viaud e Roland-Lévy (2000), Ribeiro *et al.* (2013) relatam que as representações sociais de crédito e poupança caminham em direções distintas, sendo a poupança considerada obrigação moral das pessoas e motivo de orgulho, assim como pode ser associada a um processo de privação, visto que, para poupar, a pessoa tem que deixar de consumir algumas coisas. Por vezes, a poupança associa-se à ideia de estabilidade no fim da vida ou como contingência em períodos difíceis. O crédito, por sua vez, pode ser entendido como consumo financeiramente

sustentável, que pressupõe manter um endividamento sustentável, isto é, obter crédito sem comprometer a capacidade de reembolsar os valores devidos. Essa visão pressupõe os conceitos de literacia financeira. O consumo sustentável está ligado à tentativa das pessoas de sustentar gastos controlados (RIBEIRO *et al.*, 2013).

Mattoso e Rocha (2009), estudando o significado do crédito para os consumidores pobres, identificaram que o crédito é um elemento de hierarquização dentro da localidade estudada, em que “o ter crédito” distingue as pessoas e é um símbolo de *status*. O ter crédito está associado a ter “um nome” e funciona como passaporte para um mundo onde se têm direitos e privilégios ligados a ele. O ter crédito distingue as pessoas das outras que não o têm e evidencia quem são, forma a identidade e demonstra que elas dispõem de uma situação financeira equilibrada e são honradas, pois têm o “nome limpo” na praça. Nesse sentido, o crédito funciona como demarcador social e símbolo de *status*.

Segundo Mattoso e Rocha (2009), os serviços financeiros comunicam a posição dos indivíduos dentro da comunidade onde residem, por meio da qual criam uma distinção entre os que são mais ou menos pobres. O ter conta em banco e, ou, cartão de crédito dá acesso aos seus portadores ao crédito, que se torna elemento desejado dentro da comunidade e separa os indivíduos entre os que têm e os que não têm crédito. Um ponto interessante destacado por esses autores é o crédito como símbolo de *status*, que se dá pela disponibilização de quem tem o crédito a outros, sejam estes parentes ou amigos. A pessoa que repassa o crédito se coloca e é vista em uma posição superior à de quem o recebe, ou seja:

O crédito é também uma forma de expressar identidade. A posse do crédito simboliza para o indivíduo e aos olhos dos demais quem ele é e qual a sua inserção na hierarquia social. Nesse sentido, a perda do crédito é vista com perda da identidade (MATTOSO; ROCHA, 2009, p. 93).

Nessa visão, quem não paga os débitos fica conhecido como mau pagador e, tendo o “nome sujo”, perde a identidade. Para a restituição desta, a pessoa necessita “limpar o nome”, para voltar a existir como pessoa. Mattoso e Rocha (2009) apontam também para o crédito como dádiva, em que no ato de “emprestar o nome” o indivíduo transfere sua identidade para o outro, e esse

ato é visto como obrigação para com os parentes e amigos. A negação do emprestar o nome é o mesmo que negar o vínculo entre eles. O repassar o crédito é uma obrigação de reciprocidade da qual os detentores não se podem eximir, no entanto é uma forma de dominação. Assim, a dádiva (o crédito) cria uma relação hierarquizante, visto que quem recebe o crédito recebe a dádiva do nome e torna-se um devedor não pelo benefício recebido, mas pelas obrigações e favores recíprocos.

Pinto (2009) relata que as diversas opções de tipos de crédito para a compra de diferentes produtos estão bem difundidas entre os pobres urbanos. A opção de fazer compras usando algum tipo de crédito seria o único meio para se ter acesso ao consumo. Esse autor relata também que, na visão dos participantes de sua pesquisa, observou maior facilidade no acesso ao crédito e que as empresas estão menos criteriosas e deixam de exigir certos documentos para facilitar a venda dos seus produtos. Outro ponto destacado por Pinto é que o empréstimo do nome é uma atividade que faz parte da vida dos pobres urbanos e existe um cuidado para manter o “nome limpo”, pois ter o nome sujo é mal visto pela comunidade, além do fato de acarretar o comprometimento de futuras compras.

Em um estudo realizado com idosos para verificar como eles se inseriam na sociedade de consumo e como o crédito se relacionava com as estratégias por eles adotadas nessa inserção, Berquó (2013) relata que o modo como esse público age em relação ao uso do crédito é orientado por valores morais, como o prestígio, o *status*, a honra, a vergonha e a culpa. Segundo essa autora, apesar de o uso do crédito estar associado à confiança depositada no outro, as pessoas não são vítimas manipuladas de uma sociedade capitalista e, sim, agem orientadas por aspectos morais.

Uma conduta predominante dos participantes da pesquisa em suas primeiras experiências com o crédito se refere ao valor dado ao reconhecimento social. O ter crédito disponível e a confiança depositada pelo credor geravam prestígio social ao tomador e lhe asseguravam o poder de usar ou não o crédito, pois o fato de obter do comerciante credibilidade distinguia o tomador das outras pessoas que não tinham o mesmo tratamento (BERQUÓ, 2013). Porém, com o passar dos anos e a mudança na forma de ofertar o crédito (menos personalizada), a conduta adotada pelos pesquisados passou a

ser a valorização do pagamento à vista em detrimento do crédito. Essa mudança revela também preocupação com valores como honra, prestígio e *status*, visto que o uso do crédito está associado à falta de dinheiro (condição de pobreza). Assim, segundo a citada autora, o não uso do crédito evidencia a prática de evitar dever aos outros, com o intuito de manter a honra, a reputação e o prestígio.

Outro ponto citado por Berquó (2013) é o fato de o crédito, na sociedade contemporânea, ser ofertado a todo tipo de pessoa, não sendo mais fator de distinção. Agora, o que distingue é a capacidade de pagar à vista. Além disso, quando tomam a decisão de usar o crédito, os indivíduos assumem uma postura de defesa em relação ao seu uso. Utilizam os discursos do crédito como poupança ou do aproveitar o benefício advindo do seu uso (como milhas de viagens de empresas aéreas).

Para aquela autora, o crédito como objeto de consumo é passível de manipulação quanto ao seu significado. A existência da possibilidade de realizar associações simbólicas em relação ao crédito enquanto mercadoria não se diferencia da compreensão sobre a manipulação simbólica de outros objetos pelos indivíduos. Berquó (2013) verificou que os participantes de sua pesquisa manipularam o significado do crédito ao longo dos anos. Ela ainda argumenta que os indivíduos deixaram de ver o crédito como ferramenta de intermediação financeira, alterando o seu uso para um mecanismo de distinção social, por meio da credibilidade e do poder atrelado ao seu uso. Essa distinção pode ser para o estabelecimento de um estilo de vida ou para a negação do seu uso por significar desprestígio.

2.4. A Classe “C” e o Consumo

A definição de classes sociais não é tarefa fácil, pois existem vários fatores e variáveis que influenciam essa tarefa, sendo necessário investir em pesquisas e revisão de literatura (YACCOUB, 2011). Nesse sentido, o objetivo deste tópico é descrever e caracterizar a Classe C no contexto brasileiro, bem como abordar a relação dessa classe com o consumo.

No Brasil, a definição da Classe C leva em consideração a renda média familiar e informações sobre o consumo de bens e acesso a determinados

serviços públicos, como água encanada e ruas pavimentadas, conforme pode ser visto em Neri (2010), Secretaria de Assuntos Estratégicos (2014) e ABEP (2015). Todos tomam como base os dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) e, no caso de SAE (2015), consideram também, de forma complementar, os dados da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF).

Neri (2010) e SAE (2014) denominam a Classe C como a “nova classe média” brasileira. Historicamente, essa terminologia teve seu marco inicial na pesquisa intitulada “Nova classe média”, realizada e divulgada em agosto de 2008 pelo Centro de Políticas Sociais (CPS) da Fundação Getúlio Vargas (FGV). A pesquisa teve como foco a chamada “Classe C” e o intuito de demonstrar como esta classe aumentou seu poder aquisitivo, tendo sua posição elevada na hierarquia socioeconômica. A Classe C deixou de ser considerada “pobre”, como as Classes D e E, passando a pertencer às chamadas “classes médias” (YACCOUB, 2011).

Na visão de Neri (2008), a classe média é aquela que possui um plano bem elaborado com o intuito de conseguir ascensão social. Essa busca por ascensão faz dessa nova classe uma fábrica de realização de sonhos individuais, sendo esse o principal impulso para que as nações conquistem sua riqueza. Esse autor destaca também que, além dos diversos produtos e serviços a que a Classe C teve acesso, o emprego com carteira assinada é uma das principais características dessa classe, conforme descrito a seguir:

O que é ser de Classe C? Computador, celular, carro, casa financiada, crédito em geral e produtivo em particular, conta-própria e empregadores, contribuição previdenciária complementar, se sairmos daquelas iniciadas com C temos ainda diploma universitário, escola privada, plano de saúde, seguro de vida. Mas de todas, a volta da carteira de trabalho, talvez seja o elemento mais representativo de ressurgimento de uma nova classe média brasileira (NERI, 2008, p. 39).

Segundo Neri (2010), a Classe C é central no sistema de classificação social do Brasil, pois fica abaixo das Classes A e B e acima das Classes D e E. As famílias da Classe C estão compreendidas na faixa média de renda entre R\$1.064,00 e R\$4.561,00 e é representada por mais de 100 milhões de indivíduos. Segundo as definições da classificação econômica das famílias estabelecidas por Neri (2010), estar na Classe C equivale estar entre os 50% mais pobres e os 10% mais ricos do Brasil. “A Classe C é a imagem mais

próxima da média da sociedade brasileira” (*Op. Cit.*, p. 29). Pelos critérios do SAE (2014), a Classe C está compreendida na faixa de renda domiciliar entre R\$2.004,00 e R\$8.640,00, com uma renda média de R\$4.912,00 (valores de janeiro de 2014).

A Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (ABEP, 2015) divide a Classe C brasileira em dois grupos: a Classe C1, com renda média domiciliar de R\$2.409,01; e a Classe C2, com renda média domiciliar de R\$1.446,01. Além da renda média, para uma família ser classificada em um desses grupos, ela tem de receber entre 23 e 28 pontos para Classe C1 e entre 17 e 22 pontos para a Classe C2. Essas pontuações levam em consideração algumas variáveis, como: número de banheiro na casa, quantidade de eletrodomésticos, posse de carro, acesso à água encanada e rua pavimentada e o grau de instrução do chefe da família (ABEP, 2015).

Lamounier e Souza (2010) destacam que as diferenças entre a Classe C e a classe média tradicional (Classe B) são muitas. A classe média tradicional é homogênea em seu perfil socioeconômico e, em sua maioria, composta por funcionários públicos, com estabilidade financeira advinda das próprias características de seus empregos. A Classe C não possui um padrão nítido e homogêneo como a tradicional, visto que é uma classe muito ampla, não existindo homogeneidade de comportamento. Uma forma de a Classe C se solidificar é por meio do estudo e de capacitações, como forma de educação eficiente para melhores empregos e salários mais altos (LAMOUNIER; SOUZA, 2010).

Em relato semelhante, Martins e Corrêa (2015) afirmam que a Classe C brasileira destoa-se de forma acentuada da classe média tradicional (Classe B), mesmo que o aumento da renda da Classe C tenha permitido a aquisição de novos hábitos de consumo que antes eram exclusividade dos grupos mais ricos da população brasileira. A Classe C, diferentemente da classe média tradicional, não pode ser rotulada como classe ociosa; pelo contrário, esses mesmos autores afirmam também que conquistaram o seu melhor posicionamento social por meio de seu trabalho. Afirmam ainda que a Classe C pode ser nomeada como batalhadora, por representar um grupo de pessoas que obtiveram a sua prosperidade via trabalho árduo, sem o auxílio de

terceiros, e alguns lograram êxito sem terem a qualificação exigida pelo mercado de trabalho.

Além dessas diferenças, Lamounier e Souza (2010) destacam que a classe média tradicional já está estabilizada e enraizada em uma posição social, ao contrário da Classe C, que pode ser considerada um grupo emergente, mas que ainda tem alto grau de vulnerabilidade social. Essa vulnerabilidade tem como elementos o baixo nível de capital social e as incertezas do mercado de trabalho, entre outros fatores. Dessa maneira, choques abruptos na economia podem mudar toda a situação econômica e social dessa classe em curto espaço de tempo.

Segundo Lamounier e Souza (2010), o estilo de vida almejado pela nova classe média é sustentado pelo consumo por meio do uso do crédito, o que aumenta a fragilidade econômica das famílias que contraem dívidas no intuito de consumir. Para esses autores, a rápida ascensão social da nova classe média e o seu alto nível de endividamento comprometem a sustentabilidade, visto que, mesmo com semelhanças com a classe média tradicional em relação ao consumo, existe uma desigualdade social muito grande entre essas duas classes. Essa situação de desigualdade, associada à instabilidade dos empregos e às atividades autônomas que muitos exercem, são elementos para se fazerem questionamentos sobre a capacidade dessa nova classe média em sustentar os padrões de consumo e se irão fazer novos projetos de vida; e quanto isso irá afetar a economia e a política do país.

Nota-se, pelos estudos citados anteriormente, que aqueles autores assumem uma caracterização da Classe C a partir de uma perspectiva do aumento de renda e do consumo dessa classe. Souza (2012), ao escrever sobre a nova classe média, assume perspectiva diferente, defendendo a tese de que não existe uma nova classe média na perspectiva do consumo e, sim, uma nova classe trabalhadora. Segundo ele, essa classe obteve visibilidade pelo seu esforço laboral a custos do fato de assumirem mais de um emprego, buscarem capacitação por meio do estudo, seja ele técnico ou superior; a capacidade de poupar; e a importante crença em si mesmo. Para Souza, a Classe C conseguiu romper com o ciclo vicioso da pobreza, e esse rompimento seria motivo de orgulho, o que leva os membros dessa classe declararem que as conquistas foram fruto do trabalho.

Concordando com a visão de Souza (2012), Noronha e Barbosa (2016) afirmam que para os membros da Classe C o trabalho é elemento central e transformador de suas vidas – uma ponte para o que antes era restrito a uma pequena parcela da população –, sendo a educação o principal consumo dessas pessoas, visto que maior nível educacional possibilita aos indivíduos pertencentes à Classe C conquistar melhores cargos no mundo do trabalho.

Quadros *et al.* (2013) afirmam também que a Classe C é uma nova classe trabalhadora heterogênea, composta por auxiliares de escritório, atendentes, vendedores, garçons, professores primários, policiais, auxiliares de enfermagem, atendentes de *telemarketing*, entre outros. Essa classe trabalhadora dispõe de baixa renda e carências das mais variadas, sendo as principais na área da saúde, no transporte das grandes cidades, na qualidade de moradia, na segurança pública e nas inseguranças relacionadas à velhice (QUADROS *et al.*, 2013).

Souza (2012) argumenta que a definição de uma nova classe média emergente é a maneira de tentar mostrar que o Brasil se igualou aos países desenvolvidos, onde a classe média é o fundamento da estrutura social. Nesse sentido, tenta-se passar a ideia de que o país se tornou uma nação de Primeiro Mundo. Para esse autor, a conceituação e caracterização da nova classe média, por meio do aumento da renda e do consumo e do impacto desses fatores na economia brasileira, representam uma visão economicista e distorcida da realidade. Assim, para entender a nova classe média é preciso ir além dessa visão economicista, pois existem outros elementos a serem considerados, ou seja:

Embora a redução economicista seja comum a ambas as posições, as consequências são distintas. O ponto comum é que não se percebe a gênese sociocultural das classes. O segredo mais bem guardado de toda sociedade é que os indivíduos são produzidos diferencialmente por uma cultura de classe específica (SOUZA, 2012, p. 22).

Associado a essa cultura de classe, Souza (2012) argumenta que o ser de uma classe social não é somente a transmissão de privilégios ou bens materiais às gerações futuras, mas o mais importante é a transferência de valores imateriais e de seus privilégios no tempo. Essa cultura de classe e os

valores imateriais estão relacionados ao estilo de vida, à visão de mundo e à identificação afetiva e emocional, o que se dá pela socialização familiar.

A nova classe média tem suas conquistas atreladas ao que Souza define como capital familiar:

Chamamos esse conjunto interligado de disposições para o comportamento de capital familiar, pois o que parece estar em jogo na ascensão social dessa classe é a transmissão de exemplos e valores do trabalho duro e continuado, mesmo em condições sociais muito adversas. Se o capital econômico transmitido é mínimo, e o capital cultural e escolar comparativamente baixo em relação às classes superiores, média e alta, a maior parte dos batalhadores entrevistados, por outro lado, possuem família estruturada, com a incorporação dos papéis familiares tradicionais de pais e filhos bem desenvolvidos e atualizados (SOUZA, 2012, p. 50).

O capital familiar está ligado à transmissão de valores entre gerações e de uma ética do trabalho, em que o trabalho duro é valorizado e motivo de exaltação, sendo esse trabalho o principal influenciador das conquistas da nova classe média (SOUZA, 2012).

Segundo Oliveira (2012), não existe concordância sobre o conceito de classe média, e vários critérios são utilizados para tentar caracterizar essa classe, como: renda, escolaridade, ocupação, padrão de consumo etc.; além de fatores subjetivos como valores, aspirações e identidade. No entanto, esse autor argumenta que há um aspecto valorativo e aspiracional que é comum na maioria das definições: ser classe média está relacionado ao desejo de uma vida melhor no futuro e à procura pela distinção social, por meio do padrão de consumo. Ainda segundo o mesmo autor, a Classe C aproxima-se da classe média tradicional não pela renda ou pelo nível de escolaridade, mas pela apropriação simbólica dos valores aspiracionais de ascensão e diferenciação social através do consumo.

Pochmann (2012), na mesma linha de pensamento de Souza (2012), refuta a tese do surgimento de uma nova classe média. Para ele, as modificações nas relações de trabalho e da propriedade, bem como o fortalecimento do mercado de trabalho e a expansão do setor de serviços, resultaram em um adicional de trabalhadores na base da pirâmide social que, equivocadamente, foram classificados como uma nova classe média. Pochmann argumenta que, mesmo tendo baixo nível educacional e experiência profissional limitada, houve grande número de pessoas resgatadas da condição

de pobreza, o que lhes permitiu inegável ascensão social. Nesse sentido, o que ocorreu não foi o nascimento de uma nova classe média e, sim, aumento no número de pessoas ocupadas na base da pirâmide social que reforçou o contingente da classe trabalhadora. Na visão desse autor, houve também valorização do salário mínimo e elevação do poder de compra dos trabalhadores, mas, mesmo assim, a maior parte dessa população emergente não se encaixa em critérios sérios e objetivos que possam classificá-la como de classe média. Esses novos trabalhadores se assemelham mais às características gerais das classes populares que, ao obterem rendimentos mais altos, ampliaram o seu padrão de consumo.

A definição de Classe C feita por Oliveira (2012) leva em consideração dois aspectos: o material e o simbólico. O aspecto material engloba a posse da carteira de trabalho assinada e o acesso ao crédito, possibilitando o financiamento de bens como computador e automóvel, produtos a que até pouco tempo atrás poucas famílias da Classe C tinham acesso. O simbólico engloba a aspiração pela ascensão social pela via do trabalho formal e não manual, aliado a um maior nível educacional e de consumo. Também destaca que a chamada nova classe média brasileira obteve aumento em sua renda e, com isso, passou a consumir mais, mas não da mesma forma que a classe média tradicional. Entretanto, ainda assim é uma classe que busca se distinguir pelo consumo, sobretudo em relação aos segmentos Classes D e E. Essa tese fica explícita na explanação de Oliveira (2012), conforme o relato a seguir:

O brasileiro quer ser classe média, quer ter carro, casa própria, empregada doméstica, poupar, viajar, sonhar e planejar uma vida melhor e se diferenciar dos segmentos mais baixos. O consumo é a principal via para distinção. E com expansão do crédito a possibilidade de consumo está aberta à maioria da população. O crédito é a principal porta para a ascensão na pirâmide social (OLIVEIRA, 2012, p. 109).

Nesse sentido, o uso do crédito aparece como facilitador e propulsor da ascensão social, visto que, por meio do crédito, as famílias da Classe C conseguem prazos de pagamentos mais longos e com parcelas que cabem no orçamento familiar. O crédito ampliou, principalmente, o acesso a bens de valores intermediários como eletroeletrônicos, eletrodomésticos, móveis e produtos de tecnologia e comunicação. A nova classe média tem visão positiva em relação ao uso do crédito. Para a maioria das pessoas de classe, pensar

em crédito como cartão de crédito, crédito consignado, empréstimo bancário ou financiamento de algum bem é algo bom (OLIVEIRA, 2012).

Para Santana *et al.* (2012), o acesso ao crédito e o aumento da renda alteraram o comportamento de consumo da Classe C. Diversos produtos e serviços que não faziam parte do orçamento de muitos consumidores passaram a ser adquiridos por esses consumidores. As empresas de crédito passaram a facilitar o acesso à obtenção de crédito, o que alterou a maneira como a Classe C adquire produtos e serviços. Segundo Souza (2012), a Classe C, no sistema econômico brasileiro, pode ser considerada produtora de bens e serviços valorizados ou como consumidora emergente de bens e serviços que antes eram privilégios das classes mais abastadas.

Herculano *et al.* (2014), ao estudarem jovens da Classe C no Brasil, analisaram o simbolismo do dinheiro e suas implicações no consumidor, avaliando se esse público o reconhece como fonte de poder e prestígio e se são materialistas e vaidosos. Concluíram que essa juventude brasileira tem muitos valores conflitantes, pois, por um lado, possui mais dinheiro e crédito e vem aumentando o seu nível de consumo e, por outro lado, não pode ser considerada necessariamente vaidosa e materialista. Os jovens consumidores de Classe C têm consciência de que o dinheiro é importante em suas vidas, mas não valorizam os aspectos de poder e prestígio que ele traz.

Ao adquirirem o cartão de crédito, os fatores importantes considerados pelos consumidores são a praticidade e a segurança. Atualmente, o cartão de crédito tornou-se instrumento acessível às diversas classes sociais, e a sua popularização está se tornando cada vez maior em razão dos benefícios que traz consigo. O cartão de crédito é o tipo de crédito mais utilizado no Brasil e, de certa forma, alterou os hábitos de consumo dos jovens consumidores da Classe C. Entre essas alterações, a aquisição de produtos mais caros, sem que os consumidores tenham que poupar por um período para comprar, foi a principal. O local de compra também sofreu alteração, influenciada pelo uso do cartão de crédito. O consumidor jovem da Classe C pode comprar em um estabelecimento físico ou virtual. Com a posse do cartão de crédito, os jovens de Classe C passaram a frequentar mais o *shoppings*, bem como realizar compras pela internet (SANTANA *et al.*, 2012).

Macedo *et al.* (2014), estudando as famílias da Classe C, realizaram uma classificação na qual as chamou de novos entrantes, isto é, aquelas pessoas que emergiram de classes mais baixas para a nova classe média na época da pesquisa; e os pertencentes à Classe C, ou seja, aqueles que continuaram nesta classe. Esses autores tomaram por base a nova classificação da Secretaria de Assuntos Estratégicos do Governo Federal.

Os novos entrantes na nova classe média, segundo Macedo *et al.* (2014), conquistaram melhorias salariais por meio da aquisição de melhor qualificação, principalmente em relação ao nível de escolaridade, que aumentou em comparação com os de seus pais. Esse incremento da escolaridade proporcionou aos membros da Classe C melhores cargos no mercado de trabalho e, por conseguinte, maiores salários. Para esses autores, a chave para a sustentação dessa nova classe média é o foco nos estudos, pois os consideram como diferencial e o meio pelo qual conseguiram as melhorias de cargos e salariais e veem isso como importante para o futuro dos filhos. Concluem, em suas pesquisas, que os novos entrantes na Classe C acreditam que a constante busca por capacitação pode levar seus filhos a um futuro mais promissor. Porém, segundo os citados autores, os membros entrantes na nova classe média ainda trazem consigo vestígios do passado, como o medo e insegurança em relação ao futuro, mesmo estando satisfeitos e felizes com a atual situação. Explicam que essa situação se deve ao fato de os entrevistados, em sua maioria, terem relatado que poupam ou, pelo menos, tentam poupar como forma de precaução para futuros problemas. Já aqueles pertencentes à Classe C possuíam, em geral, o mesmo nível de escolaridade dos pais e conservaram o mesmo padrão de vida que tiveram durante a vida. Ainda para esses autores, o padrão de vida melhorou, principalmente, devido à maior acessibilidade ao crédito, entretanto esses indivíduos relacionaram suas conquistas a novas ofertas de mercado e à melhoria na economia em geral.

Souza *et al.* (2013), ao estudarem como mulheres cariocas da Classe C se apropriam do significado de produtos de luxo, verificaram que a melhoria no acesso à informação faz que elas rejeitam ou adotam determinados tipos de consumo para se diferenciarem das mulheres das classes mais baixas, e, assim, recriam outros comportamentos de consumo, a fim de se definirem como um grupo distinto dos demais. Embora estejam atentas aos meios de

comunicação usados pela Classe B, suas compras são realizadas através de relacionamentos com amigos e parentes ou em locais com vendas a crédito que facilitam seu acesso a determinados tipos de bens considerados de maior valor agregado.

Segundo aqueles autores, existe uma busca pela diferenciação no comportamento de consumo da Classe C, conforme descrito a seguir:

Da mesma forma, a diferenciação aparece no conflito constante entre o que é luxo e o que é ou virou necessidade para elas e seus familiares, após o acesso a bens que antes eram inacessíveis a esta classe. Em frases como: “eu não tenho luxo para isso” e “tem gente que não tem um computador, a gente tem três”, as respondentes estão se diferenciando de forma clara das classes mais baixas da sociedade, mas por outro lado, denegando o que supostamente o mercado enxergaria como sendo luxo para as mesmas (SOUZA *et al.*, 2013. p. 95).

Lübeck *et al.* (2014), ao estudarem os aspectos que influenciam jovens brasileiros da Classe C na compra de carros, verificaram a presença de alguns fatores, como: independência, individualidade, mobilidade, dependência, *status*, segurança e recursos financeiros. A independência e a individualidade no sentido de não depender dos outros ou do transporte público, gerando comodidade em termos de possibilidade de uso e adequação dos horários. O carro expressa a mobilidade e liberdade de uso que carrega em seu escopo. A dependência está ligada ao grau de envolvimento no uso do carro, que no estilo de vida moderno está inserido na rotina diária dos indivíduos. O carro atribui ao indivíduo um nível de *status* e ascensão social. Em relação aos recursos financeiros, verificou-se que existe um vínculo entre o carro e o seu dono, ligado ao estilo de vida que este valoriza e que o faz assumir os custos de manutenção e financiamento do veículo.

Yaccoub (2011) apresenta uma discussão sobre a importância do consumo e da cultura material para determinado estrato social. Para tal ação, essa autora morou oito meses em um bairro da cidade do Rio de Janeiro classificado como da Classe C, ou a nova classe média. Segundo ela, para a família de Classe C comprar eletroeletrônicos e bens de uso comum é moralmente aceito. Existe um comprometimento dos pais de dar aos filhos aquilo que julgam que eles merecem: o melhor. Segundo a citada autora, essa situação ficou claramente percebida durante a sua pesquisa de campo, quando

uma de suas participantes se colocou como inferior à sua família, dizendo que para si comprou somente um vestido, e de preço baixo, visto que considerava os bens eletroeletrônicos itens básicos para a família e, em sua visão, toda casa deveria ter tais produtos, pois conferem à família um mínimo de conforto. Comprar bens duráveis que trarão conforto e bem-estar para a casa é bem visto, pois é considerado investimento na família.

O conceito do consumo restritivo não se aplica mais à nova classe média, graças ao acesso ao crédito parcelado e de longo prazo. Dessa maneira, as casas passaram a ter mais eletrodomésticos, carros, acesso a universidades particulares, e a Classe C foi ganhando condições para a posse de um emprego melhor, um salário mais alto e continuar comprando (YACCOUB, 2011). Um ponto importante ressaltado por esta autora é o fato de a posse de produtos ser uma forma de conferir *status* e reconhecimento social:

Ao tratar dos estratos populares brasileiros, mais especificamente daqueles que ascenderam socialmente, os chamados “novos consumidores” ou “a nova classe média”, podemos perceber essa mesma relação construída. Ao se referirem ao passado, era comum que meus interlocutores (vizinhos de bairro) divagassem sobre como era quando todos se conheciam pelo sobrenome, pela família de origem, ou mesmo pelo colégio em que haviam estudado. Atualmente, são conhecidos pelos carros que possuem, pela propriedade de determinada casa ou pelas roupas que vestem (YACCOUB, 2011, p. 220).

Yaccoub (2011, p. 221) identificou também que a propriedade de determinados bens cria uma categorização das pessoas, por exemplo: “a elite local moradora do pedaço bom”. Segundo ela, os objetos auferem às pessoas a percepção do ter conseguido “chegar lá”, o sentimento de vitória e a sensação de ter vencido na vida, visto que elas conseguiram dar aos filhos o conforto material que não tiveram na infância.

Para Saraiva *et al.* (2015), dar uma definição precisa sobre Classe C ou o que chamam de nova classe média, levando em consideração somente o potencial de consumo, é um grande risco. Para esses autores, mesmo com toda crítica que são realizadas aos termos, com as precariedades de vida em que muitas dessas famílias ainda vivem, além da grande desigualdade social existente no Brasil, essa classe sofreu mudanças ao longo dos anos, e o principal aspecto dessa mudança foi o consumo. Vários são os fatores que

influenciam o consumo e produzem efeitos no cotidiano das famílias da Classe C.

Ainda segundo aqueles autores, as distinções de classe são a base para as desigualdades materiais, simbólicas e culturais na sociedade. O entendimento da ideia de classe social como categorias de análise é elemento essencial para se compreenderem as relações sociais do cotidiano. Para os referidos autores, a ideia de classe social está presente em diferentes situações da vida social: “nas distribuições de recursos, nas experiências subjetivas, nas identidades coletivas, no lugar onde se mora, nas possibilidades de saúde, nas formas culturais, nos sistemas de significação” (SARAIVA *et al.*, 2015, p. 52). Nesse sentido, torna-se relevante a compreensão da discussão sobre a “Nova Classe Média”, visto que é um fenômeno que tem afetado várias famílias brasileiras nos últimos anos.

Ao falarem da Classe C, Saraiva *et al.* (2015) ressaltam que esta classe é uma das consequências fundamentais da diminuição da desigualdade de renda no Brasil, bem como do crescimento significativo da renda *per capita* de parte da população mais pobre do país. Assim, a Classe C representa as transformações econômicas mais recentes de nosso país. As principais transformações estão relacionadas ao aumento do número de pessoas empregadas com carteira assinada, ao acesso a bens de consumo e à internet. Além de serviços como acesso a rede de esgoto e coleta de lixo, vale ressaltar o aumento nos anos de estudo dos membros da família e o maior número deles frequentando o ensino superior.

Na visão de Saraiva *et al.* (2015), entretanto, deve-se ir além ao fazer um exame dessas novas condições de vida advindas do aumento da renda e do consumo. Mesmo com todas essas modificações, as desigualdades continuam. Exemplo disso é a divisão socioespacial das cidades, visto que a grande maioria dos pertencentes à Classe C ainda habitam nas periferias urbanas, que em muitos casos é marcada pela falta ou precariedade de oferta de serviços públicos.

Na visão daqueles mesmos autores, para se definir a Classe C é preciso levar em consideração não só o consumo, mas também o estilo de vida das pessoas em seu cotidiano. A construção desse estilo de vida é baseada no planejamento do futuro familiar, no aumento do potencial de consumo e no que

muitos autores chamam de “vencer na vida”. Com o incremento da renda e a facilidade para obtenção de crédito, a Classe C teve aumento significativo do seu potencial de consumo, que por sua vez possibilitou que os seus membros planejassem melhor o futuro da família, principalmente no que diz respeito à educação de nível superior. Incentivados pelos pais, os filhos buscam na educação superior um emprego futuro melhor e que lhes proporcione salários e condições de vida melhores. Os bens de consumo, a formatura de um filho no curso superior e melhoria do bem-estar da família passam a ideia de vencer na vida.

Para tanto, no estilo de vida da Classe C os bens de consumo passam a ter papel importante, em que os bens materiais adentram no espaço da resolução de problemas pessoais relacionados à falta de tempo e à necessidade de praticidade nas tarefas do dia a dia. Produtos como geladeira, fogão, micro-onda e máquina de lavar dão às pessoas da Classe C possibilidades de conforto, ganho de tempo e praticidade, minimizando os transtornos da vida corrida que, em sua grande parte, é composta de sacrifícios, afazeres domésticos e pouco tempo disponível (SARAIVA *et al.*, 2015).

Nota-se, diante das visões dos autores aqui apresentados, que a busca pela caracterização da Classe C tem dois caminhos, um voltado para o consumo com foco no aumento do potencial de compras e a satisfação dos desejos de produtos que antes não tinham acesso; e outro voltado para a produção, com crítica ao consumo como caracterizador desta classe e foco na produção, em que o que aconteceu na verdade foi o surgimento de uma nova classe consumidora e, sim, de uma nova classe trabalhadora que busca, com muitos esforços, atingir seus objetivos de vida.

Nesse contexto, destaca-se, na visão de Saraiva *et al.* (2015), que certamente essas mudanças econômicas e sociais ocorridas na vida das famílias da Classe C trouxeram novas possibilidades de melhoria de vida para essa grande parcela da população. Se existe uma nova classe média ou não é uma discussão sem conclusão definida, o fato é que, quando se fala sobre “nova classe média”, se diz a respeito de um fenômeno real, em que são produzidas novas maneiras de as pessoas saciarem suas necessidades para além das básicas, devido ao acesso a novos bens, serviços, desejos e modos de entendimento de mundo.

Nesta tese, assume-se a visão da Classe C a partir do aumento do potencial de consumo, pois está mais associado aos objetivos da pesquisa, visto que no estudo do crédito perpassa também o consumo. Segundo Vicente (2010), o consumo contribui para a criação de um estilo de vida, por meio de gostos e desejos, e pode ser considerado definidor de identidades. Assim, o aumento do uso do crédito para o consumo de bens e serviços pela Classe C pode ser considerado um dos principais demarcadores de estilo de vida do sentimento de pertença a um novo segmento emergente.

Relacionado a isso, Vicente (2010) argumenta que o consumo é a forma mais acessível que os indivíduos da “nova classe média” encontram para serem reconhecidos como cidadãos e terem visibilidade social. Os bens e serviços adquiridos são a materialização dos esforços na busca por uma vida melhor, reforçando a autoestima e a consolidação de uma identidade que possa ser compartilhada com outros.

2.5. Método *Grounded Theory*

A *Grounded Theory* (GT), também denominada Teoria Fundamentada ou Teoria Substantiva, foi desenvolvida pelos sociólogos Barnet Glaser e Anselm Strauss. O marco inicial da abordagem foi a publicação do livro “The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research”, em 1967. A proposta do método baseia-se em três objetivos. O primeiro visa proporcionar embasamento lógico para a teoria, com o intuito de contribuir para eliminar as diferenças entre teoria e pesquisa empírica. O segundo propõe padrões e métodos mais adequados para a descoberta da teoria. E o último, validar a pesquisa qualitativa como abordagem adequada e específica para gerar uma teoria (CHARMAZ, 2009; TAROZZI, 2011).

A Teoria Fundamentada tem sua origem baseada em duas correntes de pensamento relacionadas às posturas filosóficas e à formação dos seus dois sociólogos criadores: Anselm Strauss, do interacionismo simbólico; e Barney Glaser, da estatística positivista. O primeiro era professor da Universidade de Chicago, tradicionalmente de pesquisa qualitativa, e inspirou-se no interacionismo simbólico e no pragmatismo. O segundo é oriundo da Universidade de Columbia, tendo suas bases nos métodos quantitativos

(CHARMAZ, 2009). Para Tarozzi (2011), além da influência do interacionismo simbólico, do pragmatismo e do positivismo, pode-se acrescentar outra corrente na formação da GT: a fenomenologia, que, apesar de não ser antecedente direto, em certas condições pode constituir um panorama epistemológico atual e capaz de fundamentar um rigor metodológico para esta abordagem.

O método da *Grounded Theory* tem como base as considerações ontológicas e epistemológicas do subjetivismo. Com essa base, entende-se que a realidade é construída socialmente e os indivíduos dão significados a essa realidade e a legitimam por meio de símbolos. A *Grounded Theory* é considerada uma abordagem de pesquisa interpretativista, que tem o intuito de explicar a realidade a partir dos significados atribuídos pelos indivíduos às suas experiências (BANDEIRA-DE-MELLO; CUNHA, 2002).

Pandit (1996) relata que os elementos básicos da Teoria Fundamentada são conceitos, categorias e proposições. Conceitos são as unidades básicas de análise e são representados pelos códigos criados a partir da rotulação dos fragmentos de textos analisados. O segundo elemento da *Grounded Theory* são as categorias, que são a elevação dos conceitos a um nível mais alto de abstração. Elas são geradas através do processo analítico e podem ser consideradas "pedras angulares" do desenvolvimento da teoria. O terceiro elemento da teoria fundamentada são proposições que indicam as relações entre as categorias e os seus conceitos. As proposições envolvem a definição de relações conceituais de forma a gerar a integração das categorias geradas.

Segundo Strauss e Corbin (2008), a *Grounded Theory* pode ser compreendida como abordagem de metodologia exploratória. A GT tem o seu enfoque no processo de geração e no desenvolvimento de teorias substantivas, em relação a fenômenos específicos, com base em dados coletados e analisados sistematicamente. A teoria emerge dos dados e, por isso, tem a tendência a ser mais próxima da realidade estudada. Para esses autores, o desenvolvimento de uma teoria é algo complexo, e o processo de teorização é de longo prazo. Para Strauss e Corbin (2008), o processo de teorização pode ser definido como atividade de construção da teoria, usando um esquema explanatório que integra, de forma sistemática, os conceitos, as categorias e proposições, demonstrando as relações entre esses três elementos.

Charmaz (2009) e Tarozzi (2011) afirmam que, na maioria dos ambientes de pesquisas científicas, existem crenças de que o uso de teorias formais sempre fornecerá as hipóteses e os conceitos necessários à explicação do fenômeno. Assim, há também uma tendência de que o pesquisador tente moldar os dados às hipóteses teóricas, deixando de observar conceitos e hipóteses que possam surgir. Contrapondo essa crença, na Teoria Fundamentada o pesquisador irá contribuir com uma teoria a partir da observação do fenômeno estudado e não da aplicação de uma teoria previamente escolhida para explicá-lo.

Para Charmaz (2009) e Tarozzi (2011), a finalidade é o desenvolvimento de uma teoria e não descrever um fenômeno de forma simplificada. Com base nesse aspecto, esses autores afirmam que na abordagem da Teoria Fundamentada o pesquisador não deve partir de um modelo teórico preestabelecido, mas se aprofunda nos dados e no campo em estudo para a construção de uma teoria consistente.

Quando se trata, contudo, de criar uma teoria com base em dados sistematicamente coletados e analisados, não quer dizer criar uma teoria formal de ampla utilização pelas diversas áreas de conhecimento. Strauss e Corbin (2008) classificam as teorias em dois tipos de teoria: formal e substantiva. As teorias formais são mais amplas e gerais e têm o intuito de poderem ser generalizadas e de se aplicar a uma grande variedade de disciplinas, interesses e problemas. As teorias substantivas têm como foco criar uma reflexão sobre a complexidade da vida social. São específicas, limitadas em seu escopo, ricas em detalhes e aplicáveis apenas dentro dos limites de um contexto social.

As teorias substantivas não têm em sua essência a necessidade de apresentar generalização estatística para além da sua área substantiva. Na *Grounded Theory*, a preocupação está no aprofundamento da explicação sobre um fenômeno em uma realidade local, particular, construída a partir das experiências vividas por determinado grupo específico (TAROZZI, 2011).

Como relatado, a *Grounded Theory* foi desenvolvida pelos pesquisadores Barnet Glaser e Anselm Strauss. Ao longo dos anos, divergências sobre o método levaram à separação da parceria dos autores (TAROZZI, 2011). Com essa divisão, cada autor seguiu sua abordagem em

relação à Teoria Fundamentada. A abordagem glaseriana, chamada também de clássica, em que a pesquisa se inicia de forma aberta, sendo definidos somente o objetivo de investigação e a ida ao campo, irá direcionar toda a pesquisa. Já a abordagem de Strauss e Corbin, que se baseia em delimitação do que irá ser estudado e em um conjunto de técnicas e instrumentos para desenvolvimento do método (TAROZZI, 2011).

Além das abordagens citadas, outra que se destaca segundo Tarozzi (2011) é a *Grounded Theory*, Construtivista de Kate Charmaz, que pressupõe que o conhecimento é gerado pela interação entre o pesquisador e os participantes da pesquisa. Para Charmaz (2009), a teoria fundamentada não é uma aplicação de procedimentos e técnicas para se chegar a uma teoria, em crítica à abordagem de Strauss e Corbin e nem se pode pensá-la sem uma corroboração do conhecimento sobre a área de estudo, em uma crítica à visão Glaser. Assim, deve-se entender que as teorias geradas pela *Grounded Theory* (GT) são o resultado de um processo iterativo, em que a flexibilidade é que deve reger o processo de construção da teoria. No Quadro 1, faz-se um comparativo entre as três escolas sobre a teoria fundamentada.

Quadro 1 – Principais escolas sobre *Grounded Theory*

	GT Clássica	GT Strauss e Corbin	GT Construtivista
Pergunta de pesquisa	Não é uma afirmação que identifica o problema de pesquisa a ser estudado. É impossível defini-lo antes de ir a campo (inicia-se aberto a partir de uma área de investigação).	É uma afirmação que identifica claramente o problema a ser estudado. Consente restringir e gerenciar a área de investigação.	Não existe. Os conceitos sensibilizantes, interesses pessoais e disciplinares iniciam a pesquisa.
Tipo de dados	Todos os dados.	Indiferente, sobretudo observações.	Entrevistas semiestruturadas e análise textual. Coconstrução dos dados.
Categoria central	Emerge quase que magicamente e é intuída improvisadamente no início ou no fim da pesquisa.	Fazê-la emergir requer fortes manipulações de dados. Não existe uma única categoria central.	Existe uma categoria central prevaiente.

Tipos de codificação	Substantiva teórica.	Aberta, axial e seletiva.	Inicial, focalizada, axial e teórica.
Pesquisador	Distante do processo.	É parte do processo.	É parte do processo.

Fonte: Adaptado de TAROZZI, 2011.

Em uma análise da literatura sobre teoria fundamentada, verificou-se que a abordagem da GT de Strauss e Corbin é a mais utilizada, devido ao fato de proporcionar aos pesquisadores um conjunto de técnicas, instrumentos e procedimentos de auxílio no processo de construção da teoria substantiva. Além disso, dessa abordagem foi criado um software, ATLAS.ti, que contribui nos procedimentos de codificação e relacionamento entre as categorias criadas, facilitando o gerenciamento dos dados coletados. Contudo, optou-se, nesta tese, por uma mescla das abordagens de Strauss e Corbin (2008) e de Charmaz (2009), adotando os procedimentos e técnicas dos primeiros e a flexibilidade e a construção da segunda. As duas abordagens são muito semelhantes em suas propostas, diferindo sobre o que Strauss e Corbin (2008) chamam de o “paradigma” da GT.

O paradigma proposto por Strauss e Corbin (2008) é um modelo geral composto pelos seguintes elementos: o fenômeno, as condições (causais, interventoras e contextuais), as ações/interações e as consequências. O fenômeno seriam os acontecimentos encontrados nos dados; as condições são as circunstâncias em que os fenômenos ocorrem e podem ser aquelas que causam o fenômeno, as que intervêm modificando-o e as de contexto, em que o fenômeno ocorre. As ações/interações são as maneiras como as pessoas agem diante do fenômeno, e as consequências são os resultados dessas ações/interação. A lógica do paradigma da GT é que as categorias teóricas que fazem parte da teoria sejam organizadas nesse modelo.

Charmaz (2009), porém, afirma que não se deve tentar enquadrar as categorias em um modelo predefinido, pois existe um risco em restringir a visão do pesquisador e limitar as suas descobertas. Outro ponto, não de divergência, mas de complementação, é que Charmaz (2009) propõe o uso da codificação focalizada antes da axial, como forma de identificar os códigos mais frequentes nos dados e, partir deles, analisá-los de forma mais aprofundada.

O modelo do processual da abordagem de pesquisa na GT diferencia-se da forma como são realizados os estudos com base em métodos quantitativos. A GT apresentada exige um nível de interdependência e uma conexão circular das partes, uma vez que as atividades da pesquisa ocorrem concomitantemente. Nesse processo é composto por quatro etapas principais: coleta dos dados, amostragem teórica, codificação e redação da teoria. Charmaz (2009) descreve que a “aventura” de pesquisa, na GT, se inicia com a coleta de dados. Esses dados devem ser relevantes, pois fornecerão material sólido para a construção de uma análise significativa. Os dados revelam as opiniões, sentimentos, as intenções e as ações dos participantes da pesquisa. Os pesquisadores geram teorias fortemente fundamentadas a partir de dados relevantes.

Na *Grounded Theory*, o pesquisador deve tentar deixar que o seu conhecimento não influencie a pesquisa, para que a teoria substantiva possa emergir. O pesquisador deve sempre estar aberto ao que de novo pode ser encontrado nos dados. Todos os pesquisadores são dotados de uma gama de conhecimentos sobre determinado objeto de estudo, como conceitos, características da estrutura e dos processos, porém na GT a relevância dos conceitos emergirá em determinado contexto durante o processo de pesquisa (FLICK, 2004).

Na realização de estudos envolvendo a abordagem da GT, não existe o uso de uma única técnica de coleta de dados específicos, mas, sim, podem ser utilizadas diferentes formas, como notas de campo, observação participante, entrevistas, discursos, cartas, biografias, autobiografias, pesquisa na biblioteca (CHARMAZ, 2009). A coleta de dados é feita de forma gradual até que se obtenha a saturação teórica das categorias. Essa saturação depende da sensibilidade do pesquisador em perceber quando novas coletas não trazem mais dados significativos para construção das categorias. Independentemente do método utilizado para coletar os dados, destaca-se que a abordagem deve se concentrar na análise e na interpretação dos dados.

Na GT, os dados coletados são a base para os procedimentos de codificação. A codificação refere-se aos procedimentos utilizados para rotulação e análise dos dados. A codificação pode ser entendida como um termo geral para a conceitualização de dados. Dessa maneira, os códigos

abrangem questões que oferecem elementos sobre categorias e ajudam na definição dos relacionamentos entre essas categorias. O processo de codificação dos dados envolve os procedimentos de comparações entre fenômenos, casos e conceitos, que auxiliarão no desenvolvimento de teorias fundamentadas nesses dados (FLICK, 2004).

Strauss e Corbin (2008) dividem os procedimentos de codificação em três: aberta, axial e seletiva. Cada uma dessas etapas deve ser compreendida como formas diferentes de tratamento dos dados, devendo ser claramente distintas e temporalmente separadas. A codificação aberta é a análise inicial dos dados pelos quais os conceitos são identificados e desenvolvidos em relação às suas propriedades e dimensões. Na visão de Tarozzi (2011), esse processo envolve as atividades de examinar, comparar, conceituar e categorizar os dados que serão posteriormente sumarizados em uma lista de códigos e categorias originadas dos rótulos atribuídos livremente a cada frase, linha ou parágrafo.

Charmaz (2009) propõe o uso da codificação focalizada, que é identificar e utilizar os códigos mais frequentes para analisar dados. Para Tarozzi (2011), pela codificação focalizada é possível identificar os códigos recorrentes e os temas mais relevantes. A codificação focalizada auxilia no processo de coleta de dados, pois possibilita o direcionamento dos temas relevantes encontrados, ajuda também no refinamento das questões de entrevistas e dá maior sensibilidade ao pesquisador perante os temas relevantes.

A codificação Axial consiste no procedimento de agrupar os códigos e subcategorias definidos após a codificação aberta, criando as categorias conceituais da teoria. Após a definição das categorias mais relevantes para o entendimento da teoria, o pesquisador estabelece as relações entre as categorias e subcategorias. Na codificação axial, os pesquisadores relacionam as categorias e suas subcategorias com o intuito de explicar, de forma mais precisa, o fenômeno estudado (STRAUSS; CORBIN, 2008).

Na codificação seletiva, o objetivo é a integração das categorias em um nível mais abstrato, buscando identificar uma categoria central, pela qual as outras categorias criadas possam ser agrupadas e interligadas. A categoria central deve ser capaz de representar o fenômeno central e é essencial para a integração de todos os elementos da teoria. Após essa etapa, deve-se utilizar o

paradigma da GT para melhor compreensão das relações entre as categorias (STRAUSS; CORBIN, 2008).

O cerne da pesquisa está baseada na teoria fundamenta e na interpretação, cuja função é desenvolver a teoria, servindo de decisão sobre quais dados serão trabalhados (FLICK, 2004). Para auxiliar nesse processo, Strauss e Corbin (2008) e Charmaz (2009) propõem o uso dos memorandos, que são registros das interpretações, conexões encontradas, comparações e explicações sobre os códigos gerados sobre as categorias. Na visão desse último autor, a redação de memorandos é uma atividade essencial na construção da teoria, pois incentiva o processo de análise dos dados do início ao fim da pesquisa.

O desenvolvimento da amostragem teórica é parte fundamental da GT. Em vez de ser determinada no início da pesquisa, a amostragem teórica é desenvolvida durante o processo de investigação, visto que todos os procedimentos visam identificar, desenvolver e relacionar conceitos a partir das hipóteses emergentes. Segundo Tarozzi (2011), na amostragem teórica o tamanho da amostra é definido de forma gradual. Além disso, ela possibilita orientação constante do pesquisador, direcionando o processo de coleta, organização e interpretação dos dados com a finalidade de proporcionar a sustentação teórica para as categorias. Assim, a amostra não se forma *a priori*, mas no decorrer da pesquisa, de acordo com as lacunas da teoria emergente para tornar essa mais forte e consistente. Assim, novos participantes são selecionados para suprir a necessidade de dados para o embasamento de uma categoria até que as categorias estejam saturadas teoricamente.

A última etapa do método da *Grounded Theory* é a redação da teoria, com apresentação das descobertas. Charmaz (2009) sugere que seja feita a combinação de afirmações analíticas e uma descrição das evidências encontradas. Devem-se usar ilustrações de apoio e montar diagramas esquemáticos para melhor entendimento da teoria proposta. Além disso, devem-se construir argumentos sólidos que embasem as proposições da teoria. Outro ponto destacado por Pandit (1996), Bandeira-de-Mello e Cunha (2002), Strauss e Corbin (2008) e Charmaz (2009) é a necessidade de retorno à literatura com o intuito de comparar a teoria gerada com a literatura da área,

verificando as semelhanças, divergências e contribuições da teoria para área a substantiva estudada. Com isso, tem-se uma validade interna da teoria.

Por fim, ressalta-se que a proposta da abordagem da Teoria Fundamentada, em oposição às abordagens quantitativas, é caracterizada por uma flexibilidade de métodos e técnicas de coleta e análise de dados. Pela Teoria Fundamentada, obtêm-se maior aprofundamento e maior detalhamento dos dados, bem como maior possibilidade de adequação ao fenômeno estudado. Assim, no uso da Teoria Fundamentada não existem regras metodológicas fixas e totalmente definidas. O que se têm são diretrizes com enfoques para as diversas fases do processo. Os pesquisadores, por meio dos procedimentos constitutivos da *Grounded Theory*, são levados a fazerem questionamentos constantes e revisões críticas das próprias interpretações durante a pesquisa. Importante consideração sobre o uso da Teoria Fundamentada é que múltiplas perspectivas devem ser buscadas durante o processo da pesquisa, com o intuito de que as teorias substantivas tenham densidade conceitual e sejam significativas (CHARMAZ, 2009).

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo, apresentam-se os procedimentos metodológicos adotados na condução desta tese. Primeiramente, descreve-se o tipo de pesquisa utilizado, acompanhado da justificativa dessa escolha. Na sequência é descrito o local do estudo, acompanhado de uma apresentação do desenho da pesquisa, no qual constam a revisão de literatura e a amostragem teórica. A seção seguinte trata da coleta de dados, que é acompanhada pela descrição da análise destes.

3.1. Classificação da Pesquisa

Esta pesquisa se caracteriza como qualitativa do tipo exploratório-descritiva, visto que se pretende estudar o comportamento de uma população em relação ao uso do crédito e de sua relação com os significados e experiências envolvidos na vida familiar. Nesse sentido, a escolha de utilizar uma abordagem qualitativa para atingir os objetivos desta pesquisa se adequa às proposições de Flick (2009). Isso porque essa abordagem se adapta melhor aos estudos que buscam analisar as práticas cotidianas e os significados subjetivos das experiências, pois dão a devida relevância ao detalhamento de um caso ou situação vivenciada pelas pessoas.

Outro ponto que corrobora este trabalho na decisão de usar a abordagem qualitativa foram os poucos trabalhos encontrados na área em foco. Conforme descrito no item 1.2 da Introdução, existe uma lacuna em relação a estudos sobre o crédito pelas famílias em uma perspectiva social e simbólica, sendo os estudos voltados para questões da atitude dos indivíduos em relação a essa forma de pagamento, e os estudos encontrados são, em sua maioria, de cunho quantitativo. Essa verificação encontra apoio nas proposições de Strauss e Corbin (2008, p. 24), em que “os métodos qualitativos podem ser usados para explorar áreas substantivas sobre as quais pouco se sabe”.

Além disso, Minayo (2002) afirma que a pesquisa qualitativa busca o aprofundamento dos significados das ações e das relações humanas, que não são captadas em equações, médias e estatísticas. O intuito dessa abordagem

é o estudo de fenômenos particulares em um nível de realidade que não se consegue com a quantificação.

O objetivo deste trabalho de criar uma teoria substantiva sobre o tema confere a ele um caráter exploratório. Pretende-se que surjam no final conceitos, hipóteses e proposições que possam ser utilizados e, ou, testados em estudos futuros. Além disso, pretendem-se identificar e descrever a relação entre os conceitos e as proposições advindos da teoria, o que dá um caráter descritivo a esta proposta.

Quanto à abordagem geral, esta pesquisa se baseou nas perspectivas interacionista e construtivista. Na perspectiva interacionista, este trabalho se enquadra na visão da realidade como construção social, tendo como objetivo entender as experiências vividas, do ponto de vista dos participantes da pesquisa, dentro do contexto interacional. Nesse sentido, atribui-se importância fundamental ao significado que as coisas (objetos físicos, pessoas, instituições, ideias, situações vividas) têm para os indivíduos (STRAUSS; CORBIN, 2008; TAROZZI, 2011). Já na perspectiva construtivista se parte do princípio de que o conhecimento é produto de uma construção mútua entre pesquisador e pesquisados e se constitui pela interação das pessoas com seu ambiente físico e social, com o simbolismo inerente ao ser humano e com o conjunto das relações sociais (CHARMAZ, 2009; TAROZZI, 2011). Nesse sentido, os dados e análises da pesquisa serão construídos tomando por base as experiências dos participantes e do pesquisador em relação ao uso do crédito, sendo este inserido no processo.

A opção metodológica para o desenvolvimento deste projeto foi a *Grounded Theory* (GT), em sua versão baseada nas propostas de Strauss e Corbin (2008) e Charmaz (2009). Nessa abordagem, a teoria é criada a partir dos dados coletados e analisados de forma sistemática, durante o todo o processo de pesquisa. Dessa maneira, o conhecimento a ser gerado é produto de uma construção mútua entre pesquisador e pesquisados.

A *Grounded Theory* ajusta-se a este estudo enquanto abordagem de pesquisa qualitativa, pois um dos escopos deste método é a busca da compreensão de significado, das relações e interações entre os fenômenos sociais, a compreensão da realidade, bem como da vida e da ação humana no mundo real (STRAUSS; CORBIN, 2008). Além disso, uma de suas

características é a exploração dos processos subjacentes, intrínsecos a um fenômeno estudado, fazendo emergir os processos sociais e psicológicos a ele associados (TAROZZI, 2011).

Outro ponto a considerar sobre a adequação da *Grounded Theory* a este projeto é o fato de que os estudos sobre crédito focam em aspectos particulares, tendo sua maioria características positivistas, que não permitem análise aprofundada das experiências vividas e das interações sociais decorrentes do uso do crédito. Nesse sentido, a GT proporciona uma teoria que deriva dos dados, tendendo a ser a mais próxima da realidade dos pesquisados (STRAUSS; CORBIN, 2008) e indo além da descrição dos resultados da pesquisa.

Quadro 2 – Processo de construção da *Grounded Theory*

Fases		Atividades
Fase Desenho de Pesquisa		
Passo 1	Revisão de Literatura	Definição da questão de pesquisa
Passo 2	Seleção dos Casos	Amostra teórica, não aleatória
Fase Coleta de Dados		
Passo 3	Desenvolver protocolo para coleta de dados	Empregar múltiplos métodos para coleta de dados
Passo 4	Ir a campo	Atividades de coleta de dados, com base em métodos flexíveis
Fase Ordenação dos Dados		
Passo 5	Ordenação dos dados	Colocar os dados coletados em ordem cronológica
Fase Análise dos Dados		
Passo 6	Analisar os dados do primeiro caso	Início da codificação aberta
Passo 7	Amostragem teórica	Replicação teórica através dos casos (Reiniciar no Passo 2 até a saturação teórica)
Passo 8	Fechamento	Atingir a saturação teórica, se possível
Fase Comparação de Literatura		
Passo 9	Comparar a teoria emergente com a literatura	Comparações com quadros referenciais similares e conflitantes

Fonte: Adaptado de PANDIT, 1996.

O padrão do processo de pesquisa na GT é diferente do encadeamento linear dos métodos quantitativos, pois apresenta interdependência e sequência circular das partes, fazendo que as atividades ocorram simultaneamente.

Nesse processo serão tomadas como base as proposições de Pandit (1996), que define o processo de construção da teoria fundamentada em cinco fases (Quadro 2): desenho da pesquisa, coleta de dados, ordenação de dados, análise de dados e comparação com a literatura.

O modelo de Pandit (1996) é baseado nas proposições de Straus e Corbin. Essas fases são compostas por nove passos, que são estabelecidos visando garantir o rigor da pesquisa. Cabe aqui ressaltar que o processo descrito no Quadro 2, apesar de sequencial, tem por objetivo dar visão geral a ele, mas entende-se que esse é apenas um ponto de partida. No desenvolvimento da *Grounded Theory*, deve-se ter em mente que esse processo não é linear e ordenado, devendo o pesquisador analisar os seus dados, comparar os casos, ir a campo, revisar seus objetivos e questões de pesquisa, codificar e recodificar os dados até que se chegue à saturação teórica.

A partir da escolha metodológica, as próximas seções têm o objetivo de detalhar os procedimentos metodológicos que serão conduzidos ao longo do estudo a partir da fase 4 do modelo descrito.

3.2. Local de Estudo

A coleta de dados foi realizada na cidade de Viçosa, localizada no interior do Estado de Minas Gerais, mais especificamente na região da Zona da Mata mineira, distante cerca de 225 km de Belo Horizonte, capital do Estado, e 174 km de Juiz de Fora. A população da cidade no Censo 2010 foi de 72.220 pessoas, e a estimativa para 2017 é de 78.381 habitantes, sendo a quinta maior cidade da região e polo de uma das sete microrregiões constituintes da Zona da Mata mineira. A maioria da população era do sexo feminino (52%) (IBGE, 2017).

Segundo os dados do Censo, Viçosa tinha 22.727 domicílios, dos quais 93% estavam na área urbana e 7% na área rural. A média de moradores por residência era de 3,17 pessoas. Quanto à condição de ocupação do domicílio, a maioria (69%) era próprio, 23% alugado e 8% cedido. Essas residências eram, em sua maioria (63%), casas próprias, apartamentos (36%) e casa em condomínios (1) (IBGE, 2017).

A cidade detinha também um IDH de 0,775, considerado alto. No *ranking* dos municípios, ficou com a 11^a posição no Estado de Minas Gerais e a 178^a posição no Brasil. O Produto Interno Bruto *per capita* da cidade era de R\$18.076,25, e obteve um índice de GINI de 0,56 (IBGE, 2017). Esses dados indicam que a cidade de Viçosa tem bons indicadores econômicos e sociais.

A média dos rendimentos dos viçosenses era de 3,1 salários mínimos, o que, considerando o referido salário do ano 2017 (R\$937,00), daria R\$2.904,70. Esse valor está dentro da faixa de classificação do IBGE, que corresponde à Classe C. Na Tabela 1 são apresentados os dados que demonstram que a cidade de Viçosa era composta, em sua maior parte, por famílias de Classe C. Cerca de 35% dos domicílios tinham rendimentos mensais entre dois e cinco salários mínimos.

Tabela 1 – Classe de rendimento nominal mensal domiciliar – Viçosa-MG

Faixa de Rendimento	Nº Domicílios	Classe	Percentual (%)
Sem rendimento	399		2
Até 1/5 salário mínimo	410	E	2
Mais de 1/2 a 1 salário mínimo	3.004	E	13
Mais de 1 a 2 salários mínimos	5.305	D	23
Mais de 2 a 5 salários mínimos	7.898	C	35
Mais de 5 a 10 salários mínimos	3.408	B	15
Mais de 10 a 20 salários mínimos	1.648	A	7
Mais de 20 salários mínimos	655	A	3
Total	22.727		100

Fonte: Dados Censo 2010 – IBGE, 2017.

As famílias da cidade de Viçosa tinham em seus domicílios diversos tipos de bens duráveis. A televisão e a geladeira estavam presentes quase que na totalidade das residências. O rádio e o telefone celular também eram muito frequentes nos domicílios. Na Tabela 2, demonstra-se a existência de bens duráveis nos domicílios viçosenses. Analisando essa tabela, pode-se dizer que as famílias têm grande potencial de consumo de bens duráveis e que, aliado à renda média dessas famílias, existe enorme potencial de uso do crédito para acesso a esses bens.

Tabela 2 – Bens duráveis nos domicílios

Bens	Nº Domicílios	Percentual (%)
Televisão	22.188	98
Geladeira	21.928	96
Rádio	19.683	87
Telefone celular	19.315	85
Microcomputador	11.819	52
Telefone fixo	10.237	45
Máquina de lavar roupa	10.195	45
Automóvel para uso particular	9.486	42
Motocicleta para uso particular	6.274	28

Fonte: Dados Censo 2010 – IBGE, 2017.

Em sua origem, a cidade de Viçosa teve na agropecuária a sua principal atividade econômica. A produção era agrupada em produtos de subsistência que abasteciam a população local e as áreas de mineração de Piranga, Ouro Preto e Mariana. A partir da primeira metade do século XIX, foi introduzido na região o cultivo do café, que se mantém até esta data. Com a criação da Universidade Federal Viçosa (UFV) na década de 1920, teve-se uma mudança na dinâmica social, cultural e econômica da cidade, que passou a se desenvolver em torno da expansão da própria Universidade, principalmente, a partir da década de 1970. Vários são as empresas na área de prestação de serviços para atendimento à demanda proveniente dos estudantes, servidores e professores da UFV. O destaque fica com o setor de serviços, o comércio e a indústria da construção civil (CRUZ, 2014).

Segundo os dados da Identidade Econômica dos Municípios Mineiros do Sebrae (2016), o setor de serviços abarcava 42% das empresas sediadas em Viçosa, seguido pelo comércio com 36%, pela indústria e construção civil com 18% e pelo agronegócio com 4%. Viçosa é reconhecida também como cidade vocacionada para a educação superior, com destaque para a Universidade Federal de Viçosa (UFV) e as faculdades particulares UNIVIÇOSA e a Faculdade de Viçosa (FDV).

Em relação ao potencial de uso do crédito, a cidade contava com quatro grandes redes de varejos que ofertavam crédito, eram elas: Magazine Luiza, Casas Bahia, Eletrozema e Lojas Americanas. Conta também com três concessionárias de carros: Fiat, Volkswagen e Chevrolet, além de várias lojas

de revenda de carros usados e seminovos, todas com ofertas de financiamento. O município de Viçosa contava ainda com ampla rede bancária, composta pelo Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Itaú, Bradesco e Mercantil, além de três cooperativas de crédito ligadas à rede Sicoob (UFVCCredi, Unicred e Copemata).

Outro ponto a ser destacado para a escolha da cidade de Viçosa para realização da pesquisa se deve também à tendência à interiorização do consumo no Brasil. Em 2015, o consumo fora das capitais estaduais alcançou 70% de tudo o que foi consumido pelos brasileiros, com incremento em 2016, cujo percentual foi de 70,3%, perfazendo um total de R\$ 2,7 trilhões em gastos das famílias. Esse aumento aconteceu mesmo em um cenário de retração econômica nacional (IPCMAPS, 2016). Nesse contexto, a cidade de Viçosa, segundo dados do Sebrae (2016), tem potencial de consumo da Classe C na ordem de R\$ 337 milhões, o equivalente a 27% do potencial total da cidade, ficando atrás somente da Classe B, com 49%. Comparativamente, o potencial da Classe C viçosense, guardadas as devidas proporções, estava acima de cidades como Belo Horizonte (20%) e Juiz de Fora (24%).

Todas essas informações caracterizam e credenciam Viçosa como local com condições para realização de uma pesquisa com qualidade e relevância para geração de conhecimento em relação às experiências de uso do crédito pelas famílias da Classe C.

3.3. Fase 1 – Desenho da Pesquisa

3.3.1. Revisão de Literatura

Para responder à pergunta da pesquisa e desenvolver uma teoria substantiva sobre as experiências de uso do crédito pelas famílias da Classe C e como estas experiências se relacionam com os aspectos sociais e simbólicos inerentes ao cotidiano dessas famílias, a pesquisa foi realizada tomando por base a *Grounded Theory* (GT) como abordagem metodológica. A *Grounded Theory* tem como principal objetivo, com base nos dados sistematicamente coletados e analisados, o desenvolvimento de uma teoria substantiva sobre o fenômeno estudado. Por teoria substantiva entendem-se aquelas específicas a

um grupo ou local (STRAUSS; CORBIN, 2008) e “procura aprofundar a explicação de uma realidade local, particular, construída a partir das experiências vividas por determinado grupo social” (PINTO; SANTOS, 2012, p. 420).

Em estudos baseados na *Grounded Theory* não é exigida revisão antecipada de toda a literatura de uma área ou a posse de uma teoria determinada previamente para análise dos dados. Segundo Bandeira-de-Melo e Cunha (2006), o coração do método da *Grounded Theory* está no fato de que a teoria substantiva tem toda a sua base fundamentada nos dados a partir de uma análise sistemática destes. Assim, a revisão da literatura deve ser feita na fase final da pesquisa, sendo comparada com a teoria construída, para que sejam verificadas as semelhanças e diferenças entre ambas, dando mais validade e corpo aos resultados (TAROZZI, 2011).

Por esses motivos, na revisão da literatura nesta parte do estudo limitou-se a apresentar os conceitos sensibilizantes (CHARMAZ, 2008; FLICK, 2009; TAROZZI, 2011), como “Classe C e Consumo”, “Crédito e Sociedade de Consumo”, “Uso do Crédito e as Famílias”. Esses conceitos, segundo Charmaz (2009), são pontos de partida que fornecem ideias a serem investigadas para ajudar na construção da teoria, na construção de questões de entrevistas e no pensar analítico do pesquisador. Além disso, a revisão teve por objetivo identificar lacunas no conhecimento atual que podem ser ocupadas pela elaboração da teoria substantiva sobre o uso do crédito.

Com base nessa revisão de literatura, foram encontrados diversos estudos que relacionavam famílias e uso do crédito. A partir daí, identificaram-se as lacunas na literatura que deram origem ao problema e a questão da pesquisa conforme descrito na Introdução e que orientaram todo o trabalho de pesquisa.

3.3.2. Seleção das Famílias

O desenvolvimento da amostragem teórica é parte fundamental da *Grounded Theory*. Em vez de ser determinado no início da pesquisa um número de pessoas a serem pesquisadas, o processo de amostragem é desenvolvido durante a investigação, uma vez que todos os procedimentos

visam identificar, desenvolver e relacionar conceitos a partir das hipóteses emergentes dos dados coletados.

A amostragem teórica é uma estratégia de definição gradual da amostra que provê orientação constante ao pesquisador para direcionar o processo de coleta, organização e interpretação dos dados, com o objetivo de oferecer sustentação teórica até a saturação da amostra (CHARMAZ, 2009; TAROZZI, 2011). Dessa forma, o *corpus* da pesquisa é definido a partir da evolução desta. Nessa perspectiva, o pesquisador estabelece, no decorrer do processo, as características e a quantidade de dados que serão coletados, bem como quais e quantos serão os participantes. O pesquisador seleciona eventos e incidentes que são indicativos de categorias, com o objetivo de desenvolvê-las teoricamente e relacioná-las sistematicamente.

A população-alvo desta pesquisa foram as famílias de Classe “C” com renda média familiar mensal entre R\$1.446,24 e R\$2.409,01, conforme os critérios de classificação da Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (ABEP, 2015). Para saber o valor da renda média familiar foi solicitado aos cônjuges que somassem seus salários e dividissem o total pelo número de pessoas que moravam na residência.

Pelos dados do Censo 2010, os viçosenses (42%) declaram-se, em sua maioria, casados, 47% disseram ser solteiros, 6% relataram ser separados/divorciados e 5% eram viúvos(as). O tipo de união que prevaleceu foi o casamento civil e religioso em 96% das famílias com matrimônio. Nesse sentido, pode-se dizer que a maioria das famílias da cidade de Viçosa era do tipo nuclear. Outro dado que corrobora essa verificação é o de Cruz (2014), que relata que 65,55% das famílias da cidade eram compostas pela esposa e pelo esposo, com ou sem filhos. Assim, optou-se por selecionar somente famílias nucleares, com ou sem filhos, pois essa era a característica das famílias viçosenses. Outro critério para seleção das famílias participantes foi o estar fazendo uso do crédito no momento da pesquisa, isto é, estar pagando prestações ou ter no máximo um ano do pagamento da última prestação para aquelas que já tinham quitado o seu compromisso. Foi analisado o uso do crédito para compra de bens de consumo duráveis, como eletroeletrônicos, eletrodomésticos, carros e motos e mobiliários.

Em relação à seleção dos participantes da pesquisa baseada na GT, Strauss e Corbin (2008) afirmam que a coleta de dados deve ser realizada com base em conceitos derivados da teoria evolutiva e levando em consideração o ato de fazer comparações entre casos. O intuito é procurar locais, pessoas ou fatos que elevem ao máximo as oportunidades de descobrir variações entre conceitos gerados e tornar densas as categorias em termos de suas propriedades e dimensões. Com base nessas proposições, as famílias entrevistadas foram escolhidas de forma intencional e que apresentavam alguma característica julgada relevante para a pesquisa.

Para selecionar as famílias, o pesquisador usou da sua rede de contatos, principalmente as sociais virtuais. Em busca pelas redes sociais, ele entrava em contato com um membro da família e apresentava a pesquisa e os critérios para participação. Outra forma de contatar as famílias era pela participação do pesquisador em um grupo religioso que tinha encontros semanais. No final do encontro, o pesquisador conversava com algumas famílias para explicar a pesquisa.

Nesses dois casos, obtendo o aceite, era entregue o questionário sobre o perfil familiar para verificar se esse perfil se encaixava na Classe C. Não estando com o perfil adequado, o pesquisador entrava em contato com a família e agradecia-lhe a disponibilidade. Essa situação aconteceu somente em dois casos, em que o nível de renda das famílias era superior ao critério da Classe C, apesar de elas se autodenominarem pertencentes a esta classe. Estando o perfil de acordo, eram marcados o dia e o horário da entrevista conforme a disponibilidade dos membros familiares.

No final das entrevistas, o pesquisador perguntava aos participantes se eles poderiam indicar uma família para também participar da pesquisa. Três famílias fizeram a indicação e passaram o contato para que o pesquisador tomasse as devidas providências. Todas as três famílias indicadas tinham o perfil da pesquisa e aceitaram participar. A descrição do perfil das famílias participantes é apresentada no item 4.1 e nos quadros do Apêndice B.

3.4. Fase 2 – Coleta de Dados

A coleta de dados na *Grounded Theory* é um processo flexível e dinâmico que pode ser realizado por meio da utilização de diferentes técnicas, como entrevistas, observações e outros, e, ainda, utilizando vários meios, como pessoas, locais e documentos. Após o desenvolvimento da revisão de literatura e da definição do problema da pesquisa, o próximo passo foi o desenvolvimento dos protocolos para a coleta de dados, ou seja, a definição dos métodos para essa coleta e a seleção das famílias para participarem da pesquisa.

3.4.1. Definição dos Protocolos de Coleta de Dados

Conforme descrito no Quadro 1, esta etapa se refere ao emprego dos múltiplos métodos para coleta de dados. Para isso, foram utilizados um questionário para identificação do perfil sociodemográfico das famílias, um roteiro de entrevista semiestruturado, notas de campo e guia de observação.

O questionário⁴ (Apêndice D) para identificação do perfil das famílias teve como objetivo auxiliar no enquadramento da família dentro da classe social escolhida. Nele constavam questões sobre informações demográficas da família, quantidade de bens de consumo na casa, tipos de crédito utilizados pela família, bens comprados a crédito e renda média familiar.

Para a coleta dos dados referentes ao uso do crédito pelas famílias, foi escolhida a entrevista intensiva, pois se acredita que esta possibilita espaço maior aos informantes para falarem sobre o que é importante para eles. Charmaz (2009) conceitua a entrevista intensiva como uma conversa direcionada, em que o pesquisador deve usar perguntas que levem os participantes a descrever e refletir sobre suas experiências. Para tal fim, foi criado um roteiro semiestruturado (Apêndice C) com algumas questões para orientação da entrevista. Durante as entrevistas, quando surgiam pontos que o pesquisador julgava interessantes para serem explorados, ele levantava novas questões para que os entrevistados falassem mais sobre isso.

⁴ O questionário foi montado tomando por base os critérios de classificação da Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (ABEP, 2015).

O roteiro de entrevistas foi dividido, conforme orientação de Charmaz (2009) e Tarozzi (2011), em três partes: questões iniciais, com o objetivo de criar empatia e abrir o diálogo no início da entrevista; (b) questões intermediárias, com foco no aprofundamento da entrevista; e (c) questões conclusivas, com foco no fechamento da entrevista. Optou-se por gravar as entrevistas para posterior transcrição e análise, com a aquiescência dos participantes; caso contrário, eram feitas anotações sobre as informações levantadas. As entrevistas foram realizadas nas residências das famílias, com a presença de ambos os cônjuges. Ao longo do processo o roteiro foi modificado de acordo com a relevância das questões para o desenvolvimento da teoria.

Além das gravações, optou-se por usar o registro posterior das percepções (notas de campo) do pesquisador sobre a entrevista, para não se perderem pontos importantes. Para essas anotações, foi criado um modelo de documento, conforme descrito no Apêndice E.

Outro instrumento utilizado foi o Guia de Observação (Apêndice E), que tinha por objetivo auxiliar na análise de alguns pontos, como a localização da residência (bairro, acesso a transporte público, acesso a estabelecimentos comerciais e escolas), as condições da casa, os bens de consumo na casa, os tipos de móveis, a arrumação e a organização da casa. Acredita-se que esses elementos ajudam a caracterizar a família dentro do perfil desejado, além de serem elementos influenciadores do uso do crédito.

3.4.2. Realização das Entrevistas

O trabalho de campo foi iniciado no mês de setembro de 2016, após a aprovação do projeto pelo Conselho de Ética da Universidade Federal de Viçosa. A partir daí, deu-se início, por meio de conversas informais com algumas pessoas conhecidas (participantes de um grupo religioso) do pesquisador, à busca, nas redes sociais virtuais do pesquisador, de famílias para participarem da pesquisa.

Os contatos foram feitos pessoalmente, quando o pesquisador tinha conhecimento sobre o perfil da família; ou via redes sociais, quando era identificado alguém na rede de amigos com perfil adequado. Nas redes sociais

era feito o contato via mensagens, explicando sobre a pesquisa e seus objetivos e, em alguns casos, enviava-se o questionário sobre o perfil da família, para que o contatado pudesse responder e enviar de volta para que fosse realizada a sua análise.

Ao obter o aceite da família para participar da entrevista, eram marcados o dia e o horário de acordo com a disponibilidade dos participantes. A entrevista iniciava-se com uma conversa informal para ambientação tanto do pesquisador quanto do pesquisado. A seguir eram realizadas a leitura e a assinatura do Termo de Consentimento Livre Esclarecido (TCLE) e, logo depois, dava-se início à entrevista propriamente dita. Ao término das entrevistas, o gravador era desligado e continuava-se a conversa entre o pesquisador e os participantes para o posterior encerramento do processo, que durava em torno de duas a duas horas e meia. No final de cada entrevista, o pesquisador anotava suas percepções e observações no documento criado para tal, conforme apresentado no Apêndice E. Essas notas de campo eram utilizadas para auxiliar nas interpretações dos dados no momento da análise.

Cabe lembrar que as entrevistas eram gravadas com a permissão dos entrevistados, que tinham a opção de não aceitarem a gravação, conforme descrito no TCLE. Quanto a esse ponto, todos os entrevistados aceitaram a gravação. Ao todo foram realizadas 13 entrevistas e duas checagens das informações e da teoria criada com duas dessas famílias totalizando 16 horas e 42 minutos de gravação. Posteriormente, as entrevistas foram transcritas para facilitar a análise, o que gerou em torno de 550 páginas de texto em espaçamento 1,5.

Conforme já descrito, o número total de entrevistas foi 13, mas durante o andamento do trabalho de campo 27 famílias foram contatadas, porém algumas não aceitaram participar, duas não tiveram o perfil adequado às características da amostra e em outras a finalização do contato não foi efetivada. A dificuldade maior era o contato com as famílias, principalmente quando feito via redes sociais. Às vezes, a pessoa com quem se entrou em contato demorava responder, outras depois do primeiro contato não deram retorno. Em alguns casos, houve dificuldade de encontrar horário para a realização da entrevista devido às atividades dos membros familiares ou a

cancelamentos recorrentes das entrevistas, o que impossibilitou a efetivação do processo.

A abordagem direta dos membros familiares no grupo religioso e a indicação das outras famílias por aqueles que passaram pela entrevista foram mais efetivas, pois todas as famílias contatadas nessas situações aceitaram participar e não foram encontrados problemas ou resistências para a concretização do processo. Acredita-se que o contato pessoal e a indicação foram mais efetivos pelo contato direto com as pessoas, e isso acaba gerando mais confiança e segurança aos participantes.

3.4.3. Observação e Registro das Notas de Campo

Todas as entrevistas eram precedidas de conversas informais dos cônjuges para que se pudessem conhecer mais detalhadamente a vida da família e suas casas, bem como diminuir a tensão inicial do processo, tanto para o pesquisador quanto para os participantes. As entrevistas foram realizadas na residência dos participantes, momento em que se aproveitava para observar a localização do imóvel, o funcionamento da casa e a sua organização quanto ao mobiliário. Nesse ponto, foi possível perceber a importância da casa e dos bens para famílias e o sentimento de realização com todas as conquistas. A mudança de residência de um bairro para outro também era outro ponto observado. As observações foram conduzidas informalmente, e a partir delas foram construídas as notas de campo sobre o que foi observado.

Nessas notas também foram registradas as impressões sobre a entrevista. Essa estratégia foi definida depois da primeira conversa, visto que no final da entrevista, com base no roteiro, os participantes ainda entravam em pontos que não haviam sido abordados ou reforçavam alguns já explorados. Citavam também outras situações envolvendo pessoas conhecidas e pontos que haviam ficado com receio de falar durante a gravação. Após as entrevistas, o pesquisador costumava ficar de 20 a 30 minutos em conversa com os participantes. Muitos até se demonstraram mais aliviados depois que o gravador foi desligado e falaram mais sobre o uso do crédito.

Por meio das observações e do registro das notas de campo, foi possível entender alguns relatos das famílias e perceber qual a percepção

geral e a importância do crédito no cotidiano familiar, a exemplo do uso do crédito para comprar um imóvel e mudar de uma área considerada perigosa, em termos de segurança pública, para uma área segura. Essas duas técnicas auxiliaram também na confecção dos memorandos no processo de codificação, pois muitas explicações dos códigos estavam registradas nas notas de campo.

3.5. Análise dos Dados

A análise de dados é uma das principais atividades do método da *Grounded Theory*, visto que, com os dados analisados, é construída a teoria substantiva. Nesse sentido, duas tarefas foram essenciais: a elaboração de questionamentos sobre os possíveis significados dos conteúdos das entrevistas e a condução de comparações entre eles. Outra importante fase da análise dos dados foi a codificação destes, o que é também de extrema importância para o método da GT (CHARMAZ, 2009).

No caso desta pesquisa, optou-se por seguir os procedimentos tal como propostos por Strauss e Corbin (2008) e Charmaz. Dessa forma, o processo foi dividido em quatro etapas: a codificação aberta, a focalizada, a axial e a seletiva ou teórica. Na codificação aberta, os dados foram analisados a partir das perguntas básicas da GT: O quê?, Onde?, Quem?, Quando?, Por quê?, Como?, Onde? e Quanto? Outra técnica usada foi a microanálise, ou seja, a análise detalhada linha por linha para gerar as codificações iniciais com base em partes do texto. Outra operação foi a comparação, em que cada incidente (citações do texto) foi comparado com outros em busca de semelhanças e diferenças. Assim, para cada evento encontrado no texto foi criado um código que representava o conteúdo da citação, e as citações de mesmo conteúdo eram colocadas no mesmo código. Quando surgia um evento novo, outro código era criado para abarcar aquele conteúdo descrito. Essa primeira análise envolveu sete entrevistas, em que foram criados 372 códigos, estando associadas a estes cerca de 952 citações dos textos.

Após essa etapa foram listados os códigos mais frequentes nos dados, a partir dos quais foi realizada a codificação focalizada, ou seja, tentar identificar nos próximos dados das entrevistas esses códigos, mas sem deixar de verificar os novos códigos nas entrevistas. A partir da identificação dos códigos mais

frequentes, o pesquisador passou a analisar todos os códigos, para verificar as semelhanças de conteúdo entre eles e os mais frequentes. A partir dessa tarefa, identificaram-se códigos com nomes diferentes, mas de mesmo conteúdo, os quais foram recodificados. Nessa etapa houve redução do número de códigos para 274.

Outra tarefa foi o agrupamento dos códigos em famílias, de acordo com a semelhança de conteúdo, dando início ao processo de codificação axial e de construção das categorias emergentes. Com base nessas informações, as entrevistas posteriores tiveram o intuito de refinar essas categorias, chegando a 10. No final, chegou-se a 293 códigos, sendo identificada a saturação das categorias, visto que das últimas três entrevistas surgiram somente 21 novos códigos, mas com pouca frequência e com conteúdo semelhante aos outros já listados. No Apêndice A, apresentam-se as categorias, subcategorias e códigos ligados a elas, bem como a frequência de cada código.

Tendo identificado as categorias conceituais processo de codificação aberta, a codificação axial buscou-se identificar também as relações entre categorias e suas subcategorias. Depois de identificados os relacionamentos, foi realizada a codificação seletiva, identificando a categoria central da teoria, pela qual todas as outras estão relacionadas. A análise do conteúdo das entrevistas foi a técnica utilizada para a criação dos códigos, e o objetivo era identificar o que as famílias relatavam a respeito das experiências com o crédito para compra de bens de consumo duráveis.

Uma atividade importante durante todo o processo do método *Grounded Theory* é a escrita de memorandos, que podem ser definidos como registros escritos que contêm os produtos das análises dos dados coletados (STRAUSS; CORBIN, 2008). Os memorandos têm como objetivo manter a pesquisa embasada nos dados e manter essa clareza para o pesquisador. Os memorandos são documentos em que o pesquisador coloca suas observações com respeito à realização da pesquisa, ao processo de codificação e às categorias e suas relações.

Uma vez que o analista não pode facilmente manter o controle de todas as categorias, propriedades, hipóteses e perguntas geradas que evoluem a partir do processo analítico, deve haver um sistema para fazê-lo. O uso de memorandos constitui esse sistema. Assim, escrever memorandos durante o

processo de pesquisa faz que o pesquisador fique envolvido na análise e ajude a aumentar o nível de abstração de suas ideias. Através do uso dos memorandos, o pesquisador pode construir notas analíticas para explicar e preencher categorias (CHARMAZ, 2009), os conceitos, propriedades e dimensões geradas.

Seguindo as orientações de Strauss e Corbin (2008) e Charmaz (2009), durante o desenvolvimento da pesquisa foram escritos 27 memorandos na análise inicial e, continuamente durante todo esse processo, foram confeccionados 47 memorandos, a fim de facilitar a compreensão e interpretação dos dados e a redação da teoria no final da pesquisa. Os memorandos escritos estão associados à um código ou a uma categoria, com as explicações e interpretações do pesquisador sobre aquele ponto.

Em todo o processo de análise dos dados, foi utilizado um software de tratamento de dados qualitativos, o ATLAS/ti 8.0, desenvolvido pela *Scientific Software Development*. Este software foi criado, principalmente, visando à construção de teorias a partir da GT e tem como principal função o gerenciamento de dados textuais. O uso desse software não exime o pesquisador da realização do processo de análise e codificação dos dados. O uso dessa ferramenta tem como objetivo simplificar e acelerar os aspectos mecânicos de análise e codificação de dados sem sacrificar a flexibilidade, ajudando o pesquisador a se concentrar em maior medida sobre os aspectos mais criativos da construção da teoria (PANDIT, 1996).

O software ATLAS/TI não realiza nenhum tipo de análise. É somente uma ferramenta para organização dos dados e interligação das categorias. Toda análise foi realizada pelo pesquisador. O software ajudou na organização dos códigos em todo o processo de codificação e criação das categorias (famílias de códigos). Foi também usado para gerenciar e interligar as categorias e na criação dos diagramas referentes ao modelo teórico demonstrativo da teoria. O software foi escolhido devido ao fato de ter sido criado para auxiliar na realização de pesquisas baseadas na *Grounded Theory*, conforme orientações de Strauss e Corbin (2008) e Tarozzi (2011). O Quadro 3 apresenta os principais elementos que fazem parte do ATLAS/ti, que são necessários serem conhecidos para o entendimento do seu funcionamento.

Quadro 3 – Elementos do software Atlas/Ti

Elementos	Tradução	Descrição
<i>Hermeneutic Unit</i>	Unidade hermenêutica	É composta de todos os dados e demais elementos. Neste trabalho, a Unidade Hermenêutica foi nomeada de “Uso do Crédito Pelas Famílias de Classe C”
<i>Primary Documents</i>	Documentos primários	Reúne todos os documentos relativos às notas de campo, entrevistas e outros materiais importantes. Na pesquisa, foram gerados 13 documentos de entrevista, 13 de notas de campo e 2 de checagem.
<i>Quotes</i>	Citações	Compõem-se de fragmentos de textos que são ligados a um código. Na pesquisa, foram geradas 2.033 citações.
<i>Codes</i>	Códigos	São os conceitos gerados a partir das interpretações do pesquisador e podem estar associados a uma citação ou a outros códigos. São indexados pelo nome. Neste trabalho, foram gerados 322 códigos, sendo 293 deles ligados às citações e 29 abstratos referentes às categorias e subcategorias.
<i>Memos</i>	Memorandos	Podem ser utilizados para descrever o histórico das análises, bem como as interpretações do pesquisador. Foram gerados ao longo de todo o processo 47 memorandos.
<i>Netviews</i>	Esquemas	São as representações gráficas das associações entre os códigos. O tipo de relações entre os códigos é representado por símbolos, conforme será apresentado no Quadro 2. Os principais esquemas construídos podem ser visualizados no item 4 – Resultados.
<i>Comment</i>	Comentário	Local onde se registram os comentários do pesquisador ao longo do processo de análise e interpretação.

Fonte: Adaptado de PINTO, 2009.

Os *Netviews* (esquemas) são uma das principais funções do Atlas/ti. O uso dessa função possibilita a construção das redes de relacionamentos entre os códigos, subcategorias e as categorias. Para representar essas relações são usados conectores e símbolos, conforme apresentado no Quadro 4. Nos esquemas utilizados neste trabalho, optou-se por usar os conectores com a descrição em vez dos símbolos, por entender que facilita o entendimento do modelo gerado.

Em relação à amostragem, seguiram-se as orientações de Strauss e Corbin (2008) e Charmaz (2009), e o *corpus* deste estudo foi sendo construído durante a pesquisa, concomitantemente com a coleta e análise dos dados, até que se chegou a um conjunto de categorias com conteúdos relevantes para a criação da teoria.

Quadro 4 – Símbolos dos relacionamentos entre os códigos no Atlas/ti

Símbolo	Descrição	Descrição das Relações
==	<i>is associated with</i>	O código-origem está associado com o código-destino
[]	<i>is part of</i>	O código-origem é uma parte que compõe juntamente com outras o código-destino
=>	<i>is cause of</i>	O código-origem causa a ocorrência do código-destino (relação causal)
<>	<i>contradicts</i>	O código-origem contradiz o código-destino
Isa	<i>is a</i>	O código-origem é um tipo, ou forma, do código-destino
*}	<i>is property of</i>	O código-origem é propriedade da categoria (código-destino)

Fonte: PINTO, 2009.

De início foram realizadas três entrevistas e, ao analisá-las e iniciar a codificação aberta, verificou-se que as famílias tinham pouco tempo de união, percebendo-se, assim, a necessidade de entrevistar famílias com maior tempo de união. Além disso, uma família declarou ter tido problemas com o uso do crédito, o que despertou a necessidade de explorar melhor esse item. Com base nessa necessidade amostral, nas entrevistas posteriores foi selecionada uma família que havia tido problema com crédito e outras com tempo de união maior que 10 anos, totalizando sete famílias.

Após análise e codificação dessas sete entrevistas, deu-se início à criação das primeiras categorias (codificação focalizada e axial) e, partir desse ponto, foram selecionadas mais três famílias, com o intuito de aprofundar as categorias, chegando a 10 famílias. Posteriormente, foram selecionadas três novas famílias para confirmar e refinar as categorias encontradas e verificar a necessidade de outras famílias, o que não foi observado devido aos poucos códigos gerados, conforme descrito anteriormente. Após a definição das relações entre as 11 categorias teóricas e da categoria central, o pesquisador identificou duas, das 13 famílias participantes, que ele julgou terem dado contribuição significativa para checar com elas as proposições de categorias teóricas, a categoria central e suas relações.

Cabe ressaltar que os nomes usados nos trechos de entrevistas, não são os nomes verdadeiros dos participantes da pesquisa. Tomou-se esse

cuidado para que esses participantes não pudessem ser identificados, conforme o compromisso assumido no TCLE entregue a cada um deles.

3.6. Critérios de Avaliação da Pesquisa

Toda pesquisa deve ser avaliada em seus preceitos e procedimentos metodológicos (STRAUSS; CORBIN, 2008) em sua capacidade de gerar resultados consistentes e válidos para produção de conhecimento em determinada área de atuação.

Os autores como Strauss e Corbin (2008) e Charmaz (2006) sugerem que algumas ações sejam realizadas para contribuir com a qualidade da teoria substantiva gerada, sendo elas: a triangulação, checagem com os entrevistados, tempo em campo e auditorias. A triangulação foi realizada utilizando três técnicas para coleta de dados: a entrevista, observação e confecção de notas de campo. Ao final do processo de geração das categorias, estas foram submetidas à avaliação de duas famílias, como forma de checagem das coerências das interpretações.

Quadro 5 – Critérios de avaliação da GT

Amostragem Teórica	Como foi selecionada a amostra? Como procedeu a amostragem teórica? Os dados são suficientes para sustentar as inferências produzidas?
Percurso do Processo	As categorias foram geradas empiricamente? Pode-se percorrer o processo de geração das categorias? Existem laços sólidos entre a análise conduzida e os dados coletados? As evidências empíricas são suficientes para consentir ao leitor compartilhar a análise?
Integração da Teoria	Os conceitos são sistematicamente interligados? As categorias foram adequadamente desenvolvidas? Como e por que foi selecionada a categoria fundamental, com base em quais razões?
Profundidade	A teoria gerada dá conta do fenômeno estudado em sua totalidade? Foram relevados exclusivamente aspectos marginais e significados óbvios? Os resultados são ligados ao debate científico atual sobre o tema?
Relevância	As categorias e o processo apresentado abrem novas perspectivas? São significativos? Desafiam o saber consolidado sobre o tema? São conceitualmente densos? Têm forte poder explicativo? A teoria e os conceitos apresentados durarão no tempo? Abrem ulteriores pesquisas?
Utilidade	A teoria tem sentido para os participantes? Oferece interpretações aplicáveis pelos operadores? Intercepta questões relevantes no debate profissional? Sugere pistas para mudanças e inovação?

Fonte: TAROZZI, 2011.

Quanto ao período de coleta de dados, Strauss e Corbin (2008) e Charmaz (2006) descrevem que o pesquisador deve se manter em campo até que alcance a saturação teórica. No caso desta pesquisa, esse processo durou 14 meses, de setembro de 2016 a novembro de 2017. Para a auditoria, utilizou-se das proposições de Tarozzi (2011), descritas no Quadro 5.

Esses critérios servirão tanto para avaliação da pesquisa pelo Comitê de Orientação quanto pelo próprio pesquisador, como autoavaliação dos procedimentos metodológicos, do rigor e da significância dos resultados. Além disso, auxiliará outras pessoas na avaliação de todo o trabalho realizado.

3.7. Comparação com a Literatura sobre o Tema

O retorno à literatura constitui a última fase do processo de pesquisa, envolvendo o método da *Grounded Theory*. É uma etapa importante, visto que é o momento que o pesquisador (re)encontra com a literatura sobre o tema investigado, a fim de compará-la com as proposições identificadas pela teoria substantiva.

Uma característica importante do processo de construção da teoria é a comparação dos conceitos emergentes, proposições e, ou, hipóteses com a literatura. A ideia é verificar em que a teoria se assemelha à literatura e em que elas se contradizem e por quê? A chave para esse procedimento é apreciar uma extensa literatura sobre o fenômeno estudado (EISENHARDT, 1989).

Segundo esse autor, realizar esse processo de comparação entre a teoria emergente e a literatura é importante por duas razões. Em primeiro lugar, se os pesquisadores ignorarem resultados conflitantes, a confiança nos resultados finais ficará reduzida. Em segundo lugar, visões conflitantes representam uma oportunidade, visto que os resultados das divergências podem oferecer uma visão mais profunda tanto da teoria emergente quanto da literatura. Nesse sentido, a revisão de literatura será mais elaborada no final do processo de pesquisa e utilizada “como fonte posterior de dados para prosseguir no trabalho” (TAROZZI, 2011, p. 107) de comparação constante.

Tabela 3 – Resultado da codificação do referencial teórico

Categorias	Número de Citações				Total
	Item 2.1	Item 2.2	Item 2.3	Item 2.4	
Fatores influenciadores	13	12	8	1	34
Significado do crédito	5	1	11	5	22
Processo decisório	0	14	5	0	19
Aspectos gerais	13	1	2	1	17
Aceitação do crédito	9	1	2	0	12
Sonhos e perspectivas	7	2	0	3	12
Problemas com o crédito	1	6	4	0	11
Conceito de crédito	9	0	0	0	9
Administração Orçamento Familiar	0	4	2	0	6
Crédito x Consumo	1	1	0	3	5
Crédito x Poupança	2	1	1	0	4
Motivos de usar o crédito	2	0	0	2	4
Saber usar	1	2	0	0	3
As experiências	0	1	1	0	2
Total	63	46	36	15	160

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Para essa comparação, realizou-se uma codificação aberta da literatura descrita no referencial teórico, com base nas categorias emergidas do processo de codificação das entrevistas. A Tabela 3 ilustra a frequência das categorias no referencial teórico desta tese.

Com base nessas informações, procederam-se às comparações da teoria substantiva gerada com a literatura encontrada. O resultado desses cotejamentos está descrito no item 5 - Comparação da teoria com a literatura.

4. RESULTADOS

Nesta seção serão apresentados os resultados encontrados de acordo com os objetivos propostos neste estudo. Na primeira parte, descreve-se, de forma geral, o perfil das famílias pesquisadas, segundo suas características sociodemográficas e econômicas. Na segunda parte são apresentadas as categorias conceituais da teoria, a categoria central da teoria, a avaliação do rigor e da fundamentação empírica da teoria e a comparação da teoria criada com a literatura descrita no referencial teórico. Um quadro geral com o resumo das informações das famílias se encontra no Apêndice B.

4.1. Perfil das Famílias

As famílias entrevistadas apresentavam padrão de consumo e uso do crédito bastante homogêneo, mas com características de estilo de vida diferente e com experiências de vida também diferentes. A seguir é descrito o perfil dessas famílias, bem como os bens adquiridos por meio do crédito e os tipos de crédito utilizados.

Família 1 – O casal estava junto há cinco anos e tinha uma filha de 5 anos de idade. Tanto a esposa (35 anos) quanto o marido (27 anos) têm curso superior completo, sendo a esposa farmacêutica e ele analista de sistemas. A renda média familiar era de R\$2.600,00 (dois mil e seiscentos reais por mês). Eles moravam em casa alugada e sempre fizeram uso do crédito, sendo o cartão de crédito e o crédito consignado os mais utilizados. Os cônjuges já usaram crédito para compra de móveis, viagens, eletrônicos e carro. Na parte do bairro onde moravam não existia nenhum estabelecimento comercial, o que os obrigava a se deslocarem para outros bairros para ter acesso a padaria, supermercado, farmácia etc. Para acesso a transporte público, também tinham que se deslocarem para outros pontos no bairro, distantes de onde moravam. A localização da residência era distante do local de trabalho de ambos os cônjuges. A distância do local de trabalho e de outros estabelecimentos, aliada à vinda do primeiro filho, foi motivadora para a compra do carro por meio do financiamento, principal compra da família. O esposo demonstrou bom

conhecimento financeiro sobre opções de crédito, sendo quem cuidava dessa parte na família.

Família 2 – O casal estava junto há sete anos e tinha um filho de 9 anos de idade. A esposa (36 anos) tem curso superior completo e o marido (38 anos), ensino médio completo. A esposa era professora do ensino fundamental e o marido, vigilante. A renda média familiar era de R\$1.986,00 (mil novecentos e oitenta e seis reais). Eles moravam em casa própria, adquirida por meio de financiamento imobiliário. Sempre fizeram uso do crédito, sendo o cartão de crédito, o empréstimo bancário e o crediário em loja os mais usados. Os cônjuges já haviam usado crédito para compra de móveis, eletrodomésticos, eletrônicos e carro. A parte do bairro onde residiam estava localizada em parte com moradias (prédios) mais novas e de padrão superior às demais da parte mais antiga do bairro. Para ter acesso a estabelecimentos comerciais, a família tinha que se deslocar para bairros próximos. Eles haviam mudado há pouco tempo para o apartamento, principalmente por problemas de violência no bairro onde moravam, sendo esse um dos principais motivadores da mudança. A casa era bem organizada, e os móveis demonstravam sobriedade. O crédito era visto como algo com que se deveria ter cuidado. O casal não fazia nenhum tipo de controle formal do orçamento familiar, relatando que controlava tudo mentalmente.

Família 3 – O casal estava junto há cinco anos e tinha um filho de três anos de idade. A esposa (37 anos) tinha curso superior completo e o marido (32 anos), ensino médio completo. A esposa estava desempregada, e o marido era atendente em uma empresa de alimentação. A renda média familiar era de R\$1.100,00 (mil e cem reais). Eles moravam em casa própria adquirida por meio do financiamento imobiliário e usavam o crédito para compra de móveis, eletrodomésticos, eletrônicos e viagem de férias. O cartão de crédito, o crediário de lojas e o financiamento imobiliário eram os tipos mais utilizados. O bairro onde moravam era considerado de classe baixa, sendo as ruas pavimentadas com pedras. A residência ficava perto da praça do bairro, onde era fácil o acesso ao transporte público e a estabelecimentos comerciais (padaria, mercado). No início do casamento, os cônjuges tiveram acesso a várias formas de crédito, principalmente o cartão de crédito, e não tiveram muito controle dos gastos, o que lhes trouxe problemas financeiros. Com a

chegada do filho e a realização do financiamento para a compra da casa, eles passaram a planejar melhor o orçamento doméstico.

Família 4 – A família era nuclear reconstituída. A esposa (39 anos) tinha o ensino médio completo e possuía um pequeno restaurante, e o esposo (34 anos) era funcionário público; eles moravam em casa alugada. A entrevistada relatou que estava se recuperando de problemas financeiros passados e que ainda refletiam em sua vida. A renda média familiar era de R\$1.833,00 (mil oitocentos e trinta e três reais). O crédito havia sido usado para comprar uma moto, eletrodomésticos e roupas. Os tipos de crédito utilizados foram: o crediário em lojas, empréstimo bancário, *leasing* em financeira, cartão de crédito e empréstimo de familiar. A entrevistada relatou também que, em sua primeira união, o esposo tomava conta das finanças e resolvia tudo, mas depois da separação tudo ficou por conta dela. A partir desse momento começou o descontrole, dando início aos problemas financeiros. Além disso, os filhos exerciam forte influência nas situações de uso do crédito, visto que, sempre que solicitavam algo, o crédito era utilizado para atender aos desejos das crianças.

A Família 5 – O casal estava junto há 19 anos e tinha um filho de 16 anos de idade e uma filha de 11. A esposa (40 anos) tinha curso superior completo e o marido (44 anos), ensino médio completo. Ela era funcionária pública e o marido, motorista. A renda média familiar era de R\$1.500,00 (mil e quinhentos reais). Eles moravam em casa própria em um bairro distante do Centro. Já usaram o crédito para compra de móveis, eletrodomésticos, eletrônicos, material de construção e carro. O cartão de crédito, o crediário em lojas, o empréstimo familiar, o *leasing* de concessionária e o empréstimo para compra de material de construção foram os tipos de crédito mais utilizados. Os cônjuges tinham percepções diferentes do crédito. A esposa demonstrou ser mais propensa a usar o crédito e o via como porta para aquisição de bens. Já o esposo demonstrou ser mais cauteloso quanto ao uso do crédito. Mas ambos reconheciam a importância do crédito na melhoria da qualidade de vida da família a partir do momento que começaram a fazer uso desse instrumento de compra.

Família 6 – O casal estava junto há 38 anos e tinha um filho e uma filha que não moravam mais com eles. A esposa (64 anos) tinha o ensino médio

completo e o marido (70 anos), o ensino superior completo. A esposa era contabilista e o marido, aposentado. A renda média familiar era de R\$1.860,00 (mil oitocentos e sessenta reais). Eles moravam em apartamento financiado em um bairro distante do Centro. Já usaram o crédito para compra de móveis, eletrodomésticos e carro. Os tipos de crédito mais utilizados foram: crediário de lojas, cartão de crédito, *leasing* em financeira e o empréstimo consignado. A família possuía os eletrodomésticos necessários para as atividades do dia a dia e eletrônicos para lazer e entretenimento. Possuíam, também, um carro, modelo popular, que, além de ser usado para locomoção da família, atendia à necessidade do esposo com relação à saúde debilitada. Para essa família, as pessoas devem usar o crédito somente em situações de emergência.

A Família 7 – O casal estava junto há 19 anos e tinha um filho de 9 e uma filha de 15 anos de idade. A esposa (45 anos) e o marido (42 anos) tinham ensino médio completo. Ela era gerente-administrativo e o marido, funcionário público militar. A renda média familiar era de R\$1.920,00 (mil novecentos e vinte reais). A casa onde moravam era cedida pela família da esposa e se localizava próxima ao Centro. Durante a entrevista, ficou evidenciada a importância do crédito para a conquista de bens materiais e para a melhoria do bem-estar da família. Os cônjuges relataram que usaram o crédito desde o início do casamento para construção da casa, compra de móveis, eletrodomésticos, eletrônicos, carro e moto, sendo os tipos de crédito mais utilizados o crediário em lojas, o cartão de crédito e o *leasing* em financeira.

A Família 8 (esta família foi indicação da Família 1) – O casal estava junto há dois anos e tinha uma filha de um ano de idade. A esposa (32 anos) e o esposo (32 anos) possuíam o curso superior completo. Ela era administradora e ele, analista de sistema. A renda média da família era de R\$2.100,00 (dois mil e cem reais), e a casa onde eles moravam era própria. O crédito sempre foi usado pela família, e os tipos mais utilizados foram empréstimo em banco e cartão de crédito. O crédito foi utilizado na construção da casa, compra de móveis e eletrodomésticos. Na percepção dos cônjuges, o crédito é como uma ferramenta perigosa, que se usado da forma correta facilita a vida das famílias, mas, se não, pode acarretar problemas graves. Além disso, o crédito era visto como importante meio para as conquistas do início do matrimônio e, sem ele, não as teriam conseguido.

A Família 9 (esta família foi indicada pela Família 6) – O casal vivia há um ano de união estável e não tinha filhos. A esposa (32 anos) tinha curso superior completo e o esposo (28 anos), ensino médio completo. Ambos trabalhavam, sendo ela publicitária e ele técnico de telefonia. O apartamento onde moravam foi adquirido pelo crédito imobiliário, bem como os eletrônicos e os eletrodomésticos da casa. Na visão do casal, o crédito era um facilitador do acesso a bens e da realização dos sonhos, visto que o seu uso foi muito importante no início da união conjugal, ressaltando a importância do crédito para as futuras aquisições. Eles tiveram alguns problemas pontuais com o uso do cartão de crédito, mas que já foi resolvido. Isso serviu para a mudança de comportamento em relação ao uso do crédito.

A Família 10 – O casal, com 16 anos de união, tinha dois filhos, um com 15 e outro com 7 anos de idade. A esposa (41 anos) e o esposo (43 anos) tinham curso superior completo, ela, inclusive, com mestrado. A esposa era funcionária pública estadual e ele, aposentado. A renda média familiar era de R\$2.600,00 (dois mil e seiscentos reais). Os cônjuges relataram que faziam uso do crédito desde o início da união, em várias modalidades: crediário em lojas, empréstimo em banco, financiamento para compra do carro, cartão de crédito e o crédito com familiar. A meta da família era terminar de quitar alguns empréstimos para aliviar o orçamento. Um evento inesperado, a aposentadoria do esposo por invalidez, fez que o seu salário reduzisse significativamente, levando a família a ter problemas com o orçamento. Nesse período, a esposa teve que buscar uma fonte de renda extra. Nos momentos de aperto no orçamento, a família utiliza de empréstimo com familiares (mãe da esposa) para não incorrer em problemas graves.

A Família 11 – O casal estava há 14 anos junto e não tinha filhos. A esposa (37 anos) e o esposo (50 anos) tinham curso superior completo, sendo ela vendedora e ele funcionário público. O crédito sempre foi utilizado por eles, com o que adquiriram carro, o apartamento onde moravam, eletrônicos e eletrodomésticos, ou seja, usavam crediário em lojas, financiamento de imóvel, empréstimo em banco e cartão de crédito. Os cônjuges demonstraram bom conhecimento financeiro e relataram que faziam o controle formal do orçamento em uma planilha eletrônica. O crédito era visto como algo bom, mas que deveria ser usufruído com consciência.

A Família 12 – Esta família foi indicada pela Família 5. O casal, sem filhos, tinha seis anos de união. A esposa (48 anos) possuía curso superior completo e o esposo (35 anos), curso superior incompleto. Ambos eram sócios de um pequeno restaurante na cidade. Moravam de aluguel e estavam construindo uma casa, declarada como o sonho deles. A renda média familiar era de R\$1.500,00 (mil e quinhentos reais). O crédito foi utilizado para aquisição de carro, eletrônicos, eletrodomésticos e, recentemente, para compra de material de construção da casa. O crediário em lojas, o cheque especial, o empréstimo em banco e o cartão de crédito foram os tipos mais utilizados. Os cônjuges relataram que tiveram problemas com o cartão de crédito por ficarem realizando o pagamento mínimo da fatura. O uso do cheque especial também foi motivo de problemas.

A Família 13 – O casal estava há cinco anos junto e não tinha filhos. A esposa (27 anos) e o esposo (31 anos) possuíam o ensino médio completo e ambos trabalhavam como vendedores no comércio local. A renda média familiar era de R\$1.500,00 (mil e quinhentos reais). A casa onde eles moravam era própria e construída com o uso do crédito. O crediário em lojas, o financiamento de automóvel, o cartão de crédito e o empréstimo familiar foram os tipos mais usados. Os cônjuges demonstraram um misto de alegria e medo em relação ao uso do crédito, principalmente com as parcelas do empréstimo para construção da casa, que tinham impacto significativo no orçamento. A causa era a insegurança com o trabalho, pois parte dos rendimentos dependia da comissão que recebiam sobre as vendas.

Em análise geral, pode-se verificar que as famílias percebem o crédito como parte de sua rotina familiar de consumo e teve importância para elas no que diz respeito às conquistas materiais. Alguns pontos chamaram a atenção. Um primeiro ponto era a presença de filhos que influenciava os pais para satisfazerem as necessidades dessas crianças. A chegada do filho também mobilizava o casal para uso do crédito na compra de bens, como carro e móveis para o quarto do bebê.

Verificou-se também que existe diferença de percepção sobre o crédito em relação a como ele deve ser utilizado. A família com maior tempo de união relatou que o crédito deve ser usado somente em caso de emergência e que as famílias não devem usufruir de todo o crédito à sua disposição, reservando boa

parte para algum imprevisto. Já as famílias com menor tempo de união têm no crédito uma forma de realizar os sonhos, mas esse benefício deve ser usado de maneira consciente.

No geral, percebeu-se que as famílias pesquisadas percebem o crédito de forma positiva e como importante facilitador de sua ascensão material, confirmando o que foi encontrado por Oliveira (2012), segundo o qual a Classe C tem visão positiva sobre o uso do crédito. Mesmo as pessoas que tiveram algum problema ao utilizá-lo mantinham essa visão.

A partir de todas as questões destacadas nesta seção atinentes ao perfil das famílias pesquisadas, na próxima seção é apresentada a teoria substantiva gerada em suas categorias, esquemas, hipótese e proposições.

4.2. Teoria substantiva do uso do crédito pelas famílias de Classe C

Toda teoria criada por meio da *Grounded Theory* deve ser capaz de gerar entendimento sobre um processo, que no caso desta pesquisa é o uso do crédito pelas famílias da Classe C. Segundo Tarozzi (2011), a operação fundamental nessa elaboração teórica é a definição de categorias conceituais a partir dos dados coletados, as quais, segundo Charmaz (2009), são conceitos mais amplos que fornecem estrutura de sustentação para a teoria.

Nesta seção são descritas as principais categorias que emergiram ao longo do trabalho de campo, do processo de codificação e das análises realizadas e que compõem o esquema explicativo da teoria substantiva. Ao todo foram definidas 11 categorias, sendo elas: Processo decisório, Fatores influenciadores do uso do crédito, Problemas com o uso do crédito, Administração do orçamento familiar, Experiências com o crédito, Saber usar, Sonhos de consumo e perspectivas, Dualidade de sentimentos, Aspectos gerais do uso do crédito, Dilema crédito *versus* poupança e Significados do crédito. Para elucidar e embasar essas categorias, foram utilizadas as falas dos membros das famílias pesquisadas. As comparações e discussões com a teoria será apresentada no item 4.5 – Comparações da teoria gerada com a literatura.

4.2.1. Processo Decisório

No tocante à tomada de decisão em relação ao uso do crédito, foram identificados códigos que reportavam ao processo de tomada de decisão das famílias. Esses códigos foram agrupados em subcategorias referentes às etapas do processo decisório e, posteriormente, em uma categoria que abrange todas essas subcategorias, sendo ela chamada de Processo Decisório. Como a pesquisa trata do uso do crédito para compra de bens, seu foco é a tomada de decisão das famílias quanto a esse uso.

O processo inicia-se com a identificação e avaliação da necessidade de um bem/serviço pela família. Após a avaliação dessa necessidade, surge a análise de como será a forma de pagamento. Os motivos para compra são diversos e estão relacionados à necessidade da família como um todo ou de um dos seus membros, mas que terão impactos nos outros. Essas necessidades são avaliadas com o intuito de saber se realmente o bem é essencial para a família, para que o crédito seja usado para algo significativo. Dessa maneira, ao avaliarem a necessidade, os membros familiares tentam otimizar os seus recursos financeiros de forma que o dinheiro não seja empregado em algo que não vai trazer benefício para a família, conforme ilustram as falas a seguir:

Tanto que a gente é muito pé no chão com as coisas. A gente nunca faz as coisas aqui em casa sem a gente não ter condição. Tudo que a gente vai fazer a gente sempre pergunta “tem necessidade de fazer aquilo agora? Dá para esperar?”. Desde que a gente mudou para cá teve muitas coisas que a gente queria fazer e a gente está esperando. Esperando trocar a geladeira, por uma mesa na cozinha. Então tudo... Mas nunca assim, fazendo os dois de uma vez para não ter problema de no final não ter o dinheiro (ENTREVISTADO FAMÍLIA 02).

(...) e a gente senta e conversa, vê se realmente precisa mesmo. Igual, tem uns negócios que às vezes a gente ia comprar, o Vinicius: ‘Ah, vamos olhar isso?’. Eu falo: “Não, Vinicius”. Porque às vezes o que que acontece? Igual, eu tinha a mesinha do computador. Na época que a gente queria trocar ela. O Vinicius; “Ah, vou comprar uma mesinha. Trocar isso aqui, essa parte ali”. “Não, nós não vamos trocar não porque eu quero fazer um negócio definitivo”. Como a gente está com os móveis planejados, então eu queria planejar tudo. Para que gastar com um negócio que daqui uns tempos vai trocar de novo? Aí a gente seguiu (ENTREVISTADA FAMÍLIA 10).

Necessidade do bem, qual o tempo e a parcela. E o valor. O valor total do bem, parcela e a necessidade. Eu preciso do bem agora, agora, agora? A parcela está dentro da minha capacidade de pagamento? E o valor do bem. Será que eu não consigo o bem com preço menor daqui um tempo? São as três coisas que eu avalio: parcela, valor total do bem e necessidade. Primeiro a necessidade, depois a parcela e depois o valor total (ENTREVISTADA FAMÍLIA 12).

Ao examinar as necessidades de bens pelas famílias, verificou-se que elas eram perpassadas por questões de cunho prático, como facilitar as atividades rotineiras do cotidiano e por questões simbólicas. A necessidade da compra de um carro ou de um móvel em algumas situações estava ligada, por exemplo, à chegada de um filho. O carro era visto como facilitador do transporte da família e trazia o significado de liberdade, isto é, a não dependência de outros meios de transporte ou de pessoas. A casa e os bens necessários tinham o significado de reconhecimento social e de *status* perante a sociedade. Os relatos a seguir ilustram essas situações:

Então, assim, era um conforto. E a gente já estava percebendo também a possibilidade da gente morar em algum lugar melhor e mais longe. Porque lugar bom que você possa se locomover a pé ou de táxi a 5 reais vai ser só no centro, e os alugueis são mais caros. Então a gente sabia também que com o carro... Carro é liberdade, né? (...) Carro é liberdade, você pode ir para onde você quiser, só você pôr gasolina. Então a gente tinha essa questão também, a gente era muito limitado. Para viajar a gente tinha que ir de ônibus ou de carona paga. Então tinha essa liberdade também. E foi mais ou menos isso (ENTREVISTADO FAMÍLIA 01).

Nossa, eu não conheço ninguém, ninguém ou quase ninguém da minha idade que é dono de imóvel, que tem carro na garagem, que tem moto na garagem. O pessoal assim, uma vez ou outra você pega aí uma pessoa que tem um carro, mas a pessoa tem um carro, mas mora de aluguel. Nós não, nós temos carro, nós temos uma moto, nós moramos num imóvel que é nosso. Se eu quiser pintar as paredes de rosa choque eu posso porque é meu. Eu não vou ter que ficar dando satisfação para ninguém. Então, assim, é muito gratificante ver todo o esforço, tanto trabalho aplicado (ENTREVISTADA FAMÍLIA 09).

Ter a sua casa, olhar para a sua casa e falar: “Está do jeito que eu gostaria”. Ter uma geladeira melhor e pensar assim “nossa, aquela outra geladeira que eu tinha, que eu paguei à vista cabia dois quilos de carne no congelador”. E hoje: “Nossa! Eu paguei de 12 vezes, mas já paguei” (ENTREVISTADA FAMÍLIA 05).

O que se percebe é que existe o lado da função básica dos bens em facilitar o cotidiano da família, mas essas necessidades são sempre

acompanhadas de significados. Verifica-se que esses significados estão relacionados a toda construção social e cultural da constituição familiar e podem ser representados pelo relato a seguir.

Porque uma coisa que eu falei para “Joaquim”, quem casa, quer ter casa (ENTREVISTA FAMÍLIA 09).

Após essa etapa, dá-se a busca por informações sobre o produto ou serviço. Essa busca passa pela relação entre comprador e vendedor, sendo este último umas das principais fontes de informação. Além disso, os participantes declararam pesquisar em outras fontes, como a internet e a conversa com colegas de trabalho. A busca por informações leva em conta o produto ou serviço a serem adquiridos e as formas de pagamento, incluindo a possibilidade de uso do crédito. Tudo isso auxilia no processo de tomada de decisão e na escolha do produto e do tipo de crédito a ser usado. Com base nessas informações, as famílias delineiam alternativas para a compra e para o uso do crédito, conforme relato a seguir:

Ela conversou com a gente. Ela só falou assim: “Vocês tem que ter noção que vocês não podem financiar até 30% que bate no salário. Então, “Marta”, não adianta você querer financiar uma coisa e depois você não ter condições de pagar a parcela”. Então foi orientando a gente dentro da Caixa (ENTREVISTADA FAMÍLIA 03).

Isso aí costuma, muitas vezes, às vezes o próprio pessoal da loja fala com a gente. Às vezes a gente vai para olhar alguma coisa: “Como vocês querem fazer? A gente divide para vocês, não sei o que e tal”, aí acaba eles mostrando e oferecendo para a gente e mostrando para a gente que dá para fazer isso, isso e isso. Então... (ENTREVISTADO FAMÍLIA 13).

Na etapa de análise das alternativas, as famílias relataram verificar as opções de compra de bens ou serviços associados às opções de crédito que melhor se encaixam no orçamento. Cabe ressaltar que essa análise de alternativas pode ser mais rápida ou mais demorada, a depender dos bens ou serviços e dos valores a serem pagos. Quando se trata de bens de valores altos como carros, motos, casa ou algum eletrodoméstico mais caro, a avaliação é demorada, mas no caso de bens de valor menor já é mais rápida, não ocorrendo a comparação do preço à vista com o valor parcelado. Os relatos de duas famílias ilustram essas situações:

Não, a gente sempre procura o melhor jeito. Ah, no cartão é assim, no carnê dá para fazer sem precisar entrar no cartão. Ou no cheque. Dá para dividir no cheque sem juro, dá para dividir em tantos com o juro mais baixo. Então a gente sempre procura o modo mais fácil (ENTREVISTADO FAMÍLIA 02).

A moto a título... Para você ter ideia da moto. A moto, a gente... Na época, eu fiquei mais ou menos uns cinco a seis meses olhando várias propostas. Eu tinha olhado de três marcas diferentes. Foi a Honda. Acabamos comprando a Honda. Aí o que que eu estava procurando? O custo-benefício, questão assim, de ser uma moto que satisfizesse a minha necessidade, que tivesse uma manutenção barata e que se eu precisasse vender eu não ficaria... empatasse o dinheiro. E uma linha de crédito que fosse justa. Então na época eu fiquei... Nisso eu optei pela Honda. Eliminei as duas marcas e fiquei pesquisando. Ah, esse mês tem tal linha de crédito. Olhava, fazia as minhas contas e: "Não, isso não está me agradando". Aí eu ficava pesquisando e "Não, isso não está me agradando". Aí voltava lá de novo e: "Não, não tá me agradando". Até que chegou uma opção que realmente cabia no meu bolso (ENTREVISTADO FAMÍLIA 07).

Ainda em relação à análise de alternativas, na visão das famílias o consórcio não é opção vantajosa, pois a pessoa paga um valor ao longo do tempo e não tem a garantia de quando irá receber o bem desejado, ficando a depender da sorte ou de quando puder dar um lance maior para recebimento. O consórcio tem como benefícios a taxa de juros e o tempo de pagamento menores, mas o fato de não ter certeza de quando terá acesso ao bem gera insegurança para as famílias, o que não acontece com o crédito, que possibilita o acesso rápido ao bem desejado, conforme relato a seguir:

Eu acho que é por causa do tempo, né. Você faz o empréstimo consignado e você pode comprar na hora. O consórcio, você entra no consórcio e vai depender de sorte. Você não tem. Mas no nosso caso do carro, por exemplo, consórcio não era uma opção porque a gente queria o carro agora, na hora. Quer dizer, queria assim, queria e tinha jeito, então vamos fazer. Porque se quisesse e não tivesse jeito é o que a gente falou, se não tem jeito, fica sem (ENTREVISTADO FAMÍLIA 01).

O fato de o consórcio não ser percebido como opção vantajosa pode estar relacionado à ideia da busca do prazer imediato, considerado por alguns estudiosos como uma das características da sociedade de consumo contemporânea. Nessa percepção, as formas de pagamento que levam ao

adiamento da compra tendem a ser vistas como empecilho para a efetivação da compra.

Na tomada de decisão propriamente dita, as famílias demonstram como o crédito irá ser usado. No caso dos bens de preços elevados, a única opção das famílias é o uso do crédito, existindo somente a análise dos valores das parcelas em relação ao orçamento da família. As taxas de juros e o tempo de pagamento são analisados, mas no final se leva em consideração apenas o valor das parcelas. Quando se trata de bens de preços menores como moto ou eletrodomésticos ocorre a busca por opções de crédito mais barato em cooperativas ou bancos que oferecem juros menores. Por exemplo, houve famílias que buscaram empréstimo em uma cooperativa de crédito pelo fato de os juros serem menores do que no estabelecimento onde a compra seria feita. Isso pode ser verificado a seguir, nos relatos de algumas famílias.

Agora, no geral, por exemplo, quando você fala: “Vou comprar um carro”, geralmente subentende que você vai pegar um empréstimo para pagar o carro (ENTREVISTADO FAMÍLIA 01).

Eu nunca pensei em olhar. Eu sempre achei: “Ah, isso nunca vai conseguir umas taxas igual de banco”. E consegue. Então às vezes se as pessoas se juntassem, procurasse saber quais as cooperativas elas podem entrar ou até mesmo fizessem uma, eu acho que isso ia quebrar um pouquinho as pernas dos bancos e iam fazer com que eles abaixassem um pouco a bola. Porque cooperativa, além de ter as coisas mais baratas, ainda tem retorno do lucro, de uma parte do lucro da cooperativa (ENTREVISTADO FAMÍLIA 01).

A gente tem esse valor fixo. Ela vai até trinta anos. Então a gente já calculou e já pensou isso tudo, que é o valor que a gente consegue pagar sem precisar passar aperto (ENTREVISTADA FAMÍLIA 02).

Esse processo, em alguns casos, é envolvido de impulso e da existência de conflitos entre o desejo de adquirir um bem *versus* a possibilidade real de adquiri-lo. Como as famílias não planejam de forma adequada o seu orçamento, elas ficam expostas aos fatores influenciadores, que podem levá-las a agir por impulso, a exemplo de uma família que comprou um apartamento e de outra que construiu sem fazer uma análise mais aprofundada da situação. Esse impulso leva a situações já descritas: compra-se o bem e depois dá-se um jeito de pagar por ele, como também ilustrado a seguir:

Foi no impulso. Compramos o apartamento no impulso. Então a gente comprou muito no impulso. Eu falo, é uma dívida de trinta anos? É uma dívida de trinta anos, mas foi a melhor coisa que eu fiz na vida, que a gente fez junto. A gente tomou a decisão junto assim “Ah, meu Deus, e agora? vamos comprar o apartamento”. Acordamos no dia seguinte e compramos. (risos). Tipo isso. Tipo isso (ENTREVISTADA FAMÍLIA 09).

E foi do mesmo jeito que eu estou te falando, foi assim também, a gente tomou a decisão, resolveu, no outro dia já estava vendo como que ia fazer. Tudo no impulso (ENTREVISTADA FAMÍLIA 13).

Apesar de serem relatados momentos de impulso no processo de compra, os entrevistados demonstraram tomar o cuidado de avaliar a situação, mesmo que de maneira superficial. O fato de terem agido por impulso, com base na oportunidade do momento, não quer dizer que tenham tido problemas, mas existe o risco da perda de dinheiro como consequência da falta de avaliação mais aprofundada, conforme o relato a seguir.

No momento não. Por exemplo, o que eu estou te falando, de não pensar. Eu comprei duas TVs dessas de *led*, para a Copa do Mundo, se eu tivesse pensado eu teria comprar uma TV. Porque foi a época da TV mais cara foi a da Copa do Mundo, todo mundo quis comprar. Então eu fui e comprei. Comprei uma para a minha casa e uma para o restaurante. Então eu não precisava ter comprado duas TVs. Primeiro, porque eu não pensei. Porque aqui a gente não ficava. Durante o horário da Copa ia estar fechado, nos jogos do Brasil ia estar fechado. Naquela época a televisão subiu muito. Eu podia ter pensado. Comprei duas TVs (ENTREVISTADA FAMÍLIA 04).

A predisposição dos cônjuges em relação ao uso do crédito está presente na tomada de decisão. O cônjuge mais propenso a correr riscos tende a ser mais propenso a usar o crédito. Aqueles mais conservadores eram mais receosos com relação a esse uso. Não foi encontrada diferença que permita afirmar que as mulheres eram mais propensas ao uso do crédito que os homens ou vice-versa, visto que, em algumas famílias, os homens eram mais propensos, em outras eram as mulheres e em outros ambos os cônjuges eram mais conservadores. Nas situações em que um era predisposto e o outro não, a conversa sobre a compra era a forma utilizada para evitar conflitos no processo, conforme os relatos seguintes:

É porque sempre é assim mesmo, um é muito... mais corajoso, e o outro é um pouco mais medroso. Eu sou um pouco mais medroso em

dívida do que ela. Eu sou mesmo. Ela já é mais corajosa, eu sou um pouco mais medroso (ENTREVISTADO FAMÍLIA 05).

Eu sou medrosa mesmo. O Marcos é mais (palavras incompreensíveis). Muito mais. Ih! Isso aí não precisa nem brigar comigo não. Eu não tenho essa ambição que ele tem não. Não tenho não. É muito diferente. Assim, eu, às vezes, vou na dele, mas eu vou e puxo ele também. Nós somos bem diferentes nisso aí (ENTREVISTADA FAMÍLIA 10).

A última etapa do processo decisório é a situação pós-uso do crédito, ou seja, o que acontece no cotidiano das famílias no período de pagamento das prestações? O uso do crédito envolve questão importante, que é o risco envolvido no processo, principalmente nas compras de produtos de maior valor que geralmente são parcelados por um longo prazo. Para lidar com esse risco, as famílias usam estratégias para minimizá-los. Percebeu-se que esses riscos estão relacionados ao medo de endividar e a preocupação com o pagamento das parcelas constantemente no pensamento dos cônjuges.

Especificamente, uma família passou por uma situação difícil devido ao fato de um dos cônjuges ter tido redução salarial por motivo de aposentadoria por invalidez, mas nos outros casos predominam o medo e a preocupação com o pagamento. Essa preocupação com os riscos ocorreu mesmo em famílias em que ambos os cônjuges eram funcionários públicos. As famílias entendem que imprevistos podem acontecer e que nenhuma delas está livre de que algo fortuito possa ocorrer e causar algum problema financeiro, o que é reforçado nas falas que se seguem:

Pensa. Porque, tipo assim, durante esse tempo que a gente divide um crédito, faz um crédito, muita coisa acontece. Nosso caso não é assim, diferente né, Du? Às vezes a gente fala assim: “Nossa, se tivesse comprado isso nós estávamos perdidos. Porque acontece, a gente fala que vai comprar uma coisa... Igual a geladeira: “Ah, vamos comprar, vamos dividir”, olha o tanto de coisa que aconteceu com a gente de imprevisto (ENTREVISTADA FAMÍLIA 03).

Mas se na mesma hora eu tenho receio... Porque, por exemplo, eu sou de uma empresa pública, funcionaria do Estado, a gente não teve aumento até hoje. Então, assim, eu comprometo o meu salário, tiro mais um pouco dele para pagar um crédito. Só que aí eu vou no mercado, vai tudo subindo, aí chega uma hora que você fica... Entendeu? É aquela preocupação “será que eu vou dar conta, gente?”. Eu tenho medo nesse sentido, sabe? Eu vou lá acesso e pronto, fica por isso mesmo. Não. Primeiro eu faço as minhas contas, as minhas anotaçõeszinhas que eu tenho lá. Mas tem hora que você fica com medo. Sempre dá medo. Porque você tem medo de ter um... Se você tiver, Deus livre e guarde, um problema de saúde, uma

emergência, aí o seu dinheiro está empatado no crédito (ENTREVISTADA FAMÍLIA 10).

A principal estratégia utilizada era a possibilidade de abater a dívida com o uso da poupança, o uso do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS) ou o dinheiro de acerto rescisório em caso de perda do emprego. A venda do bem para pagar a dívida foi citada como uma opção. As famílias usaram da diminuição do padrão de vida como forma para sair de uma situação de risco, reduzindo as despesas ou cortando o consumo de supérfluos. Como exemplo, uma família em que um dos cônjuges teve redução do salário por motivo de aposentadoria viu-se obrigada a cortar algumas despesas para poder cumprir com os compromissos assumidos. Outra estratégia foi a busca por renda extra. Embora esta estratégia gerasse trabalho extra para a família, trazia segurança financeira, diminuindo os riscos financeiros para a família. A seguir, os relatos de algumas famílias:

Fora que a gente ainda trabalha, a gente tem outros tipos que a gente pode usar, a gente tem opção do FGTS, de estar abatendo nas parcelas. Então tem muitas oportunidades (ENTREVISTADO FAMÍLIA 03).

Então não é necessidade, é um conforto que a gente estava correndo o risco ali. Se ela perdesse o emprego, por exemplo, ou eu mesmo, porque eu fiquei com medo de não ser aprovado no probatório. Pois é, vende e quita. Paga o empréstimo e alivia outras coisas também (ENTREVISTADO FAMÍLIA 01).

Por exemplo, eu busco alternativa de renda. Eu comecei a fazer os bolos logo depois que o Marcos teve a queda salarial. É uma coisa que eu sei fazer. É um dom, uma habilidade. Eu falei assim: “Como é que eu vou fazer? Nós vamos ter que cobrir”. Por isso que o negócio não capengou, vamos dizer assim, porque eu achei outra forma de cobrir o que perdeu. Então, assim, eu tento ajeitar desse jeito sabe. Fazer isso. Porque tem coisa que não tem jeito de mexer (ENTREVISTADA FAMÍLIA 10).

Alguns casais relataram contar também com o suporte dos familiares em caso de ocorrência de problemas. O fato de saberem que os pais ou uma irmã/irmão ajudariam em caso de problemas oferece segurança para eles. Isso demonstra a importância dos laços familiares nos momentos de dificuldade, representando a segurança devido aos laços de solidariedade familiar. Esse apoio é fundamental para as famílias, pois permite enfrentar os momentos de

escassez de dinheiro ou os problemas financeiros em decorrência dos imprevistos. A seguir, os relatos que embasam este argumento:

E outra coisa também, a gente está começando agora, mas a gente tem muito suporte, tem o meu pai, a minha mãe, tem o pai e a mãe dela também. Então a gente tem um monte de suporte, então eu acho que na mão a gente não fica de jeito nenhum. Não tem nem como isso acontecer (ENTREVISTADO FAMÍLIA 09).

Mas eu vou ser sincera com você. Por exemplo, se a gente pensar, conseguir trocar o carro, se minha mãe, que hoje é o meu caixa forte, me ajuda muito, se ela tivesse condição de me emprestar, eu pegaria com ela. Eu pegaria com ela. Ela, minha irmã. (...) Ah, não! Esse daí, meu filho. Quando ela pode ajudar a gente assim... Eu falo que é adiantamento que ela dá para a gente. Ela dá o adiantamento, a gente vai lá, quita e depois paga ela (ENTREVISTADA FAMÍLIA 10).

Nossa senhora! Você pega um dinheiro emprestado, geralmente recorre à mãe. “Mãe, a senhora me empresta?”. Mãe sempre (palavras incompreensíveis). Eu queria ser igual a ela. Ela sempre tem assim... No dia que eles prenderam minha moto, aí mãe foi. Eu falei: “Mãe, prenderam minha moto. Prenderam minha moto”. Aí ela virou e falou assim: “Como é que faz para soltar?”. “Ela tem uma multa, não veio documento”. Do nada mãe surgiu com o dinheiro. “Mãe, de onde veio esse dinheiro?”. “Ah, esse é dinheiro de reserva, minha filha”. Então o dia que eu paguei ela foi muito bom. Passou três dias depois e eu já tinha o dinheiro para pagar ela (ENTREVISTADA FAMÍLIA 04).

Após essas constatações, pode-se concluir que, apesar de o processo descrito ser composto por etapas, este não acontece de forma linear, uma etapa após a outra. As famílias estão constantemente analisando e vendo as melhores possibilidades financeiras para otimizar os recursos em relação às suas necessidades. Algumas decisões são tomadas de forma mais rápida, outras mais demorada. Esse tempo gasto e o envolvimento no processo dependerão dos valores dos bens, e as famílias tendem a realizar uma análise mais apurada quando a compra dos bens envolve altos valores de dinheiro. Quanto ao nível de complexidade da decisão, verificou-se que as deliberações das famílias não envolvem cálculos e planejamentos elaborados e, sim, análises voltadas para identificar qual a opção de crédito é adequada ao orçamento da família.

4.2.2. Fatores Influenciadores do Uso do Crédito

Por meio das análises, foi possível identificar alguns códigos que representavam fatores influenciadores do uso do crédito pelas famílias. Entende-se que esses fatores agem interferindo no processo decisório como reforço positivo ou negativo, fazendo que as famílias optem ou não pelo uso do crédito. Os fatores foram divididos em cinco famílias de códigos: os influenciadores, a presença de filhos, os motivadores e as vantagens e desvantagens do crédito.

Os influenciadores surgiram do agrupamento dos códigos que, de alguma forma, criaram nas famílias uma percepção positiva para o uso do crédito, como: o fato de ser servidor público devido à estabilidade do emprego; a influência de amigos, colegas de trabalho ou outras pessoas que fizeram uso do crédito; as promoções das empresas; a busca pelo *status*; ou uma oportunidade de compra considerada imperdível. Esses fatores não eram determinantes do uso, mas em algum momento influenciou as famílias a usarem o crédito. A seguir, alguns relatos das famílias:

Dá mais coragem, com certeza, e também abre mais chances. Porque funcionário público tem muito mais vantagens na linha de crédito do que do privado, porque tem muito mais oferta. Principalmente crédito pessoal, tem mais facilidade em fazer empréstimo (ENTREVISTADO FAMÍLIA 05).

E outra também, a gente usou com base amigos da gente. A gente é amigo do Jaime, ele tinha acabado de financiar uma casa, ele falou assim: "Vale a pena financiar". Ele botou pilha e a gente falou: "Vamos na Caixa". E deu certo (ENTREVISTADA FAMÍLIA 03).

É bem interessante. Mas uma coisa também que eu acho, que o ambiente também do trabalho do Antônio influenciou, porque os meninos, vocês são muito... Vocês se interagem, trocam informações, mas é tudo de uma forma assim, até legal. Até mesmo na questão da compra do carro (ENTREVISTADA FAMÍLIA 01).

A presença de filhos também influencia na decisão sobre o uso do crédito, visto que as famílias irão necessitar de novos bens: móveis, brinquedos e material escolar, entre outros. Muitas vezes, por não terem o dinheiro no momento da identificação da necessidade e considerarem difícil poupar, preferem usar o crédito. Isso está associado também à antecipação do

benefício, ao uso imediato do bem que o crédito proporciona. A chegada de um filho na família é um motivador para uso do crédito, visto que esse evento irá gerar necessidades que antes não faziam parte da vida da família, como a necessidade de novos móveis, eletrodomésticos e veículo para que algumas atividades da família possam ser realizadas com maior conforto. A seguir, depoimentos que corroboram esses casos:

O carro? Por causa da necessidade que a gente tinha no momento de ter um carro. O Gabriel estava pequeno, só com moto, tinha uma necessidade urgente de ter o carro (ENTREVISTADA FAMÍLIA 02).

Só que quando a gente tem filhos, os filhos, às vezes, obriga a gente praticamente a gastar, a entrar no crédito sem... Sabe? Eu preciso disso e disso, eu preciso disso urgente. Porque filho é sempre assim, “eu preciso disso urgente, senão, tipo, eu vou morrer. Se eu não trocar o meu celular eu vou morrer. É praticamente isso. Os meninos hoje ‘é’ assim. “Eu preciso trocar”. O meu celular não faz isso, o meu celular caiu. Mãe, o meu celular caiu na água”. “Tá, meu filho. Então vamos procurar um mais baratinho” (ENTREVISTADA FAMÍLIA 04).

Mas mesmo assim. Só se for uma coisa que não tiver jeito da gente dividir. Igual quando ela nasceu foi muita coisa que tinha que comprar ao mesmo tempo. Além do enxoval, mobília, a obra, então tinha que parcelar para dar conta de até ela nascer ter que comprar tudo (ENTREVISTADA FAMÍLIA 08).

Cuidar da educação e do futuro dos filhos é preocupação das famílias, que em alguns momentos se sacrificam para poder dar o melhor a eles. O uso do crédito não é descartado quando se pensa no futuro dos filhos, e algumas famílias já têm em mente usar o crédito para que o filho possa, por exemplo, fazer intercâmbio no exterior. Outro ponto verificado foi o sentimento de compensação sentido pelos pais em relação aos desejos dos filhos, devido a uma carência material vivida pelos primeiros na infância. O desejo de compensação não é corriqueiro, e sua ocorrência depende do julgamento dos pais no momento da solicitação do filho, conforme os relatos a seguir:

Eu acho assim, pegar, por exemplo, um crédito para uma viagem de um filho que já vai estudar, vai fazer um intercâmbio, coisa assim, aí eu avalio (ENTREVISTADA FAMÍLIA 10).

Aí você fica tão tentado, tão tentado, aí você fica lembrando: “Quando eu era criança eu não tinha isso. Quando era isso...”. Eu lembro que na minha infância era o que? (ENTREVISTADO FAMÍLIA 07).

As vantagens e desvantagens do crédito, percebidas pelas famílias, também funcionam como influenciadores do uso. As famílias, ao perceberem que usando o crédito conseguem alcançar melhoria no bem-estar devido ao acesso a esses bens, tenderam a usá-lo novamente no futuro. Outra vantagem percebida foi a de não precisar esperar para ter um bem. O fato de não precisar poupar dinheiro e nem adiar a compra é um fator que influencia as famílias a usarem o crédito. Essa vantagem tem relação com o principal motivo para usar o crédito: a antecipação do benefício do produto. A possibilidade de equilibrar as contas foi outra vantagem percebida pelas famílias, devido ao fato de conseguirem comprar os bens necessários sem comprometer o orçamento e sem usar parcela maior da renda familiar, o que possibilita usar o dinheiro restante para outras finalidades. A seguir, os relatos das famílias:

Hoje em dia também, vamos supor, ah, eu vou comprar uma... Vou lá na loja e vou comprar uma televisão. Eu tendo crédito, eu já saio de lá com a televisão na mão. Hoje já saio de lá com ela na mão. Agora, se eu não tiver o crédito e às vezes eu não tenho o dinheiro também para pagar ela à vista, eu vou comprar essa televisão daqui, vamos supor, três meses, que eu vou ter o dinheiro. Então vou ter que juntar três meses o dinheiro e sem a televisão, para poder comprar. E no crédito, não, você já sai com ela (ENTREVISTADO FAMÍLIA 13).

Mas esse longo prazo eu vou usufruir do que eu já comprei. Agora, se for juntando eu não vou ter aquilo, vou viver na esperança de adquirir aquilo daqui, vamos supor, vinte e quatro meses. Agora, se eu tenho o crédito eu vou ter essa dívida de vinte e quatro meses, mas eu já vou estar usufruindo daquilo que eu comprei (ENTREVISTADA FAMÍLIA 05).

“Ah, vou disponibilizar hoje uma quantia x para você comprar um objeto à vista”, eu sei que sairia bem mais em conta, mas para você fazer isso você tem que desfalcocar alguma coisa. Aí você tem que tirar de ‘a’ para investir em ‘b’ para você conseguir isso. Então praticamente o que que a gente tem feito nesse período todo? A gente tem usado o crédito para ter uma parcela suave e que não desfalque em nenhuma parte da casa e que dê para a gente conquistar (ENTREVISTADO FAMÍLIA 07).

As desvantagens do crédito influenciam o seu uso como limitador, adiando seu uso ou, até mesmo, evitando utilizá-lo. Pode também influenciar na busca por opções de crédito mais barato. A principal desvantagem percebida pelas famílias era o pagamento de juros. Apesar da identificação das vantagens do crédito, as famílias percebem que há um custo embutido nessas operações que são os juros cobrados. Existe a consciência de que, se

comprassem à vista, não pagariam os juros cobrados nas operações com crédito. Outra desvantagem citada foi o não conseguir poupar. O dinheiro que poderia ser usado para poupança fica comprometido com o pagamento de parcelas. Em alguns casos, as famílias entendem o crédito como uma poupança invertida. Como não conseguem juntar o dinheiro para comprar, as parcelas do crédito utilizado são vistas como o valor mensal que poderia ser usado como poupança e o bem adquirido, o montante que seria juntado, só que antecipado, conforme ilustram os relatos a seguir:

(...) só que tinha a desvantagem que eu ia pagar muito mais. Mas na hora eu não olhei. Na hora eu não olhei esse detalhe. O consórcio de carro a mesma coisa. Esse consórcio que você faz, de carro, você tira o carro. Em três meses, quatro meses você tira o carro. O financiamento você tira o carro, só que você vai pagar... Se você somar você vai ver que você comprou a moto. 'É' duas motos que você paga por uma, mas é a forma que eu conseguia, na época, de comprar. Por exemplo, a moto você conseguia comprar ela por 4,900 mil, ao final da moto foi pago 9.600 mil reais (ENTREVISTADO FAMÍLIA 04).

Agora não. Antes sim, antes dos créditos a gente tinha. Agora que a gente descobriu o financiamento, o crédito, agora a gente não poupa mais não. Porque juntar a gente... Ele se perde no meio do caminho. A gente acaba encontrando outras prioridades, que às vezes nem são prioridades nada, mas a gente acaba sabendo que tem um dinheirinho ali guardado, aí surgiu uma coisa de última hora que às vezes nem é uma necessidade, mas você vai como você tem aquele dinheiro ali, você acaba pegando. Agora, quando você faz o financiamento, não, você é obrigado a pagar ele e não desviar do seu objetivo (ENTREVISTADA FAMÍLIA 05).

Durante o processo de codificação, foram verificados vários motivos relatados pelos participantes para as vezes que usaram o crédito. Os mais frequentes foram a antecipação do benefício do produto, a facilidade de acesso e o não saber esperar. A antecipação do benefício do produto permite as famílias usufruírem do produto e de seus benefícios, enquanto pagam por ele ao longo do tempo, não sendo preciso esperar para adquiri-lo no futuro. É a lógica inversa do poupar o dinheiro para depois comprar. Essa inversão é reforçada pelo código “não saber esperar”, no qual os participantes relatam usar o crédito por não saberem esperar para comprar. Nesse sentido, o crédito proporciona aos compradores a ideia de que não é preciso esperar para possuir um bem ou ter acesso a um serviço, pois o comprador pode levar o

produto na hora, beneficiar-se dele e ir pagando as parcelas, conforme os relatos a seguir:

Ah! Acho que isso é uma coisa de todo mundo, porque você já pode ir usando enquanto está pagando (risos) (ENTREVISTADO FAMÍLIA 01).

Então você acaba assim, não vou esperar dez meses não. Vou comprar no cartão mesmo e depois a gente vê. Vou levar para casa e assistir a novela das oito na televisão nova (ENTREVISTADO FAMÍLIA 07).

Aliado a esse fator, têm-se a facilidade de acesso ao crédito, que foi um tema citado em todas as entrevistas como um dos influenciadores do uso. Essa facilidade de acesso, que na maioria dos casos não exige muita burocracia, influencia as famílias a usarem mais o crédito. Existem situações em que as próprias empresas incentivam o uso do crédito, conforme o relato a seguir:

A facilidade, com certeza. Mas se a gente não tivesse cartão de crédito e se nós tivéssemos possibilidade de pegar empréstimo consignado, a gente teria pegado o consignado. Mas como tem o crédito, o cartão de crédito, aí usa o cartão de crédito. Coisas que facilitam. Eu fiz pelo atendimento online (ENTREVISTADO FAMÍLIA 01).

A falta de dinheiro foi citada por alguns participantes como motivador do uso, mas não foi o principal motivador, pois, apesar de verificar a existência de uma limitação de renda, esta não era determinante para o uso do crédito. Existe também a percepção de que, com o crédito, as famílias podem comprar mais bens de uma só vez sem afetar o orçamento. Assim, a limitação da renda não impactaria tanto nessa motivação para o uso, conforme o depoimento que se segue:

Basicamente é uma baixa remuneração. Por falta de oportunidade, devido a essa baixa remuneração, você não tem oportunidade de fazer economia. Aí você não tem como fazer economia... Então uma falta de uma renda maior talvez seria o que predomina para a utilização dos créditos (ENTREVISTADO FAMÍLIA 07).

Outros motivos, como o aumento da renda, a necessidade de investir na moradia, a urgência da necessidade, programas de fidelidade, a manutenção de reserva financeira e questões de saúde, foram citados pelos participantes. Todos esses motivos, em algum momento, parecem exercer influência sobre o uso do crédito. Cabe ressaltar que algumas famílias associam o uso do crédito ao consumismo, pois a busca por saciar os desejos sem pensar nas consequências, a influência da mídia no consumo, a posse de um bem que está na moda e a busca pelo ter em vez do ser levam as pessoas a consumirem mais e a usarem mais crédito, conforme o relato seguinte:

Consumismo. Simplesmente questão da massificação de consumo, que ficou muito grande, então você tem aquela facilidade, você quer aquele objeto, a indústria te proporciona, te induz a ter aquilo, ter aquilo, ter aquilo, aí vem aquele desejo de você ter, e acaba que ao invés de você... se auto influenciando pela indústria. E é cometido pelo o que? Pelo estabelecimento de créditos, que te induz, "não, a indústria quer te vender e eu te ofereço a oportunidade de comprar". Então ao invés de você esperar seis meses para comprar, você já quer ter aquele bem, e fala: "depois eu pago". Então o que acontece, ficou esse cheiro de consumismo muito grande, que ficou... acaba contaminando todas as famílias e faz isso (ENTREVISTADO FAMÍLIA, 07).

Ao analisar os dados, percebeu-se também que o uso do crédito pelas famílias é permeado pela existência de um juízo de valor, que afeta o modo como usam o crédito no seu cotidiano. Esse juízo pode ser entendido como uma forma de julgar as ações em relação ao uso do crédito. O julgamento acontece em relação ao tipo de bem ou serviço em cuja compra se pode usar o crédito, tendo como base as percepções sobre a importância dada ao bem e os valores de cada indivíduo. Como exemplo, algumas famílias citaram que o crédito, que envolve valores maiores, deve ser usado para compra de coisas significativas, como da casa própria, bens necessários à casa ou em caso de saúde. Ao contrário, não deve ser usado para lazer ou coisas que se depreciam muito ao longo do tempo.

Esse juízo de valor é aplicado também quando se trata da ajuda dada a um familiar próximo que esteja em dificuldade financeira. Nesse caso, familiares próximos foram considerados pai, mãe ou irmãos. Alguns entrevistados foram taxativos, dizendo que pai e mãe têm que ajudar no momento de dificuldades. A seguir, os relatos sobre o tema:

O “Paulo”, por exemplo, ele queria vender a moto dele, pegar empréstimo para comprar outra moto, uma potencia de moto, tipo, 20, 30 mil. Nem sei que moto é. Eu falei com ele: “Samuel, você está noivo, está pensando em casar, porque você não entra então num financiamento?”. Porque são coisas, assim, carro, moto, essas outras coisas, Gilberto, são necessárias, mas não é um bem que justifica um crédito. Você tem que pensar numa coisa que você vai fazer valer aquele crédito. Carro é carro, desvaloriza, a sua casa não. Você vai pagando ela e está ali. Você precisou vender, é um recurso financeiro que você tem. Então eu acho que é, de novo, saber usar, saber pensar se é necessário, se tem necessidade (ENTREVISTADA FAMÍLIA 02).

Porque é família e porque eu tinha o dinheiro. Tipo assim, principalmente se falando do meu pai. Falando do meu pai, o que ele já fez por mim não tem nem comparação, então... No caso, o meu pai, alguns tios meus, o meu irmão eu ajudei também (ENTREVISTADO FAMÍLIA 08).

Já quando se trata de colegas ou amigos, existe a ideia de que não se deve emprestar dinheiro ou o crediário em lojas. Essa percepção vem das experiências negativas de emprestar dinheiro ou crédito para um amigo e passar por situação constrangedora em consequência da falta de compromisso do devedor. Vale destacar que a questão de emprestar a um familiar está relacionada aos valores cultivados individualmente. Nesse sentido, para algumas famílias não se deve emprestar o crédito nem para os filhos, pois esse assunto é pessoal e cada indivíduo tem de cuidar para manter a sua credibilidade. O não emprestar o crédito é uma forma de educar as pessoas a terem responsabilidade com seus compromissos financeiros, conforme o relato que se segue:

Se o meu filho quer um carro, eu vou lá e vou financiar um carro para ele usando o meu crédito? Não! É ruim, hein! De jeito nenhum. Tanto que eu dei uma para “Fulana” porque eu paguei ela à vista, senão não daria não. (Meu filho) precisa de um carro. Tem dois anos, vai fazer dois anos que ele está usando o meu; Todo final de semana eu empresto para ele. Ele precisa de um carro. Eu poderia financiar um carro para ele. Usar um crédito meu, juntar com mais alguma coisa que ele tivesse e financiar um carro para ele. Eu prefiro emprestar o meu. Eu prefiro ficar sem o meu carro nos finais de semana ou uma vez por semana, emprestar para ele e ele fazer o que precisa fazer do que eu usar um crédito. (...) Então se a pessoa precisa de alguma coisa e ela não tem nome para isso, ela tem que esperar. Ela tem que esperar ter nome ou esperar juntar o dinheiro. Ela não tem que usar o crédito do outro (ENTREVISTADA FAMÍLIA 06).

O juízo de valor é aplicado também quando se trata do uso do cartão de crédito ou crediário em estabelecimento comercial, com o intuito de prover alimentação para a família. O crédito para essa finalidade envolve a valorização e o significado dados pela família à alimentação. Outros bens e serviços podem esperar para serem comprados, mas alimentos não. Essa valorização e significação envolvem a necessidade básica do ser humano de se alimentar para sobreviver e, também, a construção e reforço dos laços familiares proporcionados por momentos de lazer vivenciados pela reunião da família para fazer suas refeições dentro ou fora de casa. Como esse não é o foco deste estudo, não se aprofundou neste tema. A seguir, o relato referente a essa questão:

Deu vontade, a gente vai, saem os quatro para comer uma pizza, vai comer um peixinho, vai tomar um suco, vamos comer um hambúrguer, vai no Bob's, vai no (palavras incompreensíveis). Então nesse ponto assim a gente não tem... vamos dizer que é até sem limite. Pode dizer que nesse ponto para uma saída assim para alimentação, um lanche, alguma coisa desse tipo é até um pouco sem limite (ENTREVISTADO FAMÍLIA 07).

O juízo de valor atrelado à compra de bens de consumo pode ser comparado à função de um juiz, que para realizar o seu julgamento sobre uma questão se baseia em um conjunto de leis balizadoras de sua decisão. Assim, as famílias, ao julgarem em que se deve ou não usar o crédito, usam um conjunto de regras para tomarem suas decisões. Pelos dados codificados, podem-se identificar as regras usadas pelos participantes no juízo de valor. São elas: o desapego material – não se preocupar excessivamente em adquirir bens materiais; o viver com o necessário – saber viver com os bens básicos para conforto da família sem se preocupar em comprar novos bens em um curto espaço de tempo e viver de acordo com as condições financeiras da família; o ajudar um familiar – é obrigação moral ajudar caso um familiar próximo necessite; não emprestar o crédito – diz respeito ao medo de usar o crédito em benefício de outra pessoa; e os valores pessoais – são os valores cultuados pelas famílias, como a simplicidade, bom caráter, honra e ambição. Esses elementos demonstram as regras usadas pelas famílias em suas decisões quanto ao uso do crédito. As regras descritas são aprendidas por

meio das experiências resultantes do uso do crédito, além do aprendizado com os pais que passam esses valores.

Cabe ressaltar aqui o valor “ambição”, que nas entrevistas apareceu como motivador para o uso do crédito. Ser ambicioso faz que os indivíduos desejem determinados produtos e serviços e vejam no crédito a possibilidade de realizar esses desejos. Com base na análise do perfil das famílias, pode-se verificar que aquelas que valorizam o desapego material e o viver com o necessário tendem a ser mais cautelosas no uso do crédito. O ser ambicioso ou desapegado é uma característica de cada membro das famílias. Em algumas delas, podem-se identificar os cônjuges como desapegados, pois ambos tinham esse valor e o crédito era sempre visto com cautela. Em outras, constatou-se que um cônjuge era ambicioso e o outro não e, no processo decisório em relação ao uso do crédito, chegava-se a um equilíbrio de forças. Em momentos distintos, um cônjuge acaba influenciando o outro a ser mais ambicioso ou mais cauteloso, conforme ilustra o relato a seguir:

Então é melhor não acostumar com o conforto que você não pode bancar do que ficar fazendo sacrifício desnecessário no final das contas (ENTREVISTADO FAMÍLIA 01).

A gente não tem essa ambição de coisas assim não. A gente troca quando é necessário mesmo. Eles não têm essa exigência com essas coisas, anda disso. Roupas também, não exige. A gente vai lá e compra e para eles está bom (ENTREVISTADA FAMÍLIA 07).

Muito mais. Ih! Isso aí não precisa nem brigar comigo não. Eu não tenho essa ambição que ele tem não. Não tenho não. É muito diferente. Assim, eu, às vezes, vou na dele, mas eu vou e puxo ele também. Nós somos bem diferentes nisso aí (ENTREVISTADA FAMÍLIA 10).

O que acontece, eu sempre falei com ela, tipo assim, o que for mais básico para mim, para mim está ótimo. A Aida, tipo assim, isso é ambição dela, ambição que eu digo, tipo assim, não ser mais, mas sempre querer o melhor (ENTREVISTADO FAMÍLIA 03).

O juízo de valor tem relação com o processo decisório, já que influencia nas decisões sobre em quais produtos e serviços o crédito deve ser utilizado. A decisão preferida será direcionada pelo conjunto de regras que compõem o juízo, e elas funcionam como critérios de avaliação do que deve ser comprado a crédito.

4.2.3. Problemas com o Uso do Crédito

Algumas famílias declararam ter tido problemas com o uso do crédito. Na análise dos dados, além desses problemas, foram identificados os fatores que geraram, as consequências e as soluções. O uso do cheque especial, não pagar a fatura do cartão ou pagar o valor mínimo, o não pagamento da parcela do empréstimo ou a falta de saldo para cobrir cheque foram os principais problemas encontrados, sendo alguns casos mais graves, outros menos. Os problemas advinham de situações diversas, mas os mais frequentes foram a falta de controle financeiro, o excesso de compras de bens e a falta de informação sobre o funcionamento do cartão de crédito, conforme os relatos a seguir:

E toda vez que a gente foi pegar um crédito, a gente fez isso, vê o limite dele e o limite meu. Só que aí o aperto veio por quê? Ele fez dentro dos limites, e quando a perda salarial, ajustou demais e aí o crédito, nesse momento, passou da porcentagem que poderia passar. Aí sufocou o que? Sufocou as contas do dia a dia, mercado, luz, coisa básica mesmo. Aí teve que ajustar tudo para o trem entrar no eixo de novo (ENTREVISTADA FAMÍLIA 10).

Porque que a gente gastava...? Porque quanto mais você tem você quer gastar. Você não precisa, mas você vai lá (palavras incompreensíveis) e você compra as coisas sem precisar (ENTREVISTADO FAMÍLIA 03).

Só comprar. Posso comprar a “zoi”, posso gastar a “zoi”, isso que foi... Foi erro meu. Foi erro meu não procurar me informar. Não procurei me informar como é que funcionava. Foi meio que de impacto. De impacto, não. Foi a “zoi”, vamos dizer assim, sem pensar, sem pensar no amanhã. Vou comprar e pronto (ENTREVISTADA FAMÍLIA 04).

Eu não sabia como funcionava cartão de crédito. Eu lembro que a gente já estava aqui em Viçosa, em 2012 ou 2013, não sei, e no início do restaurante a gente usava aquele... A gente comprava muita coisa nele para a gente, comprava, roupa e tal, porque a gente ia ajudando no restaurante. E eu nunca pagava o mínimo. Mas teve uma vez que a gente pagou o mínimo. No outro mês veio, acho que era 800 reais e veio quase 1500 mil. Eu falei: “Uai! Tem um trem errado!” (ENTREVISTADA FAMÍLIA 04).

A facilidade de acesso ao crédito pode gerar descontrole por parte do usuário, gerando problemas financeiros. O crédito dá liberdade de comprar, a qual parece ser incondicional, o que não é verdade, principalmente quando se trata do uso do cartão de crédito, que, por não envolver manipulação de

dinheiro em espécie, dá uma liberdade de compra ilusória. E há um custo para se fazer uso dessa liberdade que, se não for respeitado, levará a família a problemas financeiros, conforme relatado a seguir:

A primeira vez foi muito bacana. (risos). Foi muito bacana. Muito bacana. Porque você comprar, você vai comprar com cartão de crédito, você não vai precisar de dinheiro. Gente, é muito bom comprar! Eu não preciso de dinheiro, eu compro no cartão. Qualquer coisa que eu quero comprar eu compro com o cartão, simples assim. Sem problema nenhum. (...) Então perdi dinheiro nesse sentido, coisa que não precisava de eu ter feito, coisa que não precisava de eu fazer. “Vamos fazer isso?”. “Vamos”. “Vamos comprar isso?”. “Vamos!”. Eu meio que... “Vou trocar de sofá”. Eu não precisava trocar o sofá. Então na hora que eu fui ver, isso foi aumentando, foi aumentando, foi aumentando... (ENTREVISTADA FAMÍLIA 04).

Uma das situações foi aquilo que eu falei, aquela falsa ilusão de chegar o cartão, o limite lá tá três, quatro vezes mais do que ganha, “vou comprar, vou comprar, vou comprar”... (ENTREVISTADA FAMÍLIA 07).

Porque, às vezes, o crédito, ele dá a ilusão de capacidade de pagamento que às vezes a pessoa não tem. Ela cria essa ilusão. Quando a pessoa, ela não controla o que ela está comprando, ela cria uma realidade de que ela pode comprar porque ela tem cartão. (ENTREVISTADA FAMÍLIA 12).

As consequências desse processo são financeiras, além de comprometerem a saúde física e psicológica dos envolvidos. O que mais impacta na vida das famílias são os fatores psicológicos, como estresse, dormir mal, sensação de impotência, impacto nas relações com familiares e amigos e tristeza. As pessoas, ao se verem em situação-problema, passam por uma gama de sentimentos que influenciam diretamente o cotidiano da família. As consequências psicológicas ocorrem por influência dos valores pessoais cultivados pelas famílias. O fato de ser devedor é considerado pelas famílias uma situação vergonhosa e está relacionado a questões como desonra e falta de honestidade, caráter e respeito. As famílias não conseguindo cumprir com os compromissos, esses valores vêm átona, gerando as consequências negativas. A seguir, alguns relatos que ilustram essas situações:

Você sente que quem está perto de você podia fazer alguma coisa, tinha que te entender. Você acaba jogando para cima da pessoa. “A pessoa tem que entender. Eu estou com problema. A pessoa tem que entender”. Mas assim, mesmo em termo da colega de trabalho, das meninas que trabalham comigo sabe, você fica grosseira sem perceber, sem perceber, porque você dorme mal... Você dorme mal,

Gilberto. “Eu tenho que ter tanto de dinheiro, como é que eu vou arrumar?”. Você não tem. Você não tem de onde tirar. Você não tem de onde tirar aí você fica nervoso, você come muito mal (ENTREVISTADA FAMÍLIA 04).

O estresse comendo solto porque eu não conseguia pagar as minhas contas. Mas eu fiquei assim, “não, não quero”. A sensação de impotência e por causa da minha criação também, se seu devo eu tenho que pagar, se eu consumi, eu preciso pagar. (...) Eu demorei dois meses para conseguir me reestabilizar financeiramente e o juros foi comendo solto, o juros foi comendo solto. Daqueles dois meses que eu fiquei toda desestabilizada financeiramente, eu demorei mais quatro meses para sair do vermelho. Por causa de dois eu demorei quatro, e por causa dessa questão de utilizar o crédito de forma desregrada (ENTREVISTADA FAMÍLIA 09).

(...) eu já começo a pensar “nossa, mês que vem vai vir dobrado”, aí já começa as neuras. Já perdi várias noites de sono. Assim, constantemente minha saúde é abalada porque eu estou devendo... (ENTREVISTADA FAMÍLIA 12).

O conflito conjugal é uma consequência a ser destacada como decorrência do mau uso do crédito. Duas famílias declararam a presença de conflitos conjugais. Em um caso, uma entrevistada havia passado por um processo de separação do cônjuge anterior, em que uma das causas estava relacionada a problemas com mau uso do crédito. Outra família relatou que passou por conflitos devido às preocupações com a situação financeira da família, mas os problemas foram resolvidos pelo diálogo entre os cônjuges. Assim, problemas financeiros advindos do mau uso do crédito podem causar problemas de relacionamentos entre os cônjuges que podem levar ao término do relacionamento ou a situações de conflitos passageiras que, de alguma forma, afetam o cotidiano da família. A seguir, relatos de famílias:

Depois, igual eu expliquei, eu acabei com todo o dinheiro que eu tinha de reserva e tal, aí eu comecei a entrar no crédito, no cartão de crédito. Eu fiz empréstimo em banco para poder arcar com as contas que eu tinha feito. Assim, eu tinha dinheiro na época de casada. Dividiu bens, dividiu contas e tal. Fui meio assim, saí de casa, não saí com nada... (ENTREVISTADA FAMÍLIA 04).

Se tiver dinheiro para pagar em dia eu até assim, não importo não, eu vou lá e pago. Agora, quando não tem eu já começo a pensar “nossa, mês que vem vai vir dobrado”, aí já começa as neuras. Já perdi várias noites de sono. Assim, constantemente minha saúde é abalada porque eu estou devendo Fulano, Ciclano, não sei o que. “Nó! Esse mês não vai dar”. Eu vou fazendo conta. A gente já teve até várias brigas, né, amor? Porque às vezes assim, eu falo: “Não, porque isso,

isso e isso”, aí ele sente que eu estou cobrando (ENTREVISTADA FAMÍLIA 12).

Entretanto, uma consequência positiva dos problemas causados pelo uso do crédito é a mudança de comportamento da família. O fato de passarem por um problema e viver suas consequências fez que as famílias reavaliassem os acontecimentos e mudassem seu comportamento, passando a ter mais controle do orçamento familiar e planejando melhor as compras. A reflexão sobre os problemas gera nas pessoas a necessidade dessa mudança, conforme os relatos subsequentes:

A gente começou a avaliar os conceitos de consumo, porque estava difícil. A gente começou a ver que estava fora do normal... Hoje eu tenho. Hoje eu tenho tudo anotado, tudo que eu vou pagar. Se e faço uma compra no cartão eu guardo a notinha por causa, vamos dizer assim, da surpresa no final do mês (ENTREVISTADA FAMÍLIA 03).

Depois disso eu fiquei muito tempo sem cartão de crédito. Eu me privei de ter um cartão de crédito. Eu só pagava as coisas no débito por causa do medo que eu tinha de passar por aquela situação de novo. Conheço muita gente que já passou por isso e que não aprendeu. Hoje eu sei trabalhar com o crédito por causa dessa experiência ruim que eu tive (ENTREVISTADA FAMÍLIA 09).

Como solução para os problemas, a principal ação foi a renegociação da dívida, seja ela com o banco, seja com a operadora de cartão de crédito. Em alguns casos, foi necessário fazer empréstimo no banco para quitar o débito do cheque especial, o que foi uma estratégia de trocar um crédito com juros altos por outro com juros mais baixos. Em alguns casos, os problemas não se concretizaram ou foram rapidamente sanados devido à ajuda de familiares, o que é uma solução encontrada por algumas famílias quando a situação sai do controle. Novamente, pode-se perceber a importância dos laços famílias no tocante aos problemas financeiros das famílias, conforme descrito na categoria “processo decisório”. Os pais e as mães são o suporte para os filhos em momentos financeiros complicados. A seguir, relatos das famílias:

Eu estava com uma dívida no banco e eu tive que pegar dinheiro emprestado para poder pagar essa dívida, porque eu tinha entrado no especial, ficado no cheque especial. Então eu tive que pegar um valor alto, pagar um juro alto para poder fazer o empréstimo para poder pagar aquele especial, porque o limite dele é muito alto (ENTREVISTADA FAMÍLIA 04).

Teve uma época que nós tivemos uma dificuldade de estar pagando e tudo, foi acumulando tudo, pesquisamos, eu podia usar o meu Fundo de Garantia, o meu e o dela. Aí eu abati nas parcelas que estavam em atraso (ENTREVISTADO FAMÍLIA 03).

Então, assim, na hora que você precisa, ela fala assim: “Não, filha, tem um dinheirinho lá. Pode pegar e você me paga do jeito que você quiser”. Então isso te dá o que? Tranquilidade (ENTREVISTADA FAMÍLIA 10).

Ao analisar os problemas citados, verificou-se que eles podem ser classificados em duas dimensões: os momentâneos e os graves. Os momentâneos tratavam de atrasos no pagamento de faturas de cartão de crédito, atrasos de pagamento de parcela do financiamento da casa e cheque devolvido por falta de fundos. Eram valores considerados pequenos pelas famílias e exigiam soluções rápidas. Já os problemas graves estavam relacionados às compras em excesso, o não pagamento de faturas de cartão, os altos valores dos cheques especiais sem cobertura que exigiam soluções de longo prazo, como: fazer um empréstimo no banco ou uma renegociação da dívida.

Os problemas e as consequências têm relação direta com a categoria experiência, pois eles são a representação da experiência negativa da família, gerando um aprendizado que pode levar a uma mudança de comportamento em relação ao uso do crédito. Esses percalços irão influenciar também no processo decisório, pois as decisões tendem a ser mais acertadas devido ao receio de incorrer novamente em problemas.

4.2.4. Administração do Orçamento Familiar

As famílias, no seu cotidiano, lidam com o gerenciamento dos recursos financeiros, e o orçamento familiar é ferramenta essencial para a administração desses recursos. Por meio do orçamento, a família tem a visão de todas as suas receitas e despesas, podendo, assim, planejar melhor suas compras e realizar sonhos de consumo de forma mais consciente.

O controle do orçamento familiar pelos participantes era feito de duas maneiras: uma formal, com registro das receitas e despesas; e outra mental. As famílias que faziam o controle formal registravam as receitas e despesas

em cadernos ou em planilhas eletrônicas. Já aquelas famílias que faziam o controle orçamentário mental diziam ter noção do que era preciso pagar no mês, ou seja, tudo ficava no plano mental, conforme os relatos que se seguem:

Eu tenho minhas planilhas lá que eu controlo e sei o que está acontecendo (ENTREVISTADO FAMÍLIA 01).

Eu tenho uma cadernetinha, eu anoto tudo, tudo que eu comprei, tudo que eu tenho eu pagar. Eu tenho esse controle. Eu sei o que que eu posso e o que que eu não posso. Eu sei assim, “esse mês comprei isso e vai dar para pagar e vai sobrar isso”. Eu tenho esse controle. Sempre tive. Eu tenho uma cadernetinha que eu anoto tudo (ENTREVISTADA FAMÍLIA 07).

Só de cabeça. A gente sabe todas as contas que a gente tem que pagar no mês. A gente tem de cabeça. Não sabemos o valor, mas a gente sabe que deve a farmácia, que deve o mercadinho da esquina, que deve o posto de gasolina, que deve a escola, que deve o futsal. A gente sabe tudo (ENTREVISTADO FAMÍLIA 02).

No geral, verificou-se que as famílias não fazem planejamento de longo prazo. Mesmo aquelas que fazem o controle formal do orçamento o fazem somente para o mês. Nota-se que existe dificuldade de planejamento financeiro futuro e algumas famílias relataram que agiam de acordo com as oportunidades, não fazendo nenhum tipo de projeção. As conquistas eram sonhadas, mas foram realizadas sem planejamento financeiro, às vezes devido a uma necessidade, outras vezes a partir da oportunidade do momento. A impressão que se tem é de que primeiro se pensa na necessidade do bem e sua aquisição e, depois, em como pagar. Essa percepção reforça o significado dos bens adquiridos como conquista, luta, vitória ou o resultado dos esforços da família. O comprar para depois pensar em como pagar exige esforço maior do que se a compra fosse planejada, conforme corroboram os depoimentos a seguir:

Nada. Nunca fizemos nada. Vai assim, no “Posso?”. “Posso”... Então costuma você esperar e acontece um imprevisto e você não consegue juntar aquele dinheiro. E você comprando, se vira e você faz o esforço e paga a prestação. Aí é uma obrigação, aí você tem que se virar (ENTREVISTADO FAMÍLIA 05).

A gente não planeja em longo prazo, a gente sempre vai conversando de acordo com as oportunidades que vão surgindo. A gente vai amadurecendo (ENTREVISTADO FAMÍLIA 09).

Outro ponto a ser destacado foi a administração do dinheiro, ou seja, como os cônjuges administravam os seus salários e as contas a pagar. Todos disseram que fazem uma divisão das contas e cada membro assume a responsabilidade por determinado pagamento. Essa separação existe pelo fato de acreditarem ser mais fácil administrar o orçamento dessa forma, pois conta conjunta gera muitos problemas. Apesar de administrarem os recursos financeiros de forma separada, as decisões são tomadas de maneira conjunta. Quanto às despesas, existe uma prioridade de pagamento: primeiro são pagas as contas, decidindo depois o que comprar ou, para aquelas famílias que conseguem, quanto irão poupar. Os depoimentos seguintes ilustram esses casos:

Eu pego o supermercado, escola. Mas é assim, Gilberto, por exemplo, faltou no supermercado, “Oh, esse mês deu tanto”, ele vai lá e inteira, completa. A gente não tem muito esse negócio assim “Isso é só seu. Isso é só meu”, não. Tem as prioridades porque a gente separou o dinheiro que vem, mas no fim das contas o dinheiro é nosso (ENTREVISTADA FAMÍLIA 10).

Então, os nossos gastos, o que a gente faz? Não tem assim, dividido, ele paga isso, eu pago aquilo. Aqui em casa, quem recebe primeiro vai pagando as contas. A maioria das vezes, assim, vai chegando, a gente vai pagando. Vai lembrando e vai... Vai parcelando, às vezes, em loja, alguma coisa assim, aí vai acertando (ENTREVISTADA FAMÍLIA 13).

Aqui somos nós dois. A gente sempre senta e vê... Olha, o cartão de pagar tal coisa está sobrando um dinheiro e a gente precisa fazer isso, comprar tal produto. Então a gente vê e decide; nós dois. Nunca que eu faço alguma coisa aqui sem saber dela ou ela faz sem saber de mim. Porque na realidade a gente sempre faz uma divisão: você assume as contas, está sobrando tanto, a gente pode fazer isso com o meu salário, ou ela paga as contas e a gente pega do meu salário (ENTREVISTADO FAMÍLIA 02).

Pode-se perceber que lidar com planejamento financeiro parece ser tarefa complicada e demanda tempo e disciplina. Os controles mentais e os registros parciais das contas demonstram que as famílias cuidam para que as contas sejam pagas, mas não têm a preocupação de fazer projeção de receitas, despesas e investimentos. Os participantes reconhecem que poderiam fazer o planejamento financeiro mais acertado e que a falta de educação financeira também contribui para essa forma de agir.

4.2.5. Experiências Com o Crédito

O conceito evidenciado nesta categoria é a experiência com o uso do crédito, tanto pelas famílias quanto por parentes e amigos dos cônjuges. Essa experiência no contexto dos dados coletados refere-se à prática cotidiana de uso do crédito pelas famílias. Essa experiência leva as famílias a fazer avaliação do uso do crédito, se foi bom ou ruim, se valeu a pena ou não; e se o recomendariam ou não para outra pessoa. Nesse sentido, pode-se fazer comparação desta experiência com o pular de paraquedas: quem nunca fez a experiência de pular não saberá falar se é bom ou ruim. Ressalta-se também que as experiências de outras pessoas podem influenciar positiva ou negativamente aqueles que nunca pularam de paraquedas. Dá mesma forma são as experiências com o crédito.

Diante disso, observou-se que as experiências quanto ao uso do crédito podem ser classificadas como pessoais ou de outrem (parentes e amigos) e podem ser positivas ou negativas. Essas experiências influenciam a forma como as famílias usam o crédito e geram conhecimento sobre como utilizá-lo de forma consciente. A experiência gerada pelo uso do crédito faz que as famílias avaliem o processo, de forma a terem percepção de como seu uso foi positivo ou negativo para atingir seus objetivos de consumo. Além disso, pelos dados coletados, verificou-se que, se o processo de uso do crédito não gerar nenhum problema para a família, a experiência será avaliada como positiva; caso contrário, será negativa. Os relatos a seguir ilustram essas questões:

Negativo não. Para mim é positiva. Igual eu estou te falando, sem o crédito a gente teria nem a metade das coisas que a gente tem. Sem o crédito conseguiria com mais tempo (ENTREVISTA FAMÍLIA 08).

Eu classifico como ruim, como ruim. Gilberto, eu paguei muito juro de tudo. Eu não soube usar, eu não soube usar. Eu empolguei. Eu não soube usar. Para mim foi negativa. Para mim foi negativa por que... Eu expliquei. Eu fiz contas que eu não tive como pagar, paguei juro daquelas contas, depois eu precisei pegar dinheiro emprestado no banco para poder pagar as contas que eu tinha feito. Dessas contas eu peguei mais juro. Tudo foi muito juro que eu paguei. Muito dinheiro que foi embora e eu não comprei nada (ENTREVISTADA FAMÍLIA 04).

Mas aí o crédito é só em último caso mesmo, porque foi uma experiência ruim no início, foi muito ruim. Nome sujo é a prior coisa que a gente tem. Não tem grana e também não tem nome, então

fodeu tudo, né? Para você poder fazer um crédito... E agora que a gente está construindo, a gente precisa abrir crédito para fazer outras coisas, isso acabava atrapalhando (ENTREVISTADO FAMÍLIA 12).

Então sempre foi uma experiência positiva. A gente, que eu me lembre, nunca teve uma experiência negativa. A principal motivação para ter essa positividade foi assim, controle, foi principalmente controle. Por quê? A gente nunca deu um passo maior do que a gente pode. Então a gente fazia os cálculos até onde que a gente podia e íamos até aquele momento. Então nunca se deu um passo além do que podia. Então a gente sempre trabalhava também um pouco abaixo do que se podia, porque a gente não sabe o que que pode acontecer (ENTREVISTADO FAMÍLIA 07).

As experiências dos familiares e de amigos influenciam a percepção das famílias em relação ao crédito. As experiências funcionam como elementos influenciadores para que as famílias comecem a usar o crédito ou o utilizem de forma mais consciente e acertada, pois aprendem com as experiências positivas e com as negativas. Com base nas positivas, as famílias tentam seguir o caminho trilhado pelos parentes e amigos, procurando manter a conduta deles; e com base nas negativas buscam fazer escolhas melhores para não cometerem os mesmos erros deles. Os relatos que se seguem reforçam esse argumento:

Acho que é ver experiências dos outros, experiências próximas que são positivas. Acho que isso é o que mais dá coragem para a gente fazer. Mesmo tendo esse medo, quando a gente vê outras pessoas passam por isso e conseguem adquirir tanta coisa porque que a gente também não? A gente tem que arriscar mais (ENTREVISTADA FAMÍLIA 05).

E vendo até a realidade das pessoas que trabalham comigo, de estar com... Nossa! Um dia uma pessoa comentou, eu até mandei para o Joaquim, eu não consigo conceber uma coisa dessa não. Porque é o medo que se dá de endividar. Uma conhecida nossa estava com 15 mil de dívida só de cartão de crédito. Quando eu contei para o Joaquim, o Joaquim: "O que?". Foi pagando o mínimo, cheque especial. E um rapaz que trabalha comigo está com uma dívida que a mulher dele fez só com cartão de crédito, 5 mil. Então eu acho que é isso, é uma coisa que facilita, mas é uma coisa que vira dívida. Então a gente usa com medo. Igual menino, assim: "não põe a mão no fogo, menino", ele já sabe que não pode, que queima. É a mesma coisa que a gente tem (ENTREVISTADA FAMÍLIA 02).

Associado às experiências, sejam elas pessoais, familiares ou de amigos, tem-se o aprendizado sobre o crédito. Pelos códigos analisados, esse aprendizado é adquirido por meio da experiência própria, pelos erros (pessoais,

de familiares, de amigos), por meio da conduta dos pais e de outros (irmãos e amigos), no curso superior ou de aprendizagem profissional. Nesse processo de aprendizagem, o nível de educacional tem pouca influência na forma como as famílias usam o crédito. Conforme o relato de algumas famílias, a maior parte desse aprendizado se deu pela experiência de errar e acertar e, também, pelos conselhos passados pelos pais. A seguir, os relatos de algumas famílias:

Eu não fui muito boa, eu, particularmente nunca fui muito boa em guardar dinheiro. Aprendi a guardar dinheiro, segurar a onda de cartão de crédito, principalmente com o crédito muito fácil do cartão depois que eu passei por uns apertos. Hoje eu já enxergo melhor o meu a frente. Depois disso nunca mais. Hoje eu sei trabalhar com o crédito por causa dessa experiência ruim que eu tive (ENTREVISTADA FAMÍLIA 09).

Então o positivo é que agora, se eu for entrar em outro eu já sei o que que eu não posso fazer e o que eu vou ter que fazer, qual a informação que eu vou querer. Então a gente vai aprendendo, na medida do crédito você vai aprendendo, cada vez mais você vai estar mais orientado, né (ENTREVISTADO FAMÍLIA 05).

Eu tenho experiência assim, lá em casa mãe mais pai não anotava muita coisa não, mas a minha mãe, apesar de tudo, a minha mãe era muito controlada. Sempre foi. Ela falava assim com a gente... Eu lembro dela dividindo, dela usando o crédito. Ela pagava. E ela falava assim: "Não divide mais de três vezes não". Aí ela pagava de três vezes. (...) ela não conseguia comprar, salário de professora, ela não conseguiu comprar, às vezes, de uma vez, ela dividia de duas, três vezes, e só comprava o outro na hora que ela terminava. Ela sempre fez isso. Eu lembro dela fazendo isso. Num ano ela falava assim com a gente: "Esse ano eu vou trocar o sofá daqui de casa". Aí ela trocava. Dividia. "No fim do ano agora eu vou pintar a casa. Vou fazer isso". Então ela era muito pausada nas coisas dela. Então, assim, eu peguei isso lá de casa (ENTREVISTADA FAMÍLIA 10).

Em virtude dos fatos mencionados, fica evidente que o exemplo dos pais é importante forma de socialização do consumidor na vida familiar. Nesse sentido, algumas famílias tentam repassar os seus conhecimentos e crenças aos seus filhos, seja por meio de conversas sobre a realidade financeira da família, seja pelo envolvimento com a confecção do orçamento da família, conforme os relatos a seguir:

E o "Charles", a gente tem tentado cuidar dele nesse sentido. Olha, a casa do Fulano é assim, o pai do Fulano é o médico, a mãe do Fulano é a médica, a mãe do Fulano é... Você é filho de Fulano e Fulano. Então, assim, de ter essa relação, mas muito consciente. Você é filho de Fulano. A casa do Fulano é assim, o pai dele é

médico, a mãe dele é advogada, a mãe dele é isso. Nós não somos assim. Até para ele saber que o fato dele estudar numa escola daquele nível não quer dizer que a vida financeira dele é daquele nível, de saber que ele tem um padrão de vida, que ele está tendo oportunidade de cuidar do futuro dele, mas que a gente tem outra realidade. E acho que a gente lida com isso muito bem (ENTREVISTADA FAMÍLIA 02).

Aqui em casa, por exemplo, os meninos sentam aqui com a gente e vê a gente fazendo conta. Eles veem a gente anotando. Então, quer dizer, pode até não acompanhar muito bem, mas “José” sabe. Eu falo com ele assim: “Esse mês eu não vou comprar para você não porque mãe não tem dinheiro. Vou comprar daqui uns dias”. Então a gente vai dando essa educação (ENTREVISTADA FAMÍLIA 10).

A experiência gera nas famílias sentimentos, sensações, significados, mudanças de comportamento. Os sentimentos e sensações podem ser bons ou ruins, a depender do tipo de experiência que tiveram ou perceberam de alguém próximo. Pode-se afirmar que, de algum modo, a experiência com o uso do crédito afeta a vida das famílias de forma positiva ou negativa. As experiências positivas têm relação com os sentimentos positivos e com os significados do crédito, já as negativas têm relação com as consequências adversas na vida das famílias, mas também geram mudanças de comportamento em relação ao consumo e ao uso do crédito.

No processo de codificação dos dados, foi possível identificar duas subcategorias relacionadas à categoria “experiência quanto ao uso do crédito”: as lições aprendidas e os conselhos quanto ao uso do crédito. Essas lições e conselhos ajudam a formar um conjunto de conhecimentos sobre o crédito e sobre como este deve ser usado, além de acarretar mudanças de comportamento em caso de experiência malsucedida.

Dentro das lições aprendidas e dos conselhos quanto ao uso do crédito, as famílias citaram (códigos mais frequentes) o aprender a administrar melhor o dinheiro, verificar a situação financeira antes de usar o crédito, ter controle dos gastos, não ter ilusões, manter “os pés no chão” e sempre usar de cautela quando for decidir usar o crédito. Ao analisar esses ensinamentos, percebe-se que eles funcionam como normas de proceder que balizam o uso do crédito pelas famílias. Isso pode ser verificado nas falas a seguir:

Então essas também são lições que a gente aprendeu, aprender administrar (ENTREVISTADA FAMÍLIA 01).

O conselho é ver a sua renda, o que a pessoa tem e aquilo que é para gastar. Nunca assumir uma dívida que não vai ter como assumir, não vai ter como pagar ela depois (ENTREVISTADO FAMÍLIA 02).

Eu acho que é controle dos seus gastos, porque você tem que saber que você tem outros compromissos. Você não tem só aquele crédito que você está fazendo naquele momento, você tem outros compromissos. Então a vida gira em torno de outros também, então você tem que limitar gastos (ENTREVISTADO FAMÍLIA 05).

É melhor pensar numa coisa mais palpável do que sonhar em ter um Lamborghini na garagem e não ter um salário que eu não vou conseguir pensar em pagar uma roda dele. Então a gente tem um pouco mais de pé no chão (ENTREVISTADA FAMÍLIA 09).

As lições aprendidas e relatadas pelas famílias refletem e evidenciam os ensinamentos aprendidos por meio da experiência com o crédito. Os conselhos quanto ao uso do crédito são recomendações sobre como o crédito deve ser usado. Essas duas subcategorias evidenciam a experiência e conhecimento adquiridos pelas pessoas ao longo do tempo, em relação ao crédito. Cabe ressaltar que nenhuma família recomendou não usar o crédito, mas, sim, fazê-lo com cautela. Os conselhos visavam orientar outras pessoas na maneira de utilizar o crédito de forma a não incorrer em problemas futuros, conforme o relato a seguir:

Você tem que planejar ele bem, você tem que pensar para frente, o que que pode acontecer, se você vai conseguir quitar esse débito adquirido através desse crédito facilitado. Então isso só demonstra essas experiências que eu tenho, é que para você usar o crédito, e que deve ser usado, tanto que eu usei várias vezes, deve ser com bastante planejamento. Você tem que verificar se a sua renda é suficiente para poder cumprir com aquele objetivo (ENTREVISTADA FAMÍLIA 06)

As lições aprendidas pelas famílias e os conselhos quanto ao uso do crédito dão esclarecimento sobre como as famílias constroem o conhecimento sobre crédito, a partir de suas vivências. Pode-se dizer que essas duas subcategorias demonstram a maneira como as famílias usam o crédito ou deveriam ter usado (no caso das famílias com problemas), como tomam decisões e constroem os significados sobre crédito e sobre os bens sonhados e adquiridos, bem como sobre o impacto desses bens na utilização futura do crédito.

O conhecimento não é um saber técnico na área financeira, mas, sim, informal sobre a vivência do cotidiano e da forma de lidar com recursos financeiros limitados e desejos ilimitados. A falta de conhecimento técnico é reconhecida pelas famílias como limitação para tomarem melhores decisões, e algumas famílias enfatizaram que se tivessem tido esse conhecimento não teriam incorrido em problemas.

4.2.6. Saber Usar

A categoria “Saber Usar” foi definida a partir do código com o mesmo nome. Na análise deste código, percebeu-se que as famílias destacavam sempre que o crédito é bom, mas é preciso saber usá-lo. Quando se pensa em saber utilizar um objeto, pensa-se na habilidade para manuseio dele.

Uma comparação usada por um dos entrevistados foi a do crédito com uma *makita*⁵. Se usada de forma correta, poderá ser de grande utilidade para o usuário, trazendo rapidez ao serviço. O mesmo ocorre com o crédito: as famílias podem ter seus sonhos de consumo realizados com maior rapidez, desde que o crédito seja utilizado corretamente. Entretanto, a pessoa que vai usar tal ferramenta deve ter o conhecimento sobre como fazê-lo corretamente, pois seu mau uso pode trazer problemas sérios, enquanto se for utilizada de forma correta facilitará a vida do usuário. A seguir, um relato que ilustra esse argumento:

Eu compararia não sei com qual ferramenta. Poderia pegar qualquer uma nessa linha. Uma ferramenta perigosa. Importante, mas perigosa. Por exemplo, vamos pegar uma makita, uma makita, ela é importante, te adianta num punhado de coisa: você corta uma madeira rapidinho, você corta um piso, mas qualquer deslize você machuca. Ela pode pegar sua perna, pode pegar sua mão. Então eu compararia com uma ferramenta importante. Tem meios de fazer sem ela? Tem, mas ela agiliza, só que perigosa. Ela tem o risco dela. Se você descuidar você vai...Exatamente. Se não souber usar vai ser prejudicado (ENTREVISTADO FAMÍLIA 08).

No contexto dos dados analisados, o saber refere-se ao conhecimento de uma pessoa sobre algo, e o usar diz respeito ao emprego de algo para

⁵ Uma ferramenta para cortar diversos tipos de material, como madeira, cerâmica, ferro e concreto, entre outros. Muito usada na construção civil. Disponível em: <<http://www.makita.com.br>>.

determinado fim. Dessa forma, pode-se definir o saber usar o crédito como o conhecimento que se tem de como empregá-lo para atingir objetivos de consumo, ou saber tirar proveito do crédito como ferramenta para atingir os propósitos da família. Com base nos dados, pode-se definir esse conhecimento adquirido quanto ao uso do crédito como os ensinamentos advindos das experiências pessoais, de familiares e de amigos.

O entendimento das famílias sobre saber usar o crédito é permeado pelas palavras “cautela”, “cuidado no uso”, “saber administrar”, “ter consciência” e “cuidado com imprevistos”. O saber usar envolve, além de todo o cuidado, o comprar dentro das possibilidades e a consciência do padrão de vida. Ao abrir o código “Saber Usar”, notou-se que ter planejamento, controle financeiro e parcimônia, analisar antes de comprar, analisar a situação financeira e usar dentro do orçamento financeiro planejado são considerados elementos essenciais para o bom uso do crédito. Os depoimentos a seguir ilustram este assunto:

Eu só acho que a pessoa tem que ter um equilíbrio, saber usar, ter um planejamento. Você já tem um crédito, você já tem um financiamento, ainda como é que você vai lidar com o resto do seu dinheiro de forma a não deixar isso virar aquela bola de neve, aquela confusão que às vezes não dá conta de pagar? (ENTREVISTADA FAMÍLIA 02).

Você tem que planejar ele bem, você tem que pensar para frente, o que que pode acontecer, se você vai conseguir quitar esse débito adquirido através desse crédito facilitado. Então isso só demonstra, essas experiências que eu tenho, é que para você usar o crédito, e que deve ser usado, tanto que eu usei várias vezes, deve ser com bastante planejamento. Você tem que verificar se a sua renda é suficiente para poder cumprir com aquele objetivo. Se amanhã sua renda for reduzida a metade, como é que você faz para cumprir? Então se a sua renda for reduzida a metade e você quer fazer um empréstimo e você não vai conseguir cumprir, então você não pode fazer (ENTREVISTADA FAMÍLIA 06).

E tipo assim, usar o crédito com consciência, não deixando ele passar do seu bolso, não deixando ele exceder. Não usar ele para tampar buraco não. Usar ele por necessidade. Está precisando dele aqui, vamos usar, mas controlado (ENTREVISTADA FAMÍLIA 08).

Um dos pontos que se destacam no conceito de saber usar o crédito é a capacidade de controlar os impulsos, resistir às ofertas e ter força de vontade para não se descontrolar. Assim, quem consegue controlar os impulsos,

planeja melhor suas compras e tende a correr menos riscos, analisando melhor a situação para decidir da forma mais acertada. A capacidade de resistir auxilia no bom uso do crédito, pois faz que as famílias analisem melhor a necessidade real do bem e a situação financeira para depois decidir sobre a compra. A importância da capacidade de se controlar fica mais evidente quando se trata de situação em que a família ou o indivíduo estão tentando se recuperar de uma condição problemática devido ao uso do crédito, conforme o relato a seguir:

Para mim é difícil demais, Gilberto. Eu acho, eu acho não, eu sou consumista. Eu estou tentando segurar isso e é muito difícil. Eu sofro, bobo, às vezes com isso. Eu sofro com isso demais e coisa simples. Tem que repetir uma roupa três, quatro, cinco vezes. Você sai: “Nossa, vou encontrar com Fulano ali. Eu vou sair com essa mesma roupa? Mas eu não posso comprar. Esse ano eu não posso comprar”. Esse ano eu não posso comprar uma bota da... Está inverno, todo mundo está usando bota, essa está na moda, esse ano eu não posso comprar. Esse ano eu preciso estabilizar a minha vida. Então esse ano eu coloquei isso na cabeça, eu preciso estabilizar a minha vida. Não vou gastar em excesso, não vou me empolgar, não vou comprar coisas desnecessárias (ENTREVISTADA FAMÍLIA 04).

A educação financeira faz parte do conceito de saber usar o crédito, pois para fazer bom uso dele a gestão do orçamento familiar, o conhecimento do funcionamento das operações de crédito e a educação para o consumo consciente auxiliam as pessoas a tomarem melhores decisões no ato de comprar, diminuindo a probabilidade de ocorrerem problemas. Na opinião de algumas famílias, a educação financeira deveria fazer parte do currículo escolar devido à sua importância pelo conhecimento proporcionado, o que diminuiria a possibilidade de se incorrer em problemas econômicos. Além disso, a falta de educação financeira deixa as famílias mais suscetíveis ao impulso no processo de compra. A seguir, os relatos que reforçam este argumento:

Eu acho que falta um pouco... Assim, não sei. Para a gente que tem um pouco de esclarecimento é muito fácil lidar com isso. Mas você pega uma pessoa que não tem conhecimento, uma pessoa que o meio dela na favorece essa percepção, ela acaba entrando mesmo nessas facilidades e acaba se enrolando por falta mesmo de conhecimento, falta de analisar mesmo (ENTREVISTADA FAMÍLIA 02).

Porque a gente não tem noção de economia, nem uma noção básica. Não precisa ser aquela noção muito a fundo. Nem uma noção básica

de economia. Então economia é uma matéria eu deveria ser inserida na grade curricular pré-escolar, como é português, matemática, literatura. Desde sempre. Desde sempre, na minha opinião (ENTREVISTADA FAMÍLIA 09).

Esses questionamentos sabe, o que eu ganho? Fazer essa relação mesmo do que eu ganho com o que eu gasto, do que eu necessito, do que eu quero, o que é desejo. Essas avaliações mesmo que a gente tem que fazer. Você tem que ter essa noção. Eu acho que a grande maioria não tem não, uma informação financeira, uma educação financeira do todo ali. Não tem não, Gilberto. A gente vai muito por impulso. O crédito é muito facilitado hoje, principalmente. Você tem o dinheiro, você pensa que você vai comprar, você pensa que a parcela é pequenininha. Pô, a parcela é pequenininha, mas dá cem reais assim, num piscar de olhos, aí você não tem aquilo ali. Eu acho que falta um pouquinho. Não sei nem se é culpa não. Devia ter Educação Financeira no sistema de ensino. (risos). Básico, no básico, no ensino básico tinha que ter uma noçãozinha para a gente. Porque assim, nem toda família tem (ENTREVISTADA FAMÍLIA 10).

O “saber usar” refere-se, portanto, ao conhecimento de como utilizar o crédito de forma correta. Esse conhecimento é adquirido também pela experiência, seja ela pessoal, familiar ou de outrem (amigos, parentes). Nesse sentido, a categoria “saber usar” tem relação com a categoria “experiência quanto ao uso do crédito”. Duas citações reforçam essa definição do saber usar. Uma delas diz respeito ao resultado do não saber usar o crédito, e a outra indica que, sabendo usar, o crédito será um facilitador para a família, conforme o relato seguinte:

Sabendo usar. Não sabendo, ele é o pior inimigo. Tira sono, te leva para o inferno sem saúde. Porque tem muitas pessoas que se acabam com a saúde (palavras incompreensíveis). Tipo assim, é bom sabendo usar (ENTREVISTADA FAMÍLIA 03).

Ele veio como facilitador para a família. Se você souber... O crédito, se você souber administrar o crédito, ele é um facilitador. O problema é quando você não sabe administrar esse crédito (ENTREVISTADO FAMÍLIA 07).

Por fim, ao analisar atentamente a ideia do saber utilizar o crédito, verificou-se que existe receio quanto ao seu uso. As palavras “se” e “mas” estão sempre presentes nas falas dos participantes. Levando em consideração os argumentos apresentados, nota-se certa apreensão quanto ao uso do crédito. Novamente, ao comparar o crédito com uma ferramenta perigosa (*makita*), percebe-se que esse receio está embutido na essência do crédito, pois este é visto como algo perigoso. A *makita* enquanto está desligada não

oferece riscos, mas a partir do momento que ela é acionada haverá receio em relação ao seu uso. Por isso é preciso saber utilizá-la. Dá mesma forma se dá com o crédito.

4.2.7. Sonhos de Consumo e Perspectivas

Durante a realização das primeiras entrevistas verificou-se que as famílias tinham sonhos de consumo, alguns já haviam sido realizados e outros ainda por realizarem. As famílias tinham também, expectativas quanto ao futuro como a melhora na situação financeira, mudanças nas condições de trabalho e melhora na qualidade de vida. Nada estava estruturado em planos e ações para se alcançá-los.

As famílias constroem seus sonhos no dia-a-dia; as necessidades e desejos vão surgindo e de acordo com a situação de cada uma vão sendo saciados conforme o relato a seguir:

Olha, acho que a gente adquire de acordo com o que a gente está podendo. Eu, praticamente não... Quando a gente casou, eu nem imaginava que eu ia ter um carro um dia. E a gente, aos poucos, foi adquirindo. Na medida do possível, se puder trocar, troca. Mas acho que a gente é pé no chão né, a gente é pé no chão (ENTREVISTADO FAMÍLIA 05).

É mais ou menos isso. Depois que eu terminar a casa e se eu for comprar um carro melhor, bem melhor, não for com o dinheiro que eu tenho, aí o financiamento que eu tenho eu tenho que andar mais um pouquinho nele, tenho que garantir o pagamento ele mais um pouquinho (ENTREVISTADO FAMÍLIA 08).

Apareceu, “ah, tem que fazer”. Dá para fazer? Vamos fazer! Mas a gente sempre consulta um ao outro também. A gente não faz nada assim. Eu falo com ela: “Dá para fazer, amor?”. “Dá. Dá para fazer”. “Então tá. Então vamos fazer” (ENTREVISTADO FAMÍLIA 13).

Com base nessa verificação optou-se por criar uma categoria denominada “Sonhos de consumo e perspectiva”, para representar a ótica das famílias sobre seus anseios, suas expectativas futuras e realização de sonhos.

As famílias possuem sonhos de consumo diversos, e o principal deles era a casa própria. Algumas famílias já haviam realizado esse sonho e, nesse caso, nutriam o desejo de terem conforto melhor em termos de bens duráveis para a moradia, outras aspiravam a uma viagem com a família e outras ainda

desejavam a troca do carro, entre outros. A seguir, os relatos que ilustram essas expectativas:

Aproveitar. Entendeu? A gente “tiver” oportunidade de ir para algum lugar, a gente ir. Férias com os meninos para algum lugar diferente e penso mais nisso. Não penso em nada assim, em questão de juntar, de adquirir bens. Eu e Mateus não temos esse negócio. A gente não pensa assim (ENTREVISTADA FAMÍLIA 07).

Assim, o objetivo que a gente tem é esse, conseguir uma estabilidade por meio ou do trabalho dela ou, se por ventura, depois que eu formar, consiga alguma coisa, e a partir disso a gente fazer uma viagem por ano, sabe, aonde a gente vai morar num lugar mais tranquilo, então levar uma vida um pouquinho mais sossegada (ENTREVISTADO FAMÍLIA 12).

Cabe ressaltar aqui o valor atribuído pelas famílias à moradia. Algumas faziam distinção entre casa e apartamento e afirmavam querer uma casa, como se morar em apartamento tivesse menor valor. Morar em uma casa era o ideal das famílias, que atribuíam importância ao crédito por ter contribuído para a compra do imóvel e, assim, para a realização desse sonho, conforme os relatos a seguir:

Hoje o sonho que eu tenho realmente, não vou dizer que é um sonho, mas uma meta de um dia a gente conseguir comprar a nossa casa, o nosso lugar (ENTREVISTADA FAMÍLIA 01).

Ah, sim! Um sonho. UÉ um sonho, realmente, ter uma casa. Não um apartamento, uma casa (ENTREVISTADO FAMÍLIA 01).

Além da casa, os móveis, eletrônicos e eletrodomésticos fazem parte desses sonhos e dão a noção de lar. E este deve ser o lugar de segurança, conforto e bem-estar não só para os membros familiares, mas também para as outras pessoas que frequentam a residência. Investir na casa e na compra de bens para compô-la é bem visto e era um sonho, principalmente, para aquelas famílias que tinham menos tempo, ou seja:

Ter a sua casa, olhar para a sua casa e falar: “Está do jeito que eu gostaria”. Ter uma geladeira melhor e pensar assim “nossa, aquela outra geladeira que eu tinha, que eu paguei à vista cabia dois quilos de carne no congelador”. E hoje: “Nossa! Eu paguei de doze vezes, mas já paguei” (ENTREVISTADA FAMÍLIA 05).

A gente entra aqui dentro de casa, tem vez que eu e a “Mariana”, a gente entra e a gente olha um para o outro e a gente não acredita que tem uma casa assim. Porque está recente, a gente mudou para

cá tem pouco tempo, mas a gente planejou tudo direitinho, tudo está do jeito que a gente... Faltam algumas coisinhas ainda que a gente ainda quer fazer, mas, assim, nossa, a gente já entra aqui e é um sonho (ENTREVISTADO FAMÍLIA 02).

Mas tem coisa que minha mãe não quis mais, um sofá que a minha mãe não quis, minha tia resolveu mudar, então a gente foi aceitando. Eu não sou boba, não nasci ontem, e como eu não tenho dinheiro para comprar. Mas eu quero a minha casinha do jeito que eu sonhei, com o estilo de móvel que eu sonhei ter. A gente pega esses encartes de loja de móveis e fica namorando. Minha cozinha planejada, que já está desenhada na minha cabeça (ENTREVISTADA FAMÍLIA 09).

Então a gente se preocupa muito com essas coisas. Não é questão da luxúria, mas a gente quer ter um lugar para receber as pessoas, ter uma mesa, ter um sofá bacana para você descansar, uma cama e tal. Então a gente pensa muito nessas coisas. Então eu acho indispensável. Mas eu não sei abordar uma coisa específica assim não. Eu acho que a gente preocupa muito com essas coisas de mobiliar a casa (ENTREVISTADA FAMÍLIA 01).

Os sonhos a realizar, os sonhos realizados, as perspectivas e o trabalhar com as prioridades podem ser considerados as propriedades dessa categoria. A propriedade “sonhos realizados” refere-se à materialização dos sonhos por meio dos bens adquiridos com o uso do crédito, fazendo que esses bens tenham significado para as famílias. Nesse sentido, a subcategoria “significado dos bens” é uma consequência de todo o processo de sonhar até a sua materialização.

Ao serem questionados sobre os significados dos bens, os entrevistados citavam as palavras conquistas, vitórias, realização, em que os termos conquistas e vitórias estavam associados às lutas do cotidiano para conseguir os bens desejados. A realização pessoal e a realização dos sonhos também foram citadas como representação dos bens para a família. Ao sonharem e conseguirem realizar esses desejos acarreta um sentimento de realização dessas famílias por estarem, mesmo com as dificuldades do dia a dia, conseguindo prosperar, ou seja:

O sentimento que a tem é que a gente sonhou, a gente economizou, a gente programou e conseguiu. Então quando vem os amigos aqui a gente sente orgulhoso, porque com o que a gente tinha, o que a gente tem e o que a gente ganha a gente conseguiu ter um bem, um bem assim, importante e financeiramente falando, assim, caro. Então a gente sente orgulho, orgulho da casa estar do jeito que está, a gente trazer uma pessoa aqui e demonstrar para essa pessoa que

com o salário que a gente ganha a gente está conseguindo fazer, ter um bem (ENTREVISTADO FAMÍLIA 2).

Tem a televisão melhor, você sentar... A satisfação do crédito, mas também de você se realizar. Não só do crédito, é o poder aquisitivo da gente de lutar por aquilo ali (ENTREVISTADO FAMÍLIA 05).

Falando sério, eu acho que bem satisfeito. Eu acho que foram muitas conquistas. A gente conquistou as coisas. Desde o início do casamento foram muitos obstáculos que a gente sofreu, superamos todos com a graça de Deus. Posso te falar que foram muitas vitórias. Não sei se fosse diferente a gente teria alcançado tantas coisas igual a gente tem (ENTREVISTADO FAMÍLIA 07).

De uma certa forma já conseguimos vencer uma etapa da vida, que é ter um lugar para morar, ter um lugar para morar, ter uma família. É isso aí (ENTREVISTADO FAMÍLIA 08).

Esses significados mostram como as famílias se relacionam com os bens adquiridos e as condições financeiras, sociais e culturais em que eles emergiram. Nesse sentido, os significados atribuídos aos bens refletiam também o esforço das famílias para a realização dos sonhos. Ao olharem para tudo que conseguiram adquirir e virem o resultado do trabalho, do esforço físico e financeiro realizado ao longo do tempo é que percebem a importância do crédito como facilitador dessas realizações. O que fica latente nos significados é que realizar os sonhos está relacionado aos sacrifícios feitos, principalmente, quando o crédito é utilizado, pois, para conseguirem atingir os objetivos, as famílias abrem mão de algumas coisas ou postergam alguns sonhos para atingir outros prioritários. A seguir, relatos sobre este ponto:

Muito trabalho. É muita coisa, muita coisa. A gente não é tão velho assim, então a gente já tem um apartamento engatilhado, que se paga, a gente já tem uma casa que está bem avaliada. Está (palavras incompreensíveis), mas está muito bem avaliada pelo tamanho, pelo porte. Então é importante a gente... De uma certa forma já conseguimos vencer uma etapa da vida, que é ter um lugar para morar, ter um lugar para morar, ter uma família. É isso aí (ENTREVISTADO FAMÍLIA 08).

Resultado de muita luta, muito suor. Foi muita luta, muito suor, abdicar de muitas coisas para a gente conseguir o que nós temos. Então eu vejo que tudo que nós temos hoje é resultado de muito sacrifício, muita luta, e abdicar de muitas coisas (ENTREVISTADO FAMÍLIA 07).

Associada aos significados dos bens está a subcategoria “importância do crédito para realização dos sonhos”, que atribui ao crédito valor como instrumento essencial para a realização dos sonhos. Para as famílias pesquisadas, seria impossível realizarem todos os seus desejos sem o uso do crédito, conforme os relatos que se seguem:

No caso nosso aqui, o crédito foi tudo para a gente conseguir o que a gente tem hoje. Fazer pelo crédito foi tudo. Se não tivesse o crédito ou se não tivesse como dividir essas coisas para a gente pagar a gente não teria conseguido nada que a gente tem hoje (ENTREVISTADO FAMÍLIA 02).

Todo e total importância. Eu acho que é o ponto mais importante porque sem o crédito a gente não consegue fazer nada. Não existe a possibilidade, por exemplo, de comprar um imóvel... O nosso apartamento custou 130 mil, na nossa idade, nunca. Mesmo se a gente tivesse começado a trabalhar aos 18 anos todos os dois, se a gente estivesse juntos aos 18 todos os dois, a gente não conseguiria dinheiro suficiente para pagar à vista. O crédito facilita muita coisa (ENTREVISTADA FAMÍLIA 09).

Apesar de não possuírem planos definidos para o futuro, as famílias têm perspectivas de que, de certa forma, representam uma projeção de algo que conseguem prever para longo prazo. Significam situações esperadas ou desejadas para o futuro, como melhoria da qualidade de vida, mudanças das condições de trabalho, ter filhos, pagar os diversos tipos de crédito utilizados. Associada a essa projeção de vida, tem-se a perspectiva financeira, e o que se observa é que as famílias possuem uma visão otimista sobre seu futuro financeiro, seja pela melhora do salário, seja pela quitação dos tipos de crédito contraídos. A seguir, os relatos que sustentam esse argumento:

Sim, está satisfatório, mas acho que a gente pode melhorar, sempre. Está satisfatório de onde nós saímos para onde nós já chegamos, mas eu acho que a gente sempre pode melhorar em tudo (ENTREVISTADO FAMÍLIA 02).

Então acredito que depois que... E a gente não está devendo mais nada, não pegou nada emprestado nem nada. É tudo com o dinheiro nosso. Depois que passar isso aí, a gente tem outro propósito, que é trocar de carro. Sempre vai ter uma coisa para comprar. Mas a gente está gastando muito por causa da casa, porque a gente está querendo a casa de determinado jeito e a gente está fazendo desse jeito. Então eu acredito que vai melhorar nisso, porque vai sobrar um pouco mais (ENTREVISTADO FAMÍLIA 08).

Então não sei. Eu fico pensando assim, eu penso que daqui um tempo, quando acabar... Igual eu falei com você, eu tenho um empréstimo, então eu penso que na hora que isso acabar, eu tenho muita vontade de poupar. (ENTREVISTADA FAMÍLIA 10).

Fica evidente nessas falas que as famílias dão a importância ao crédito, a qual advém do fato de ele possibilitar a realização dos sonhos de consumo. As famílias foram unânimes em dizer que sem o uso do crédito não conseguiriam o conforto material de que dispõem. Outro fator a ser considerado é que os sonhos realizados por meio do uso do crédito e o otimismo em relação às perspectivas alimentam outros sonhos futuros e a propensão do uso de usar crédito no futuro. Os relatos a seguir evidenciam os argumentos citados:

No caso nosso aqui, o crédito foi tudo para a gente conseguir o que a gente tem hoje. Fazer pelo crédito foi tudo. Se não tivesse o crédito ou se não tivesse como dividir essas coisas para a gente pagar a gente não teria conseguido nada que a gente tem hoje (ENTREVISTADO FAMÍLIA 02).

A questão foi essa, durante treze anos a gente não tinha nenhum real de dívida, mas a gente não adquiriu muita coisa também não. Depois que a gente descobriu o crédito é que a gente começou a adquirir, conseguiu fazer a reforma da casa, conseguiu comprar eletrodomésticos que a gente não tinha antes, conseguiu comprar o carro... (ENTREVISTADA FAMÍLIA 05).

A categoria “sonhos de consumo e perspectivas” pode ser considerada parte de um projeto de vida das famílias pesquisadas, visto que entende-se que projeto de vida envolve outras áreas além das questões de consumo. Contudo, por essa categoria, pôde-se verificar que os sonhos de consumo e as expectativas futuras estão dentro de um projeto de vida coletivo.

Os cônjuges ao relatarem o sonho de ter uma casa, ter um lar e proporcionar uma segurança para a família ou, de terem bens que possam proporcionar conforto e bem-estar, estão demonstrando a existência de projeto de vida para a família. Complementa-se essa visão os relatos sobre o desejo de viajarem em família, as expectativas de melhora da renda familiar e das condições de trabalho. Nesse sentido, o uso do crédito tem relação com o projeto de vida das famílias de Classe C e dessa relação é construída a

importância do crédito para essa classe, como auxiliador na efetivação desses projetos.

4.2.8. Dualidade de Sentimentos

Ao utilizar o crédito para atendimento de suas necessidades, os cônjuges experimentam diversos sentimentos, desde a identificação da necessidade até a etapa pós-uso. Pode-se verificar que há um misto de sentimentos positivos e negativos. Essa dualidade existe devido ao fato de o uso do crédito gerar nas pessoas sentimentos de alegria, felicidade e realização advindos dos sonhos conquistados e do bem-estar adquirido, bem como sentimentos de tristeza, ansiedade de quitar a dívida rapidamente, medo advindo da pressão do compromisso de pagamento das parcelas e medo de imprevistos e de se endividar. Os relatos a seguir ilustram esses fatos:

Fazendo para você. Que aquilo ali assim, você vai pagar muito tempo, mas é uma coisa que já é sua, você já está usufruindo daquilo. Então é a melhor sensação do mundo (ENTREVISTADA FAMÍLIA 13).

Mas, assim, no geral, o que a gente compra, divide, apesar do medo, Apesar de tudo, a gente fica feliz quando a gente consegue comprar alguma coisa, porque até então nós estamos dando conta de pagar (ENTREVISTADA FAMÍLIA 10).

Eu, geralmente, com contas assim a longo prazo, alguma coisa assim, eu fico sempre muito ansioso. Eu fico preocupado assim... (ENTREVISTADO FAMÍLIA 07).

Mesmo havendo planejamento, as pessoas não deixam de se preocupar com o pagamento do compromisso assumido. O planejamento atenua os sentimentos negativos, mas não os elimina por completo. Pode-se comparar essa dualidade a uma balança que tem, de um lado, os sentimentos positivos e, do outro, os negativos. E o desequilíbrio dessa balança para o lado negativo pode trazer problemas de saúde para as famílias. A seguir, relato de uma família que exemplifica essa situação:

Apesar de eu ter planejado comprar eu fico assim, querendo que acabe logo para eu poder tirar essa sensação de obrigação, de responsabilidade. Porque é uma responsabilidade muito grande (ENTREVISTADA FAMÍLIA 06).

Outro ponto que vale destacar é a relação dos sentimentos negativos com a incapacidade das famílias de poupar e, por isso, ficam com medo de que imprevistos aconteçam. Essa exposição ao risco, o medo de endividar e a preocupação com o compromisso assumido geram um estado de tensão durante o período de pagamento das parcelas, acarretando sentimentos negativos, conforme os relatos que se seguem:

Olha, eu... Enquanto eu não quito a dívida eu não tenho sossego não. Eu sou assim. Lógico, a satisfação que eu tenho é a de quitar as minhas contas todo mês. Eu quitei tudo, beleza. Não tenho dinheiro, mas também estou tranquilo. Mas se eu fizer uma conta a longo prazo, uma dívida a longo prazo, eu fico apreensivo. Enquanto eu não termino eu não fico sossegado não (ENTREVISTADO FAMÍLIA 05).

Não é assim? Tem dia que eu nem durmo. Então eu fico assim, se eu não der conta. E se acontece um imprevisto? Eu não tenho uma Poupança. Já falei com você que a gente não tem. Então se você assume um negócio por muito tempo. Eu nem gosto de parcelas muito longas das coisas (ENTREVISTADA FAMÍLIA 10).

O medo foi o sentimento mais citado pelas famílias, classificado em quatro códigos: medo de endividar, medo do crédito e medo do futuro. O medo de endividar diz respeito ao receio dos entrevistados de se tornarem devedores. A dívida é vista como algo ruim é imoral. Mesmo sabendo que existe a necessidade de usar o crédito, o medo está presente pelo risco dos imprevistos. O medo do crédito está relacionado a uma visão negativa sobre ele, de algo que se o indivíduo não se cuidar poderá incorrer em problemas. O medo do futuro diz respeito às preocupações com os imprevistos que a família pode vivenciar, ainda mais que não se tem controle de quando um imprevisto poderá acontecer, ou seja:

É igual a gente, a gente também tem esse pé atrás, porque a gente tem medo de ficar endividado (ENTREVISTADA FAMÍLIA 13).

Isso eu tenho. Isso eu tenho sim. Igual eu falei, o carro, a questão do carro, a gente entra numa dívida, a gente conversa, mas a gente não sabe o que vai ser lá na frente. Mas dá medo sim, de fazer uma dívida, mas é necessário, às vezes, tem que fazer. Mas dá medo sim, porque a gente não sabe... (ENTREVISTADO FAMÍLIA 05).

Crédito? Crédito, para mim, quando fala assim, crédito, eu vou falar com você, eu tenho medo dele (ENTREVISTADA FAMÍLIA 10).

Medo. É. Então a gente usa com medo. Igual menino, assim: “não põe a mão no fogo, menino”, ele já sabe que não pode, que queima. É a mesma coisa que a gente tem.

A gente tinha muito medo do futuro, de no futuro... medo de não conseguir pagar as contas que a gente faz. Porque a gente houve história da maioria das famílias que faz financiamento é que chegou um certo momento e não deu conta de pagar, teve que vender um bem para conseguir pagar um financiamento.

O sentimento de medo reflete o receio das famílias em relação ao uso do crédito. Mesmo com todo o cuidado que tomam, existem o temor e a insegurança em relação a esse instrumento. Pelos dados, verifica-se que esse medo tem sua fonte nas experiências pessoais e de outros (parentes e amigos) e faz parte das representações do crédito pelas famílias pesquisadas. A seguir, os relatos de algumas famílias:

E vendo até a realidade das pessoas que trabalham comigo, de estar com... Nossa! Um dia uma pessoa comentou, eu até mandei para o “Jonas”, eu não consigo conceber uma coisa dessa não. Porque é o medo que se dá de endividar (ENTREVISTADA FAMÍLIA 01).

Minha mãe não concorda de forma alguma com o jeito que meu pai brinca com o dinheiro. Com o crédito, com o dinheiro... Com certeza. Eu fui criado com medo de empréstimo justamente por causa disso (ENTREVISTADO FAMÍLIA 01).

Os sentimentos negativos verificados não têm relação direta com problemas decorrentes do uso do crédito, visto que foram identificados em famílias que não tiveram problemas dessa natureza. São sentimentos decorrentes das preocupações das famílias com seus compromissos financeiros e, principalmente, do medo de endividar, visto que ser devedor é algo visto como imoral. Vale ressaltar que os sentimentos negativos foram identificados em famílias em que um dos cônjuges se declarou ansioso e preocupado no dia a dia, o que leva a um entendimento de que esses sentimentos podem ter relação com o temperamento das pessoas.

A dualidade de sentimentos faz parte da essência do crédito. Diante das situações analisadas, os sentimentos positivos e negativos sempre irão fazer parte da vida de quem utiliza o crédito. O risco de imprevistos sempre vai estar presente nas operações de crédito. A questão é saber como lidar com

esse risco, procurando meios de enfrentar os imprevistos que porventura possam surgir.

4.2.9. Aspectos Gerais do Uso do Crédito

Os aspectos gerais do uso do crédito dizem respeito aos elementos que o caracterizam de forma mais abrangente e demonstram a percepção das famílias em relação à participação desse instrumento de compra no seu cotidiano. Essa categoria é composta por quatro subcategorias: “aceitação do uso do crédito”, “as características de uso”, “a diferença temporal” e “visão negativa sobre os bancos”. Os aspectos gerais podem ser entendidos como o contexto de uso do crédito, ou seja, um conjunto de circunstâncias que dão suporte à sua utilização.

O crédito é uma modalidade financeira amplamente utilizada, divulgada e incentivada por governos de vários países como forma de estimular o consumo e a economia. Percebe-se, pelas narrativas dos entrevistados, que há a aceitação do crédito e o reconhecimento de sua importância na vida das famílias, uma vez que afirmaram ser difícil viver sem essa ferramenta, principalmente quando se leva em consideração o contexto de renda limitada, a dificuldade de poupar e os desejos ilimitados. O crédito é entendido como algo que está sempre presente na economia, pois já faz parte da vida das pessoas. Podem-se aperfeiçoar as formas de seu uso, mas não eliminá-lo. A seguir, os relatos das famílias a respeito desse instrumento de compra:

Mas hoje todo mundo também, hoje todo mundo compra a crédito. Quase ninguém mais compra à vista. É difícil (ENTREVISTADO FAMÍLIA 05).

É a tendência... Eu acho que o crédito é uma coisa que chegou para ficar. Eu não vejo assim, a questão dele acabar não. Eu acho que ele veio para... Talvez ele pode ser aperfeiçoado, mudado uma coisa, assim, a dinâmica dele. Porque a tendência é ele aperfeiçoar porque dificilmente você vê as pessoas andar com dinheiro, e até mesmo a criação de aplicativos, de tudo quanto há para você comprar através de crédito. Hoje você faz uma compra através do seu celular sem carregar o seu cartão de crédito. Se o seu celular tem o aplicativo, você passa para a maquininha e ele já faz a compra (ENTREVISTADO FAMÍLIA 07).

Eu não sei se existe quem vive assim hoje em dia, sem gastar crédito nenhum, sem usar o crédito para nada. Eu não sei, de verdade. Eu

acho que eu demoraria um bom tempo para me adaptar a isso. Muito tempo para me adaptar a viver sem crédito (ENTREVISTADA FAMÍLIA 04).

Existe também a pressão para o uso do crédito tanto por parte das empresas vendedoras de bens/serviços quanto das instituições ofertantes de crédito. Neste ponto, deve-se ressaltar o papel dos estabelecimentos que ofertam esse benefício de aquisição de bens/serviços e que, de certa forma, forçam o consumidor a comprar usando essa modalidade de pagamento. O incentivo ao crédito ocorrido nos últimos anos acabou aumentando essa pressão para seu uso, e para isso as empresas tentam diversas formas para fazer que o consumidor utilize o crédito para comprar mais. Os relatos a seguir elucidam esse argumento:

Isso aí costuma, muitas vezes, às vezes o próprio pessoal da loja fala com a gente. Às vezes a gente vai para olhar alguma coisa: “Como vocês querem fazer? A gente divide para vocês, não sei o que e tal”, aí acaba eles mostrando, oferecendo para a gente e mostrando para a gente que dá para fazer isso, isso e isso (ENTREVISTADO FAMÍLIA 13).

Mas hoje todo mundo também, hoje todo mundo compra a crédito. Quase ninguém mais compra à vista. É difícil. Porque toda loja que você vai é doze vezes... Então, assim, tem que tomar cuidado é com essas ofertas (ENTREVISTADO FAMÍLIA 05).

O crédito, hoje, ele está sendo oferecido não é só por um não, tem muitas facilidades de crédito, você acaba assim: “Ah, vou pegar ali um dinheiro (palavras incomprensíveis)”. Aí você chega lá, você já começa receber ligações: “Fulano de Tal, tem um crédito bom para você aqui”. Então, quer dizer, é muitas facilidades para você ir e pegar, quando você assusta, você está embananado (ENTREVISTADO FAMÍLIA 10).

A aceitação por parte das famílias é também fruto dessa pressão e da facilidade de acesso ao crédito, o que se intensificou nos últimos anos. Essa facilidade inclui as várias possibilidades de acessar o crédito sem ir ao banco e sem burocracia, sem conversar com o gerente, e, em muitos casos, o crédito já está, inclusive, pré-aprovado, bastando que o cliente entre em sua conta (via internet ou caixa eletrônico) e efetive a liberação, conforme os relatos a seguir:

Oh, eu acho que seria uma situação muito difícil de adaptação. Não vou falar com você que seria impossível de fazer não, mas seria uma situação muito difícil de adaptação porque a facilidade de crédito que

vem, que vem acontecendo, tudo hoje que você chega, é banco, cartão de crédito, é financiamento de loja, é crédito da própria loja, é tanta facilidade para você comprar e adquirir alguma coisa que o próprio ser humano ficou cômodo com isso, para tudo que se quer fazer (ENTREVISTADO FAMÍLIA 07).

Mas eu não olhei financiamento específico de carro em outros lugares, eu olhei só no próprio Banco do Brasil. E consignado é aquele negócio, você compra o que você quiser. E a questão da escolha do crédito aí foi mais ou menos isso. Eu já tinha tido experiência com consignado no Banco do Brasil, que é só entrar no site, vai lá e faz, simula. Ok. É isso mesmo. Beleza. Já cai na sua conta no dia (ENTREVISTADO FAMÍLIA 01).

O ambiente onde as famílias vivem é um ambiente em que o crédito é aceito e difundido por vários meios de comunicação, até mesmo pelas próprias famílias, que tentam influenciar outras pessoas a utilizarem. Entretanto, existe também a ressalva do cuidado no seu uso, conforme os relatos a seguir:

(...) então eu tento passar para o colega de trabalho para ver se ele consegue também. Explico para ele a situação dele estar pagando aluguel e estar pagando um financiamento de uma coisa que vai ser dele. Então eu acho muito válido você estar morando numa coisa que é seu, você está pagando ali o que é seu. Eu tento passar isso para ele, tentar animar ele, as pessoas, para fazer assim porque eu acho que é um sistema bom (ENTREVISTADO FAMÍLIA 02).

(...) é que para você usar o crédito, e que deve ser usado, tanto que eu usei várias vezes, deve ser com bastante planejamento (ENTREVISTADA FAMÍLIA 06).

Outro ponto a ser destacado é que os casais com mais tempo de união perceberam a existência de diferença temporal em relação ao uso do crédito. Ao compararem a primeira vez que usaram o crédito com o uso recente, notaram que as exigências das empresas que oferecem crédito estão menores. Há algum tempo, não era qualquer pessoa que possuía cartão de crédito e, para ter acesso a empréstimo, havia mais burocracia. Para fazer crediário em uma loja eram exigidas apresentação e referências comerciais e do emprego para que o lojista avaliasse. Atualmente, em 2018, as empresas oferecem cartões de crédito, empréstimos e diversos outros tipos de créditos para quem quiser, algumas até sem pesquisar nos órgãos como o SPC⁶. Contudo, as

⁶ Serviço de Proteção ao Crédito.

Esta empresa é responsável pelo registro de informações de pessoas que têm dívidas atrasadas para que as empresas ofertantes de crédito usem dessas informações antes de concederem crédito a alguém.

famílias perceberam que os juros cobrados são mais altos, e elas acabam pagando mais pelo crédito. Explicando:

Eu morava longe. Aí o que que eu fiz? Eu dei uma entrada, juntei o dinheiro, dei uma entrada e financiei o resto em vinte e quatro vezes. Paguei tranquila, sem problemas. Naquela época os juros não eram tão exorbitantes quanto é hoje (ENTREVISTADA FAMÍLIA 06).

E, outra coisa, é um crédito que não tem burocracia né, Venâncio? Você tem lá o crédito, você chegou lá na loja e você quer comprar, você não tem aquela burocracia de nada. Igual antigamente, você queria comprar, você tinha que abrir uma ficha, tinha que ligar pedindo referência. Sabe aquela confusão toda? (ENTREVISTADA FAMÍLIA 07).

Antigamente você não tinha tanto crédito igual tem hoje. Hoje em dia tem cinco, dez bancos ligando para o seu celular te oferecendo crédito, e você vai ver o juro, o juro está bem mais alto do que antigamente. Facilitou, ficou mais caro (ENTREVISTADO FAMÍLIA 10).

As famílias entrevistadas usavam os diversos tipos de crédito disponíveis; todas elas utilizavam o cartão de crédito. Além deste, usavam o crédito consignado, crédito direto ao cliente, cheque especial, financiamento de casa e veículos e crediário de loja. Quanto ao uso em si, a principal estratégia utilizada pelas famílias era juntar parte do dinheiro para dar entrada na compra do bem ou dar o bem antigo como entrada, no caso de carro ou moto, para que o valor a ser financiado fosse menor. Além disso, quando se tratava do uso do cartão de crédito, optavam por parcelamentos curtos para não ficar com o orçamento comprometido por muito tempo. O uso de dois cartões de crédito também foi citado, devido ao fato de em algumas situações, a depender do valor do bem e do estabelecimento comercial, uma compra pode ser dividida em dois cartões, visto que, com dois cartões, se tem maior limite para compras, ou seja:

Eu divido em mais vezes. Eu divido em dez vezes, dez parcelas. Mãe, não. Mãe divide em três parcelas. Pode dividir em dez. “Eu vou dividir em dez e eu vou ficar com o cartão trancado e eu posso precisar comprar outra coisa. Então em três meses eu acabo de pagar isso e em três meses eu compro outra coisa” (ENTREVISTADA FAMÍLIA 04).

Igual agora, a gente vai comprar o carro, a gente já tem o carro, a gente vai juntar mais um pouco mais de dinheiro para a gente ver se já compra (ENTREVISTADO FAMÍLIA 02).

Geralmente tudo que a gente compra, que a gente vai adquirir, por exemplo, se for uma coisa de valor maior, igual aqui em casa, a gente divide em dois cartões. Passa o do Wagner, ele paga uma metade lá, e eu passo o meu e pago outra metade... (ENTREVISTADA FAMÍLIA 07).

Quanto à frequência do uso do crédito, uma família avaliou que usava pouco, por acreditar que esse instrumento deve ser usado somente em casos de emergência. As famílias relataram, em sua maioria, que usavam muito o crédito, isto é, usavam em boa parte das compras. Um ponto interessante a destacar é que os casais no início do relacionamento tendem a apresentar frequência de uso maior, pois no início da união os sonhos e desejos são mais fortes e a busca pela conquista, maior. A seguir, alguns relatos das famílias:

Eu acho que agente usa muito, mas um uso com qualidade. Agente usa bem, boa parte concentro tudo no crédito. Eu falo cartão de crédito. (ENTREVISTADA FAMÍLIA 11).

Eu, particularmente, avalio como médio. E médio atualmente, porque a gente nem sempre foi assim. Eu coloco o médio e não o alto porque eu já vi gente que passa tudo em cartão de crédito. Compra em cartão de crédito, gasolina em cartão de crédito (ENTREVISTADO FAMÍLIA 01).

É interessante notar que a família com menor frequência foi aquela com maior tempo de união e que já alcançou boa parte dos seus sonhos de consumo. Percebe-se, então, que existe relação da intensidade de uso do crédito com o ciclo de vida familiar. Nos estágios iniciais do ciclo de vida familiar, usa-se mais intensamente o crédito, passando a um uso médio. Nos estágios mais tardios, tem-se queda na intensidade.

Vale ressaltar que essa verificação está de acordo com estudos sobre a relação entre ciclo de vida e o uso de crédito. Silveira (2014), ao analisar dados da Pesquisa de Orçamento Familiar 2008-2009, verificou que as famílias no estágio inicial do ciclo de vida fazem uso mais intenso do crédito, com o intuito de atenuar o fluxo de consumo de bens duráveis e as flutuações da renda. Os dados indicavam que as famílias preferem gastar mais no início do

ciclo para adquirirem os bens desejados, de forma a suavizar as despesas ao longo do tempo.

4.2.10. Dilema Crédito x Poupança

A relação entre crédito e poupança foi evidenciada pelo dilema que as famílias carregam no seu dia a dia: o querer poupar e não conseguir. Compõem essa categoria as subcategorias: “dificuldade de poupar”, “não ter costume de poupar”, “não conseguir poupar” e “formas de poupar”. Três famílias relataram conseguir poupar, mas o que prevaleceu entre os casais entrevistados foi a dificuldade de manter uma poupança, pois todo o salário era comprometido com os compromissos financeiros da família.

O crédito funciona como limitador da poupança e, em alguns casos, como poupança invertida. No primeiro caso, as famílias têm a intenção e desejo de poupar parte da renda, mas, além das despesas ordinárias, têm parte da renda comprometida com o pagamento de algum tipo de crédito, limitando, assim, a sua capacidade de poupar. Já a percepção do crédito como poupança invertida retrata a ideia das parcelas do crédito como a parte da renda que seria poupada a cada mês, e o bem adquirido seria o montante a ser recebido no futuro, só que de forma antecipada, conforme os relatos a seguir:

Porque juntar dinheiro... Nunca a gente conseguia juntar dinheiro. A nossa experiência foi essa, juntar a gente conseguiu juntar, mas nunca juntava o suficiente. Agora, quando você tem o financiamento e aquele compromisso “preciso pagar todo mês mil reais” você vai fazer suas contas de acordo que aqueles mil reais vão ficar ali. Agora, se você não tem essa dívida, você gasta esses mil reais sem nem perceber. Eu acho que a forma, para nós, que a gente conseguiu ver o dinheiro realmente transformando num bem foi essa forma (ENTREVISTADA FAMÍLIA 05).

Agora não por causa da casa, que foi meio que um financiamento, no caso. Foi tipo um empréstimo que (palavra incompreensível) fez para a gente, aí a gente paga ela. Então apertou um pouco porque é um valor que para nós, hoje, é alto. Porque a gente passa para ele, então apertou um pouco. Mas antes a gente tinha. Hoje já não dá por esse motivo, né (ENTREVISTADA FAMÍLIA 13).

As famílias reconhecem que, se pouparem para comprar o bem à vista, podem conseguir desconto no preço do produto, só que o tempo de espera

acaba não sendo viável diante dos anseios da família. Existe também insegurança quanto a poupar, devido ao medo de que o dinheiro se perde durante o período de poupança. Acredita-se que podem aparecer outros desejos e, sabendo que se tem o dinheiro guardado, corre-se o risco de gastá-lo, mesmo o bem não sendo necessidade para aquele momento. Com o crédito é diferente, pois, assumindo o compromisso, a família não pode deixar de cumpri-lo, mesmo se surgir outra necessidade. Outra questão referente ao dilema entre crédito e poupança é que, para poupar dinheiro, as famílias teriam que esperar até poderem conseguir o valor necessário para comprar o bem desejado. O crédito, ao contrário, possibilita a aquisição do bem na hora, pagando por ele depois, conforme os relatos a seguir:

O juntar e comprar facilita a gente num ponto, a gente pode, de repente, conseguir um desconto no valor do produto em sim, só que ele não me dá aquela velocidade no que eu preciso... A máquina a gente tinha uma necessidade. O tempo que a gente demoraria para juntar não ia ser suprido. Então a utilização do crédito. Como a gente tinha o crédito e conseguiu utilizar esse crédito para a compra do produto, facilita. Porque a gente fez a compra do produto, compramos pela internet, em sete dias... Sete dias? Em sete dias a máquina chegou aqui e nós demoramos seis meses para terminar de pagar. E eu estou usando a máquina desde quando ela chegou. Entendeu? Então, assim, o juntar é uma boa opção, mas nem sempre (ENTREVISTADA FAMÍLIA 09).

Porque juntar a gente... Ele se perde no meio do caminho. A gente acaba encontrando outras prioridades, que às vezes nem são prioridades nada, mas a gente acaba sabendo que tem um dinheirinho ali guardado, aí surgiu uma coisa de última hora que às vezes nem é uma necessidade, mas você vai, como você tem aquele dinheiro ali, você acaba pegando. Agora, quando você faz o financiamento, não, você é obrigado a pagar ele e não desviar do seu objetivo (ENTREVISTADA FAMÍLIA 05).

Porque às vezes a gente fala: "Vamos juntar o dinheiro?". "Vamos". A gente começa a juntar, mas às vezes a gente faz outra coisa menos importante do que tem que fazer. Aí você deixa de fazer o que precisa para fazer uma outra coisa que não é tão necessário. Então acaba que atrapalha um pouco. No crédito não. No crédito, se você fez ele ali, você tem que pagar, você é obrigado a pagar. Aí você já faz conta com aquilo, todo mês você já sabe que você tem que pagar aquilo. E para juntar não. Para juntar, você não tem aquele compromisso (ENTREVISTADO FAMÍLIA 13).

A dificuldade de poupar por parte das famílias advém de uma série de motivos, que na maioria dos casos não tem relação com a renda limitada. O hábito de não poupar é fator que ajuda nessa dificuldade. A falta de hábito

indica a poupança dos compromissos cotidianos das famílias, ainda que seja reconhecida como algo importante. Na visão dos entrevistados, as famílias que conseguem poupar são alvo de admiração.

Em algumas famílias existe a crença de que, mesmo que haja aumento da renda, a poupança não será concretizada, pois o consumo também irá aumentar, dificultando a realização da poupança. As famílias também não conseguem o dinheiro suficiente para uma compra devido a outras prioridades que aparecem durante o período e acabam usando o dinheiro para outras finalidades, diferentes do propósito primeiro para o qual a poupança seria direcionada. Aliado a isso, as famílias relataram a falta de disciplina em guardar dinheiro que as impedem de se manterem firmes no propósito de poupar. A seguir, alguns relatos das famílias:

Não, não tenho o costume de poupar. Eu tenho hábito de prevenir. Por exemplo, não gastar tudo para mês que vem não faltar. Mas, assim, manter um dinheiro na Poupança, não. Então por causa da vida que a gente levava, de trabalhar por conta própria, de a gente estar sempre investindo no nosso negócio, a gente não adquiriu o hábito de poupar, tipo, Caderneta de Poupança. Então realmente não tenho (ENTREVISTADA FAMÍLIA 06).

Então, assim, é aquela percepção, eu admiro pessoas que conseguem fazer isso hoje. Eu conheço poucas pessoas. Eu tenho um amigo lá que ele consegue fazer isso ainda. Ele poupa para depois comprar. Eu admiro ele conseguir fazer isso. Eu hoje não me vejo fazendo isso (ENTREVISTADO FAMÍLIA 07).

Eu acho que é porque a gente não tem essa disciplina, a gente não tem essa disciplina de poupar. Porque quem tem, consegue. Como a gente não tem essa disciplina... Isso é complicado, porque juntar... Por exemplo, na medida em que você ganha, quanto mais você ganha mais você gasta. Então você começa adquirir bens materiais melhores, você começa a ter um estilo de vida melhor, melhor, diferente, você começa a gastar mais, então você nunca poupa. Assim, igual a Camila falou do crédito, você sabe que você tem o poder no crédito e você começa a comprar coisas com o crédito.

Durante as entrevistas, identificou-se que as famílias têm visão negativa sobre os bancos por causa, principalmente, pela falta de repasse de informações ou por cobranças indevidas. As famílias recorrem aos bancos, muitas das vezes, por não terem outra opção, mas gostariam de que os bancos tivessem mais transparência em relação às informações a serem repassadas. Por exemplo, ao adquirirem um tipo de crédito no banco, sempre vem uma taxa

extra, a cobrança de um serviço que não foi avisado ao cliente, que depois é surpreendido com a exigência de pagamento, conforme o relato a seguir:

Assim, tem que ter cuidado porque os bancos descontam alguma coisa da gente, a gente acaba pagando mais do que você faz, o banco fala de algumas taxas e tudo e você paga. Aí tem algumas parece que eles não falam, ou fica escondido, porque eles falam tanto na cabeça da gente e você não presta atenção. Quando pensa que não chega uma carta para a gente, “Você está com debito x lá”. Porque esse débito? Você vai olhar, é o banco. Aí eles te explicam: “Por causa disso, disso e disso” (ENTREVISTADO FAMÍLIA 05).

O que se percebe no dilema entre crédito e poupança é que as famílias reconhecem a importância e as vantagens de ter uma poupança, mas as despesas, a falta de hábito e de disciplina e o compromisso com o pagamento de parcelas de algum tipo de crédito são limitadores para a concretização da poupança. Existe a intenção de no futuro, com o término do pagamento de prestações, direcionar esses valores para a realização de uma poupança, mas o futuro é incerto e pode não haver a concretização. O fato é que, para que possa haver poupança, as famílias devem criar o hábito e a disciplina de destinarem parte da renda para esse fim.

4.2.11. Significados do Crédito

As famílias atribuem alguns significados ao crédito, que representam a forma como as famílias o percebem no seu cotidiano, sua importância para realização dos sonhos de consumo. Além disso, alguns significados representam uma percepção negativa em relação ao crédito, com enfoque nos problemas que ele pode trazer se for mal utilizado. Os significados positivos mais evidentes foram o crédito como poder de compra, como segurança, como facilitador da vida e como credibilidade pessoal. Já em relação aos negativos, o crédito é ferramenta perigosa e foi o que mais se destacou.

Durante o processo de codificação foi identificada uma subcategoria que está associada aos significados do crédito: o significado de ser devedor. Essa subcategoria reforça as representações negativas em relação ao crédito, visto que ser devedor era entendido como algo negativo.

4.2.11.1. Significados Positivos

Verificou-se que, de acordo com a percepção dos entrevistados, o crédito aumenta o poder de compra com base em dois pontos: a liberdade de escolha e o acesso a bens e serviços e a de alto custo e melhor qualidade. A liberdade de escolha diz respeito à ampliação do número de alternativas entre as quais se pode selecionar a mais satisfatória. Já o acesso a bens e serviços de alto custo se refere à capacidade do crédito de possibilitar a aquisição de bens e serviços que seriam inacessíveis às famílias ou indivíduos na ausência dessa forma de pagamento. Além do mais, o crédito possibilita a antecipação do consumo. As falas seguintes ilustram esses aspectos:

Mas você concorda comigo que no crédito você vai comprar uma coisa bem melhor, uma Box com coisa e tudo... Agora se você não tem crédito você vai comprar o básico, num muito numa loja aí de usados, alguma coisa assim (ENTREVISTADO FAMÍLIA 03).

Só que a gente via que o poder de compra da gente, com o que a gente tinha em mãos, a gente sempre comprava carro muito ruim. Então um dia nós chegamos a conclusão que não adiantava a gente ficar correndo das dívidas, porque o carro estava dando mais dívida do que se a gente tivesse pagando um financiamento. Se a gente tivesse pagando um financiamento a gente teria um carro bom nas mãos e não teria tanto gasto extra como a gente estava tendo, porque aí o gasto seria fixo. Nesse momento que a gente decidiu “não, nós vamos financiar um carro e nós vamos financiar um carro bom (ENTREVISTADA FAMÍLIA 05).

Mas eu pensei assim, que é bom porque te possibilita assim, você não precisa estar com dinheiro no bolso, porque você pode comprar, continuar comprando, mas sabendo que no final do mês, aquela compra vai vir só no final do mês. Porque nem sempre você tem dinheiro no bolso (ENTREVISTADO FAMÍLIA 05).

Pelas análises das falas dos entrevistados, percebe-se que a restrição da renda da família acarreta, até certo ponto, a perda da liberdade de compra e escolha desses bens e serviços. O crédito resgata essa liberdade, dando às famílias a possibilidade de comprar, inclusive, maior quantidade de bens. Esse argumento pode ser observado nos relatos a seguir:

É ter uma liberdade muito grande, porque quando a gente tem crédito, a gente consegue consumir coisas da nossa necessidade, para ter um conforto. Agora, quando a gente não tem crédito, você

está ali no vermelho e você precisa daquela coisa, não aquela necessidade de que estou passando fome, não é tão fisiológico, mas eu preciso para ter um pouco mais de conforto, de comodidade, é muito ruim, a sensação de frustração é muito maior. Quando a gente tem crédito, a gente abre possibilidades. Sem ele a gente não consegue ver as possibilidades que eu posso melhorar a minha condição de vida (ENTREVISTA FAMÍLIA 09).

Para facilitar. E outra coisa, você vai comprar no crédito, no caso, dividido, você tem a possibilidade de ter mais coisas. Às vezes você vai comprar uma, você compra duas, três e divide de mais vezes (ENTREVISTADA FAMÍLIA 13).

A percepção do poder de compra auferido pelo crédito é confirmada pela subcategoria “significado de não ter crédito”. Os casais, ao falarem sobre o que significava para eles não ter crédito, faziam alusão a termos como “juntar para comprar”, “não ter nada”, “não comprar”, “ficar sem proteção”, “não conseguir ter acesso a bens” e “não realizar sonhos” (Apêndice A), demonstrando que não ter crédito está associado à restrição de renda ou ter de poupar para comprar, conforme os relatos seguintes:

la voltar a ser o que era antes, não tenha nada, mas não tenha dívida. (risos). Porque a gente não teria dívida (ENTREVISTADA FAMÍLIA 05).

Não vamos comprar mais. Só comprar o que é básico e juntar. Ir juntando, juntando... (ENTREVISTADO FAMÍLIA 01).

Não tem mais crédito. Muita coisa que a gente sonha ia ficar para trás (ENTREVISTADO FAMÍLIA 02).

Então, assim, para mim seria, eu vou sentar e pensar o que que eu vou fazer, como que eu vou comprar as coisas agora (ENTREVISTADA FAMÍLIA 05).

O ter crédito dá acesso às famílias ao consumo, dá autonomia e liberdade, ou seja, fazem os consumidores e, conforme visto nos relatos, não ter crédito significa não consumir ou deixar de realizar sonhos. Outro ponto a ser destacado é que o poder de compra conferido pelo crédito também possibilitou a conquista de vários bens em pouco tempo de constituição familiar, coisa que os pais e outras pessoas conhecidas demoram vários anos para terem acesso. O relato seguinte ilustra esse assunto:

Por exemplo, se eu for olhar o meu pai, o meu pai fala que se considera milionário por tudo que ele tem hoje. Ele tem casa com água, luz e tudo. Se eu for ver, tipo assim, eu, em poucos anos que eu comecei a caminhar, esses cinco anos que nós estamos casados, vamos colocar sete porque nós começamos projetar essas coisas antes. Em sete anos você ter uma casa, por exemplo, que eu tenho, tudo na vida que eu tenho, nossa senhora, tô bem demais! (ENTREVISTADO FAMÍLIA 03).

Nossa, eu não conheço ninguém, ninguém ou quase ninguém da minha idade que é dono de imóvel, que tem carro na garagem, que tem moto na garagem. Quase ninguém da minha idade. O pessoal assim, uma vez ou outra você pega aí uma pessoa que tem um carro, mas a pessoa tem um carro, mas mora de aluguel. Nós não, nós temos carro, nós temos uma moto, nós moramos num imóvel que é nosso (ENTREVISTADA FAMÍLIA 09).

Mesmo sabendo que estão pagando juros elevados, as famílias descobrem que o crédito aumenta a sua gama de possibilidades de compra de bens, que podem melhorar sua qualidade de vida dessas famílias; bens que dificilmente seriam comprados se tivessem que ser pagos à vista. Além disso, o crédito aufere às famílias o poder de comprar de forma que o pagamento das parcelas esteja adequado ao orçamento familiar. A seguir, os relatos que sustentam esse argumento:

Foram, vamos supor, treze anos da nossa vida sem nenhuma dívida, sem nenhuma dívida mesmo, mas vivendo com o que a gente podia adquirir. Depois que a gente descobriu o crédito a gente tem muito mais coisas. Depois que a gente descobriu o crédito é que a gente começou a adquirir, conseguiu fazer a reforma da casa, conseguiu comprar eletrodomésticos que a gente não tinha antes, conseguiu comprar o carro, conseguimos... (ENTREVISTADA FAMÍLIA 05).

Com certeza. E tem muitas coisas também que dificilmente você consegue chegar e pagar. A nossa máquina, nós fizemos o parcelamento da máquina, mas eu vou falar um negócio, foi muito mais fácil de comprar. A gente parcelou, colocou parcelas que cabiam no bolso tranquilamente, sem precisar afogar. Porque você não consegue chegar, sei lá, do nada assim, com 1200 reais na mão e pá. Entendeu? (ENTREVISTADO FAMÍLIA 09).

No entanto, diante do exposto sobre o poder auferido pelo crédito, verificou-se que ele pode ficar comprometido quando o crédito é usado de forma indiscriminada, podendo gerar problemas graves para o cotidiano das famílias. A ideia de liberdade de compra e escolha de produtos pode levar à falsa visão de um poder de compra superior ao que a família realmente tem.

Por isso, deve-se sempre ter em mente o uso do crédito e os limites do orçamento da familiar para que não incorrer em problemas, conforme os relatos que se seguem:

Eu acho que é isso mesmo, é o poder de comprar, mas dentro das suas possibilidades, não fugindo do seu orçamento. É poder ir além do seu orça, mas sem fugir dele. Acho que quando você tem esse crédito você pode... O que você conseguiria se você fosse juntar esse dinheiro para poder comprar, o crédito te auxilia nisso, porque é um dinheiro imediato que você tem, mas ele não pode fugir daquela sua possibilidade de pagamento (ENTREVISTADO FAMÍLIA 05).

Então crédito para minha vida pessoal seria isso, ter a capacidade de adquirir um bem com uma parcela dentro da minha capacidade de pagamento (ENTREVISTADO FAMÍLIA 11).

O crédito era entendido também como segurança, pois com ele se podem comprar produtos e serviços necessários à família, mesmo não tendo dinheiro no momento da compra. A representação de segurança está relacionada à necessidade de compra de bens em caso de defeito, à possibilidade de doença na família e à falta de dinheiro para custear as despesas do cotidiano da família, entre algumas. Os relatos a seguir ilustram essas situações:

Você ter crédito, você ter liberdade para usar um crédito é uma segurança que você tem. Então eu considero que é uma segurança... é o caso, por exemplo, de uma cirurgia do Fulano. Eu não tinha como adiar a cirurgia dele, então eu usei o crédito, usei o consignado e paguei. Entendeu? Não tinha como. Eu estou pagando. Está quase terminando de pagar já (ENTREVISTADA FAMÍLIA 06).

Porque, tipo assim, se faltou dinheiro você tem aquele crédito ali para você depois pagar para frente. Eu acho que o crédito, assim, ajuda a gente muito. Eu acho que dá segurança sim para a gente (ENTREVISTADA FAMÍLIA 07).

Porque, tipo assim, se faltou dinheiro você tem aquele crédito ali para você depois pagar para frente. Eu acho que o crédito, assim, ajuda a gente muito. Eu acho que dá segurança sim para a gente. Porque hoje em dia, para falar a verdade, Gilberto, assim, lógico que tem gente que tem, mas a maioria das pessoas não tem dinheiro. Você vê comprando assim, no crédito mesmo. Então, assim, se acontecer alguma coisa e se você não tiver o dinheiro para adquirir alguma coisa, comprar alguma coisa, você vai ter aquele crédito lá em algum lugar para você poder comprar. Eu acho que traz segurança para a gente... (ENTREVISTADA FAMÍLIA 07).

Porque às vezes você precisa comprar uma coisa e se você não tiver o crédito você não compra. Às vezes há necessidade. Por exemplo, se alguma coisa faltar em casa, por exemplo, quebrou, sei lá, um eletrodoméstico, se você não tiver crédito você não supre a sua necessidade. E você às vezes não tem o dinheiro à vista ali (ENTREVISTADA FAMÍLIA 03).

A palavra segurança nas falas dos entrevistados remete a alguns pontos como estar seguro, garantia de que algo ruim não irá acontecer, estabilidade e tranquilidade, proteção ou amparo em relação a alguma coisa. Assim, pode-se verificar que o crédito dá às famílias a sensação de estarem seguras, protegidas e amparadas financeiramente. Além disso, o crédito proporciona segurança material, devido ao fato de possibilitar a aquisição de bens que darão estabilidade material futura para todos, conforme relatado a seguir:

O poder de ter alguma coisa que a gente às vezes não esperava. Igual essa questão que eu falei, do carro, de um apartamento, de uma coisa que vá dar estabilidade depois, tanto para nós, quando a gente ficar mais velho, quanto para os nossos filhos. Tudo que a gente alcança agora (ENTREVISTADA FAMÍLIA 05).

Tranquilidade: você ter o crédito, não usar o crédito. Você ter o crédito traz tranquilidade porque você não sabe o dia de amanhã, não tem uma bola de cristal. Se você precisa ser hospitalizado imediatamente e você não tem crédito, você vai ter que se sujeitar a situações bem humilhantes. Então você ter crédito te livra dessa situação humilhante, te livra disso Então para mim a tranquilidade de se ter crédito, se manter o crédito, eu acho essencial. Acho que todo ser humano devia ter crédito. Não significa usar o crédito. Ter. Por isso que eu acho que a tranquilidade é essa. Eu ensino isso para os meus filhos. “Gente, tenham crédito, tenham crédito. Trabalhem, estudem e ajam de forma que vocês não percam o crédito” (ENTREVISTADA FAMÍLIA 06).

Mediante todas as discussões apresentadas, observa-se que, na opinião dos entrevistados, uma condição para que as famílias possam usufruir dessa segurança é manter sua credibilidade perante pessoas e instituições, para que quando houver necessidade o crédito esteja à disposição. Dessa forma, ter à disposição opções de crédito não significa usar todas e, sim, usá-las de acordo com a necessidade do momento.

As famílias tinham o crédito como facilitador da vida, no sentido de tornar as coisas mais fáceis em se tratando do consumo. Mais fáceis devido ao fato de que, com o crédito, se podem comprar um ou mais produtos e pagar parceladamente sem impactar no orçamento familiar. Situação essa que não

seria possível caso tivessem que poupar. O crédito facilita o acesso a bens/serviços e o pagamento da compra de forma a ajudar as famílias na realização dos sonhos de consumo. Para algumas famílias pesquisadas não haveria realização de sonhos sem o uso do crédito.

A dificuldade de poupar é uma característica das famílias pesquisadas, visto que exige esforço financeiro e disciplina para conseguir chegar a um montante de dinheiro, em determinado período de tempo. Outro ponto relacionado ao poupar para comprar é o tempo de espera para usufruir do bem a ser adquirido. Nesse sentido, o crédito é um facilitador da vida, permitindo que uma família adquira um bem/serviço e suavize o pagamento em parcelas adequadas ao orçamento familiar. Forçando uma disciplina financeira para pagar o parcelamento, pode-se usufruir do bem imediatamente após a compra. A seguir, os relatos de algumas famílias:

Realizar coisas imediatas, principalmente de primeira necessidade, que se eu tiver crédito eu realizo. Vamos supor que minha geladeira queime, minha máquina de lavar queime hoje, eu não vou ficar sem minha máquina de lavar, então eu vou usar o crédito (ENTREVISTADA FAMÍLIA 06).

É uma facilidade para a gente comprar. As vezes a gente não tem o dinheiro ali na hora para pagar à vista, facilita. Às vezes sai até mais caro. Se a gente for olhar, sai mais caro, mas dividindo, para nós já é uma maneira fácil de comprar. Porque nem sempre a gente tem dinheiro para pagar à vista na hora ali, a gente divide. É mais fácil (ENTREVISTADO FAMÍLIA 13).

Porque a gente tem muita dificuldade de poupar. Entendeu? Então o crédito acaba que facilita. Nesse sentido aí ele facilita. Não conseguiria não (ENTREVISTADA FAMÍLIA 10).

Como exemplo de facilitador da vida das famílias em relação ao consumo de bens/serviços, uma família comparou o crédito com uma máquina de lavar, conforme relato a seguir:

Ah, eu ia comparar com uma máquina de lavar. Máquina de lavar é vida. Dá para viver sem? Dá para viver sem. Máquina de lavar facilita muito a minha vida. Por exemplo, por mais que as minhas roupas, lavar as minhas roupas na mão é muito tranquilo porque é só roupa de suor. Agora, lavar as roupas de "Márcio" na mão. Porque ele trabalha na rua, então é poeira de poste, é poeira de asfalto, é muito difícil porque tem que esfregar senão não sai. E a máquina não, ainda mais essa que a gente tem, eu tacho as roupas lá dentro, bate ali, duas batidinhas e a roupa sai branquinha, não precisa esfregar nada. Eu não preciso esfolar a minha mão. Então para mim viver sem

crédito é como viver sem máquina de lavar. Dá para ir? Dá para ir. Vou morrer? Não vou, mas que facilita, facilita um tanto. (risos). (...) Antes eu gastava para eu lavar roupa, quando eu lavava roupa em casa, eu gastava o dia inteiro ou meia parte do meu dia lavando a roupa no tanque, na mão. Isso só a minha. A roupa de “Márcio” não. O “Márcio” morava com os pais dele. Só a minha roupa uma tarde do meu final de semana, que eu podia estar fazendo outra coisa, podia estar descansando, podia estar brincando com os meus cachorros, podia estar passeando, podia estar vendo um filme, descansando, fazendo qualquer coisa (ENTREVISTADA FAMÍLIA, 09).

A máquina de lavar é um bem que facilita a tarefa de lavar roupa, diminuindo o tempo e o esforço físico do processo de lavagem. Ao usar a máquina de lavar, as pessoas podem dedicar o tempo que sobra para realizar outras atividades. Assim também é o crédito, pois, ao utilizá-lo, a família diminuirá o tempo de espera pelo produto e o impacto do esforço financeiro – diluindo o valor em parcelas adequadas ao orçamento familiar – e parte do montante de dinheiro que seria pago, no caso da compra à vista, poderá ser utilizada para outros objetivos da família.

Outro ponto para sustentação da argumentação do crédito como facilitador da vida das famílias é a percepção deste como alavanca para início da vida familiar, conforme o relato que se segue:

Para mim uma alavanca. Tem que dar um patamar “bum!”, para você ir. Entendeu? Mas só que você tem que segurar aquilo ali. O ponta pé inicial (ENTREVISTADA FAMÍLIA, 09).

A importância do crédito está na capacidade de auxiliar as famílias para alcançar seus objetivos de consumo. Ao comparar o crédito com uma alavanca, os participantes reforçam o significado do crédito como facilitador, pois a alavanca é ferramenta que auxilia as pessoas a erguer objetos (geralmente pesados) com menor esforço físico. Nesse sentido, o crédito é essa ferramenta que auxilia as famílias a se erguerem materialmente. O crescimento material que exigirá esforço financeiro maior das famílias, caso não usassem o crédito, é realizado de forma mais suavizada com o uso do crédito.

O crédito é considerado necessário e essencial na vida das famílias pesquisadas, no que tange ao atingimento de seus objetivos de consumo e à credibilidade, que é uma qualidade que indica o grau de confiabilidade de alguém, é o requisito para se obter crédito. Nesse sentido, aquele que possui

crédito é porque conquistou a confiança de alguém. Assim, só as pessoas que têm credibilidade podem comprar algo para pagar depois, conforme os relatos seguintes:

Então quando eu ouço a palavra crédito eu entendo como isso. Hoje, por exemplo, eu vivo numa cidade do interior, aonde eu vou lá eles falam assim comigo: “Pode levar que você tem crédito aqui”. Então te traz algo de confiança. Então o crédito para mim me remete isso, ele só vai ter sentido se você tiver sabendo o que que você está fazendo e assumindo a responsabilidade de pagar (ENTREVISTADA FAMÍLIA 10).

Você tem crédito, você conseguiu honrar com suas contas, até certo ponto. Isso falando com base no que a gente ouve lá de clientes que são pessoas mais idosas, então já vem de um tempo em que eles falavam, eles mesmo falam, é no fio do bigode. Então eu acho que o crédito também está ligado muito com isso. Quando eles falam assim “eu tenho crédito aqui na praça”, então, assim, é uma pessoa que honra o compromisso, que paga em dia, que não fica devendo. Acho que está aliado a isso também (ENTREVISTADO FAMÍLIA 12).

Uma pessoa que tem credibilidade em relação ao uso do crédito é considerada confiável, de caráter e honesta, transmitindo a certeza de que irá cumprir com os compromissos financeiros assumidos. Nesse sentido, o “ter crédito” dá ao tomador prestígio perante as outras pessoas e até distinção entre quem tem crédito e quem não tem. Esse prestígio traz certos benefícios que o indivíduo que não tem crédito não usufrui. Isso demonstra essa distinção social, que é possibilitada pelo crédito. A seguir, os relatos sobre esse ponto:

Eu fui ontem num cartório para saber quanto que custava reconhecer firma e se a pessoa tinha firma lá. Mas eu estava sem dinheiro nenhum na carteira. Tinha o cartão, mas não aceitava cartão. Ele falou: “Não, reconhece a sua firma, depois você vem cá e paga”. É crédito. Eu falei: “Não, depois eu volto”. “Não! Leva já reconhecido”. “Então tá”. Reconheceu firma e eu fui embora. Eu não tinha seis reais trocados. (risos). Acontece né, de você não ter seis reais trocados. Aí, quer dizer, eu tive crédito. O “Raul” ainda riu muito. Ele falou assim: “É, mãe, você tem razão quando você fala que você não pode perder o crédito”. Você em sentido geral. Você tem que ter crédito, porque se você precisar dele você pode usar. Às vezes, mesmo que você não queira usar... (ENTREVISTADA FAMÍLIA 06).

Não tem restrição. Tem as regras da loja, mas eu consigo comprar. Eles não querem nem saber. Não é permitido cheque, mas o meu cheque eles aceitam, então isso é importante para mim. Eu considero isso uma coisa muito importante, que é assim, dá o sentimento que a gente está vivendo a vida certa, honesta, sem maior problema (ENTREVISTADO FAMÍLIA 08).

A credibilidade está relacionada a uma questão moral e, para mantê-la, a pessoa tem que conservar o seu "nome limpo". Não ter o "nome limpo", em se tratando do uso do crédito, dá ideia de que algo está sujo e a sujeira não é boa. Nesse sentido, a falta de crédito é como uma mancha, uma sujeira, que marca a vida da pessoa. Essa mancha no nome é vista pelas pessoas em todos os lugares onde elas tentarem comprar usando o crédito. Além disso, a credibilidade envolve um processo de acreditação, sendo este processo construído ao longo do tempo. A seguir, alguns relatos das famílias:

Eu ainda costumo afirmar que a pessoa precisa ter bom caráter e ter crédito. Porque se ele tiver um bom caráter ele vai ter emprego, ele vai ter trabalho, e se ele tiver crédito ele vai conseguir dividir isso. E, às vezes, tendo num tempo mais rápido, os bens necessários. Hoje, por exemplo, se eu resolver comprar novamente uma máquina de secar roupa, eu vou usar crédito. Eu não tenho a menor dúvida disso, eu vou usar (ENTREVISTADA FAMÍLIA 06).

Para mim, tipo assim, é gratificante eu conseguir crédito a hora que eu quiser. Ou seja, o meu nome não tá sujo (ENTREVISTADO FAMÍLIA 08).

Mesmo que seja o banco, o cartão de crédito, que você não vê ninguém. Você pode entrar em banco que você não vê ninguém, é tudo eletrônico, mas dá aquela vergonzinha aqui, de não conseguir honrar o compromisso (ENTREVISTADA FAMÍLIA 01).

Se for pensar você ter crédito, assim, se você tem crédito é porque você é uma pessoa creditada. Se você não tem crédito, você é desacreditada. Então ninguém confia em você (ENTREVISTADA FAMÍLIA 12).

Ter o nome limpo está relacionado com o poder de compra. Nesse sentido, quem tem em seu histórico dívidas não pagas acaba perdendo também sua credibilidade e, conseqüentemente, seu poder de compra. Isso pode ser verificado nos relatos a seguir:

Igual eu te falei, mantenho minhas contas em dia justamente por causa disso, eu tenho crédito em qualquer lugar que eu quiser. Eu tenho meu nome limpo na praça, nada no SPC, então isso me dá possibilidade de ampliar meus créditos, o poder de comprar (ENTREVISTADO FAMÍLIA 05).

Mas é isso mesmo, ter o nome limpo para poder comprar o que eu precisar numa urgência, numa emergência (ENTREVISTADA FAMÍLIA 04).

O nome é algo a ser preservado, sendo ele parte da essência humana; é a marca pelo qual cada indivíduo é reconhecido. Se este nome está sujo em sua marca, a sua essência também está e, assim, será reconhecido pelas pessoas. A seguir, os relatos de algumas famílias:

Por causa da minha criação também, se seu devo eu tenho que pagar, se eu consumi, eu preciso pagar. É uma necessidade. Não é aquela coisa igual tem gente que fala “Ah, vou pagar quando der. Deixe o meu nome sujo”. Quando eu vi o meu nome sujo eu fiquei desesperada. A única coisa que eu tenho na vida. Perante a sociedade consumista que nós vivemos é a única coisa que eu tenho na vida. O que eu tenho que ter minimamente é o meu nome. Como assim eu tenho o meu nome sujo? Eu fiquei desesperada. Depois disso nunca mais (ENTREVISTADA FAMÍLIA 09).

E outra, às vezes você fica endividado, dependendo, suja o nome e tal, e você não tem nem nome (ENTREVISTADO FAMÍLIA 13).

Nesse sentido, ter crédito é ser reconhecido como uma pessoa responsável, honesta e digna de confiança. Por isso, as pessoas devem manter a sua credibilidade, sendo responsáveis pelos seus compromissos financeiros para que não perder o nome, o que acarretará perda do acesso ao crédito e aos benefícios proporcionados por ele.

Outro significado, dentro do conjunto de dados da pesquisa, foi o crédito como investimento. O bem adquirido é o resultado antecipado desse investimento e as parcelas mensais, o valor do depósito, caso estivesse juntando para comprar futuramente. É uma percepção semelhante ao que Baudrillard (1995) chamou de poupança forçada. Devido à dificuldade de poupar para comprar, o crédito força as pessoas a destinarem parte da renda para atingir seus objetivos de consumo, o que teria dificuldade caso fossem fazer poupança. Os relatos seguintes ilustram essas situações:

Explico para ele a situação dele estar pagando aluguel e estar pagando um financiamento de uma coisa que vai ser dele. Então eu acho muito válido você estar morando numa coisa que é seu, você está pagando ali o que é seu. Eu tento passar isso para ele, tentar animar ele, as pessoas, para fazer assim porque eu acho que é um sistema bom. Se a gente fosse juntar esse dinheiro, 140 mil para a gente comprar isso aqui à vista ia ser meio complicado, ia ser mais demorado (ENTREVISTADO FAMÍLIA 02).

A nossa experiência foi essa, juntar a gente conseguiu juntar, mas nunca juntava o suficiente. Agora, quando você tem o financiamento e aquele compromisso “preciso pagar todo mês mil reais” você vai fazer suas contas de acordo que aqueles mil reais vão ficar ali. Agora, se você não tem essa dívida, você gasta esses mil reais sem nem perceber. Eu acho que a forma, para nós, que a gente conseguiu ver o dinheiro realmente transformando num bem foi essa forma (ENTREVISTADO FAMÍLIA 05).

4.2.11.2. Significados Negativos

Quanto ao significado negativo do crédito, as famílias tinham representação deste como ferramenta perigosa. Essa representação se deu a partir da comparação feita por uma das famílias do crédito como uma serra elétrica (Família 08). A serra elétrica facilita o trabalho do carpinteiro, que consegue realizar seus serviços mais rapidamente do que se não a tivesse e teria que se esforçar mais, visto que teria de cortar as madeiras com um serrote de mão. O carpinteiro poderia ficar sem a serra elétrica, mas exigiria dele mais força e tempo para execução de suas atividades.

Em contrapartida, do mesmo modo que a serra facilita o trabalho, ela é uma ferramenta perigosa, e qualquer descuido no seu manuseio pode gerar problemas de variadas dimensões, desde um pequeno corte até a perda de um membro. No mesmo sentido, o crédito foi comparado a uma faca, que segue a mesma lógica da serra elétrica. A seguir, relatos que corroboram esse argumento:

Então uma ferramenta perigosa. Vamos colocar uma makita, por exemplo, uma serra elétrica, qualquer coisa nesse sentido. Serra elétrica é a mesma coisa que eu estou te falando, tem a substituição dela. Vai demorar mais? Vai, mas você consegue. Do outro lado, a serra elétrica você faz com mais agilidade e com mais risco (ENTREVISTADO FAMÍLIA 08).

Uma faca, porque você pode usar para cortar o alimento, mas se você não souber manipular, você pode se cortar. É mais ou menos isso (ENTREVISTADO FAMÍLIA 12).

O crédito é entendido pelas famílias como essa serra. Ele facilita a vida das famílias, dá acesso a bens e serviços, auxilia na realização de sonhos de consumo em tempo menor e com menos esforço do que teriam se tivessem

que poupar para comprar. Contudo, se não for usado de forma adequada, pode levar a famílias a problemas financeiros, que vão desde o atraso de pagamento do compromisso assumido até um problema grave de insolvência financeira, acarretando diversas consequências para a família. A representação da faca também reflete a percepção do crédito como algo perigoso. Não sendo usada de maneira adequada e tomando os devidos cuidados, podem-se ter problemas com seu uso.

O crédito também era visto como dívida. Essa associação vem das experiências das famílias. Para algumas, a primeira palavra que vem à mente, quando se pergunta o que é o crédito, é a dívida, que é uma consequência de problemas causados pelo uso inadequado do crédito, conforme relatado a seguir:

Dívida, a primeira coisa que me vem, quando não bem usado. Não sei se ficou um trauma, alguma coisa assim... Foi pagando o mínimo, cheque especial. E um rapaz que trabalha comigo está com uma dívida que a mulher dele fez só com cartão de crédito, 5 mil. Então eu acho que é isso, é uma coisa que facilita, mas é uma coisa que vira dívida (ENTREVISTADA FAMÍLIA 01).

Associadas à dívida, as famílias têm uma representação sobre o que é ficar endividado. Não cumprir os compromissos assumidos é considerado perda de credibilidade e, conseqüentemente, do acesso ao consumo. Para os entrevistados, não pagar uma dívida significa vergonha, desonestidade, falta de responsabilidade, desonra e falta de respeito e caráter. As falas a seguir refletem essas opiniões:

É aquela famosa questão que hoje em dia infelizmente não é mais utilizado. É uma questão de honra. Se eu fiz eu tenho que assumir e resolver o problema, pagar aquilo ali. É uma questão de honra. (ENTREVISTA FAMÍLIA 09).

Mas eu acho muito mais também. Eu acho que é da questão da gente não conseguir ter acesso às coisas. Se eu (palavra incompreensível) uma vez, eu perco a credibilidade. Então eu acho que é mais isso, você perde a credibilidade de crédito. Você perde totalmente. Vai conseguir onde? Eu acho que é mais isso. Nem é da vergonha social, da falta de crédito, é da descredibilidade mesmo (ENTREVISTADA FAMÍLIA 01).

O que se percebe nas representações negativas sobre o crédito é que as famílias têm receio de usá-lo devido aos riscos envolvidos, mesmo aquelas

em que ambos os cônjuges, ou um deles, são servidores públicos e têm estabilidade no emprego e temem os imprevistos que podem acontecer durante o período de pagamento.

A partir da definição das categorias constitutivas da teoria substantiva proposta, foi possível organizar um modelo teórico com o intuito de explicar a experiência de uso do crédito pelas famílias de Classe C. Esse modelo é descrito no tópico subsequente.

4.3. A Categoria Central: “Ambivalência do Crédito”

A partir das análises e discussões sobre o uso do crédito pelas famílias de Classe C, foi possível identificar a categoria central da teoria, conforme as proposições da *Grounded Theory*. Conforme descreve Tarozzi (2011), a categoria central representa o conceito-chave da teoria, por meio do qual se estabelecem as relações entre as categorias que emergem dos dados. Strauss e Corbin (2008) afirmam que a categoria central é o ponto-chave da pesquisa, mesmo sendo esta definida a partir da análise dos dados. Por meio da categoria central, o pesquisador tenta explicar sobre o que é a pesquisa.

Durante todo o processo de coleta e análise dos dados, foi possível compreender pelas falas das famílias entrevistadas que o uso do crédito não é apenas uma questão financeira da família, pois vai além desse ponto. O uso do crédito é carregado de aspectos simbólicos decorrentes, principalmente, das experiências das famílias e de pessoas próximas a elas. Nesse sentido, a categoria central da teoria substantiva proposta nessa tese foi definida como “ambivalência do crédito”.

O crédito possui significados que vão além da sua função econômico-financeira na vida das famílias. Como já descrito na categoria “significados do crédito”, as famílias participantes da pesquisa tinham duas representações sobre o crédito, uma positiva e outra negativa. Na positiva, entendiam o crédito como facilitador da vida, tornando mais fácil o acesso a bens e serviços necessários e sonhados. É visto também como incrementador do poder de compra, dando acesso a bens que as famílias não tinham e liberdade de compra e escolha desses bens. O crédito era visto também como significava segurança, pois possibilitava às famílias comprarem bens e serviços em

situações de necessidade ou de urgência. Ter crédito era percebido também como símbolo de credibilidade pessoal, uma vez que era entendido como confiança depositada pelas instituições que ofertam crédito. Na representação negativa, o crédito tinha significado de algo perigoso, comparado a ferramentas perigosas, e que se as pessoas não tiverem cuidado poderão ter problemas com seu uso.

No decorrer das análises, pode-se perceber que os participantes sempre enfatizavam esses dois lados do crédito. Exaltavam os seus benefícios, mas sempre chamavam atenção para a possibilidade de malefícios. Palavras como “se”, “mas”, “cuidado” eram sempre evocadas quando falavam sobre crédito. Nessa dualidade, o crédito é percebido como algo útil que facilita o acesso a bens e à realização dos sonhos de consumo, mas ao mesmo tempo é perigoso, pois se não souber usá-lo pode-se incorrer em problemas sérios financeiramente. A fala proferida por um membro da família 09 ressalta esses dois lados do crédito:

Crédito é uma faca de dois gumes: pode ser um facilitador ou pode ser um opressor. Eu vivi os dois lados do crédito (ENTREVISTADA FAMÍLIA 09).

Essa percepção foi codificada como “ambivalência do crédito” para expressar essa dualidade. A partir dessa fala, foi realizada uma nova análise das entrevistas para identificar outras citações que dessem embasamento para essa categorização. Dessa forma, verificou-se também que tanto as famílias que tiveram problemas quanto as que não tiveram nutriam essa representação do crédito. A seguir, relatos de famílias que corroboram esse argumento:

Ele veio como facilitador para a família. Se você souber... O crédito, se você souber administrar o crédito, ele é um facilitador. O problema é quando você não sabe administrar esse crédito (ENTREVISTADO FAMÍLIA 07).

Porque o ter crédito pode ser a possibilidade de você comprar a coisa, mas, assim, o ter crédito pode estar, não é que ‘pode estar’, assim, vem junto o buraco negro, entendeu? O fundo do poço. Então, assim, ter crédito pode te trazer assim, eu posso comprar, mas você pode comprar se você tiver dinheiro (ENTREVISTADA FAMÍLIA 12).

Ao analisar os significados do crédito, verifica-se que essa dualidade faz parte das representações sociais das famílias. Essa dualidade do crédito é o

núcleo central e pode ser entendida como o significado mais amplo que abarca todos os outros. Estava presente em todo o processo de uso do crédito pelas famílias, que sempre a ressaltavam quando descreviam suas experiências com essa modalidade de compra.

No significado do crédito como credibilidade pessoal, a representação dessa dualidade está presente a partir do entendimento das famílias de que se deve manter o “nome limpo” para sempre ter o crédito à disposição. A busca por preservar o “nome limpo” indica que as famílias devam tomar cuidado e usá-lo com cautela, a fim de não terem problemas. Dessa maneira, o cuidado que as famílias devem ter para manter o crédito à disposição quando precisarem é usando-o de maneira correta.

Os significados de poder de compra, segurança, facilitador da vida também sempre eram colocados pelas famílias considerando essa ambivalência do crédito. O crédito aumenta o poder e dá maior liberdade de compra, dá segurança e é um facilitador do acesso a bens e serviços tanto necessários quanto supérfluos, mas se não souber usá-lo será motivo de problemas. A mesma situação acontece com as representações negativas do crédito como dívida ou como ferramenta perigosa que requer cuidado ao utilizá-la. A seguir, relatos que reforçam esses argumentos:

Eu vejo que é uma coisa muito importante, mas é um risco que você tem que saber administrar. Pode ser algo bom, mas pode ser um inferno na vida também se você não souber lidar. A gente já começou... Quando a gente casou (ENTREVISTADO FAMÍLIA 03).

Pois é, não ter crédito cai naquela... O não ter crédito, para mim, ele é o resultado da falta do compromisso que foi assumido. Então isso é o não ter crédito na praça, no dia a dia. Então, assim, eu tenho medo dele, mas sei da valia dele. Então eu acho que esse medo que eu tenho dele me faz ter o meio termo do uso dele, entendeu? Eu uso, mas eu tenho medo de não dar conta, então eu acho que eu não passo muito do limite por causa disso, sabe (ENTREVISTADA FAMÍLIA 10).

Você tem o crédito, se você não souber usar, o martelo vai só batendo, vai só afundando. Eu não vejo outra ferramenta (ENTREVISTADA FAMÍLIA 12).

A ambivalência no contexto dos dados estava relacionada a algo que tinha dois lados diferentes ou com duplo significado. Esses dois lados eram

baseados em valores diferentes cultivados pelas famílias. De um lado os significados positivos estavam relacionados ao poder de compra, a credibilidade e a segurança família. Valores esses reforçados pela subcategoria “significado de não ter crédito” que dizia respeito a não poder comprar, a falta de credibilidade ou ficar sem proteção (Apêndice A). Por outro lado pesava o medo dos participantes da pesquisa de se tornarem devedores, refletido pela subcategoria “significado de ser devedor” que para as famílias estava relacionado à vergonha, à desonra e a falta de honestidade em não pagar uma dívida (Apêndice A). Nesse sentido, esses dois valores o poder comprar (ser consumidor) e a vergonha de ser um devedor são os valores que fazem parte do significado do crédito ambivalente do crédito.

Segundo Strauss e Corbin (2008), a categoria central tem poder analítico e o que dá a ela esse poder é sua capacidade de integrar as demais para formar um todo explanatório. Nesse sentido, Bandeira-de-Mello (2002) destaca que para uma definição apropriada da categoria central da teoria é importante definir suas propriedades e dimensões. Além disso, Strauss e Corbin (2008) comentam que, para melhor explicação das categorias, bem como de suas propriedades e relações, é necessária a utilização de diagramas, que possibilitam melhor compreensão do conceito. Nesse sentido, a Figura 1 explicita as várias propriedades da categoria central, com base nas percepções das famílias pesquisadas.

As expressões – algo útil, saber administrar o dinheiro, poder de compra, facilitador da vida, ajuda para atingir objetivos de consumo, segurança para a família, credibilidade pessoal – são representações positivas do crédito. Entretanto, as denominações como ferramenta perigosa, como dívida e como ilusório, são as representações negativas do crédito, enquanto os significados positivos e negativos são as dimensões da categoria central. A noção de risco também faz parte dessa categoria. Tudo que envolve risco deve ser usado com cuidado. Também compõe a categoria central a subcategoria “sabendo usar é bom” que reforça a percepção da ambivalência do crédito.

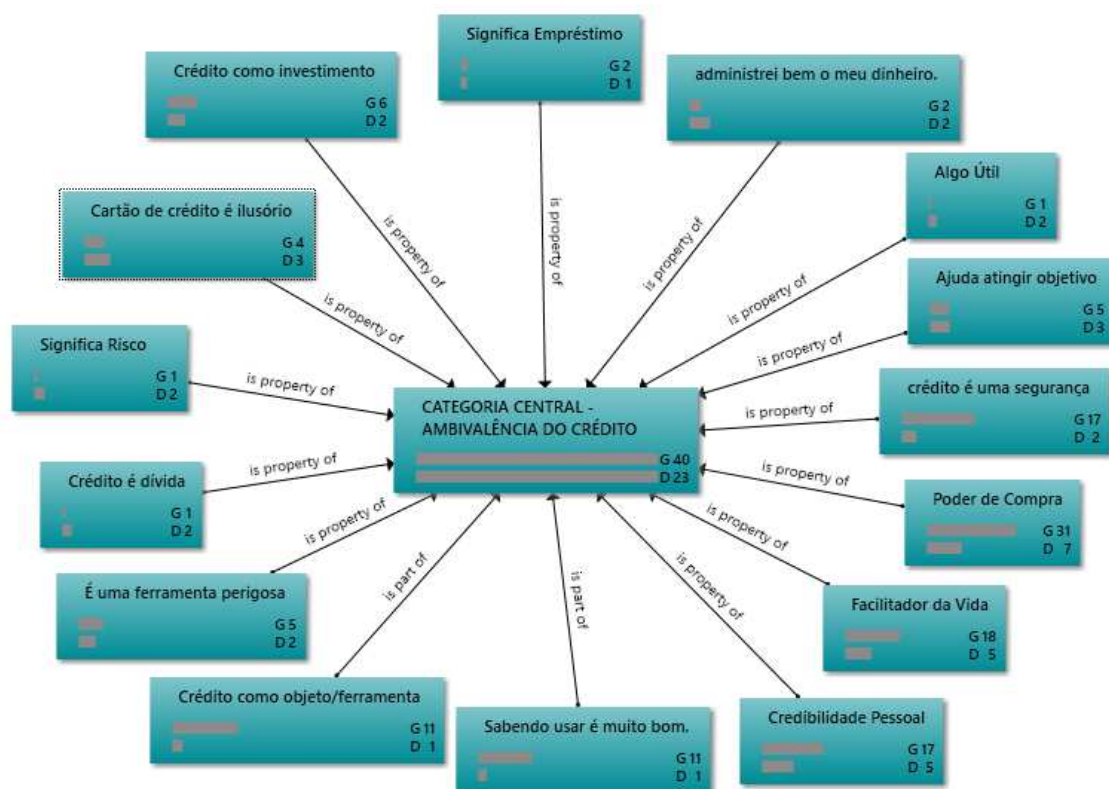


Figura 2: Esquema referente à categoria central

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Depois da definição das categorias e do encerramento do processo de amostragem, foi realizado, com duas famílias, o processo de checagem das categorias encontradas e da categoria central, sendo estas confirmadas pelos entrevistados. A todo tempo as famílias exaltavam as representações positivas do crédito, mas sem deixar de lado as representações negativas. Era como se estivessem em constante estado de alerta para não valorizar demais o lado bom do crédito. Essa dualidade do crédito funciona como balizador das decisões, tanto para quem teve problemas com o crédito e não desejava ter novamente quanto para aqueles não tiveram, mas vivenciaram as dificuldades de alguém próximo. A seguir, os relatos de algumas famílias:

Eu acho que o crédito, ele tem os dois lados. É bom e ruim. Tudo tem limite nessa vida. Tem o lado bom e o lado ruim. A gente tem que ter sensibilidade para perceber esse momento aí, e essa sensibilidade vem da sua formação, formação de base, formação de tudo. Se você não tem. (...) O crédito como facilitador também eu acho ele bastante interessante, esse conceito dele, porque realmente tem coisa assim, ele é facilitador, mas eu acrescentaria mais uma coisa aí, ele é facilitador, mas ele é facilitador a medida que você tem limite com ele. Porque assim, ele é facilitador: se eu quiser, hoje... o meu cartão tem um limite x, então tá, dá para eu comprar uma geladeira, um fogão, um micro-ondas. (...) Então ele é facilitador, mas ao mesmo tempo ele

é enforcador se você não tiver cuidado. Ele vai te enforçar. Tem que tomar cuidado com isso aí. Mas realmente é muito bom a partir disso, você conseguir, devagar e planejadamente conseguir (ENTREVISTADA FAMÍLIA 10).

Porque eu acho assim, ele é muito mais perigoso do que tudo, porque se você não tiver muito cuidado mesmo com o crédito, ele te atrapalha imensamente. E para você recuperar da crise de crédito é muito difícil. Então você vai assim, uma ação mal pensada, mal efetuada é questão de segundos. E você recuperar aquilo ali pode levar anos. Então ele é muito mais perigoso, então eu acho que essas comparações são totalmente coerentes. A questão da faca, motosserra. A questão da alavanca, se você souber trabalhar com o crédito, e tem pessoas que eu conheço que realmente sabem trabalhar, eu fico até admirado com o poder de saber trabalhar, e progridem mesmo através disso (ENTREVISTADO FAMÍLIA 07).

Por fim, a categoria central “Ambivalência do crédito” pode ser comparada a uma via de mão dupla, ou seja, de um lado tem-se a facilidade para conseguir o que se deseja e, de outro, os riscos de incorrer em problemas, conforme o relato seguinte:

Uma facilidade, uma porta de você conseguir aquilo que você já deseja e planeja, mas é algo que você tem que saber lidar. Eu acho que é uma via de mão dupla aí: você tem uma facilidade, mas você tem que ter um controle, um controle financeiro muito bom para saber usar isso (ENTREVISTADA FAMÍLIA 02).

Nesse sentido, o sucesso conseguido por meio do uso do crédito não depende da sorte, como se fosse um jogo. A falta de controle provavelmente trará consequências negativas. A visão do crédito como via de mão dupla indica que as famílias reconhecem a necessidade de se ter habilidade para transitar nessa via. Chegar ao objetivo de consumo depende da capacidade do condutor em não ultrapassar a linha limítrofe que divide os lados. Pode-se fazer também uma analogia com o condutor de um carro em viagem, ou seja, para chegar ao destino pretendido, ele deve respeitar a sinalização; caso contrário, poderá ter problemas que vão de um pequeno acidente até um grave acidente. Além do mais, imprevistos que não dependem do condutor podem acontecer, e ele deve estar preparado para tais situações.

Assim também podem ser entendidos os dois lados do crédito. Há situações que dependem unicamente do usuário, por exemplo, ter controle e obedecer aos limites do orçamento. Já outros não podem ser controlados, como no caso de duas famílias entrevistadas. Em uma delas, um dos cônjuges

perdeu o emprego e, na outra, o cônjuge foi aposentado por invalidez e teve o salário reduzido. Essas famílias foram vítimas de imprevistos que podem comprometer a renda familiar, levando até mesmo à inadimplência.

4.3.1. A Hipótese Central e as Proposições da Teoria

Os diversos significados apresentados auxiliam no entendimento da categoria central proposta como base da teoria substantiva sobre o uso do crédito pelas famílias da Classe C e têm a capacidade de integrar todas as outras categorias, de forma a possibilitar o entendimento do processo de uso do crédito pelas famílias. O que se destaca é que esse processo está envolto em significados e a construção destes tem como base a experiência direta das famílias ou de parentes e amigos com a utilização dessa forma de pagamento.

Para Strauss e Corbin (2008), é essencial a definição de hipóteses e proposições relacionais da teoria substantiva emergidas dos dados, visto que elas unem os conceitos, explicando aspectos inerentes às questões como “o quê?”, “por quê?”, “onde?” e “como?”, referentes a um fenômeno estudado e que irão compor o esquema teórico. Assim, levando em consideração as categorias de análise descritas anteriormente e a categoria central, pode-se definir a hipótese central da teoria substantiva, conforme descrito a seguir:

H1: Em um ambiente caracterizado pela aceitação do crédito, as famílias de Classe C, transferem significados ao crédito por meio de experiências positivas e negativas obtidas por meio do uso deste.

A hipótese central reflete a relação entre as experiências positivas e negativas com o crédito vivenciadas pelas famílias e os significados atribuídos a ele, de forma a criar a representação dual sobre o crédito. A seguir, relatos que elucidam esse argumento:

A primeira coisa que me vem, quando não é bem usado. Não sei se ficou um trauma, alguma coisa assim. É uma coisa que facilita a vida da gente e muito, mas tem que saber muito administrar, porque a gente perde a ponta da corda mesmo. Eu falo isso porque eu já passei por isso (ENTREVISTADA FAMÍLIA 01).

Influencia assim, ratifica que o uso do crédito, ele é muito bom, mas bem planejado. Você tem que planejar ele bem, você tem que pensar para frente, o que que pode acontecer, se você vai conseguir quitar esse débito adquirido através desse crédito facilitado. Então isso só

demonstra, essas experiências que eu tenho, é que para você usar o crédito, e que deve ser usado, tanto que eu usei várias vezes, deve ser com bastante planejamento (ENTREVISTADA FAMÍLIA 06).

Igual eu vejo muitos colegas. Exemplo do cartão de crédito e do cheque especial. Então se você se deixar tornar escravo do cheque especial uma vez, acabou: você está enrolado e fica escravo, paga um juro altíssimo e você não consegue se livrar. Então acaba você tendo que criar uma dívida maior, para livrar de um juro menor para pagar um juro maior, o que muitas vezes acontece. Eu vejo muito isso. Então pelo menos aqui a gente tem pautado compra dentro do nosso limite para chegar a pagar a fatura que está dentro do limite para não ocorrer o que? Taxas de juros muito altas e multas e encargos altíssimos que vêm, isso que atrapalha muito dos créditos. Pelo menos até hoje a gente tem conseguido tomar muito cuidado com isso (ENTREVISTADO FAMÍLIA 07).

Para facilitar o entendimento da hipótese fundamental da teoria, foi construído um esquema que tenta ilustrar o que foi proposto (Figura 2). Diante do exposto, nessa figura a categoria central escolhida abrange os dois grupos de significações do crédito. Optou-se por essa diagramação levando em conta o que foi observado na análise dos dados: o significado central do crédito é a representação dele como algo que tem dois lados, estando os outros significados associados a esses lados. Assim, a categoria “Ambivalência do crédito” abrange as suas representações positivas e negativas. Essas duas dimensões dos significados fazem parte do significado dual do crédito.

A representação dos dois lados do crédito é construída a partir da vivência das famílias. As experiências pessoais, assim como a de parentes, amigos e pessoas próximas, sendo elas negativas ou positivas, criam no imaginário das pessoas a dualidade do crédito. A Figura 2 evidencia que o significado do crédito advém do processo de interação entre essas vivências familiares. Esse processo interativo auxilia na construção do significado e influenciará a maneira como as famílias percebem e usam o crédito.

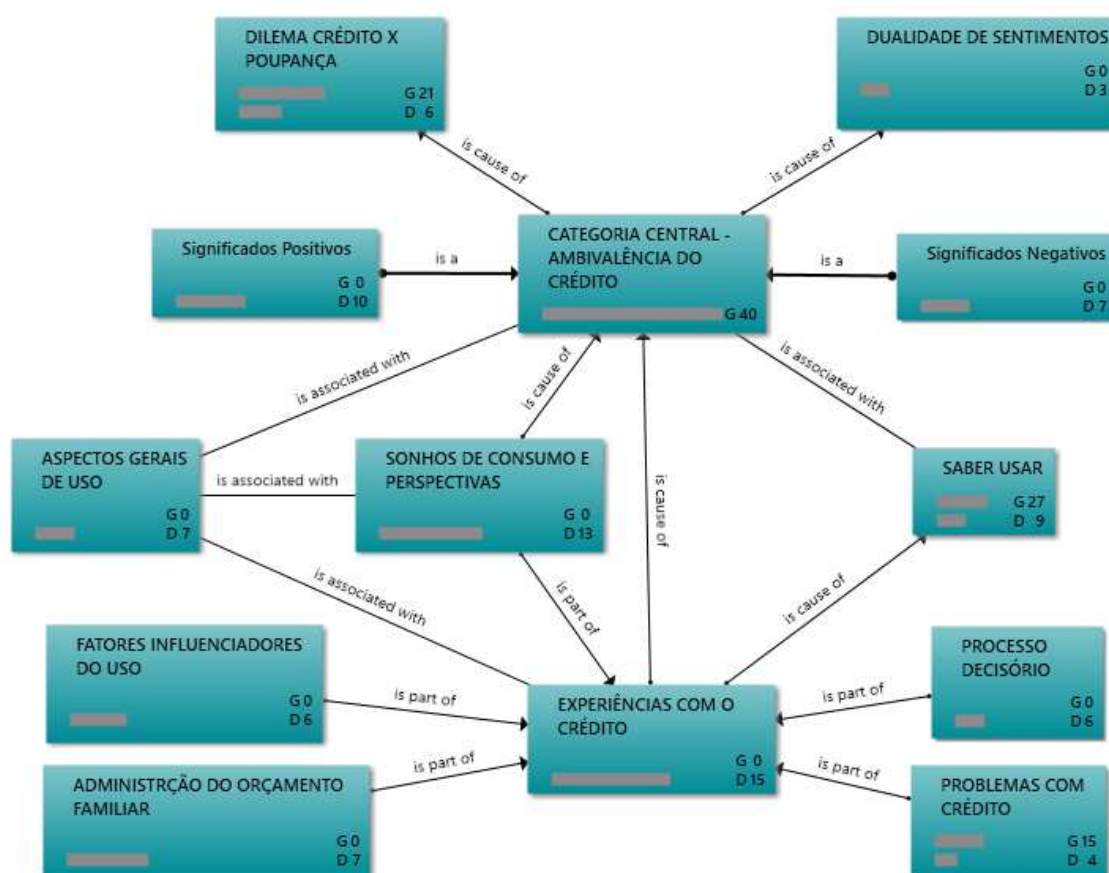


Figura 3: Esquema geral da teoria substantiva.
Fonte: Dados de Pesquisa, (2018)

Nesse esquema geral da teoria é possível observar também que, além das experiências das famílias, alguns aspectos como o saber usar e os sonhos e perspectivas estão associados com os aspectos simbólicos da dualidade do crédito. Nota-se, pela Figura 2, que a categoria “as experiências” é importante para a teoria formada, pois é uma condição causal para a transferência de significado para o crédito, uma vez que é nessas experiências com o uso do crédito, tanto pessoais quanto de outros, que se tem a base de formação da categoria central.

Com base nesses aspectos, julgou-se ser necessária a apresentação de um esquema (Figura 3) com todas as subcategorias relacionadas com a categoria “experiências com uso do crédito”, para melhor compreensão de como é formada a experiência das famílias quanto ao uso do crédito.

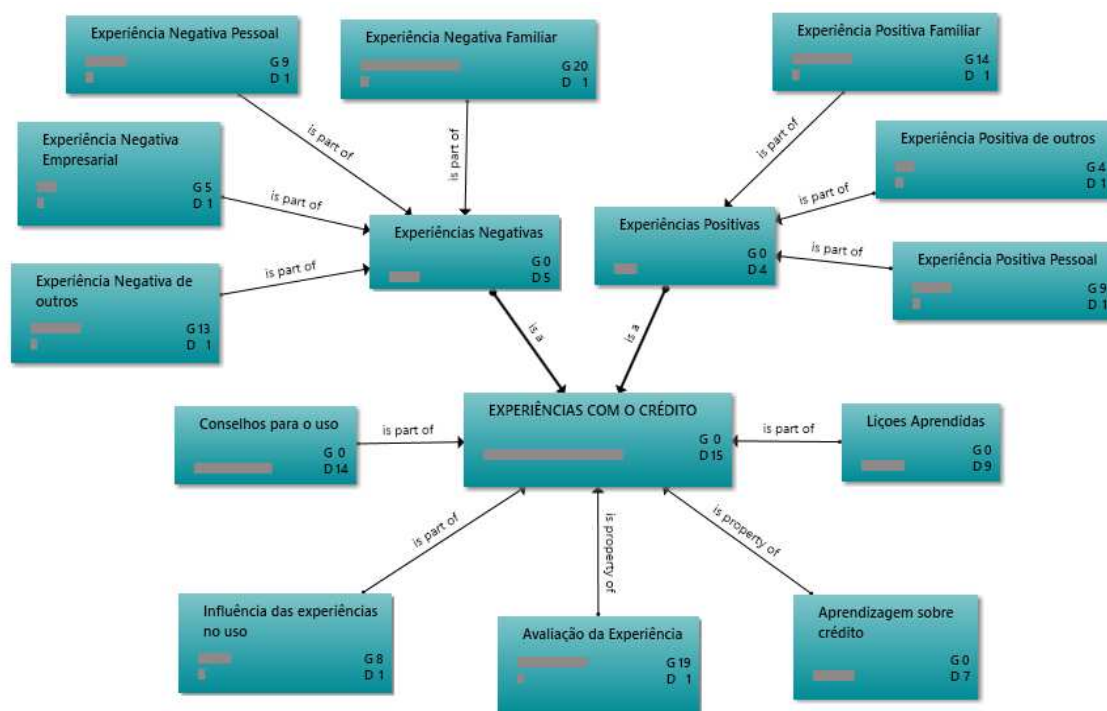


Figura 4: Esquema da categoria “Experiências com o crédito”

Fonte: Dados de Pesquisa (2018)

As experiências são construídas a partir da utilização do crédito no cotidiano, na forma como as famílias tomam decisão em relação ao uso do crédito, como fazem a administração do orçamento doméstico e na vivência dos fatores influenciadores do uso e dos problemas associados ao crédito. Por meio dessas quatro categorias, as famílias vivenciam o uso do crédito e constroem suas experiências positivas e negativas.

Os problemas e suas consequências são causados por decisões errôneas, devido à não observação de elementos desse processo, como a falta de avaliação da necessidade real do bem ou serviço desejado, o que foi citado pelas famílias como uma das principais fontes de problemas. Estes também derivam da má administração do orçamento familiar por não levarem em consideração aspectos básicos do processo, como a falta de análise da situação financeira. As vivências dos problemas e suas consequências auxiliam na construção das experiências negativas das famílias, juntamente com a vivência dos problemas e suas consequências experimentadas por parentes e amigos.

Os fatores influenciadores atuam diretamente no processo de tomada de decisão, o que leva as famílias ao uso do crédito. Os fatores influenciadores

foram citados como indutores do uso do crédito em determinado momento da vida, a exemplo da chegada de um filho que levou algumas famílias a comprar um carro. Como são elementos situacionais vivenciados pelas famílias e geradores de ações, eles têm efeito na construção das experiências.

Outra categoria formadora das experiências é “sonhos de consumo e perspectivas”, principalmente quando se trata dos sonhos realizados. Os desejos de consumo satisfeitos e a forma como o crédito auxiliou nessa realização geram experiência positiva e a percepção da importância do crédito na vida das famílias. Essas experiências irão alimentar os sonhos futuros, as perspectivas e a propensão ao uso do crédito futuramente, visto que as famílias que tiveram tal experiência demonstraram a intenção de usá-lo novamente para a compra de bens e serviços julgados necessários à família, conforme descrito na categoria “sonhos e perspectivas”. Em virtude dos argumentos mencionados, pode-se chegar a duas proposições para a teoria substantiva:

P1: As experiências positivas com o uso do crédito influenciam a propensão das famílias a usá-lo no futuro.

P2: Os sonhos realizados por meio do uso do crédito geram experiência positiva que irá influenciar a propensão de uso do crédito.

O relacionamento entre a categoria “experiências com uso do crédito” e a categoria “saber usar” pode ser definida como relação causal, isto é, o saber usar é causado pelas experiências positivas e negativas vivenciadas pelas famílias. Pela análise dos dados, o saber usar pode ser entendido como o conhecimento sobre como utilizar o crédito de maneira correta para não incorrer em problemas. As experiências com o crédito geram nas pessoas esse conhecimento, por meio das lições aprendidas e pela aprendizagem sobre o crédito, conforme apresentado na Figura 2.

O saber usar pode ser considerado um manual que orienta às famílias sobre como o crédito deve ser utilizado para que seja aproveitado todo o seu lado positivo. Esse saber é um conjunto de informações que devem ser levadas em consideração pelas famílias ao fazerem uso do crédito para atingir os seus objetivos de consumo. Nesse sentido, pode-se definir mais uma proposição para a teoria, ou seja:

P3: O saber usar o crédito é consequência das experiências vivenciadas pelas famílias com o uso deste.

Ao examinar a relação entre as categorias “as experiências” e a “dualidade de sentimentos”, verifica-se que o fato de vivenciar experiências positivas e negativas, sejam elas pessoais, sejam de outras pessoas, gera nos membros das famílias a dualidade de sentimentos. A alegria das experiências boas, a exemplo dos sonhos realizados, e os sentimentos negativos que advêm do medo de se ter uma experiência ruim com o crédito fazem parte da construção dessa dualidade. Cabe ressaltar que os sentimentos negativos aqui referenciados não são consequências dos problemas com o crédito, mas, sim, do medo em relação ao crédito alimentado pelas famílias.

A outra parte da construção da dualidade de sentimentos está relacionada à categoria central. A representação do crédito como algo que tem dois lados é causa da dualidade de sentimentos, visto que ele é considerado ferramenta perigosa e o seu lado negativo pode estar presente na vida das famílias, pois ninguém está livre de imprevistos. Os dois lados do crédito estão fixados no imaginário das famílias, e isso gera receio em relação ao crédito e, conseqüentemente, a dualidade de sentimentos. Assim, ter sentimentos positivos e negativos em relação ao crédito advém do significado atribuído a ele pelas famílias como tendo um lado bom e outro ruim. A partir dessas discussões, foi possível chegar à seguinte proposição:

P4: A dualidade de sentimentos em relação ao crédito é consequência das experiências e dos significados atribuídos ao crédito pelas famílias.

As famílias sempre deixavam claro que é necessário saber usar o crédito. A identificação dessa necessidade tem relação com a representação dos dois lados do crédito. Para vivenciar o lado positivo deste e suprimir o lado negativo, é necessário saber usá-lo conforme reforça no imaginário dos membros das famílias a categoria central da teoria substantiva. As famílias quando afirmam que sabendo usar o crédito ele é bom e não sabendo ele é ruim estão reforçando o significado dual do crédito que irá balizar todo o processo decisório das famílias. Nesse sentido, o saber usar é como uma linha demarcadora entre o lado positivo e o lado negativo do crédito.

Em virtude do que foi mencionado na categoria “sonhos e perspectivas”, verifica-se que as famílias nutrem sonhos de consumo e já realizaram alguns desses sonhos. Elas têm também perspectivas futuras positivas, principalmente as financeiras, que influenciam o uso do crédito na busca pela realização dos sonhos. A categoria “sonhos e perspectivas” dá sustentação ao significado do crédito. Por meio dessa categoria, as famílias percebem a importância do crédito para suas realizações e transferem significação positiva ao crédito. Atingir os sonhos de consumo contribui para a construção dos significados positivos do crédito. Da mesma forma, esses significados positivos influenciam na construção dos sonhos e perspectivas futuras em relação aos bens de consumo.

A realização dos sonhos tem relação com os significados do crédito como facilitador da vida e poder de compra. O uso do crédito auxilia na realização dos sonhos, possibilitando a aquisição dos bens sonhados de forma facilitada com parcelas ajustadas ao orçamento. Além disso, os bens sonhados podem ser adquiridos de forma imediata, não precisando esperar para obtê-los no futuro e depois poupar e ter de desembolsar valor alto que possa trazer desequilíbrio financeiro às famílias.

A significação do crédito como poder de compra também pode ser relacionada com a categoria “sonhos e perspectivas”. A realização dos sonhos de consumo e os sonhos e perspectivas existem, porque o crédito aumenta o poder de compra das famílias. Ao usarem o crédito para realização do sonho e saberem que o poder conferido por ele pode ser usado na realização dos sonhos, contribuem para reforçar o significado do crédito como poder de compra.

Em vista dos argumentos apresentados, pôde-se chegar a uma proposição teórica para essa relação entre sonhos e perspectivas e os significados do crédito, conforme a expressão a seguir:

P5: A capacidade de realizar sonhos de consumo, juntamente com os sonhos e perspectivas das famílias contribuem para a construção dos significados do crédito.

Outra relação que ocorre entre as categorias “problemas com o crédito” é a categoria “os dois lados do crédito”. Os problemas fazem parte da experiência negativa com o crédito e estão relacionados ao lado negativo

deste. Vivenciar os seus próprios problemas e suas consequências e os de outras pessoas são elementos da construção dos significados negativos. A existência desses problemas e de suas consequências cria uma imagem negativa para crédito que será sempre lembrada pelas famílias, fazendo que elas tenham representação negativa dessa modalidade de compra.

A existência do dilema entre crédito e poupança evidencia a preocupação das famílias com a dificuldade de poupar advinda do uso do crédito. As famílias têm o desejo de poupar parte da renda e valorizar a poupança, mas devido a alguns fatores, entre eles o crédito, são impedidas de colocarem em prática o desejo de poupar. O dilema crédito *versus* poupança está associado à preocupação com imprevistos que podem acontecer e que demandariam uma quantia de dinheiro de que as famílias não dispõem. O fato de não conseguir poupar gera preocupação com a possibilidade de endividar-se e experimentar o lado negativo do crédito.

A dualidade do crédito é fator que está associado a esse dilema nas famílias pesquisadas, visto que saber que o crédito tem um lado bom e outro ruim, aliado à dificuldade de poupar, cria na mente dos membros das famílias o dilema entre querer poupar e não conseguir. Outros fatores também influenciam no surgimento desse dilema, como a falta de disciplina e a falta de hábito de poupar, conforme descrito na categoria “dilema crédito *versus* poupança”. Algumas famílias disseram que não estão acostumadas a poupar e, sim, mais acostumadas ao uso do crédito devido às vantagens de acessar bens e serviços de forma mais rápida. A falta de ter poupança para fazer face a alguma situação imprevista gera nas famílias o medo de endividar.

A categoria “aspectos gerais de uso” refere-se ao contexto em que o uso do crédito está inserido. Tendo em vista aspectos observados, optou-se, no esquema geral da teoria substantiva, por interligar “os aspectos gerais de uso” às categorias “as experiências”, “sonhos e perspectivas” e à categoria central, por entender que essas integram todas as outras, conforme apresentado na Figura 2. Para melhor entendimento desses aspectos, julgou-se ser essencial criar um esquema com todas as subcategorias relacionadas com os aspectos gerais do uso do crédito, que é apresentado na Figura 4.

Pela observação da relação entre as categorias, constantes na Figura 2 e na Figura 4, pode-se verificar que as experiências com o crédito, os sonhos e

perspectivas das famílias e a ambiguidade do crédito acontecem num contexto em que existe aceitação do uso do crédito pelas famílias, uma diferença temporal no uso, uma intensidade de uso e uma visão negativa dos bancos.

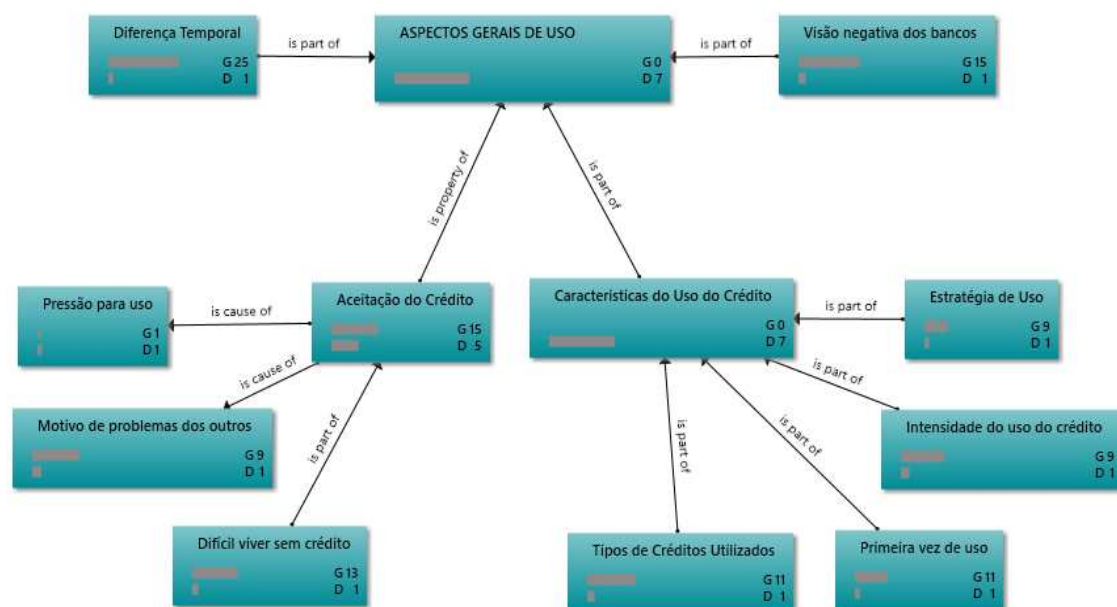


Figura 5: Esquema da categoria “Aspectos Gerais de Uso”

Fonte: Dados de Pesquisa (2018)

O crédito tem grande aprovação das famílias até mesmo aquelas que tiveram algum tipo de problema com o seu uso. As famílias afirmaram também que todas as pessoas à sua volta usam o crédito e estão acostumadas a fazer o uso dele. As pessoas ligadas às famílias também apoiam esse uso e, em algumas situações, existe pressão para sua utilização. As próprias famílias apoiam o uso do crédito, sempre com a ressalva de que deve ser feito com cuidado e planejamento, sendo afirmação mais frequente que “viver sem crédito é muito difícil”. Associado a essa aceitação do crédito está o uso intenso do crédito pelas famílias e pessoas ligadas a elas. Esse fato pode ser verificado pelos diversos tipos de crédito utilizado por elas. O cartão de crédito é a forma mais utilizada, sendo considerado por algumas famílias uma forma de ter controle do orçamento. A partir desse argumento, pode-se definir mais uma proposição:

P6: Quanto maior nível de aceitação do crédito, maior será a intensidade de uso do crédito.

Outra situação contextual é a percepção de uma diferença temporal em relação ao uso do crédito. As famílias declararam que o ambiente de utilização do crédito mudou desde a primeira vez que fizeram uso dele. As famílias percebem que a burocracia para se conseguir crédito diminuiu, o número de instituições ofertantes aumentou e o comércio incentiva a compra a crédito. Entretanto, as famílias perceberam que os juros aumentaram. Algumas argumentaram ainda que usavam menos o crédito, sendo as compras realizadas com pagamento à vista.

Os bancos são vistos pelas famílias de forma negativa, devido a faltas de informações em relação às taxas, aos juros e aos serviços que são cobrados pelas operações bancárias. Esse contexto de sonegação de informações faz parte desse ambiente onde as famílias constroem o significado do crédito.

4.4. Avaliação do Rigor e da Fundamentação Empírica da Teoria

Toda pesquisa deve ser avaliada em seus preceitos e procedimentos metodológicos (STRAUSS; CORBIN, 2008) em sua capacidade de gerar resultados consistentes e válidos para produção de conhecimento em determinada área de estudos. Para tal ação, Bandeira-de-Mello e Cunha (2006) sugerem alguns critérios para avaliação (Quadro 6) da fundamentação empírica de uma pesquisa baseada na *Grounded Theory*.

Em relação ao primeiro critério, ressalta-se que nenhum dos códigos gerados no processo de codificação aberta e axial foi retirado da literatura, sendo todos definidos de acordo com os dados. Quanto às categorias, estas foram definidas com base em um exame detalhado dos dados. Foram usadas as técnicas apresentadas por Strauss e Corbin (2008) de microanálise, formulação de questões e comparações constantes. Esses procedimentos possibilitaram uma análise aprofundada dos dados e coerência dos resultados, diminuindo a influência das preconcepções por parte do pesquisador. Dessa forma, os procedimentos utilizados permitem o entendimento da teoria por terceiros que não participaram do estudo.

Com vistas a atender ao critério funcionalidade e integração, foi criado o esquema teórico formado pelas categorias analíticas definidas. Todas as

categorias teóricas estão organizadas em volta da categoria central “ambivalência do crédito” e predizem que sob condições e contextos ocorre a construção das representações sobre o crédito pelas famílias da Classe C. A hipótese central da pesquisa, juntamente com as proposições, auxilia no entendimento da funcionalidade e da integração das categorias da teoria emergida.

Quadro 6: Critérios para avaliação da fundamentação empírica da teoria

CRITÉRIOS	DESCRIÇÃO	CONTRIBUIÇÃO
Grau de Coerência	As categorias criadas devem emergir dos dados, e não de pressupostos do pesquisador.	Confere credibilidade à teoria e permite que ela seja entendida por terceiros.
Funcionalidade	A teoria deve explicar tanto as inter-relações dos conceitos quanto as variações encontradas.	Uma teoria substantiva deve ser útil para o entendimento de um fenômeno e ser útil para os envolvidos.
Integração	Todos os construtos devem estar relacionados a uma categoria central e expressos em termos de proposições derivadas de um esquema teórico.	A integração evita a existência de falhas na lógica explicativa da teoria.
Relevância	A teoria deve emergir fruto da sensibilidade teórica do pesquisador, o qual deve ser capaz de identificar a categoria central mais relevante para explicar o fenômeno.	A relevância é verificada pelo reconhecimento imediato do significado da categoria central pelos envolvidos.
Flexibilidade	A teoria deve ser passível de modificação, permitindo seu enriquecimento com a introdução de novas categorias e propriedades.	Uma teoria deve estar aberta para o aprimoramento de sua capacidade de explicação de um fenômeno.
Densidade	A teoria deve possuir poucos elementos-chave e um grande número de propriedades e categorias relacionadas.	A densidade confere maior validade aos conceitos da teoria.

Fonte: Adaptado de Bandeira-de-Mello e Cunha (2006)

O critério de relevância é importante para os estudos de caráter qualitativo como esta tese. No processo de checagem das categorias emergentes da teoria, com os membros de duas famílias que participaram da pesquisa, foi possível confirmar a relação, a importância e a relevância delas para a estrutura geral da teoria. Nesse sentido, o reconhecimento dos participantes da pesquisa sobre a categoria central é (conforme descrito no item 4.3) é uma evidência da qualidade da teoria, sua utilidade e coerência.

Como toda teoria substantiva, ajustes futuros são necessários para uma maior abrangência e validade desta. Durante o processo de desenvolvimento da teoria proposta, alguns pontos identificados não foram possíveis de serem aprofundados, como: influência do ciclo de vida familiar no uso do crédito, a

relação entre comprador e vendedor, a socialização financeira e as diferenças intergeracionais em relação ao uso do crédito e as questões de gênero envolvidas no uso do crédito. Considera-se que estes elementos podem ser incorporados futuramente na teoria. A verificação da possibilidade de incorporação desses itens aufere o caráter flexível à teoria e dá condição de aprimoramento da proposta apresentada.

Em relação à densidade e à fundamentação empírica dos conceitos que compõem este estudo, pode-se verificar que, ao todo, foram gerados 322 códigos, 2.033 citações e 45 memorandos. Dos códigos, 293 são códigos de primeira ordem, isto é, tem ligação direta com as 2.033 citações, sendo 29 destas construtos teóricos abstratos para melhor entendimento da teoria. Os códigos de primeira ordem foram agrupados em 51 subcategorias, que foram reagrupadas em 11 categorias e estas, na categoria central. Além disso, foram criadas 44 redes de relacionamento para embasar as relações entre as categorias criadas para a teoria.

A densidade das categorias principais da teoria está representada graficamente nos esquemas. Citando como exemplo a categoria central, verifica-se que ela possui 24 ligações com outros códigos e está fundamentada empiricamente em 40 citações. Além disso, Bandeira-de-Mello (2002) e Pinto (2009) descrevem que a relação entre o número de códigos abstratos, códigos de primeira ordem e citações, que nesta pesquisa ficaram na ordem de 29/293/2033, respectivamente, fornece evidências de que existe excelente grau de densidade teórica, devido ao fato de poucos construtos teóricos estarem relacionados a um número significativo de outras categorias e citações.

Em resumo, o fenômeno estudado nesta tese, que é o uso do crédito na compra de bens de consumo pelas famílias de Classe C, contribui significativamente para o campo da pesquisa das relações entre família e consumo no Brasil. Alguns pontos, no que se refere às lacunas de conhecimento relacionadas aos aspectos simbólicos envolvidos no uso do crédito pelas famílias, puderam ter sido contemplados nos resultados encontrados na pesquisa. Entretanto, é importante realizar um retorno à literatura, com o objetivo de ressaltar as semelhanças e distinções da teoria substantiva criada para os campos de conhecimento envolvidos. Assim, a próxima seção visa atender a esse objetivo.

5. COMPARAÇÃO DA TEORIA COM A LITERATURA

Para Strauss e Corbin (2008) e Charmaz (2009), o retorno à literatura sobre o tema estudado é uma etapa essencial em estudos baseados na *Grounded Theory*, visto que esse retorno é um aprendizado importante para que a teoria emergida possa ser confrontada com os estudos e teorias, com o objetivo de confirmá-los ou para apontar onde a literatura é falha ou explica de forma parcial o fenômeno.

Segundo Eisenhardt (1989), a comparação da teoria, dos conceitos emergentes ou hipóteses com a literatura envolve a verificação do que é semelhante e do que é contraditório. A chave para esse processo é considerar ampla variedade de literatura. Ainda segundo essa autora, a confrontação da literatura com a teoria emergente é importante por duas razões. Em primeiro lugar, Eisenhardt (1989) afirma que, quando a teoria gerada oferece resultados semelhantes aos da literatura, isso significa que ela tem validade interna, maior poder explicativo, capacidade de generalização ampliada e nível conceitual superior. A outra razão está no fato de que, se os pesquisadores ignoram resultados conflitantes e focam somente nos semelhantes, a confiança nos resultados fica reduzida. Por mais que os resultados sejam conflitantes com a literatura, isso pode representar uma oportunidade, visto que a justaposição de resultados apresenta visão mais profunda, tanto da teoria emergente quanto da literatura, bem como da nitidez dos limites à generalização da pesquisa e pode demonstrar uma forma complementar de explicar o fenômeno.

Diante disso, nesta seção o objetivo é comparar a teoria substantiva com a literatura específica, por meio de uma discussão teórica contrastando a explicação da teoria desenvolvida com os resultados de outros estudos de caso. Também são utilizados nesta discussão artigos pesquisados posteriormente, que se mostraram relevantes para o assunto. Pretende-se demonstrar em que pontos a teoria gerada é semelhante aos estudos realizados e em quais ela difere destes, como forma de ampliar o conhecimento na área substantiva.

5.1. Categoria Central, Hipótese e Proposições da Teoria.

Este item tem como objetivo apresentar a comparação da categoria central, da hipótese central e das proposições da teoria substantiva sobre o uso do crédito pelas famílias de Classe C com a literatura, com intuito demonstrar os avanços da teoria gerada em relação ao conhecimento da relação crédito e família, bem como demonstrar a confiabilidade interna da teoria para explicar o fenômeno do uso do crédito pelas famílias de Classe C.

Nesse sentido, no Quadro 7 são apresentadas a hipótese central e as proposições da teoria substantiva sobre o uso do crédito pelas famílias da Classe C.

Quadro 7: Hipóteses e proposições da teoria gerada

Hipótese Central	Em um ambiente caracterizado pela aceitação do crédito, as famílias de classe C, transferem significados ao crédito por meio de experiências positivas e negativas obtidas por meio do uso deste.
Proposição 1	As experiências positivas com o uso do crédito influenciam a propensão das famílias em usá-lo no futuro.
Proposição 2	Os sonhos realizados por meio do uso do crédito geram experiência positiva que irá influenciar a propensão de uso do crédito.
Proposição 3	O Saber usar o crédito é consequência das experiências vivenciadas pelas famílias com o uso deste.
Proposição 4	A dualidade de sentimentos em relação ao crédito é consequência das experiências e dos significados atribuídos ao crédito pelas as famílias.
Proposição 5	A capacidade de realizar sonhos de consumo, juntamente com os sonhos e perspectivas das famílias contribuem para a construção dos significados do crédito.
Proposição 6	Quanto maior nível de aceitação do crédito, maior será a intensidade de uso do crédito.

Fonte: Dados da Pesquisa (2018)

Pela hipótese central, pode-se verificar que, por meio da interação das experiências (pessoais, de parentes e amigos), essas famílias dão significado ao crédito. Nesse contexto de interação, a hipótese central da teoria tem o suporte da perspectiva do interacionismo simbólico, principalmente nas premissas de Blumer (1980). Segundo esse autor, o interacionismo simbólico tem por base três premissas. A primeira estipula que as pessoas atuam em

relação ao mundo, fundamentando-se nos significados que ele lhes apresenta. A segunda consiste em que os significados são derivados ou provocados pela interação social mantida pelo indivíduo com outras pessoas. A terceira premissa estabelece que os significados são manipulados por um processo interpretativo empregado pelos indivíduos, quando este se relaciona com objetos com os quais entra em contato.

Na concepção de Blumer (1980) o interacionismo simbólico baseia-se em uma cadeia de conceitos básicos, o que ele chama de “imagens-raiz”. Uma dessas imagens é o “encadeamento de ações”. Por esse encadeamento entende-se que o comportamento humano é alicerçado em ações anteriores de um determinado grupo social. Os membros envolvidos na construção de um novo comportamento conjunto trazem ao universo dos objetos, os conjuntos de significados e interpretações que já possuem e uma nova ação sempre se originará de experiências passadas. Assim, os significados irão surgir de um contexto de comportamentos coletivos anteriores.

Dessa maneira, os significados do crédito evidenciados nessa pesquisa são produtos sociais, desenvolvidos a partir das experiências vivenciadas pelas pessoas em seus processos interativos com outros indivíduos e suas experiências. A teoria substantiva gerada baseia-se nas experiências passadas dos participantes da pesquisa, de seus parentes próximos (pais, irmãos e irmãs) e de amigos, em relação ao uso do crédito, como forma de construção dos significados do crédito. Para elucidar essa verificação apresenta-se o Quadro 8.

Os participantes da pesquisa relataram que suas experiências negativas e positivas em relação ao uso do crédito e, as experiências de pessoas ligadas a eles influenciaram a representação do crédito como algo ambivalente. Pela análise do Quadro 8, pode-se verificar que a teoria substantiva proposta contribui para explicar, em uma perspectiva interacionista, como os significados do crédito são construídos a partir das experiências das famílias e da interação com as experiências de pessoas ligadas a ela.

Quadro 8: Relação Interacionismo Simbólico e Teoria Gerada

Interacionismo Simbólico	Teoria Substantiva proposta	Evidências
- As pessoas atuam em relação ao mundo com base nos significados que este lhes apresenta. - Os significados são derivados ou provocados pela interação social mantida pelo indivíduo com outras pessoas - Os significados são manipulados por um processo interpretativo empregado pelos indivíduos, quando este se relaciona com objetos com os quais entra em contato. - Os significados irão surgir de um contexto de comportamentos coletivos anteriores, e a ele se associará.	- As famílias usam o crédito com base em seu significado ambivalente, positivo e negativos. - Os significados são consequências das experiências positivas e negativas vivenciadas pelas famílias e pelas pessoas ligadas a ela. - As experiências positivas com o uso do crédito influenciam a propensão das famílias em usá-lo no futuro.	“Acho que é ver experiências dos outros, experiências próximas que são positivas” (Família 05). “E vendo até a realidade das pessoas que trabalham comigo, de estar com... 15 mil de dívida só de cartão de crédito”. (Família 01). “a experiência. Mas eu acho assim... Eu acho que o que me influencia sim, porque é o que eu não quero que aconteça comigo. Então de certa forma influencia. Mas lógico que as minhas experiências anteriores influenciaram ter o controle, porque eu via pessoas descontroladas e que eu falei: Isso não vai acontecer comigo (Família 11).

Fonte: Elaborado pelo autor.

A literatura que trata sobre os significados do crédito apresentadas nesta tese limita-se em apresentar quais são os significados atribuídos a ele, mas não explicam como e com base em que, as famílias constroem esse significado. Nesse sentido, uma das contribuições teóricas dessa tese é explicar como as famílias de Classe C constroem o significado do crédito.

Além da perspectiva interacionismo simbólico, na teoria substantiva gerada pode-se observar fortes elementos psicológicos como a dualidade de sentimentos, consequências psicológicas do mau uso do crédito, fatores motivadores e a atitude em relação ao crédito. Isso evidencia que as experiências quanto ao uso do crédito envolvem uma gama de sentimentos e emoções que influenciam todo o processo de uso.

A influência dos fatores psicológicos pode ser observada no estudo de Lea *et al.* (1995), que pesquisaram a influência de variáveis psicológicas nas causas e, ou, nos efeitos da dívida. Além desses autores, podem-se citar Cosma e Pattarin (2012), que verificaram a influência das atitudes das famílias em relação ao crédito; e Brown *et al.* (2005) e Souza (2013), que afirmaram existir um custo psicológico associado ao uso do crédito ao consumidor, uma

vez que a dívida se relaciona com o nível de estresse psicológico dos devedores.

Uma lacuna verificada na literatura sobre crédito foi a noção experiencial do uso dessa forma de pagamento e os sentimentos relacionados a essas experiências. Existe na literatura sobre comportamento do consumidor o conceito de experiência do consumidor que pode auxiliar na compreensão das experiências das famílias de Classe C em relação ao uso do crédito e a relação com o processo de construção de significados.

Carú e Cova (2003) relatam que a experiência de consumo acontece em longo período de tempo e não somente no processo de pré-compra. Nesse sentido as experiências se acontecem em quatro estágios: a experiência pré-consumo, a experiência de compra, a experiência de consumo central e a experiência de consumo lembrada. Em suas proposições Carú e Cova (2003) enfocam nas questões emocionais relacionadas às experiências de consumo.

Especificamente em suas suposições, Carú e Cova (2003) não abrangem a construção de significado dos bens, contudo Pinto (2009) afirma que pode haver um dialogo entre o campo da experiência de consumo e a construção de significado. As experiências levam em conta as questões eminentemente simbólicas e são permeadas por sensações diversas como sonho, imaginação, alegria, prazer e status. Assim, é com a experiência quanto ao uso do crédito em relação à compra de bens pelas famílias de Classe C. Para um melhor entendimento da relação entre os estágios da experiência de consumo e a teoria substantiva apresenta-se o Quadro 9.

Pela análise do Quadro 9 pode-se verificar que a proposta de Carú e Cova (2003) demonstra ter aderência aos resultados obtidos, uma vez que as categorias teóricas tem relação com os quatro estágios de experiência de consumo. Ao usarem o crédito as famílias de Classe C passam pelos quatro estágios e, a partir das experiências lembradas quanto ao uso, é que se dá a representação deste como algo ambivalente. Além da construção do significado do crédito, a abordagem da experiência de consumo auxilia na compreensão das proposições 1, 3 e 4, visto que estas são baseadas em alguns componentes emocionais. Nessas relações pode-se verificar mais uma contribuição da teoria substantiva gerada para os estudos referentes ao uso do crédito pelas famílias de Classe C.

Quadro 9: Estágios da experiência de consumo e a teoria gerada

Estágios	Descrição	Teoria substantiva
A experiência pré-consumo	Envolve a procura pelo produto, o planejamento, ato de sonhar, prever ou imaginar a experiência. Estimulação de uma necessidade, busca de informação e avaliação.	- Os Sonhos e Perspectivas - Fatores influenciadores do uso do crédito
A experiência de compra	É decorrente das escolhas, das formas de pagamento, das embalagens, do encontro do serviço e dos ambientes de compra.	- Processo Decisório - Administração do Orçamento Familiar - Aspectos Gerais de Uso
A experiência de consumo central	Incluem as sensações vivenciadas, a saciedade, a satisfação/insatisfação, a irritação e a transformação.	- Dualidade de Sentimentos - Problemas com o crédito - Dilema Crédito <i>versus</i> Poupança
A experiência de consumo lembrada	É ato de reviver uma experiência passada, baseada em relatos de histórias e em discussões com amigos sobre a experiência passada, e que se recebe uma classificação de memórias.	- Experiências quanto ao uso do crédito - O saber usar - Significado do Crédito

Fonte: Elaborado pelo autor com base em Carú e Cova (2003)

Quanto aos significados do crédito e sua construção, estes tem sua base nas proposições do campo da Teoria da Cultura do Consumo em dois pontos: a transferência de significados, os significados dos bens e associação do uso do crédito com os sonhos de consumo. Na revisão de literatura desta tese alguns autores indicam esses pontos pelos quais o crédito pode ser estudado com base nessa abordagem. No Quadro 10 é apresentado um resumo desses pontos e a relação com a teoria substantiva gerada.

Dentre as perspectivas adotadas, a de Campbell (2001) auxilia na compreensão das proposições 2 e 5. Os sonhos de consumo são carregados de significados e pela observação dos aspectos analisados, o crédito desempenha um importante papel de tornar realidade os sonhos das famílias de classe C, sem que elas tenham que poupar durante certo período de tempo para realizar seus sonhos. O crédito permite a materialização do sonho em realidade, de forma imediata. Desta maneira o crédito pode ser entendido como um antecipador dos sonhos de consumo pelos indivíduos.

Com base nas perspectivas do campo de estudo da Teoria da Cultura do Consumo, a teoria substantiva gerada avança no desenvolvimento teórico desse campo de pesquisa, ao demonstrar outra forma de transferência de significado para o crédito, que foi à transferência de significado ao crédito por

meio das experiências das famílias, de parentes e de amigos próximos em relação ao uso do crédito.

Quadro 10: Perspectivas de estudos de crédito

Autores	Perspectivas teóricas	Teoria Substantiva
McCracken (2003)	A origem dos significados é o mundo culturalmente constituído, sendo este o mundo da experiência cotidiana onde os acontecimentos se relacionam aos sentidos dos indivíduos. A passagem dos significados do mundo culturalmente constituído para os bens de consumo se dá pela publicidade e pelo sistema moda. Já a passagem do significado dos bens de consumo para os consumidores se dá pelos rituais de posse, de troca, de arrumação e de despojamento.	Verificou-se que o significado do crédito se dá pela via da experiência cotidiana. Mas a transferência do significado ao crédito não se dá pela publicidade ou pela moda e sim, pelas experiências das famílias e a interação dessas com as de parentes e amigos próximos a elas.
Christen e Morgan (2005)	Uso do crédito como emulação social para manter o consumo conspícuo e equilibrar as desigualdades de renda entre as classes sociais.	Não verificado na teoria gerada
Santos, Costa e Teles (2013)	Uso do crédito como emulação horizontal para manter o nível de consumo de famílias de mesma classe com intuito de manter a homogeneização dos padrões de consumo entre grupos similares	Não verificado na teoria gerada
Viaud e Roland-Lévy (2000)	O crédito representa simbolicamente um jogo de conflitos entre grupos sociais e o recurso ao crédito para muitos é o único meio de atingir o <i>status</i> de uma classe mais alta, como se a identidade social também pudesse ser adquirida a crédito.	Não verificado na teoria gerada
Mattoso e Rocha (2009)	O crédito como um símbolo de status, que se dá pela disponibilização de quem tem o crédito a outros, sejam eles parentes ou amigos. A pessoa que repassa o crédito se coloca e é vista em uma posição superior a de quem o recebe.	Assemelha-se ao significado do crédito como credibilidade pessoal, onde quem tem crédito era reconhecido como honesto, de caráter e digno de confiança.
Berquó (2013)	O ter crédito disponível e a confiança depositada pelo credor gerava prestígio social ao tomador e lhe assegurava o poder de usar ou não o crédito, pois o fato de obter do comerciante uma credibilidade distinguia o tomador das outras pessoas que não tinham o mesmo tratamento.	Idem ao item anterior.
Campbell (2001)	O crédito tem um papel essencial para tornar realidade àquilo que se sonha, sem ter que esperar um tempo de poupança para se ter a realização desse sonho concluída. Nesse sentido o crédito pode ser entendido como um antecipador do futuro imaginado pelos consumidores.	Importância do crédito para realização dos sonhos de consumo. Pelo uso do crédito não é preciso um longo tempo de espera e poupança para realizar os sonhos.

Fonte: Elaborado pelo autor

Outro ponto a ser destacado, é o contraste entre a teoria gerada e as proposições de Christen e Morgan (2005) e Viaud e Roland-Lévy (2000) acerca do uso do crédito como uma forma emulação social, vertical ou horizontal, que não foram evidenciadas na análise dos dados dessa pesquisa. Para os participantes, o uso do crédito estava associado aos sonhos e desejos de consumo e na construção de um projeto de vida coletivo em relação à família, sem a preocupação com o status ou com a emulação social.

Por fim, pode-se afirmar que, em razão das comparações dos esquemas, hipóteses e proposições com a literatura e as correntes teóricas, como a noção experiencial e as teorias da cultura e consumo realizadas nesta tese, nenhum desses arcabouços teóricos conseguem, de forma isolada, a compreensão das experiências quanto ao uso do crédito pelas famílias da Classe C, em relação à compra de bens de consumo duráveis em toda a sua complexidade. Porém, auferem dessa tese uma consistência interna ao identificar os pontos de semelhanças e discordâncias em relação à literatura sobre o uso do crédito pelas famílias.

Nos próximos itens serão apresentadas comparações entre as categorias teóricas emergida dos dados e a literatura sobre crédito referenciada nesta tese.

5.2. Aspectos Gerais do Uso do Crédito

Conforme já descrito na teoria proposta, a categoria “aspectos gerais do uso do crédito” representa o contexto, ou seja, ambiente relacionado a uma gama de circunstâncias que acompanham o uso do crédito, em que as famílias estão inseridas. Essa categoria reflete a percepção desse contexto pelas famílias, com base na vivência do uso do crédito no seu cotidiano. Alguns autores citados no referencial teórico fazem alusão a alguns elementos desse contexto de uso do crédito. São eles: Caplovits (1968), Lea *et al.* (1995), Marques e Frade (2003), Lipovetsky (2007), Bauman (2008), Pinto (2009), Moreira (2011), Kamleitner *et al.* (2012) e Berquó (2013).

Cabe aqui destacar que, mesmo que esses trabalhos citados tenham sido realizados em diferentes momentos e em localidades distintas (Brasil, EUA, Europa), muitos dos relatos dos pesquisadores relacionados corroboram

a percepção das famílias pesquisadas, principalmente, em relação à aceitação do crédito. Essa aceitação, segundo os autores referenciados, tem sua fonte em vários motivos: maior socialização econômica dentro das famílias, o crescimento econômico em geral, a expansão das aspirações de consumo, o crescimento da classe média, a realização dos desejos de maneira mais rápida e a busca por afluência social. Nesta pesquisa, o que se percebe é que a aceitação vem das aspirações de consumo aliada à possibilidade de realização dessas aspirações de maneira mais rápida. Além disso, as experiências das famílias e das pessoas que estão à sua volta contribuem para essa aceitação, principalmente quando essas experiências são positivas. As conclusões de Lea *et al.* (1995) corroboram esse argumento ao indicarem que um dos motivos do aumento da aceitação do crédito é a maior socialização econômica. Afirmam que essa socialização tem sua base nas experiências das pessoas dentro de suas famílias.

Outro ponto contextual é a presença de vários tipos de crédito no cotidiano das famílias. O mais utilizado era o cartão de crédito, mas outros tipos também o foram pelas famílias para atingirem seus objetivos de consumo. Esse contexto foi observado por Pinto (2009), que relata que as diversas opções de tipos de crédito para a compra de diferentes produtos estão bem difundidas entre os pobres urbanos. Ainda segundo esse autor, a alternativa de comprar fazendo uso de algum tipo de crédito seria o único meio para se ter acesso ao consumo. Ainda de acordo com ele, algumas famílias citaram que sabem que pagam juros altos pelo uso do crédito, mas que, além de comprar os bens dessa forma, conseguem até adquirir mais produtos ao mesmo tempo.

Conforme descrito na categoria “aspectos gerais do uso do crédito”, verificou-se que as famílias perceberam diferença temporal entre as primeiras vezes que usaram o crédito e os usos mais recentes. As principais mudanças foram o aumento do valor das taxas de juros e a diminuição da burocracia para se ter acesso ao crédito. Berquó (2013), ao realizar estudo com pessoas idosas em relação ao uso do crédito, também identificou essa percepção de mudança temporal e a visão de que o acesso ao crédito havia ficado mais fácil. E o crédito perdeu sua característica de distinção que possuía em anos anteriores quando ter um cartão de crédito era sinônimo de *status*, pois nem todos tinham essa possibilidade.

Baudrillard (1995), Lipovetsky (2007), Bauman (2008) e Bauman (2010) comentam sobre o contexto da aceitação do crédito pela sociedade contemporânea, mas adotam uma postura crítica diante dessa situação. O crédito é visto por eles como incentivo para que as pessoas sejam compelidas a consumir e uma extorsão da força de trabalho, uma vez que se consome primeiro e, depois, trabalha para pagar.

Bauman (2010) faz crítica à sociedade de consumo e ao uso do crédito por ela. Afirmar que o crédito faz parte das políticas governamentais para estimular as economias por meio do consumo e que a sociedade cultiva estilo de vida imediatista, em que se busca saciar, de forma imediata, as necessidades e desejos de consumo por meio do uso do crédito. Em relação a esta tese, o que se percebe é que as famílias não vêm o crédito dessa maneira e, sim, de forma positiva, pois é uma ferramenta para se ter acesso a bens e serviços que não teriam sem ele. E nesse ponto é que se baseia a aceitação do crédito pelas famílias pesquisadas.

Um ponto pouco explorado nos demais estudos e que se destaca nesta pesquisa é a relação entre aceitação do crédito e a intensidade de seu uso, conforme a proposição (P6) descrita no modelo teórico. Não foram encontrados estudos que trabalhassem essa proposição, o que se pode considerar um complemento do contexto de uso do crédito pelas famílias, que inseridas em ambientes de alto índice de aceitação dessa modalidade de consumo têm maior probabilidade de uso mais intenso.

Por fim, em virtude dos elementos mencionados, a categoria “aspectos gerais do uso do crédito” tem embasamento na literatura sobre este assunto, o que confirma a importância desta categoria, dando a ela sustentação e validade como elemento contextual da teoria gerada.

5.3. Processo Decisório

Ao analisar o referencial teórico sobre a perspectiva do processo decisório em relação ao crédito, verificou-se que a maioria dos trabalhos com esse enfoque é de outros países, como EUA, Inglaterra, Portugal, Itália, China. No Brasil, ainda são muito incipientes pesquisas com foco no processo decisório sobre o uso do crédito. Nesse aspecto, cabe destacar o trabalho de

mestrado de Souza (2013), que afirma que o otimismo do consumidor em relação à sua situação financeira futura influencia nesse processo decisório. Além disso, o otimismo pode fazer que os consumidores usem de uma heurística simples para a tomada de decisão, deixando de lado componentes da informação, com a finalidade de deixar o processo decisório mais fácil e rápido.

As referências internacionais encontradas podem auxiliar na validação e na consistência interna da teoria gerada. Alguns relatos encontrados nos estudos conduzidos em outros países foram verificados no trabalho de campo. Entre eles podem ser citados, a identificação da necessidade, a busca por informações sobre o crédito, a análise de alternativas de crédito, a tomada de decisão e as estratégias para lidar com o risco.

Kamleitner e Kirchler (2007) propõem um modelo teórico que divide o processo de tomada de decisão sobre o uso do crédito em três etapas: (a) antes da aquisição do crédito, (b) a aquisição do crédito e (c) após a aquisição e uso do crédito. Na primeira etapa, o consumidor irá reconhecer suas necessidades e desejos e decidir sobre o tipo de produto que pretende comprar. Na segunda, ocorre a escolha do bem e a forma como irá ser pago; não tendo recurso suficiente para pagar à vista, os consumidores poderão fazer uso do crédito. Na terceira etapa, tem-se o pagamento das parcelas, existindo o risco de que dificuldades financeiras possam ocorrer mais o desconforto causado pelo pagamento das parcelas em curso.

O modelo proposto por Kamleitner e Kirchler (2007) corrobora os resultados da teoria substantiva gerada nesta tese, visto que as subcategorias encontradas se encaixam dentro desse modelo. As subcategorias identificação da necessidade, busca de informações e análise de alternativas se encaixam na primeira etapa, enquanto a tomada de decisão se refere à segunda e as estratégias para lidar com o risco se encaixa na terceira. Aqueles autores destacam que nas compras com cartão de crédito e no crediário em lojas o processo utilizado pelos consumidores é mais simplificado e rápido, ao passo que nas compras de alto valor que exigem contrato de crédito o processo é mais extenso. Esse resultado também está de acordo com a teoria proposta nesta tese.

O modelo de Kamleitner e Kirchler (2007) reconhece que o processo de tomada de decisão pode ser influenciado por diversos fatores e circunstâncias situacionais. Esses fatores são considerados como influenciadores de todos os passos do processo. Na teoria substantiva proposta também foi verificado esse reconhecimento dos fatores influenciadores, conforme relação mostrada no modelo constante na Figura 2.

As subcategorias relacionadas ao processo decisório são encontradas na literatura internacional pesquisada, mas de forma pontual e sem uma integração entre elas. Hilgert *et al.* (2003) e Oliveira e Jesus (2013) retratam a busca, o processamento de informação e a influência das emoções nesse processo. Souza (2013) descreve sobre a tomada de decisão do consumidor ao usar o crédito e a simplicidade da análise de informações. Oliveira e Jesus (2013), com enfoque racional do processo, afirmam que o decisor sobre o uso do crédito toma sua decisão com base na utilidade futura do bem em relação à utilidade presente; sendo esta última maior, opta-se pela compra imediata do bem. De certa maneira, todos esses estudos corroboram a categoria processo decisor como parte da teoria construída.

As influências das questões de gênero no processo decisório descritas nesta tese também foram encontradas nos estudos de Kirchler *et al.* (2008), Thorne (2010) e Kirchler *et al.* (2012). Todos esses estudos apontam para uma diferença de gênero em relação às decisões sobre o uso do crédito. Os homens frequentemente decidiam sobre o montante a ser pago e a forma de pagamento, devido ao fato de as mulheres terem salários mais baixos que os dos homens. Contudo, o que se observou na teoria emergida é que não existe essa diferenciação de papéis, e as decisões sobre o uso do crédito eram tomadas de forma conjunta pelos cônjuges, mesmo nas famílias em que o esposo tinha salário maior que o da esposa. Diferentemente dos estudos citados, o que se observou na teoria substantiva é que as diferenças de gêneros estão ligadas a atitudes em relação ao crédito, e o cônjuge mais propenso a correr riscos tende a ser mais propenso também a usar o crédito.

No modelo teórico do processo de tomada de decisão de Kamleitner e Kirchler (2007), ressalta-se que na fase de pós-uso do crédito as famílias lidam com o dilema entre o prazer de comprar usando o crédito e o desconforto dos pagamentos das parcelas. Nesta pesquisa, uma das famílias definiu as

parcelas como uma “marretada” mensal para expressar esse desconforto. Nesse sentido, a subcategoria “estratégias para lidar com o risco do crédito” complementa a visão de Kamleitner e Kirchler (2007), pois indica as estratégias utilizadas pelas famílias para lidarem com essa situação, a exemplo da possibilidade de abater a dívida com dinheiro do fundo de garantia, vender um bem, suporte da família em caso de problemas e pensar no benefício da compra.

Moulton (2007), Cho e Hu (2009) e Sonenshein *et al.* (2011) retratam a existência de uma interação entre credor e devedor, e nessa relação a confiança é uma questão importante à concessão de crédito. Semelhante a esses estudos, nos resultados desta tese foi verificada a relação entre comprador e vendedor, sendo este último fonte de informação para os compradores e, em algumas situações, até influenciadores do uso do crédito. A relação entre credor e devedor citada nos estudos diz respeito a contratos de longo prazo com valores altos e a participação de instituições financeiras. Já nesta tese a relação foi entre vendedores de lojas e as famílias compradoras, em que a relação também é baseada na confiança. Tanto nos estudos referenciados quanto nesta tese, esse campo de investigação se mostrou incipiente e carecendo de esforço maior na realização de pesquisa com foco nessa relação.

O modelo decisório de Kamleitner e Kirchler (2007) demonstra uma linearidade em relação ao processo decisório e uma racionalidade nas decisões. Contudo, o que se observou pelos dados é que esse processo não era realizado de forma linear, seguindo etapa por etapa e nem era racional. Algumas famílias compraram bens de alto valor ou construíram uma casa, sem realizar o processo como posto na literatura. A oportunidade e o impulso do momento vivenciados pelas famílias foram os motivadores das ações, sem passar pelas etapas do processo decisório conforme versa a literatura sobre este tema.

Por fim, nota-se que existe uma lacuna, em âmbito brasileiro, com relação ao processo decisório sobre uso do crédito, visto que os trabalhos que dedicaram a estudar este tema foram encontrados em periódicos internacionais. Isso aufere uma validade interna à categoria “processo decisório” como um conceito importante para entendimento das experiências

de uso do crédito pelas famílias da classe C. Nesse sentido, os resultados encontrados auxiliam a suprir a carência de estudos, no âmbito brasileiro, com foco no processo decisório, o que reforça ainda mais, a importância da teoria substantiva gerada.

5.4. Fatores Influenciadores do Uso do Crédito

No item 2.2 do referencial teórico, foram apresentados alguns estudos sobre os aspectos gerais do processo decisório das famílias em relação ao crédito, bem como uma gama de fatores que influenciam nesse processo. Pelas referências citadas, o estudo do uso do crédito associado ao consumo pode ser considerado uma área multidisciplinar, uma vez que as famílias no seu processo decisório podem sofrer influência de vários fatores. Kamleitner *et al.* (2012) corroboram essa verificação ao argumentarem que a utilização de crédito é um fenômeno multifacetado, dinâmico e complexo influenciado por multiplicidade de fatores pessoais, psicológicas, sociais e econômicos.

Nessa mesma linha de pensamento, Lea *et al.* (1995) ressaltam que há evidência de que vários fatores têm influência no uso do crédito. Contudo, espera-se que todos eles sejam, em certa medida, inter-relacionados, não sendo claro quais deles têm mais efeitos. Já Cosma e Pattarin (2012) especificam que os fatores que influenciam o uso do crédito estão relacionados a personalidade, motivações, preferências, atitudes e situação financeira das famílias.

Comparando as verificações dos autores supracitados com os dados encontrados nesta tese, mais especificamente na categoria “fatores influenciadores do uso”, pode-se constatar que o uso do crédito é um fenômeno multifacetado, influenciado por vários fatores. Nesta tese, os códigos relacionados aos fatores influenciadores foram agrupados em cinco subcategorias: as influências para o uso, a presença de filhos, os motivos de usar o crédito, as vantagens e desvantagens e o juízo de valores. Todos os fatores, de alguma forma e em algum momento, influenciaram as famílias pesquisadas no uso do crédito.

Entre os fatores evidenciados na teoria substantiva e nos estudos abordados, destaca-se a presença de filhos. Kirchler *et al.* (2012) descrevem

que essa presença pode influenciar, de forma direta ou indireta, no uso do crédito. Nos resultados desta pesquisa, também se percebe que essa influência é indireta. Por exemplo, o nascimento do filho gera a necessidade de bens para o acolhimento da criança, como trocar a moto por carro, móveis para o quarto da criança e, de forma direta, quando o filho quer um telefone celular e precisa de um sapato, um livro ou um brinquedo, entre outros.

Já para Cunha (2013) os filhos são motivadores de compras e, em alguns casos, de endividamento das famílias, visto que pais podem endividar-se para diminuir a pressão social sobre seus filhos para usarem determinados bens e disfarçar suas condições de pobreza. Esse tipo de influência não se verificou nas famílias pesquisadas. A preocupação das famílias era com a educação dos filhos e com o futuro deles. As vontades dos filhos eram satisfeitas dentro do possível, mas sempre com o uso do crédito. Notou-se que há valores cultuados pelas famílias e eram passados para os filhos, a exemplo da não preocupação com luxo, materialismo, condições financeiras da família e saber viver com essa realidade, o que balizava o uso do crédito para atender às necessidades dos filhos.

A influência do juízo de valor no uso do crédito faz que as famílias determinem para que tipo de bens ou serviços o crédito deve ser usado. Poucas pesquisas foram encontradas na literatura que aprofundassem nesse tema. No trabalho de Viaud e Roland-Lévy (2000), verifica-se a presença desse juízo quando o crédito é usado para compra de imóveis ou de carro é percebida como necessidade e aceita pelas famílias. Verifica-se também se o crédito para compra de outros bens não relacionados ao bem-estar da família era visto como dívida e tendo conotações negativas. Nesse mesmo sentido, Yaccoub (2011) afirma que para a família da Classe C comprar eletroeletrônicos e bens de uso comum é moralmente aceito e adquirir bens duráveis que darão conforto e bem-estar à família é algo positivo e bem visto, pois é considerado investimento. Assim, a influência do juízo de valor descrito na teoria construída expande essa visão e dá mais subsídio para o entendimento de como os valores pessoais balizam o processo decisório sobre o uso do crédito.

Um ponto em que a teoria descrita contrasta com outros estudos sobre o crédito é a influência dos fatores sociais, que tornam o crédito uma forma de

distinção ou competição social, e os consumidores recorrem ao crédito para manter o consumo conspícuo (CHRISTEN; MORGAN, 2005); ou para se igualar materialmente ao seu grupo de referência (KAMLEITNER *et al.*, 2012); ou para buscar a emulação social, por meio da compra de produtos associados a classes sociais mais altas (SANTOS *et al.*, 2013); ou para recuperar o atraso material em relação às famílias da mesma classe (CHRISTEN; MORGAN, 2005).

Conforme descrito na categoria “fatores influenciadores do uso” existe influência de valores pessoais no uso do crédito. As famílias relataram não preocuparem com as posses de outras famílias e tentavam passar esse ensinamento para os filhos. Valores como viver na simplicidade, viver com o necessário e o desapego material eram alguns desses que contrastam com a busca por distinção, comparação ou competição social. Os cônjuges demonstraram estar mais preocupados com o conforto e o bem-estar da família, do que com as posses dos outros ou tentar demonstrar ter uma condição financeira e material que não tinham.

Em uma visão mais crítica, algumas famílias perceberam a influência do consumismo no uso do crédito, conforme descrito na categoria “fatores influenciadores do uso”. As famílias têm essa visão crítica de que saciar os desejos sem pensar nas consequências, a compra impulsiva e a moda influenciam as pessoas a usarem o crédito. Esse resultado está de acordo com a visão de Bauman (2008) de que o crédito é ferramenta essencial para que as pessoas consigam ter acesso a bens e serviços de forma imediata, promovendo, encorajando e reforçando um estilo de vida consumista.

5.5. Os Problemas com Uso do Crédito

Nos últimos anos houve crescimento da publicidade direcionada ao crédito e maior aceitação deste pelos consumidores. Esses são alguns dos fatores relacionados ao superendividamento das pessoas. O problema do endividamento gera a falta de liquidez do consumidor e, em alguns casos, leva à falência financeira. Essas duas situações têm reflexos diretos em toda a família do indivíduo e podem resultar em sua exclusão da sociedade de consumo (MARQUES, 2012).

Tanto os problemas quanto as consequências podem variar de um grau leve até um mais grave. Levando em consideração as falas dos entrevistados, vários fatores geram problemas com o uso do crédito, sendo os principais a falta de controle do orçamento, a compra impulsiva e a falta de informações sobre o crédito.

A falta de controle financeiro também foi uma das principais causas de problemas com crédito, citadas na literatura. Destacam-se aqui Flores *et al.* (2013) e Donnelly *et al.* (2013), que verificaram a existência de tendência de pessoas materialistas para não se envolverem na gestão de crédito e incorrerem em problemas no uso dessa ferramenta de compra. Lea *et al.* (1995) destacam que a forma de gestão do orçamento doméstico tem correlação com o uso do crédito, e os devedores graves exercem pouca ou nenhuma gestão do orçamento (LEA *et al.*, 1995).

Em decorrência dos problemas com o crédito, as famílias sofrem com as consequências desse mau uso. Na teoria substantiva proposta, as consequências podem ser financeiras e psicológicas, sendo estas últimas as que mais aparecem nas falas dos entrevistados. Existe um sofrimento psicológico decorrente do mau uso do crédito que afeta diretamente a saúde dos membros das famílias. Durante o período em que a família vivencia problemas financeiros, ela sofre com o estresse, com a vergonha da cobrança vexatória e com a sensação de impotência diante da situação. Em alguns casos surgiram problemas biológicos de saúde decorrentes da somatização desses problemas psicológicos. As consequências financeiras existem, e as famílias procuram soluções para essas situações, mas, enquanto não conseguem resolver a situação, sofrem as consequências psicológicas do processo.

Na literatura, Brown *et al.* (2005) verificaram também que existe um custo psicológico associado ao uso do crédito, à medida que a dívida se relaciona com o nível de estresse psicológico dos devedores. As evidências demonstram associação negativa entre o valor da dívida e os níveis de bem-estar psicológicos. Assim, quando o valor da dívida em atraso aumenta, o nível de bem-estar psicológico diminui. Nesse mesmo sentido, Souza (2013) encontrou resultados semelhantes ao descrito na teoria proposta, em que o estresse decorrente dos problemas financeiros, as cobranças vexatórias e os

sentimentos de impotência ou de incapacidade diante das situações de dificuldade afetam a vida das famílias.

O conflito conjugal é outra consequência observada nos resultados desta tese, que também encontra referência na literatura. Kamleitner *et al.* (2012) relatam em seus resultados que nas práticas cotidianas as questões sobre orçamento doméstico são fonte de conversas e argumentações entre os cônjuges, e os problemas com o crédito tem forte influência sobre a extensão do conflito conjugal. Já Dew (2007) afirma que a dívida atua na direção dos conflitos conjugais mais frequentes nas famílias. Segundo esse autor, os casais reconhecem que a dívida contraída torna as decisões futuras limitadas, ocasionando ressentimento entre os cônjuges em relação ao tempo e ao dinheiro necessários para saldarem a dívida, sobretudo quando um dos cônjuges assume o compromisso sozinho.

As famílias, ao se verem com problemas financeiros, buscam formas para solucionar a situação. As formas mais citadas foram a renegociação da dívida com o credor, o corte no consumo e o fazer empréstimo em uma instituição financeira para quitar a dívida. Aquelas famílias que têm reserva financeira fazem uso dessa economia para solucionar esse problema. Segundo Kamleitner *et al.* (2012), existem poucas evidências de como e que despesas são cortadas com o intuito de pagar as dívidas. Outro ponto está relacionado às implicações de tais cortes para as famílias. O que se percebe são as famílias que preferem fazer renegociação da dívida a realizar cortes no consumo.

A teoria proposta avança nessa questão, indicando que as famílias lidam com essa situação problemática usando de diversas estratégias para solucionar os problemas. A teoria avança também na questão da mudança de comportamento das famílias depois de passar por um problema de mau uso do crédito. A literatura encontrada tem enfoque nos problemas, suas causas e consequências negativas. Porém, verificou-se nessa pesquisa que existe também mudança positiva de comportamento que é muito pouco explorada: as famílias começam a mudar sua forma de consumir e de controlar as finanças, analisando melhor as situações antes de comprar e adiando o consumo caso não tenham condição de arcar com o pagamento.

5.6. Administração do Orçamento Familiar

A administração do orçamento familiar é tarefa complexa devido à multiplicidade dos recursos e à dificuldade em harmonizar os recursos financeiros, que são escassos para as necessidades, que são ilimitadas. Quando a família não realiza gerenciamento adequado de seus recursos financeiros, problemas podem ocorrer devido à falta de administração ou às práticas prejudiciais a essa administração (TEIXEIRA, 2004).

Ao contrário do que muitos acreditam, para Carvalho *et al.* (2007) o orçamento familiar é mais do que uma planilha de controle das receitas e despesas, ou seja, constitui a representação das necessidades, dos anseios e do estilo de vida da família. Segundo esse autor, por meio da administração do orçamento familiar, é possível verificar as prioridades da família, seu padrão de vida e sua capacidade de realizar seus sonhos, que vão além de mero controle de receitas e das despesas dos membros da família.

O grande desafio da administração do orçamento familiar para Carvalho *et al.* (2007) é a conscientização dos membros familiares da necessidade de organizarem todo o orçamento da família de maneira equilibrada. Ainda segundo esses autores, o gerenciamento do orçamento familiar não deve ser pensado como uma simples questão de distribuição de recursos e, sim, em um aspecto mais amplo, referente à educação para o consumo. Além disso, conforme as proposições, Lopes (2012), quando se trata de orçamento doméstico, os membros da família devem planejar as ações de compra e definir metas ao longo do tempo. Segundo Lopes (2012), para o sucesso da administração do orçamento familiar é necessário que seja colocado em prática o que foi definido como objetivos, para que o foco do orçamento seja a administração do dinheiro e não o gerenciamento de dívidas.

Pela análise da categoria “Administração do orçamento familiar” verificou-se que está é uma ferramenta importante para as famílias controlarem suas finanças e atingirem seus objetivos de consumo. No que tange às famílias pesquisadas, verificou-se que algumas delas fazem somente o controle, seja em caderno, seja em planilha eletrônica, para terem noção de sua situação financeira. Outras relataram fazer controle mental do que tem que ser pago no mês. O que se percebe é que, na prática, as famílias não destinam atenção

necessária ao orçamento familiar, no que diz respeito ao planejamento e definição de metas; fazem somente o controle para não terem problemas financeiros.

A função do controle das receitas e despesas, mesmo sendo feito sem controle formal, funciona e ajuda as famílias a não incorrer em problemas. Mas, quando se trata do planejamento de longo prazo, ficou evidente nas entrevistas que as famílias têm dificuldade de realizar esse planejamento. As famílias realizam seus sonhos de consumo de acordo com o momento vivido por elas, e falta de planejamento faz que as conquistas sejam percebidas como resultado de um esforço ao longo do tempo.

Lopes (2012) ressalta a importância de uma sinergia entre os membros das famílias para que o planejamento financeiro tenha êxito. Para isso, é necessário que cada pessoa conheça o seu papel dentro da administração do orçamento familiar. Em complemento a essa proposição, Teixeira (2004) afirma que os membros familiares devem ter objetivos comuns em relação ao orçamento familiar, e o diálogo sobre as finanças da família é uma porta para que todos se engajem na busca da economia.

Nesse sentido, pela teoria substantiva, observou-se que as famílias tomam suas decisões financeiras de forma conjunta e existe sinergia dos cônjuges em relação a quando, como e para que deve ser utilizado o crédito. Verificou-se também que cada cônjuge tem as suas obrigações financeiras dentro do controle. A decisão conjunta e o diálogo sobre o uso do crédito e das finanças da casa foram percebidos pelas famílias como importantes ações para que tivessem sucesso nas conquistas de seus sonhos e também na resolução dos problemas financeiros que algumas famílias tiveram ao longo dos anos.

Na administração do orçamento familiar, os cônjuges gerenciavam o dinheiro de forma individualizada, tendo cada um a sua conta em banco. O pagamento das contas da casa era dividido entre eles de acordo com o nível salarial. Essa estratégia era a escolhida pelos cônjuges por entenderem que ter uma conta conjunta seria motivo para desavenças. Mas, em relação às decisões sobre o uso do crédito, elas são tomadas de forma conjunta. Pahl (2008), no tocante a essa questão da divisão da gestão do dinheiro, afirma que existe nas famílias uma individualização no uso dos rendimentos motivada por um desejo de igualdade e autonomia. Para esse autor, no caso de domicílios

em que membros utilizam a estratégia de terem contas bancárias separadas, o crédito pode ser usado como forma de suprimir a diferença de renda entre os cônjuges. No caso da categoria aqui analisada, isso não foi verificado, pois, apesar de terem as contas separadas, os cônjuges não demonstraram o uso de crédito para esse fim.

Pela teoria proposta há associação entre os problemas financeiros e a administração do orçamento familiar, uma vez que a falta de adequada gestão das finanças da família leva a problemas financeiros de diversas ordens, variando de leves a graves. Essa relação também foi verificada por Lea *et al.* (1995), que verificaram a existência de associação negativa entre o índice de gestão do dinheiro e a previsão da dívida pelas famílias, demonstrando que menores índices terão impacto direto na situação de endividamento das pessoas.

5.7. Experiências com o Crédito

A categoria “experiências com o crédito” pode ser considerada importante conceito para entendimento da teoria substantiva proposta nesta tese, depois da categoria central. Ela reflete as vivências das famílias e de pessoas próximas, no que diz respeito ao uso do crédito, o aprendizado dos membros familiares sobre o uso do crédito, a socialização financeira, a avaliação das experiências, as lições aprendidas e os conselhos para o bom uso do crédito. Conforme descrito na teoria, essas experiências podem ser negativas ou positivas.

Esta categoria está associada à hipótese principal da teoria, em que o significado do crédito como algo dual advém das experiências vividas pelas famílias no seu cotidiano. As experiências na teoria proposta dizem respeito às vivências das famílias com o crédito. Isso envolve não apenas as questões práticas do uso, mas também as questões emocionais e simbólicas e o conhecimento gerado por essas vivências, que irão influir na construção do significado do crédito.

Aqui se tem uma das principais contribuições da teoria substantiva gerada para o conhecimento na área. Ao pesquisar sobre as experiências de uso do crédito para compra de bens de consumo, verificou-se que pouco tem

sido publicado sobre esse tema. O foco maior tem sido na experiência com microcrédito ou no crédito rural como dos trabalhos de Braga e Toneto Junior (2000) e Tauile (2001).

Existe na literatura sobre *marketing* e comportamento do consumidor o conceito de experiência do consumidor, que pode auxiliar na compreensão das experiências das famílias com o uso do crédito. Um dos primeiros trabalhos nessa área foi o de Holbrook e Hirschman (1982), que argumentam que o aspecto experiencial do consumo deve ser reconhecido como variável do comportamento do consumidor. O modelo de processamento de informação predominante é contrastado com uma visão experiencial que se concentra na natureza simbólica, hedônica e estética do consumo. Segundo esses autores, o modelo experiencial concentra-se em processos cognitivos mais subconscientes e privados, considerando a experiência de consumo como fenômeno voltado para a busca de fantasias (sonhos e desejos), sentimentos e diversão (prazer advindo de atividades prazerosas de consumo).

Càru e Cova (2003) argumentam que a palavra experiência é um termo abrangente que em geral é usado para indicar alguma experiência que uma pessoa tem durante a vida cotidiana. Segundo esses autores, cada disciplina científica tem sua própria concepção de experiência. Para a ciência, no sentido genérico herdado de ciências positivas, uma experiência é baseada em fatos e dados objetivos que podem ser generalizados. Para a filosofia, a experiência é um julgamento pessoal que geralmente transforma o indivíduo, ou seja, um teste que geralmente leva ao acúmulo de conhecimento. Para a sociologia e a psicologia, a experiência é subjetiva e cognitiva, permitindo que as pessoas se desenvolvam. É uma atividade cognitiva e um meio para construir a realidade. Para a antropologia, a experiência é a maneira como as pessoas vivem sua própria cultura e, especificamente, como os eventos são recebidos pela consciência. Em termos conceituais, a experiência se distingue do conceito de evento, que é algo geral, sendo a experiência algo particular que acontece com as pessoas.

Para Brasil (2007), a palavra experiência, em uma definição abrangente, está relacionada à obtenção de conhecimentos por meio dos sentidos ou das vivências de um indivíduo. Destaca-se que a base para definição de experiência de consumo é seu caráter prático e vivencial, demandando das

peças interação com subsídios que venham a amparar a criação da experiência propriamente dita. Em uma visão semelhante, Bondía (2002) afirma que a experiência pode ser entendida como aquilo que acontece com um indivíduo. A experiência é essencialmente o fruto de um encontro ou de uma relação com algo que se experimenta. O resultado dessa experiência é o “saber de experiência”, que é diferente do saber científico, do saber advindo de informações e da prática de um trabalho. O saber da experiência vem da relação entre o cotidiano da vida humana e o conhecimento adquirido pelas vivências.

Com base nessas definições sobre experiências, pode-se verificar que o conceito de experiência na teoria proposta é semelhante ao descrito pelos autores referenciados. Ele se assemelha às proposições de Càru e Cova (2003) nas visões da filosofia, sociologia e psicologia, em que a experiência é fruto de processo cognitivo e permite que as pessoas acumulem conhecimento e se desenvolvam. As famílias constroem suas experiências a partir da aprendizagem sobre o crédito e de suas vivências e da vivência de pessoas próximas. As famílias acumulam conhecimento sobre crédito, o que pode ser verificado nas subcategorias “lições aprendidas” e “conselhos para o uso”.

As experiências são frutos da experimentação do crédito pelas famílias e da experimentação das pessoas próximas. Dessa experimentação, tem-se o saber da experiência, conforme descrito por Bondía (2002), ou seja, o conhecimento adquirido com o uso do crédito. Esse saber da experiência, na teoria proposta, pode ser verificado na categoria “saber usar”. Isso confirma e reforça a proposição teórica número 3, em que o saber usar o crédito é consequência das experiências com o crédito vivenciadas pelas famílias.

Como as experiências das famílias geram conhecimento sobre o uso do crédito, essas experiências têm influência no uso futuro deste pelas famílias. Essa proposição tem respaldo em Lea *et al.* (1995), que em suas suposições afirmam que as primeiras experiências dos consumidores com o uso do crédito, sejam elas diretas ou indiretas, são importantes para utilização posterior dessa modalidade de compra.

Quando se trata da aprendizagem sobre o crédito, a teoria assemelha-se ao processo de socialização do consumidor. Além do aprendizado advindo das próprias vivências das famílias, tem-se o aprendizado com os pais que foi

muito citado pelos participantes da pesquisa. Esse resultado está de acordo com as proposições de Kamleitner *et al.* (2012), em que as famílias são um dos principais agentes de socialização para o uso do crédito. O conhecimento financeiro básico inicia-se em casa, onde as crianças aprendem com seus pais sobre o dinheiro e o consumo, bem como observando os parentes em suas tomadas de decisão.

Em vista dos argumentos apresentados, constata-se que a categoria “as experiências” é essencial para a sustentação da teoria substantiva proposta, tanto pela validade advinda da comparação com definições dos autores referenciados quanto pelo auxílio à compreensão do fenômeno foco de estudo desta tese. Os estudos sobre crédito têm seu foco na atitude em relação ao crédito, no endividamento pelo seu mau uso, no processo decisório e nas variáveis que influenciam a sua utilização. Assim, a categoria auxilia na ampliação do conhecimento sobre o uso do crédito pelas famílias, bem como no preenchimento das lacunas evidenciadas pela falta de estudos com foco na experiência das famílias com o uso desta forma de pagamento e o saber gerado dessa experimentação.

5.8. Saber Usar

Dado o exposto no item anterior, o saber usar é consequência das experiências positivas e negativas das famílias em relação ao uso do crédito. É o conhecimento gerado pelas experiências. As famílias acumulam ao longo do tempo conhecimentos de como o crédito deve ser usado, de forma a não incorrer em problemas. As experiências geram lições e noções de conselhos sobre como o crédito deve ser utilizado, as quais se transformam no conhecimento adquirido pelos membros familiares, que balizaram as decisões futuras da família. Assim, pode-se dizer que o saber usar o crédito é fruto do processo cognitivo dos membros familiares adquirido pela aprendizagem sobre o crédito e pelas experiências positivas e negativas.

Em relação às pesquisas sobre a formação do conhecimento sobre crédito, muito pouco tem sido publicado. Na verdade, elas dão ênfase à falta de conhecimento para usar o microcrédito, o crédito rural ou o cartão de crédito.

Na literatura pesquisada para esta tese se encontram alguns pontos que auxiliam o entendimento do saber adquirido pela experiência.

Ribeiro *et al.* (2013) trabalham com o conceito de literacia financeira, que se refere às informações sobre orçamento familiar que capacitam as famílias a fazer julgamentos sobre crédito, poupança e serviços bancários mais apropriados às necessidades da família. A literacia financeira pode ser conseguida por diversos meios, como: a transmissão intergeracional de conhecimento entre pais e filhos, por meio de amigos, de profissionais especializados na área da economia familiar e da mídia especializada. Para esses autores, nas famílias mais pobres o uso da experiência dos seus membros e dos amigos tem ocorrência maior. O que se verifica nos dados desta tese é que o conhecimento de como utilizar o crédito é o resultado do aprendizado das experiências pessoais de uso e das experiências dos pais e dos amigos. Algumas famílias citaram também a leitura de reportagens na internet como fonte desse conhecimento.

O saber usar como categoria teórica é a representação das famílias de como o crédito deve ser usado para que possam atingir seus objetivos de consumo sem incorrer em problemas financeiros. O saber usar o crédito não é um saber científico ou especializado, mas, sim, o conhecimento adquirido pelas vivências positivas e negativas com o uso do crédito e da interação entre as experiências pessoais, dos pais e amigos, conforme as proposições de Ribeiro *et al.* (2013).

Na representação do saber usar está incluída também a noção de educação financeira. As famílias reconhecem que lhes falta conhecimento mais técnico sobre economia familiar, tanto que uma das subcategorias identificadas nos dados foi a educação financeira. Reconhecem também que poderiam ter tomado melhores decisões caso tivessem esse conhecimento e que esse assunto deveria ser disciplina nos currículos escolares. Esse resultado corrobora as proposições de Hilgert *et al.* (2003), os quais comentam que a ligação entre conhecimento financeiro e o comportamento dos consumidores em relação ao crédito depende muito da educação financeira.

Para aqueles autores, a complexidade dos produtos financeiros e a necessidade das pessoas de ter maior segurança financeira são desencadeadores da necessidade de educação financeira. Membros familiares

com conhecimento substancial sobre economia familiar são capazes de tomar melhores decisões financeiras para suas famílias. Dessa maneira, a literacia financeira é essencial para os indivíduos e para as famílias.

5.9. Sonhos de Consumo e Perspectivas

Para entender um pouco mais das experiências das famílias pesquisadas, julgou-se necessário investigar questões relacionadas aos sonhos de consumo. Verificou-se, durante as entrevistas, que as famílias da Classe “C” sustentavam diversos sonhos de consumo. Alguns haviam sido realizados, outros ainda estavam por realizar. Os sonhos de consumo estão diretamente ligados às experiências positivas com o crédito e aos significados positivos a ele relacionados.

Os sonhos de consumo listados pelas famílias estavam associados a bens e serviços que proporcionavam segurança e bem-estar as famílias, como ter uma casa própria, carro para transporte dos filhos pequenos e móveis para conforto das famílias. Pinto (2009), ao estudar famílias de classe baixa, verificou que o principal sonho delas era a casa própria e, associado à casa, as famílias também valorizavam a posse de aparelhos eletrônicos modernos. Nesse sentido, a representação da importância do crédito pelas famílias perpassa esses sonhos de consumo, visto que poder realizar esses sonhos de consumo a partir do uso do crédito gera nas famílias o reconhecimento do valor dele como facilitador desse processo.

A literatura descrita sobre a sociedade de consumo e o crédito corrobora a importância da categoria “sonhos de consumo e perspectivas” como parte da experiência com o crédito e como construtora dos significados positivos do crédito. Nesse contexto, Silva (2008) destaca que o crédito é um meio para que as pessoas comprem bens e serviços cumprindo uma função que vai além da sua função econômica. O crédito tem função social para as famílias, pois possibilita a elas a aquisição de moradia e de bens e serviços em geral. Além disso, o crédito facilita a efetivação de sonhos para os quais as pessoas não dispõem de recursos suficientes.

De acordo com Campell (2001), na sociedade de consumo os indivíduos utilizam suas faculdades imaginativas e criativas para criarem imagens mentais

sobre alguma coisa. O crédito exerce importante papel, transformando o que se sonha em realidade, sem ter que esperar um tempo de poupança para que a realização desse sonho seja alcançada. Dessa forma, o crédito tornou-se antecipador do futuro imaginado pelos consumidores.

Sonhar com os bens de consumo duráveis para a família é algo prazeroso. Ao realizar esses sonhos e atribuir significados aos bens adquiridos com o uso do crédito, os membros familiares experimentam os sentimentos de realização, conquista e vitória. Assim, o crédito também serve, como relata Campbell (2001), de apoio à elaboração de devaneios.

Associado aos sonhos de consumo, as famílias têm perspectivas favoráveis ao uso do crédito. Essas perspectivas dizem respeito à melhoria da situação financeira e da qualidade de vida da família. As famílias não descartam o uso do crédito para que os sonhos futuros sejam realizados, e algumas foram enfáticas em afirmar que ele será usado. Brown *et al.* (2005) também indicam que famílias com expectativas financeiras otimistas têm tendência a fazer maior uso do crédito. Para esses autores, as expectativas financeiras otimistas impactam positivamente o montante da dívida dos consumidores, e as pessoas com expectativas positivas têm de 6 a 15 vezes mais chance de usar o crédito do que aqueles com expectativas pessimistas. Apesar de esse estudo ter o foco no endividamento dos consumidores individuais, os resultados têm similaridade com os encontrados neste estudo para a categoria sonhos de consumo e perspectivas. De certa forma, as perspectivas das famílias e a possibilidade de usar o crédito para realização dos sonhos podem ser motivos de endividamento futuro caso não observem os devidos cuidados.

Quanto à proposição descrita na teoria de que os sonhos de consumo e perspectiva das famílias influenciam na construção de significado e na propensão ao uso do crédito, pode-se verificar que o crédito foi considerado facilitador da vida das famílias, no que diz respeito à realização dos sonhos de consumo. Somente em uma família o uso do crédito não estava associado aos sonhos de consumo, demonstrando a importância dessa ferramenta para atingir os sonhos de consumo. No trabalho de Cunha (2013), pode-se verificar essa mesma relação do uso do crédito para tornar os sonhos de consumo realidade, mas, segundo essa autora, essa não era a realidade de todas as

famílias. Em alguns casos, verificou-se que o uso do crédito não tinha nenhuma relação com a realização do sonho. Pinto (2009) destaca também a categoria “sonhos de consumo”, como uma condição que interfere nos aspectos simbólicos de consumo das famílias de baixa renda, em relação ao consumo de aparelhos eletrônicos.

Ligados aos sonhos de consumo estão os significados dos bens. Os significados desses bens diziam respeito ao esforço despendido pela família para aquisição desses bens. Tinham o significado de vitória, conquista e trabalho devido às lutas do cotidiano para conseguirem realizar os sonhos de consumo. Esses significados estão de acordo com as proposições de Vicente (2010) de que os bens e serviços adquiridos pelas famílias da Classe C são a materialização dos esforços na busca por uma vida melhor, reforçando a autoestima e a consolidação de uma identidade que possa ser compartilhada com outros. Associado a esses significados, Saraiva *et al.* (2015) relatam que uma característica do estilo de vida da Classe C é o aumento do potencial de consumo e o que esses autores chamam de “vencer na vida”. Os bens de consumo, a formatura de um filho em curso superior e a melhoria do bem-estar da família passam a ideia de vencer na vida.

5.10. A Dualidade de Sentimentos

O uso do crédito pelas famílias envolve uma dualidade de sentimentos. Estes não têm relação com os problemas do mau uso do crédito, mas são inerentes ao seu processo de uso. Ao utilizarem o crédito, as famílias vivenciam um misto de sentimentos relacionados à alegria e satisfação advindos da compra do bem desejado e ao medo e preocupação de que imprevistos aconteçam e possam causar problemas financeiros.

Em relação à literatura na área de crédito ao consumidor o foco dos estudos sobre sentimentos está relacionado às consequências do mau uso do crédito, conforme descrito na categoria “problemas com uso do crédito”. Outro aspecto destacado na literatura diz respeito à influência dos sentimentos negativos no uso do crédito para compras compensatórias. Nesse sentido, Faber e Christenson (1996) afirmam que a compulsividade no processo de compra pode ser usada como resposta compensatória a um sentimento de

tristeza, depressão ou frustração. Assim, na falta de dinheiro o crédito pode ser usado para a concretização dessa compra compensatória.

Da mesma forma, Oliveria *et al.* (2004) verificaram que compra compulsiva é um estado de descontrole emocional, sendo utilizada como meio de minimizar sentimentos negativos. Ao estudarem jovens com propensão à compulsividade, esses autores verificaram que o cartão de crédito é usado de maneira mais intensa por esses jovens.

Na teoria proposta, a dualidade de sentimentos é consequência do significado dual do crédito. A representação do crédito como tendo dois lados, um positivo e outro negativo, gera nos membros das famílias a dualidade de sentimentos: a alegria da compra e a preocupação e medo de endividar. As famílias têm consciência de que imprevistos podem acontecer durante o período de pagamento das parcelas do crédito, por isso vivenciam um misto de sentimentos relacionados a essa forma de pagamento. Nesse ponto, a teoria proposta contribui para a expansão do conhecimento, pois pouco se tem estudado sobre a dualidade de sentimentos envolvidos no processo de uso do crédito e como as famílias lidam com esses sentimentos para que não tenham influências negativas no cotidiano familiar.

5.11. Dilema Crédito x Poupança

A categoria “Dilema Crédito *versus* Poupança” evidencia a visão dos entrevistados sobre algumas questões relacionadas ao antagonismo entre crédito e poupança. A categoria proposta foi interpretada como consequência do significado atribuído ao crédito pelas famílias, pois não tem relação direta com a tomada de decisão entre poupar e usar o crédito, mas, sim, com a preocupação das famílias em não terem a segurança da poupança caso algum imprevisto financeiro aconteça e tenham problemas para cumprir com o pagamento financeiro assumido. Essa percepção de que imprevistos podem acontecer, aliado ao fato de não conseguirem ter a poupança para momentos de imprevistos, faz que as famílias vivam esse dilema.

Na revisão de literatura foram abordados alguns pontos com relação ao crédito e a poupança. Lea *et al.* (1995) destacam a importância do horizonte de tempo dos indivíduos no processo de compra ao longo de um período. Pela

análise do horizonte temporal é possível verificar que os indivíduos que não conseguem adiar a compra de um bem têm menor probabilidade de poupar e maior de usar o crédito. Na categoria “dilema crédito *versus* poupança”, essa relação pode ser observada, visto que algumas famílias preferiam usar o crédito e antecipar o benefício do bem, mesmo sabendo que poupar para comprar seria a melhor opção.

Na visão de Caplovitz (1968), na sociedade de crédito os indivíduos deixaram de lado o padrão tradicional de poupar primeiro e comprar depois para comprar primeiro e realizar pagamentos mensais posteriores, isto é, a aquisição de bens hoje, com base na perspectiva de renda. Baudrillard (1995) sugere que o crédito liberta as pessoas do tabu da poupança, exercendo influência no comportamento de consumo sob o discurso da facilidade de acesso aos bens. Assim, o crédito pode ser entendido como poupança forçada, em que o consumo precede o recebimento da renda, levando as pessoas a consumirem primeiro para depois se esforçarem para conseguir a renda necessária e pagar a dívida futura.

Em complemento ao exposto, Ribeiro *et al.* (2013) argumentam que existe distinção entre as representações sociais de crédito e a poupança, sendo esta vista como obrigação moral e motivo de orgulho pelos indivíduos. A poupança está associada também à imagem de estabilidade no fim da vida ou como contingência em períodos difíceis. Entretanto, o crédito era percebido como consumo financeiramente sustentável, desde que usado de forma a não comprometer a capacidade de reembolsar os valores devidos.

Em relação às famílias pesquisadas, dois elementos relatados por Ribeiro *et al.* (2013) puderam ser percebidos nas falas. A poupança era vista como obrigação moral e como contingência em períodos de dificuldades. As famílias valorizavam a poupança e demonstravam interesse em fazê-la no futuro, pois acreditavam que é uma obrigação, como os pais faziam. Entretanto, os entrevistados percebiam a poupança como forma de contingência para cobrir possíveis imprevistos.

A proposição de Baudrillard (1995) do crédito como poupança forçada também pode ser observada na categoria descrita nesta seção. Algumas famílias tinham a visão do crédito como forma de poupar, sendo a lógica que percebiam de que as parcelas do crédito utilizado seriam o valor poupado

mensalmente. O crédito gera a obrigação e necessidade de disciplina que não teriam no caso da poupança.

A categoria “dilema crédito *versus* poupança” está de acordo com o que os autores citados relatam sobre a relação crédito/poupança. Nesse sentido, ela contribui para o entendimento do uso do crédito e da afirmação do conhecimento na área substantiva desta pesquisa, além de integrar as proposições dos estudos em uma categoria de análise.

5.12. Significados do Crédito

A atividade creditícia era vista como sinônimo de dinheiro, mas com o tempo passou a ser percebida como uma maneira de adquirir um bem ou serviço com a promessa de pagamento futuro (BERQUÓ, 2013). Nessa perspectiva, o crédito ao consumidor não pode ser desvinculado do ato de consumo. Berquó (2013) afirma ainda, que o crédito pode ser considerado uma mercadoria, que é demandada pelos consumidores e por isso, pode ter significados diferentes a depender da maneira como as pessoas utilizam da finalidade do uso.

A manipulação simbólica em relação ao crédito enquanto uma mercadoria, não se diferencia da manipulação simbólica de outros objetos pelos indivíduos. Outros autores como Viaud e Roland-Lévy (2000), Mattoso e Rocha (2009), Pinto (2009), Oliveira e Jesus (2013) e Ribeiro et al (2013) também corroboram com a perspectiva da significação do crédito para as famílias, como algo além da sua função principal.

Consoante o que está descrito nas categorias de análise, pode-se verificar que para as famílias pesquisadas o crédito assume vários significados, corroborando as proposições dos autores citados neste trabalho. O crédito assume significado de “ter o nome limpo”, em concordância com o que descreveram Pinto (2009) e Mattoso e Rocha (2009). Contudo, constata-se uma ampliação dessa visão, em que ter o nome limpo retrata a credibilidade da pessoa, dando aos membros familiares o reconhecimento de que são bons pagadores e, por isso, dignos de confiança. Nesse sentido, existe o cuidado para manter a credibilidade, pois ter o nome sujo é motivo de vergonha e indica falta de caráter.

A credibilidade pessoal pode ser considerada como distinção entre aqueles que têm o crédito e os que não o possuem. Quem tem crédito é diferente de quem não tem e pode usufruir dos benefícios de tê-lo e poder comprar e pagar depois, sendo a confiança a garantia do pagamento em dia. O sentimento de ter crédito aufere ao tomador *status* (MATTOSO; ROCHA, 2009) e prestígio social (BERQUÓ, 2013), pois o fato de obter confiança do credor distingue o tomador das outras pessoas que não têm o mesmo tratamento.

O poder de compra foi outro significado encontrado nas falas dos entrevistados, referindo-se ao poder e liberdade de escolher e comprar bens que não teriam condições sem o uso do crédito. Esse poder é evidenciado nos estudos de Oliveira (2012), Santana *et al.* (2012) e Souza *et al.* (2013) e a liberdade de compra, no trabalho de Yaccoub (2011). Segundo esta última autora, o conceito de consumo restritivo não pode ser aplicado à nova classe média, visto que o acesso ao crédito possibilitou a compra de diversos produtos sem que o orçamento familiar fosse afetado.

Em relação ao significado do crédito como facilitador da vida das famílias, no sentido de tornar as coisas mais fáceis em se tratando do consumo, pouco se encontrou na literatura. Com relação a esse ponto, Oliveira (2012) relata que o uso do crédito é um facilitador da ascensão social, pois as famílias da Classe C conseguem parcelar a compra em valores que cabem no orçamento familiar.

Quanto ao significado do crédito como segurança para as famílias, não foram encontrados autores que fizessem referência a esse achado. Isso indica mais uma contribuição deste trabalho para o entendimento do significado do crédito para famílias da Classe C, que percebem no crédito uma forma de segurança para momentos de necessidades ou de imprevistos.

Os significados descritos fazem alusão a uma conotação positiva do crédito e de sua importância na vida das famílias. Porém, nas análises também foram identificados significados que representam conotação negativa do crédito, como: risco, dívida, ilusão e ferramenta perigosa. Na literatura sobre os significados, pouco se encontra sobre essa conotação negativa.

Os autores apresentados neste estudo chamam atenção para o cuidado de que se deve ter ao usar o crédito. Para Campbell (2001) e Milnitzky (2003), deve-se ter esse cuidado, pois as necessidades e desejos são ilimitados, já os

recursos financeiros são limitados e o uso indiscriminado pode levar os consumidores ao endividamento constante, pelo uso do crédito para atender a essas necessidades e desejos. Complementando, Hennigen *et al.* (2015) chamam atenção para o fato de que, apesar de o crédito potencializar o poder de compra, ele não potencializa o rendimento dos indivíduos, o que pode ocasionar problemas financeiros. Ao chamar atenção para o cuidado com o crédito, os autores implicitamente evidenciam que ele tem um lado bom, mas também o ruim, o que confirma a categoria central da teoria proposta.

Essa percepção dos dois lados do crédito foi encontrada também no trabalho de Viaud e Roland-Lévy (2000). Estes autores, ao pesquisarem sobre as representações sociais de crédito e dívida, por meio da técnica de análise lexical, encontraram uma classe de palavras que demonstravam concepção ambivalente do crédito: de um lado, este parecia ser uma necessidade e, por outro, uma situação de risco. Segundo esses autores, as relações das famílias com o crédito podem ser explicadas mais detalhadamente por essas imagens contrastadas e ambivalentes e, algumas vezes, extremamente negativas.

É nesse ponto que se encontra a principal contribuição da teoria substantiva proposta. A representação da ambivalência do crédito é o que mais se destacou nas falas dos entrevistados e, pelas análises, pode-se verificar que esse significado advém das experiências positivas e negativas, pessoais, de parentes e amigos, com o crédito. Nesse sentido, o significado é construído a partir da interação das experiências das famílias, de seus parentes e de seus amigos e de pessoas próximas, mesmo não havendo ligação de parentesco ou de amizade.

O trabalho de Viaud e Roland-Lévy (2000) somente demonstra que existe essa ambivalência em relação ao uso do crédito, mas não explica como se constrói essa significação. Em contrapartida, a teoria aqui proposta explica como é construído esse significado, como se dá a relação com os outros significados e como esse significado influencia as decisões sobre o uso do crédito pelas famílias.

5.13. Síntese das Contribuições Teóricas

Diante de todas as discussões apresentadas nos itens anteriores, busca-se por este tópico evidenciar as contribuições do modelo teórico gerado em relação à literatura sobre crédito e demonstrar a validade interna do modelo teórico para explicar o fenômeno estudado: uso do crédito pelas famílias de Classe C. No Quadro 11 é apresentada uma síntese destas contribuições para o desenvolvimento do conhecimento.

Quadro 11: Contribuições da teoria substantiva em relação literatura (continua)

Categorias	Aspectos teóricos do modelo
Aspectos gerais do uso do crédito	A categoria “aspectos gerais do uso do crédito” tem um embasamento na literatura sobre crédito, confirmando a importância dessa categoria para a teoria substantiva gerada, dando sustentação e validade a ela como elemento contextual do uso do crédito.
Processo Decisório	Os resultados encontrados contribuem a suprir a carência de estudos, no âmbito brasileiro, com foco no processo decisório. Nesse sentido, a teoria gerada avança no desenvolvimento do conhecimento de como as famílias tomam suas decisões em relação ao uso do crédito para atingir seus sonhos de consumo.
Fatores Influenciadores do uso	Alguns estudos sobre o crédito afirmam que o crédito é uma forma de competição social e os consumidores recorrem ao crédito para manter o consumo conspícuo; ou para se igualar materialmente ao seu grupo de referência ou a classes sociais mais altas. Neste ponto, a teoria gerada contrasta com essas proposições, pois estes fatores não foram relatados pelos participantes da pesquisa. Os fatores influenciadores do uso do crédito estavam ligados à presença de filhos, as vantagens de se usar o crédito, a facilidade de acesso ao crédito e os valores e crenças cultivadas pelas famílias, como: viver com o necessário e o desapego material.
Problemas com uso do crédito	A literatura revisada foca nos problemas e consequências para as famílias, mas não explica como as famílias resolvem esses problemas. A teoria proposta avança nessa questão, indicando como as famílias lidam com essas situações problemáticas, ao usarem de diversas estratégias para solucionar os problemas. A teoria avança também na questão da mudança de comportamento das famílias depois de passar por um problema de mau uso do crédito. Verificou-se que existe uma mudança positiva de comportamento, que mudaram a forma de consumir, de controlar as finanças, analisando melhor as situações antes de comprar.
Experiências com o crédito	A categoria auxilia na ampliação do conhecimento sobre uso do crédito pelas famílias, bem como no preenchimento das lacunas evidenciadas pela falta de estudos com foco nas experiências das famílias em relação ao uso do crédito e o saber gerado dessa experimentação.

Quadro 11: Contribuições da teoria substantiva em relação literatura (conclusão)

Saber Usar	A categoria “saber usar” contribui para discussão do uso consciente do crédito. O saber usar como categoria teórica é a representação das famílias de como o crédito deve ser usado para que possam atingir seus objetivos de consumo, sem incorrer em problemas financeiros. O saber usar o crédito não é um saber científico ou especializado, mas sim o conhecimento adquirido pelas experiências positivas e negativas com o uso do crédito.
Sonhos de consumo e perspectivas	A literatura descrita sobre a relação entre sociedade de consumo e crédito corrobora com a importância da categoria “sonhos de consumo e perspectivas” como parte da experiência com o crédito e como construtora dos significados positivos do crédito. Esta categoria faz parte dos projetos de vida das famílias, indicando uma relação entre esses projetos e o uso crédito.
Dualidade de Sentimentos	As famílias durante o período de pagamento das parcelas do crédito vivenciam um misto de sentimentos positivos e negativos. Nesse ponto a teoria proposta contribui para expansão do conhecimento, pois pouco se tem estudado sobre os sentimentos envolvidos no processo de uso do crédito e como as famílias lidam com esses sentimentos, para que não tenham influências negativas no cotidiano familiar.
Dilema crédito <i>versus</i> poupança	A categoria “dilema crédito <i>versus</i> poupança” está de acordo com a literatura sobre a relação entre crédito e poupança. Nesse sentido ela contribui para o entendimento do uso do crédito e da afirmação do conhecimento na área substantiva desta pesquisa, além de integrar as proposições de vários estudos em uma categoria de análise.
Significado do crédito	Nas análises foram identificados significados com conotações positivas e negativas relativas ao crédito. Nesse ponto que se encontra a principal contribuição da teoria substantiva proposta. A representação da “ambivalência do crédito” é o que mais se destacou nas falas dos entrevistados e pelas análises pôde-se verificar que este significado advém das experiências positivas e negativas, pessoais, de parentes e amigos, com crédito. Nesse sentido, o significado ambivalente do crédito é construído a partir da interação das experiências das famílias, de seus parentes e de seus amigos e de pessoas próximas.

Fonte: Elaborado pelo autor

Pela análise do Quadro 11 verifica-se que a teoria substantiva desenvolvida nesta tese é repleta de contribuições para a literatura sobre uso do crédito. O esforço empreendido na construção do modelo teórico proposto culminou com a teoria substantiva que vai ao encontro de pesquisas relacionadas ao campo de estudo da família e do consumo. As contribuições também se relacionam com estudos orientados para explorar a construção de significados pelas famílias, por meio das experiências vividas.

A seguir são apresentadas as conclusões da pesquisa, bem como sugestões para trabalhos futuros a partir de pontos que não foram possíveis aprofundar nesta tese. Além disso, são salientadas algumas limitações e recomendações sobre a aplicação da teoria substantiva gerada.

5. CONCLUSÕES

O crédito tem assumido enorme importância, tanto para a economia de vários países quanto para as famílias alcançarem seus objetivos de consumo. A maior aceitação e facilidade de acesso ao crédito influenciam significativamente a forma como os indivíduos consomem, principalmente no que diz respeito a bens e serviços antes considerados inacessíveis. Daí a relevância dos estudos sobre este tema.

Nesse sentido, esta pesquisa buscou compreender, por meio da construção de uma teoria substantiva, como as experiências das famílias da Classe C com o uso do crédito se relacionam com questões sociais e simbólicas envolvidas na compra de bens de consumo. Com base nessa questão, a proposta da teoria substantiva descrita nesta tese atende à questão orientadora da pesquisa, preenchendo as lacunas descritas na problemática apresentada na Introdução.

Durante a pesquisa verificou-se, pelos relatos dos cônjuges entrevistados, que as famílias tinham vários elementos relacionados a um projeto de vida, mesmo não sendo projetos estruturados com metas e planos bem definidos, conforme versa a literatura sobre a área. Os sonhos de consumo, o desejo ter uma moradia própria, fazer viagens em família, a preocupação com a educação dos filhos e as perspectivas futuras em relação à situação financeira ou a melhora do bem-estar da família são relatos citados que podem ser entendidos como questões sociais relacionadas a um projeto de vida familiar. Os aspectos simbólicos do uso do crédito estavam relacionados aos significados dos bens de consumo, da casa e do próprio crédito, para famílias.

Dado o exposto, pode-se concluir que as questões sociais e simbólicas se relacionaram com o uso do crédito, na medida em que este auxilia na realização dos projetos de vida das famílias de Classe C. As famílias, com o uso do crédito, puderam comprar carro, casa e bens de consumo para a casa e algumas ainda cogitavam a possibilidade de usar o crédito para que os filhos pudessem estudar no exterior ou para fazerem viagens em família. Além disso, os significados positivos do crédito estavam associados a essas realizações, pois nas representações das famílias o crédito era visto como poder de

compra, facilitador da vida das famílias e realizador de sonhos. Contudo, as famílias sempre tinham em mente os significados negativos, que também influenciavam na realização desses projetos, fazendo com fossem prudentes no uso do crédito para não incorrerem em problemas financeiros e terem os seus projetos frustrados.

Em virtude do que foi mencionado, a principal contribuição desta tese foi a proposição de um modelo teórico que demonstrou a relação do crédito com as questões sociais e simbólicas inerentes ao cotidiano das famílias de Classe C, evidenciando os significados atribuídos ao crédito e como as famílias constroem esses significados a partir de suas próprias experiências com o crédito e das experiências de familiares e amigos.

O processo de construção da teoria substantiva por meio da abordagem da *Grounded Theory* possibilitou analisar as experiências das famílias com o uso do crédito e identificar as influências positivas e negativas que essas vivências têm no cotidiano familiar da Classe C. Ao usarem o crédito para o consumo, as famílias sofrem influências de sentimentos positivos: a alegria e satisfação da conquista; e de sentimentos negativos: a preocupação com os pagamentos da dívida e o medo de ficarem endividadas.

Algumas famílias, por falta de controle, passaram por problemas financeiros por causa do mau uso do crédito, que acarretaram diversas consequências, umas mais graves, outras menos, indicando que existe forte influência do crédito no bem-estar das famílias pesquisadas. O uso do crédito possibilitou também o acesso a bens e serviços que davam o conforto e segurança aos membros familiares.

Pela teoria, pode-se compreender a importância do crédito para as famílias da Classe C, principalmente no que diz respeito à realização dos sonhos de consumo. As famílias adquiriram carros, motos, móveis, eletrodomésticos e eletroeletrônicos, bens considerados por elas essenciais para o bom andamento da vida familiar. Essa importância está associada à facilidade de acesso aos bens e ao poder de compra auferido pelo crédito às famílias para conseguirem realizar seus objetivos de consumo.

Os aspectos sociais e simbólicos associados ao uso do crédito é o ponto-chave da teoria construída, pois elucida os significados atribuídos ao crédito e explica como as famílias da Classe C constroem esses significados.

Pode-se afirmar, em razão das análises realizadas, que o crédito tem dois lados, um com conotação positiva e outro com conotação negativa. As conotações positivas envolvem os significados do crédito como poder de compra, facilitador da vida das famílias, credibilidade pessoal e segurança, enquanto as negativas dizem respeito ao entendimento do crédito como risco, dívida e ferramenta perigosa. Dado o exposto, pode-se concluir que o crédito tem significado mais amplo, que abrange as duas conotações. Para representar essa visão dual, foi criada a categoria central “ambivalência do crédito”, que foi a que obteve maior número de citações ligadas a ela.

Ao longo da pesquisa de campo e dos processos de codificação aberta, axial e seletiva proposta na execução da *Grounded Theory*, chegou-se ao modelo teórico com base nas seguintes categorias: processo decisório, fatores influenciadores do uso, problemas com o uso do crédito, administração do orçamento familiar, experiências quanto ao uso do crédito, saber usar, sonhos de consumo e perspectivas, dualidade de sentimentos, aspectos gerais de uso, dilema crédito *versus* poupança e os significados do crédito.

Essas categorias foram definidas com base no agrupamento de códigos de conteúdo semelhante, sendo a categoria central o conceito organizador do modelo. A hipótese geral da pesquisa foi definida como: “em um ambiente caracterizado pela aceitação do crédito, as famílias de Classe C transferem significados ao crédito por meio de experiências positivas e negativas obtidas por meio do uso deste”. Essas experiências são advindas das vivências dos membros familiares, de seus parentes e de seus amigos.

Em vista dos elementos apresentados, pode-se concluir que os objetivos desta tese foram alcançados, visto que, pela teoria substantiva gerada, se consegue explicar como as experiências com o uso do crédito se relacionam com as questões sociais e simbólicas inerentes ao consumo de bens e serviços duráveis e como essas experiências e os significados do crédito influenciam o cotidiano das famílias.

Os resultados da teoria substantiva gerada foram comparados com a literatura brasileira e internacional sobre crédito, com o intuito de identificar semelhanças, diferenças e complementaridade. Verificou-se que algumas categorias da pesquisa tiveram semelhanças com outros estudos e alguns resultados encontrados na literatura são aderentes às várias categorias e

relações criadas. Contudo, a intenção é dar destaque às implicações da teoria gerada para a literatura sobre o uso do crédito pelas famílias.

Em virtude das comparações feitas, entende-se que embasam essa teoria as perspectivas psicológicas, do interacionismo simbólico, da cultura e do consumo. Pela perspectiva psicológica, conseguem-se as bases para entender os sentimentos, a atitude e as consequências emocionais do mau uso do crédito. Pela perspectiva da cultura do consumo, compreende-se o contexto do uso do crédito e da atribuição de significado com base nos sonhos de consumo das famílias. Pela perspectiva do interacionismo simbólico, tem-se o entendimento das experiências pessoais e de parentes e amigos com o uso do crédito que auxiliam na construção desses significados.

Cabe ressaltar também que os resultados desta tese integram diversos estudos pontuais e dispersos, oriundos de diversos países, em modelo teórico que busca preencher a lacuna verificada da falta de estudos que envolvam o uso do crédito em uma perspectiva simbólica. Além disso, contribuem para o conhecimento teórico sobre o significado do crédito, de seu uso pelas famílias e de suas implicações para o cotidiano familiar. A integração dos estudos e a expansão do conhecimento na área substantiva estudada constituem, por conseguinte, outra importante implicação desta tese para a literatura.

Em virtude das opções metodológicas assumidas nesta pesquisa, é importante ressaltar que os resultados fazem referência a um fenômeno específico pesquisado em uma área substantiva: o uso do crédito para compra de bens de consumo duráveis por famílias da Classe C, na cidade de Viçosa, interior do Estado de Minas Gerais. Assim, ao se pensar em generalizações para outras cidades mineiras ou de outros Estados, estas devem ser feitas com precaução e realizadas com critérios. Entretanto, experiências com crédito para compra de bens de consumo duráveis por famílias da Classe C, em cidades de mesmo porte e com características semelhantes, podem servir para validar o poder de explicação da teoria substantiva proposta nesta tese. Ressalta-se também, que não foram encontrados elementos que limitem a aplicação da teoria gerada apenas às famílias de Classe C. O crédito é amplamente utilizado por outras classes sociais e a teoria desenvolvida neste estudo tem potencial de alcance para outras realidades de consumo. As categorias encontradas têm grandes possibilidades de serem verificadas em estudos sobre o uso crédito

em outras classes sociais, devido ao uso do crédito poder apresentar características semelhantes noutras classes.

A decisão de pesquisar apenas famílias do tipo nuclear pode estabelecer a limitação deste trabalho. No entanto, a incorporação de outros tipos de família e suas características peculiares, bem como as diferenças de percepção da realidade entre esses vários outros tipos, poderia tornar a construção da teoria mais complexa. Nesse sentido, a homogeneidade do tipo de família traz maior consistência à teoria gerada.

Outro ponto a se destacar é o fato de os estudos sobre crédito, no Brasil e no exterior, terem bases positivistas e serem voltados para entender o impacto do crédito na economia ou para questões da atitude em relação ao crédito. Esses aspectos podem propiciar maior dificuldade para comparação dos resultados. A utilização da abordagem da *Grounded Theory*, que tem característica interpretativista, ainda é pouco utilizada nos estudos sobre o uso do crédito pelas famílias, inviabilizando, em alguns pontos, a comparação mais aprofundada da teoria. Contudo, as comparações com a literatura realizadas demonstraram que a teoria tem embasamento e consistência interna, devido às semelhanças das categorias encontradas com outros resultados.

A teoria substantiva gerada contribui para melhor compreensão de como as famílias tomam suas decisões sobre o uso do crédito para atingir seus objetivos de consumo. As famílias alimentam sonhos de consumo na busca por melhoria do bem-estar dos membros familiares e, para a concretização dos sonhos, despendem esforços financeiros e psicológicos. Essa compreensão passa pelo entendimento dos fatores que influenciam esse uso e os problemas a que as famílias estão sujeitas.

Pode-se mencionar também a contribuição no âmbito da administração do orçamento familiar. As famílias pesquisadas demonstraram fazer o controle das finanças, com o objetivo de não perderem o controle do dinheiro e incorrerem em problemas. No entanto, pode-se concluir que falta às famílias a percepção de que o orçamento familiar vai além do controle de seus rendimentos e de seus gastos. O orçamento familiar deve ser usado para as famílias projetarem o futuro financeiro, os objetivos e as metas. Nesse sentido, a teoria substantiva contribui para elucidar a necessidade de educação financeira pelas famílias, para saberem lidar melhor com as questões

financeiras, principalmente em relação ao uso do crédito. Algumas famílias tiveram problemas com o uso do cartão de crédito por não terem conhecimento sobre seu funcionamento e as taxas e juros embutidos nesse tipo de crédito.

Além disso, evidencia-se também a necessidade de educação para o consumo. Saber lidar com as necessidades e desejos ilimitados e os recursos escassos. O crédito possibilita às famílias maior poder de compra e acesso a bens de forma imediata, o que pode gerar uma percepção distorcida e fazer que as famílias incorram em problemas financeiros. O imediatismo pode levar as famílias ao uso demasiado do crédito e, conseqüentemente, a problemas.

Outra contribuição desta tese diz respeito à construção dos significados do crédito pelas famílias. As pesquisas, em sua maioria, focam nos significados atribuídos pelas pessoas a determinados produtos, mas não elucidam como esses significados são construídos. Nesta tese, além da atribuição de significado ao crédito, pôde-se também identificar como as famílias construíram esses significados a partir da interação entre as experiências dos membros familiares com as de parentes e amigos em relação ao uso do crédito. Associado a isso, os significados do crédito influenciam as decisões familiares e a forma como ele é usado. O significado ambivalente do crédito demonstra a percepção que as famílias têm dele e funciona como influenciador de como ele deve ser utilizado.

Cabe ressaltar a importância desta pesquisa para o campo de estudos da família, demonstrando a complexidade que envolve as pesquisas com esse intuito. Compreender o uso do crédito pelas famílias da Classe C como simples instrumento de intermediação financeira pode levar a uma visão míope de que o crédito seja apenas uma questão financeira. No entanto, como evidenciado pela teoria, o uso do crédito perpassa por aspectos simbólicos, psicológicos e sociais, além dos econômicos. Pela pesquisa, verificou-se que, no uso do crédito, existem os aspectos relacionados à aprendizagem sobre o crédito, o processo de tomada de decisão, os sentimentos envolvidos, as conseqüências físicas e psicológicas quando se têm problemas de mau uso, os sonhos de consumo e perspectivas das famílias e os significados envolvidos nesse uso. Isso demonstra a complexidade em torno da utilização do crédito pelas famílias e destas como fonte de estudos. Nesse sentido, a teoria proposta evidencia essa complexidade de se estudar a família, demonstrando a necessidade de

enfoque interdisciplinar para a compreensão dos diversos fenômenos ligados a ela.

Dado o exposto, podem-se tecer algumas implicações da teoria para a área de políticas públicas, como: a necessidade de melhorar o acesso à informação, visto que os bancos e agentes não repassam todas as informações necessárias; promover ações de educação financeira para que as famílias tenham conhecimento e possam tomar melhores decisões nesse aspecto; e colocar a educação financeira como parte do currículo escolar, visto que muitas famílias demonstraram que esse seria uma matéria essencial para os alunos, principalmente para seu futuro financeiro.

A teoria substantiva proposta não tem o propósito de esgotar sobre o uso do crédito pelas famílias da Classe C. Uma teoria substantiva deve ser aberta e flexível para incorporar novas descobertas e melhorar o seu poder explicativo. Nesse sentido, apresenta-se a possibilidade de novos estudos em pontos que ainda necessitam de maior aprofundamento. Assim, estudos relacionados à socialização financeira para uso do crédito, com o intuito de verificar como se dá esse processo e a importância dos pais, parentes e amigos nessa socialização. Outro ponto é considerar as diferenças intergeracionais, buscando entender como acontece a socialização financeira entre gerações.

A relação entre comprador e vendedor pode ser mais explorada nos estudos sobre crédito, tentando identificar o papel dos vendedores como influenciadores do uso dessa forma de pagamento e para a socialização financeira dos membros familiares. Pode-se verificar, em algumas falas, que o vendedor tem influência no processo decisório, em contraposição aos agentes financeiros de instituições, que são percebidos de forma diferente, pois sonegam informações em relação ao crédito.

Os sonhos de consumo e perspectivas demonstram ser um campo profícuo para estudos da família, principalmente em relação à casa própria. Durante a pesquisa, pode-se verificar que as famílias têm o sonho de aquisição da moradia e estão dispostas a usar o crédito para tal. Outras já haviam conseguido realizar esse sonho por esse meio. Em ambas as situações, as famílias buscavam nos bens de consumo duráveis para a residência uma forma de obterem mais conforto e bem-estar. Além disso, a relação entre os projetos

de vida das famílias e o uso do crédito pode ser mais aprofundada, buscando identificar como se dá essa relação no cotidiano de execução desses projetos.

No que diz respeito à escolha metodológica para esta tese, verificou-se que o uso do método *Grounded Theory* pode auxiliar nos estudos sobre família, proporcionando novos caminhos de pesquisa. Levando em consideração esse aspecto, é importante ressaltar a possibilidade de novos estudos que possam lançar mão dessa abordagem para construir teorias substantivas para outros fenômenos relacionados à família e contribuir para novos conhecimentos neste campo de estudo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE PESQUISA (ABEP). **CCEB 2015**: Critério Brasil de Classificação Econômica. 2015. Disponível em: <<http://www.abep.org/criterio-brasil>>. Acesso em: 18 abr. 2016.

ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE BANCOS (APB). **Educação Financeira**. 2016. Disponível em: <http://www.apb.pt/educacao_financeira>. Acesso em: 19 fev. 2016.

BANCO CENTRAL DO BRASIL (BACEN). Governo Federal. **Política Monetária e Operações de Crédito do SFN**. 2017. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/htms/notecon2-p.asp>>. Acesso em: 04 abr. 2017.

BANDEIRA-DE-MELLO, Rodrigo. **Uma teoria substantiva da adaptação estratégica a ambientes turbulentos e com forte influência governamental: o caso das pequenas construtoras de edificações**. 2002. 241 f. 2002. Tese de Doutorado. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção). Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2002.

BANDEIRA-DE-MELLO, Rodrigo; CUNHA, Cristiano José Castro de Almeida. Operacionalizando o método da grounded theory nas pesquisas em estratégia: técnicas e procedimentos de análise com apoio do software ATLAS/ti. In: ENCONTRO DE ESTUDOS EM ESTRATÉGIA - 3ES, 8., 2003, Curitiba. **Anais...** Curitiba: ANPAD, 2003.

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

BARROS, Thiago de Sousa; PINTO, Felício de Oliveira. Crédito, consumo e endividamento: Uma Análise Econômica do Segundo Governo Lula (2007-2010). **Revista Espacios**, v. 35, n. 5, p. 8, 2014.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Elfos Editora, 1995.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

_____. **Vida a crédito: conversas com Citlali Rovirosa-Madrado**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

BERQUÓ, Anna Taddei Alves Pereira Pinto. **O crédito na sociedade de consumo**. 2013. 201 f. Tese (Doutorado) - Curso de Programa de Pós-graduação em Sociologia, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2013.

BLUMER, Herbert. A natureza do interacionismo simbólico. In: MORTENSEN, C. D. (Org). **Teoria da comunicação: textos básicos**. São Paulo: Mosaico, 1980.

BONDÍA, Jorge Larrosa. Notas sobre a experiência e o saber de experiência. **Revista brasileira de educação**, v. 1, n. 19, p. 20-28, jan/abr., 2002.

BRAGA, Márcio Bobik; TONETO JR, Rudinei. Microcrédito: aspectos teóricos e experiências. **Análise Econômica**, v. 18, n. 33, 2000.

BRASIL, Vinícius S. Experiência de Consumo: aspectos conceituais, abordagens metodológicas e agenda de pesquisa. In: EnANPAD, 31º. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.

BROWN, Sarah., GARINO, Gala., TAYLOR, Karl., PRICE Stephen Wheatley. Debt and Financial Expectations: An Individual-and Household-Level Analysis. **Economic Inquiry**, v. 43, n. 1, p. 100-120, 2005.

BROWN, Sarah; TAYLOR, Karl; PRICE, Stephen Wheatley. Debt and distress: Evaluating the psychological cost of credit. **Journal of Economic Psychology**, v. 26, n. 5, p. 642-663, 2005.

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

CANIATO, Ângela Maria Pires; NASCIMENTO, Merly Luane Vargas. A subjetividade na sociedade de consumo: do sofrimento narcísico em tempos de excesso e privação. **Arquivos Brasileiros de Psicologia**, v. 62, n. 2, p. 25-37, 2010.

CAPLOVITZ, David. Consumer Credit in the Affluent Society. **Law and Contemporary Problems**, v. 33, n. 4, p. 641-655. 1968.

CARMO, Luiz Antônio Mattos do. **Análise do Endividamento do Consumidor Juiz-Forano**. 2012. 83 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-Graduação em Economia Doméstica, Departamento de Economia Doméstica, Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, Mg, 2012.

CARÙ, Antonella; COVA, Bernard. Revisiting Consumption Experience: a more humble but complete view of the concept. **Marketing Theory**, v. 3, n. 2, p. 267-286, 2003.

CARVALHO, Angelita Alves; TEIXEIRA, Karla Maria Damiano; GUSMÃO, Flávia. A administração de recursos na família e sua relação com aquisição de empréstimos. **Revista Faz Ciência**, v. 9, n. 10, p. 209-222, 2007.

CATÃO, Maria de Fátima Fernandes Martins. **Excluídos sociais em espaço de reclusão**: representações sociais na construção do projeto de vida. 2001. Tese (Doutorado) - Curso de Doutorado em Psicologia, Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.

CHARMAZ, Kathy. **A construção da teoria fundamentada: guia prático para análise qualitativa**. Porto alegre: Bookman, 2009.

CHO, Jinsook E.; HU, Haiyan. The effect of service quality on trust and commitment varying across generations. **International Journal of Consumer Studies**, v. 33, n. 4, p. 468-476, 2009.

CHRISTEN, Markus; MORGAN, Ruskin M. Keeping up with the Joneses: Analyzing the effect of income inequality on consumer borrowing. **Quantitative Marketing and Economics**, v. 3, n. 2, p. 145-173, 2005.

COELHO, Lina. O meu, o teu, o nosso dinheiro: Contributos para o estudo da gestão das finanças conjugais em Portugal. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, n. 101, p. 89-110, 2013.

COSMA, Stefano; PATTARIN, Francesco. Psychological determinants of consumer credit: the role of attitudes. **Review of Behavioral Finance**, n. 4, p. 2, 2012.

COSTA, Jessica Hind Ribeiro; RIBEIRO, Marcela Simões Pires. Superendividamento: consumismo ou crédito irresponsável?. In: II Congresso Brasileiro de Processo Coletivo e Cidadania, 2., 2015, Ribeirão Preto. **Anais Congresso Brasileiro de Processo coletivo e Cidadania**. Ribeirão Preto: Universidade de Ribeirão Preto, 2015. p. 183 - 190.

CRUZ, Tancredo Almada. (Coord). **Retrato social de Viçosa V**. Viçosa, MG: CENSUS, 2014.

CUNHA, Renata Lucia Cavalcanti. **O futuro a Deus pertence: endividamento entre consumidores emergentes**. 2013. 82 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-graduação em Administração de Empresas, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.

DEVORD, Guy. **A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DEW, Jeffrey. Two sides of the same coin? The differing roles of assets and consumer debt in marriage. **Journal of Family and Economic Issues**, v. 28, n. 1, p. 89-104, 2007.

DONNELLY, Grant; KSENDZOVA, Masha; HOWELL, Ryan T. Sadness, identity, and plastic in over-shopping: The interplay of materialism, poor credit management, and emotional buying motives in predicting compulsive buying. **Journal of Economic Psychology**, v. 39, p. 113-125, 2013.

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

EISENHARDT, Kathleen M. Building theories from case study research. **Academy of management review**, v. 14, n. 4, p. 532-550, 1989.

FABER, Ronald J.; CHRISTENSON, Gary A. In the mood to buy: Differences in the mood states experienced by compulsive buyers and other consumers. **Psychology & Marketing**, v. 13, n. 8, p. 803-819, 1996.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FERREIRA, Renato Guimarães. Projeto de Vida. **Especial Futuro**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 7, p.54-57, Jul/Ago. 2008.

FLEMING, Marta Cristina Nunes Cruz. **O papel da esperança na compra de crédito pessoal em consumidores de baixa renda**. 2008. Dissertação (Mestrado Profissionalizante em Administração). Programa de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração e Economia. Faculdade de Economia e Finanças IBMEC, Rio de Janeiro, 2008.

FLICK, Uwe. **Introdução à Pesquisa Qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2008.

FLORES, Silvia Amélia Mendonça et al. Níveis de Materialismo e Endividamento: uma análise de fatores socioeconômicos na mesorregião central do estado no Rio Grande do Sul. In: Encontro Nacional dos Cursos de Graduação em Administração – ENANGRAD, 24. 2013, Florianópolis. **Anais do XXIV ENANGRAD**. Florianópolis: Enangrad, 2013. Disponível em: <<http://www.enangrad.org.br/anais2013/artigos.html>>. Acesso em: 12 jan. 2014.

FUSTAINO, Joanna. **O Consumo de Crédito no Mercado de Baixa Renda: Fatores Contribuintes para o Aumento das Dívidas**. 2009. 107 f. Tese (Doutorado) - Curso de Mestrado Profissional em Administração, Universidade Metodista de Piracicaba, Piracicaba, 2009.

GIGLIO, Ernesto Michelangelo. **O comportamento do consumidor**. 4. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

GROSNER, Diana; MEIRELLES, Renato; GOMES, Daniela. **Vozes da Classe Média**. Brasília: Sae, 2012. 52 p.

HENNIGEN, Inês; SCHMIDT, Luis Filipe Silveira; SOUZA, Henrique Santos de. O crédito na publicidade televisiva: supressões, proposições e efeitos subjetivos. **Arquivos Brasileiros de Psicologia**, v. 67, n. 3, p. 31-46, 2015.

HERCULANO, Leandro de Araújo et al. Vaidosos e Materialistas? O Caso dos Jovens Brasileiros de Classe C e A sua Relação com o Dinheiro. **Desafio Online**, v. 3, n. 1, p. 102-125, 2014.

HILGERT, Marianne A.; HOGARTH, Jeanne M.; BEVERLY, Sondra G. Household financial management: The connection between knowledge and behavior. **Federal Reserve Bulletin**, v. 89, p. 309, 2003.

HOLBROOK, Morris B.; HIRSCHMAN, Elizabeth C. The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun. **Journal of consumer research**, v. 9, n. 2, p. 132-140, 1982.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **O Cidades**. 2017. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/uf.php?lang=&coduf=31&search=minas-gerais>>. Acesso em: 21 dez. 2016.

KAMLEITNER, Bernadette; HOELZL, Erik; KIRCHLER, Erich. Credit use: Psychological perspectives on a multifaceted phenomenon. **International Journal of Psychology**, v. 47, n. 1, p. 1-27, 2012.

KAMLEITNER, Bernadette; KIRCHLER, Erich. Consumer credit use: A process model and literature review. **Revue Europeenne de Psychologie Appliquee/European Review of Applied Psychology**, v. 57, n. 4, p. 267-283, 2007.

KIRCHLER, Erich; HOELZL, Erik; KAMLEITNER, Bernadette. Spending and credit use in the private household. **The Journal of Socio-Economics**, v. 37, n. 2, p. 519-532, 2008.

LAMOUNIER, Bolivar; SOUZA, Amaury. **A classe média brasileira**: ambições, valores e projetos de sociedade. Rio de Janeiro: Campus-Elsevier, 2010.

LEA, Stephen EG; WEBLEY, Paul; LEVINE, R. Mark. The economic psychology of consumer debt. **Journal of economic psychology**, v. 14, n. 1, p. 85-119, 1993.

LEA, Stephen EG; WEBLEY, Paul; WALKER, Catherine M. Psychological factors in consumer debt: Money management, economic socialization, and credit use. **Journal of economic psychology**, v. 16, n. 4, p. 681-701, 1995.

LEÃO, André Luiz M. de Souza; de S.; MIRANDA Ana Paula Celso de; BARROS, Marcelo Andrade B. Análise das perspectivas econômica e simbólica na construção das mensagens de propaganda. In: **XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Campo Grande – MS (2001)**. Disponível em: <<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/4449/1/NP3LEAO1.pdf>>. Acessado em: 23 de abril de 2017.

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal**: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LIVINGSTONE, Sonia M.; LUNT, Peter K. Predicting personal debt and debt repayment: Psychological, social and economic determinants. **Journal of economic psychology**, v. 13, n. 1, p. 111-134, 1992.

LOPES, Fabrício Fabiano Moreira. **A Importância do Orçamento Familiar**. 2012. 35 f. Monografia (Graduação) - Curso de Administração, Faculdade de Estudos Administrativos de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2012.

LÜBECK, Rafael Mendes et al. Diga-Me no que andas e te Direi quem és: Aspectos de Influência nos Jovens da Classe C Brasileira para Adquirir Automóveis. **REMark**, v. 13, n. 3, p. 17, 2014.

LUIZ, Gilberto Venâncio. **Consumo de telefone celular: significados e influências na vida cotidiana dos adolescentes**. 2008. 115 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-graduação em Economia Doméstica, Departamento de Economia Doméstica, Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2008.

MALUF, Adriana Caldas do Rego Freitas. **Novas modalidades de família na pós-modernidade**. 2010. São Paulo: Atlas, 2010.

MARQUES, Cláudia Lima. Consumo como igualdade e inclusão social: a necessidade de uma lei especial para prevenir e tratar o “superendividamento” dos consumidores pessoas físicas. **Revista Jurídica da Presidência**, v. 13, n. 101, p. 405-424, 2012.

MARQUES, Maria Manuel Leitão; FRADE, Catarina. Uma sociedade aberta ao crédito. **Sub Judice—Justiça e Sociedade**, n. 24, p. 27-34, 2003.

MARTINS, Amanda Lima; CORREA, André Luiz. Um estudo da recente transformação na estrutura social do Brasil: nova classe média?. **Revista Economia Ensaios**, Uberlândia, v. 2, n. 29, p.76-113, Jan/Jun. 2015.

MARTINS, Amanda Lima; CORREA, André Luiz. Um estudo da recente transformação na estrutura social do Brasil. **Revista Economia Ensaios: nova classe média?** Uberlândia, v. 2, n. 29, p.76-113, Jan/Jun. 2015.

MATTOSO, Cecília Queirós; ROCHA, Ângela da. Significado do crédito para consumidores pobres: identidade, distinção e dádiva. In: ROCHA, Angela da, SILVA, Jorge Ferreira da. **Consumo na base da pirâmide: estudos brasileiros**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.

McCRACKEN, Grant. **Cultura & consumo**: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. Rio de Janeiro: Mauad Editora Ltda, 2003.

MCHUGH, Sandie; RANYARD, Rob. Credit repayment decisions: The role of long-term consequence information, economic and psychological factors. **Review of Behavioural Finance**, v. 4, n. 2, p. 98-112, 2012.

MCHUGH, Sandie; RANYARD, Rob; LEWIS, Alan. Understanding and knowledge of credit cost and duration: Effects on credit judgements and decisions. **Journal of Economic Psychology**, v. 32, n. 4, p. 609-620, 2011.

MILNITZKY, Fátima. Subjetividades e laços na sociedade de consumo. In: ESTADOS GERAIS DA PSICANÁLISE: SEGUNDO ENCONTRO MUNDIAL, 2., 2003, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Estados Gerais da Psicanálise, 2003. p. 1 - 14.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. Ciência, técnica e arte: o desafio da pesquisa social. In: MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.). **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 9-29.

MONTGOMERIE, Johnna. The pursuit of (past) happiness? Middle-class indebtedness and American financialisation. **New Political Economy**, v. 14, n. 1, p. 1-24, 2009.

MORA, Mônica. **A evolução do crédito no brasil entre 2003 e 2010**. Rio de Janeiro: Ipea, 2015.

MOREIRA, Filipa Ramos. O consumo e o crédito na sociedade contemporânea. **Gestão e Desenvolvimento**, v. 19, p. 91-114, 2011.

MOULTON, Lynne. Divining Value with Relational Proxies: How Moneylenders Balance Risk and Trust in the Quest for Good Borrowers¹. In: **Sociological Forum**. Blackwell Publishing Ltd, 2007. p. 300-330.

MOURA, Ana G. **Impacto dos Diferentes Níveis de Materialismo na Atitude ao Endividamento e no Nível de Dívida para Financiamento do Consumo nas Famílias de Baixa Renda do Município de São Paulo**. 2005. 174 f. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2005.

MOURA, Rivânia. Crédito para os trabalhadores e sua funcionalidade para o capital. **Temporalis**, v. 15, n. 30, p. 93-118, 2016.

NASCIMENTO, Ivany Pinto. Projeto de vida de adolescentes do ensino médio: um estudo psicossocial sobre suas representações. **Imaginário**, São Paulo, v. 12, n. 12, p. 55-80, jun, 2006.

NERI, Marcelo Côrtes et al. **A nova classe média**. Rio de Janeiro: FGV/IBRE/CPS, , 2008.

NERI, Marcelo. **A Nova Classe Média: O Lado Brilhante dos Pobres**. Rio de Janeiro: FGV-CPS, 2010.

NORONHA, Nayara Silva de; BARBOSA, Déborah Mara Siade. Renda, consumo e centralidade do trabalho na “nova classe média” brasileira. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, v. 17, n. 1, 2016.

NORVILITIS, Jill M.; MACLEAN, Michael G. The role of parents in college students' financial behaviors and attitudes. **Journal of economic psychology**, v. 31, n. 1, p. 55-63, 2010.

OLIVEIRA, Fabiana Luci de. A nova classe média brasileira. **Pensamiento Iberoamericano**, La Rioja, v. 1, n. 10, p.105-132, 2012.

OLIVEIRA, Miguel; JESUS, Fernanda. Arquitetura situacional do crédito: tempo, cognição, afeto e decisão. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, n. 101, p. 39-64, 2013.

OLIVEIRA, Tânia Modesto Veludo; IKEDA, Ana Cristina Akemi; SANTOS, Rubens da Costa. Compra compulsiva e a influência do cartão de crédito. **RAE-Revista de Administração de Empresas**, v. 44, n. 3, p. 89-99, 2004.

PAHL, Jan. Family finances, individualisation, spending patterns and access to credit. **The Journal of Socio-Economics**, v. 37, n. 2, p. 577-591, 2008.

PANDIT, Naresh R. The creation of theory: A recent application of the grounded theory method. **The qualitative report**, v. 2, n. 4, p. 1-15, 1996.

PINTO, Marcelo de Resende; SANTOS, Leonardo Lemos da Silveira. A grounded theory como abordagem metodológica: relatos de uma experiência de campo. **Organizações & Sociedade**, v. 19, n. 62, 2012.

PINTO, Marcelo de Rezende. **Os Pobres e o Consumo**: uma teoria substantiva da experiência de consumo de eletrônicos. 2009. 314 f. Tese (Doutorado) - Curso de Pós-graduação e Pesquisa em Administração, Universidade de Brasília, Belo Horizonte, 2009.

POCHMANN, Marcio. **Nova classe média?: o trabalho na base de pirâmide social brasileira**. Boitempo Editorial, 2012.

PONCHIO, Mateus Canniatti; ARANHA, Francisco; TODD, Sarah. Estudo Exploratório do Construto de Materialismo no Contexto de Consumidores de Baixa Renda do Município de São Paulo. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 30, 2006. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2006. p. 1-16.

QUADROS, Waldir José de; GIMENEZ, Denis Maracci; ANTUNES, Daví José Nardy. Afinal, Somos um País de Classe Média?: Mercado de Trabalho, Renda e Transformações Sociais no Brasil dos Anos 2000. In: BARTELT, Dawid Danilo (Org.). **A Nova Classe Média Brasileira no Brasil Como Conceito Político**. Rio de Janeiro: Fundação Heinrich Böll, 2013. p. 32-42.

RANYARD, Rob; CRAIG, Gill. Evaluating and budgeting with instalment credit: An interview study. **Journal of Economic Psychology**, v. 16, n. 3, p. 449-467, 1995.

RANYARD, Rob; HINKLEY, Lisa; WILLIAMSON, Janis, MCHUGH, Sandie. The role of mental accounting in consumer credit decision processes. **Journal of Economic Psychology**, v. 27, n. 4, p. 571-588, 2006.

RIBEIRO, Caroline do Amaral et al. Finanças Pessoais: Análise dos Gastos e da Propensão Ao Endividamento em Estudantes de Administração. In: SEMEAD, 12., 2009, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Semead, 2009. v. 1. Disponível em: <http://www.ead.fea.usp.br/semead/12semead/resultado/an_resumo.asp?cod_trabalho=385>. Acesso em: 10 out. 2013.

RIBEIRO, R. B., ALBUQUERQUE, S., FONSECA, J. R. S., PIRES, C. B., QUINTINO, D. R.. A procura do consumo financeiramente sustentável. Socialização e representações sociais do consumo, crédito e poupança. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, n. 101, p. 65-88, 2013.

ROSSI, Carlos AV. Estado da arte da pesquisa em comportamento do consumidor e sugestão de uma agenda de pesquisa brasileira. **Encontro Anual da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Administração**, XIX, p. 131-143, 1995.

SANTANA, Aline et al. Quer comprar o quê? Agora com o cartão de crédito a classe C pode! **Caderno de Administração. Revista da Faculdade de Administração da FEA**. ISSN 1414-7394, v. 6, n. 1, 2012.

SANTOS, Ana Cordeiro; COSTA, Vânia; TELES, Nuno. A economia política do consumo e do crédito às famílias: Um contributo interdisciplinar. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, n. 101, p. 09-38, 2013.

SARAIVA, Luís Fernando de Oliveira; et al. A "nova classe média": repercussões psicossociais em famílias brasileiras. **Psicologia USP**, v. 26, n. 1, p. 52-61, 2015.

SCHRICKEL, Wolfgang Kurt. **Análise de crédito: concessão e gerência de empréstimos**. Atlas, 1997.

SECRETARIA DE ASSUNTOS ESTRATÉGICOS - SAE. Governo Federal (Org.). **Social e Renda: A Classe Média Brasileira**. Brasília: Secretaria de Assuntos Estratégicos, 2014. (1).

SILVA, Deonísio da. **De onde vêm as palavras: origens e curiosidades da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Lexikon Editora, 2014.

SILVA, J. P. **Gestão e análise de risco de crédito**. São Paulo: Atlas, 2008.

SILVA, Pablo Rogers. **Psicologia do risco de crédito: análise da contribuição de variáveis psicológicas em modelos de credit scoring**. 2011. Tese (Doutorado em Administração) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-30092011-184818/>>. Acesso em: 2016-06-27.

SILVEIRA, Marcos Antônio Coutinho da. **Gastos com Bens Duráveis no Ciclo da Vida das Famílias Brasileiras**. Brasília: Ipea, 2014.

SOLOMON, M. R. **Comportamento do Consumidor: comprando, possuindo e sendo**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

SONENSHEIN, Scott; HERZENSTEIN, Michal; DHOLAKIA, Utpal M. How accounts shape lending decisions through fostering perceived trustworthiness. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, v. 115, n. 1, p. 69-84, 2011.

SOUZA, Danielle Soutilha de; AYROSA, Eduardo André Teixeira; CERCHIARO, Isabel Balloussier. "Do Bom e Do Melhor": O Consumo de Bens de Luxo na Classe C. **Sociedade, Contabilidade e Gestão**, v. 8, n. 1, 2013.

SOUZA, Jessé. **Os batalhadores brasileiros: nova classe média ou nova classe trabalhadora?** Editora UFMG, 2012.

SOUZA, Marcos Aguerri Pimenta de. **O Uso do Crédito Pelo Consumidor: percepções multifacetadas de um fenômeno intertemporal**. 2013. 118 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-graduação em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações, Departamento de Psicologia Social e do Trabalho, Universidade de Brasília, Brasília, 2013.

SOUZA, Marcos Aguerri Pimenta de. **O Uso do Crédito pelo Consumidor: percepções multifacetadas de um fenômeno intertemporal**. 2013.

118 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-graduação em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações, Departamento de Psicologia Social e do Trabalho, Universidade de Brasília, Brasília, 2013.

STRAUSS, Anselm; CORBIN, Juliet. **Pesquisa qualitativa: técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de teoria fundamentada**. Porto Alegre: Artmed, 2008.

TAROZZI, Massimiliano. **O que é a Grounded Theory?: Metodologia de Pesquisa e de Teoria Fundamentada nos Dados**. São Paulo: Vozes, 2011.

TAUILE, José Ricardo. Do socialismo de mercado à economia solidária. **Revista de economia contemporânea**, v. 6, nº 1, 2001.

TEIXEIRA, Karla Maria Damiano. **A administração de recursos na família: Quem? Como? Porque? Para que?** Viçosa-MG: UFV, 2004.

THORNE, Deborah. Extreme financial strain: Emergent chores, gender inequality and emotional distress. **Journal of Family and Economic Issues**, v. 31, n. 2, p. 185-197, 2010.

VASCONCELOS, Adriana Miranda de. **Utilização de crédito pelos idosos participantes do programa municipal de terceira idade de Viçosa – MG**. 2016. 175 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-Graduação em Economia Doméstica, Departamento de Economia Doméstica, Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, Mg, 2016.

VENTURA, Rodrigo. **Mudanças no Perfil do Consumo no Brasil: Principais Tendências nos Próximos 20 Anos**. Macroplan. Ago. 2010.

VIAUD, Jean; ROLAND-LÉVY, Christine. A positional and representational analysis of consumption. Households when facing debt and credit. **Journal of Economic Psychology**, v. 21, n. 4, p. 411-432, 2000.

VICENTE, Eliana. Nova classe média: um delírio coletivo? In: BARTELT, Dawid Danilo (Org.). **A “Nova Classe Média” no Brasil como Conceito e Projeto Político**. Rio de Janeiro: Fundação Heinrich Böll, 2013. p. 84-95.

YACCOUB, Hilaine. A chamada "nova classe média": cultura material, inclusão e distinção social. **Horizonte Antropológico**, Porto Alegre, v. 17, n. 36, p. 197-231, dez. 2011.

APÊNDICE A – Lista de Categorias e Códigos

Experiências quanto ao uso do crédito

Subcategoria Experiências Negativas	Nº Citações
Experiência Familiar Negativa	20
Experiência negativa do outros	13
Experiência Pessoal Negativa	9
Experiência Empresarial Negativa	5
Subcategoria Experiências Positivas	
Experiência Familiar Positiva (pais ou irmãos)	14
Experiência Pessoal Positiva	9
Experiência positiva de outros	4
Subcategoria Aprendizagem sobre crédito	
Aprendizado com o uso	19
Aprendizado com o erro	12
Aprendizado com os pais	17
Aprendizado com o outro	3
Aprendizado no curso superior	1
Aprendizado profissional	1
Subcategoria Avaliação da Experiência	
Avaliação da Experiência do uso do crédito	19
Influência da Experiência no Uso	8
Subcategoria Lições Aprendidas	
Aprender a Administrar	16
Não ter ilusões	6
Ser mais cauteloso	6
Usar de forma Consciente	2
Comprar dentro das possibilidades	1
Ter controle	1
Crédito tem limite	1
Tem que usar com sabedoria	1
Subcategoria Conselhos para o uso	
Verificar a situação financeira	11
Não emprestar o crédito	9
Ter o pé no chão	8
Usar para algo significativo	8
tenha um limite	7
Usar somente em emergência	7
Usar o mínimo possível	4
Nunca atrasar uma conta	3
Ter controle dos gastos	6
ter um equilíbrio	3
Analisar os riscos	2

Nunca comprar além do que você ganha	6
Nunca ser fiador de ninguém.	2
Aconselhamento de poupar	1
Ter um fundo para emergência	1

Problemas e Consequências

Subcategoria Problema com crédito	
Problema de uso do crédito	15
Subcategoria Fatores Geradores de Problemas	
Falta de controle financeiro	7
Falta de Controle	7
Comprar sem precisar	6
Causas de endividamento	5
Desvalorização da moeda	5
Falta de Informação	7
Separação do Cônjuge	4
Problemas do crédito fácil	3
Manutenção do padrão de vida	2
Desemprego do cônjuge	1
Redução salarial	1
Identificação do Problema	1
Perda do Emprego	1
Subcategoria Consequências dos Problemas	
Mudança de comportamento	16
Descontar nos outros	6
dorme mal.	5
Estresse	4
Falta de planos de longo prazo	4
Incomodo	3
Trabalho extra	3
Cobrança Vexatória	2
Conflito entre o casal	2
Desestabilidade Financeira	2
Pagamento de Juros	2
Restrição de Crédito	1
Sensação de Impotência	1
Maior proximidade do casal	1
Saúde Abalada	1
Subcategoria Soluções de Problemas	
Ajuda dos pais	12
Renegociação da Dívida	9
Corte no consumo	5
Pegar empréstimo no banco	7

Reduzir o padrão de vida	4
Busca opções solução problema	3
Diálogo entre os cônjuges	2
Uso do acerto para pagar a dívida	1
Poupar para pagar a dívida	1
Usar a reserva financeira	1
Ajuda do cônjuge	1

Sentimentos em relação ao crédito

Sentimentos Positivos	Nº Citações
Alegria da Conquista	10
Pagar dívida é muito bom	6
Satisfação	11
Tranquilidade no pagamento	1
Sentimentos Negativos	
Medo de Endividar	24
Medo de emprestar o crédito	12
Medo do Crédito	10
Receio no uso do crédito	14
Privações	10
Ansiedade para quitar rápido	12
Preocupação com os pagamentos	13
Sensação de angustia	5
Estado de tensão	4
Frustração	4
Medo do Futuro	4
Sensação de cansaço	3
Conflito - Querer x Possibilidade	2
Arrependimento	1

Administração do Orçamento Familiar

Administração do Orçamento Familiar	Nº Citações
Controle financeiro parcial	22
Administra o dinheiro separado.	19
Decisão Conjunta	13
Controle financeiro mental	15
Prioridades de Pagamentos	9
Restrição de parcelas Cartão de Crédito	1

Significados do crédito

Subcategoria Poder de Compra	Nº Citações
Poder de Compra	31
Liberdade de Compra-Escolha	20
Acesso à bens	10
Comprar bens que sem crédito não poderia	2
Transformar dinheiro em Bens	1
Subcategoria Crédito é Segurança	
Crédito é uma segurança	17
Subcategoria Facilitador da Vida	
Facilitador da Vida	18
Realizar coisas imediatas	4
Alavanca para início da vida familiar	3
Porta para conseguir o que se deseja	1
Subcategoria Credibilidade Pessoal	
Credibilidade Pessoal	17
Ter o nome limpo	11
Responsabilidade - Compromisso	5
Manutenção do Crédito	4
Subcategoria Outros Significados	
Crédito como investimento	6
Significa Empréstimo	2
Administrei bem o dinheiro	2
Algo Útil	1
Subcategoria Significados Negativos	
É uma ferramenta perigosa	5
Crédito é dívida	1
Significa Risco	1
Cartão de crédito é ilusório	1
Categoria Central	
Os dois lados do crédito (Ambivalência)	40
Sabendo usar é muito bom.	11
Crédito como ferramenta	11
Subcategoria Significado de não ter crédito	
Sem Proteção	3
Falta de credibilidade	4
Não parar - Seguir em frente	1
Poupar para comprar	

Juntar para comprar	11
Cortar gastos	4
Trabalhar com o que ganha	3
Planejar Diferente	2
Tentar poupar pensando no que você quer	1
ter dinheiro para tudo.	1
ter uma reserva maior	1
Subcategoria Restrição Compra	
Adiar benefício	2
Adiar os planos	3
Não Comprar	6
Não conseguir ter acesso às coisas	2
Restrição de compra	2
Deixar de ter carro	1
Deixar de viajar	1
Não realizar sonhos	1
Não ter nada	1
Reinventar a maneira de comprar	2
Perder as facilidades	1
Mudar os estilo de vida	1
Subcategoria Significado de Dívida	
Vergonha.	17
Dívida é tristeza	6
Explicar a situação	7
Perda do crédito	4
Desonestidade	3
Desonra	3
Falta de Responsabilidade	3
Desesperador	2
Falta de Caráter	2
Ficar com nome queimado	3
Lesando pessoas	2
Atraso é diferente de não pagar	1
Falta de respeito	1
Fim da picada	1
Não gostar de dever	1
Não ter condição de pagar	2
Pagar de qualquer jeito	4

Fatores influenciadores do uso

Subcategoria Influencias para uso do crédito	
Bens necessários à casa	28
Ser servidor público	10
Influência de amigos	7
Influência de Promoções	5
Influência de Colegas de Trabalho	4
Influência do Status	3
Influência de terceiros	2
Influência do mercado	4
Oportunidade da Compra	2
Subcategoria Presença de Filhos	
Chegada do Filho	6
Cuidar do Futuro do Filho	6
Educar o filho	5
Não ter luxo	4
Presença de Filhos	10
Realização dos desejos dos filhos	8
Subcategoria Motivos de usar o crédito	
Antecipação do Benefício do Produto	15
Facilidade de Acesso	18
Ambição	7
Não saber esperar	9
Aumento da renda	6
Crítica ao consumismo	11
Necessidade de um bem	6
Investindo na casa.	10
Urgência da necessidade	4
Benefício Financeiro	3
Manter Reserva Financeira	4
Programa de Fidelidade	3
Falta de Dinheiro	5
Mudança de percepção em relação ao crédito	2
Melhorar a qualidade de vida	2
Questões de Saúde	2
Subcategoria Vantagens e Desvantagens do Crédito	
Desvantagem do Crédito	17
Melhora do Bem-estar	8
você não precisa esperar para você ter.	8
Ajuda Atingir Objetivos	5
Equilibra pagamentos	2
Ter um bem que você sonha	1

Subcategoria Juízo de Valores	
Ajudar um familiar	17
Juízo de Valor	19
Valores Pessoais	7
Viver com o necessário	7
honrar os compromissos	6
Desapego Material	4
Sem limite para alimentação	3

Processo Decisório

Subcategoria Identificação de Necessidade	
Avaliar a Necessidade	18
Motivo da Compra	10
Contexto Familiar	2
Necessidade da compra	2
Compra associada ao crédito	1
Subcategoria Busca de Informações	
Relação Comprador-Vendedor	7
Pesquisa em outras fontes	2
Conversa com colega de trabalho	1
Não procuraram ajuda	1
Subcategoria Análise de Alternativas	
Análise de Alternativas de Crédito	31
Análise de Opções de compra	7
Opções de Crédito Barato	4
Analisar o futuro	3
Avaliar o valor do bem	1
Não verificar outras opções	2
Subcategoria Tomada de Decisão	
Conversar sobre a compra	6
Crédito x Pagar à Vista	27
Parcelas Adequadas	17
Questões de Gênero	11
Planejamento da Compra	7
Impulso no processo de compra	5
Parcelamento Curto	4
Cooperativa de crédito	3
Critério de Escolha do Bem	2
Critério de escolha de loja	1
Subcategoria Estratégia para Lidar com o Risco	
Possibilidade de Abater a Dívida	15
Pensar no jeito de pagar	3
Vender o Bem	7

Pensar no benefício da compra	6
Risco de imprevistos	9
Suporte da Família	7
Diminuir do valor das parcelas	2
Buscar alternativas de renda	1
Valor que consegue pagar	2
Manter reserva para imprevistos	1
Não ficar pensando nos pagamentos	1

Saber Usar

Subcategoria Saber usar	
Saber usar	27
Cuidado no Uso	12
Uso Consciente do Crédito	10
Ter Consciência	8
Consciência do padrão de vida	6
Saber administrar	5
Subcategoria Capacidade de Resistir	
Controlar os impulsos	8
Resistir às ofertas de compra	3
Ter força de vontade	1
Subcategoria Educação Financeira	
Necessidade de educação financeira	19
Noção de conhecimento financeiro	8
Falta Conhecimento Financeiro	4
Educação financeira em casa	1
Maior fiscalização	1

Sonhos de Consumo e Perspectivas

Subcategoria Sonhos de Consumo	Nº Citações
Sonhos futuros	34
Sonhos Realizados	15
Trabalhando com as prioridades	17
Perspectiva Financeira Futura	15
Propósito	7
Perspectivas Futuras	10
Subcategoria Importância do Crédito	
Importância do crédito na realização dos sonhos	30
Uso do crédito compra bens necessários	19
Importante para começar a vida	3
Subcategoria Significado dos Bens	
Conquista	9

Realização	7
Recompensa do esforço	9
Realização dos Sonhos	5
Vitórias.	5
Realização de bem-estar	1

Aspectos gerais do uso do crédito

Subcategoria Aceitação do Uso	
Aceitação do Crédito	15
Difícil viver sem crédito	13
Motivo de problemas para os outros	9
Visão negativa dos bancos	15
Pressão para uso	3
Subcategoria Uso do crédito	
Diferença Temporal	15
Primeira vez de uso	11
Tipos de Créditos Utilizados	11
Estratégia de Uso	9
Intensidade do uso do crédito	9
A quem emprestar o crédito	4
Crédito x consórcio	3

Dilema crédito x poupança

Subcategoria Dilema Crédito x Poupança	
Dificuldade de Poupar	23
Dilema Crédito x Poupança	21
Forma de Poupar	8
Não ter costume de poupar	9
Costume de Poupar	7
Não conseguir juntar	2

APÊNDICE B - Perfil das famílias pesquisadas

Quadro 12: Perfil demográfico das famílias

Ordenação	Bairro	Membros da Família	Tempo União	Escolaridade dos Membros
Família 1	Santa Clara	Esposa - 35 anos Esposo - 27 anos Filho - 3 anos	5 anos	Esposa - Superior Completo Esposo - Superior Completo
Família 2	Vau Açu	Esposa - 36 anos Esposo - 38 anos Filho - 9 anos	7 anos	Esposa - Superior Completo Esposo - Ensino Médio Completo Filho - Ensino Fundamental
Família 3	Santa Clara	Esposa - 37 anos Esposo - 32 anos Filho - 3 anos	5 anos	Esposa - Superior Completo Esposo - Ensino Médio Filho - Maternal
Família 4	Santo Antônio	Esposa - 39 anos Esposo - 34 anos Filha - 4 anos	1 ano	Esposa - Ensino Médio Completo Esposo - Ensino Fundamental Completo
Família 5	Novo Silvestre	Esposa - 40 anos Filha - 11 anos Filho - 16 anos Esposo - 44 anos	19 anos	Esposa - Superior Completo Esposo - Ensino Médio Completo Filha - Ensino Fundamental Incompleto Filho - Ensino Médio Incompleto
Família 6	Morro Escorpião	Esposa - 64 anos Esposo - 70 anos	38 anos	Esposa - Ensino Médio Completo Esposo - Ensino Superior Completo
Família 7	Centro	Esposa - 45 anos Esposo - 42 anos Filha - 15 anos Filho - 9 anos	19 anos	Esposa - Ensino Médio Completo Esposo - Ensino Médio Completo Filha - Ensino Fundamental Incompleto Filho - Ensino Fundamental Incompleto
Família 8	Centro	Esposa - 32 anos Esposo - 32 anos Filha - 1 ano	2 Anos	Esposa - Ensino Superior Esposo - Ensino Superior Filha - Ensino Básico

Continuação Quadro 7...

Família 9	Floresta	Esposa - 32 anos Esposo - 28 anos	1 Ano	Esposa - Ensino Superior Esposo - Ensino Médio
Família 10	Silvestre	Esposa - 41 anos Esposo - 43 anos Filho - 15 anos Filho - 07 anos	16 anos	Esposa - Mestrado Esposo - Pós-graduação Filho - Ensino Médio Filho - Ensino Fundamental
Família 11	Santa Clara	Esposa - 37 anos Esposo - 50 anos	19 anos	Esposa - Superior Completo Esposo - Ensino Médio
Família 12	João Braz	Esposa - 48 anos Esposo - 35 anos	6 anos	Esposa - Superior Completo Esposo - Superior Incompleto
Família 13	Lourdes	Esposa - 27 anos Esposo - 31 anos	5 anos	Esposa - Ensino Médio Esposo - Ensino Médio

Fonte: Dados de Pesquisa, 2018

Quadro 13: Perfil econômico das famílias

Ordenação	Ocupação Cônjuges	Moradia	Tipos de Créditos	Renda Média
Família 1	Esposa - Farmacêutica Esposo - Analista de Sistemas	Aluguel	Empréstimo Consignado Cartão de Crédito	R\$ 2.600,00
Família 2	Esposa - Professora Esposo - Vigilante	Própria	Financiamento Imobiliário Empréstimo Bancário Cartão de Crédito Carnê em Loja	R\$ 1.986,00
Família 3	Esposa - Desempregada Esposo - Atendente/Empreendedor	Própria	Carnê Loja Cartão de Crédito Banco - Imobiliário	R\$ 1.100,00
Família 4	Esposa - Comerciaría Esposo - Funcionário Público	Aluguel	Crediário em Loja Empréstimo em Banco Leasing Financeira Cartão de Crédito Empréstimo com Familiar	R\$ 1.833,00

Continuação Quadro 8...

Família 5	Esposa - Funcionária Pública Esposo - Motorista	Própria	Credciário em Loja Empréstimo em Banco Leasing Financeira Cartão de Crédito Empréstimo com Familiar	R\$ 1.500,00
Família 6	Esposa - Contabilista Esposo - Aposentado	Própria	Credciário em Loja Empréstimo em Banco Leasing Financeira Cartão de Crédito	R\$ 1.860,00
Família 7	Esposa - Gerente Administrativo Esposo - Funcionário Público	Cedida	Credciário em Loja Empréstimo em Banco Leasing Financeira Cartão de Crédito	R\$ 1.920,00
Família 8	Esposa - Administradora Esposo - Analista de Sistemas	Própria	Empréstimo Consignado Cartão de Crédito	R\$ 2.100,00
Família 9	Esposa - Publicitária Esposo - Técnico em Telefonia	Própria	Financiamento Imobiliário Empréstimo Bancário Cartão de Crédito	R\$ 1.450,00
Família 10	Esposa - Funcionária Pública Estadual Esposo - Aposentado	Própria	Credciário em Loja Empréstimo em Banco Leasing Financeira Cartão de Crédito Empréstimo com Familiar	R\$ 2.600,00
Família 11	Esposa - Vendedora Esposo - Funcionário Público	Própria	Credciário em loja Empréstimo em Banco Financiamento de Imóvel Cartão de Crédito	R\$ 2.200,00
Família 12	Esposa - Microempresária Esposo - Estudante	Aluguel	Carnê de Loja Empréstimo em Banco Leasing Financeira Cartão de Crédito Cheque Especial	R\$ 2.000,00
Família 13	Esposa - Vendedora Esposo - Vendedor	Própria	Carnê em Loja Leasing Financeira Cartão de Crédito Empréstimo Familiar	R\$ 1.500,00

Fonte: Dados de Pesquisa, 2018

APÊNDICE C - Roteiro de entrevista com as famílias

QUESTÕES INICIAIS

1. O que não pode faltar em termos materiais na casa? Por quê?
 - 1.1. Vocês já usaram crédito para comprar alguns desses produtos?
 - 1.2. Se precisar usariam o crédito para comprá-los novamente?
2. Vocês tem costume de poupar parte de sua renda? Por quê?
3. Como vocês percebem a condição financeira futura da família?

QUESTÕES INTERMEDIÁRIAS

4. Vocês tem projeto de vida? Como estão esses projetos hoje?
5. Comentem o significado dos sonhos/desejos?
6. Quais as conquistas nesse período? O que essas conquistas representam para vocês?
7. Gostaria que falassem sobre a importância do crédito para vocês? Para realização dos sonhos de consumo?
8. O que significa o crédito para vocês?
9. Se fossem comprar o crédito com uma ferramenta, qual seria? Por quê?
10. Para vocês o que significa não ter crédito? Conte-me o que você faria se não fosse possível obter mais crédito?
11. Como vocês administram o orçamento familiar? Tem algum planejamento formal?
12. Expliquem os motivos que os levaram a usarem o crédito em vez de juntarem para comprar?
 - 12.1. Quais outros fatores influenciaram no uso do crédito?
 - 12.2. Vantagens e Desvantagens do uso do crédito?

13. Conte-me as suas experiências com crédito? Como vocês avaliam essa experiência? O que foi determinante para terem essa experiência?
14. O que vocês aprenderam com o uso do crédito (experiência que tiveram e com a experiência dos outros)?
15. Quando eu falo que crédito você precisa saber usar, o que vem na sua mente?
16. Falem-me como tomam decisão em relação ao uso do crédito.
17. Como foi (ou está sendo) o período de pagamento das parcelas? Teve (ou tem) algum reflexo desse período na vida familiar? Quais? Como vocês lidam com isto?
18. O que significa para você não pagar uma dívida? Vocês tem medo de se tornarem devedores? Por quê?
19. Já tiveram problemas no uso do crédito? Mesmo que momentâneo? Como foi esse período?
20. Gostaria que explicassem quais são (ou foram) os sentimentos nesse período de pagamento das parcelas?

QUESTÕES FINAIS

21. Qual percepção (entendimento) geral do crédito para vocês?
22. Há alguma questão que vocês gostariam de acrescentar sobre crédito que nós não conversamos?

APÊNDICE D - Questionário para perfil das famílias

1. Qual a idade do(s) membro(s) da família?
2. Qual a Escolaridade do(s) membro(s) da família?
3. Qual a sua Profissão do(s) membro(s) da família?
4. Quanto tempo de união?
5. Qual bairro onde mora(m)?
6. Tipo Moradia (aluguel ou própria)
7. Tem empregado doméstico, com carteira assinada?
8. Indique a quantidade dos itens listados que vocês têm em casa:

Banheiros	
Automóveis	
Computador	
Lava Louças	
Geladeira	
Freezer	
Máquina Lavar Roupas	
DVD	
Micro-ondas	
Motocicleta	
Secadora de Roupas	

9. Marque as opções que de bens de consumo comprados usando o crédito?
 - a) Carros
 - b) Motos
 - c) Eletrônicos (TV, computador, celular, tablete etc...)
 - d) Eletrodomésticos (Geladeira, micro-ondas, fogão, maquina de lavar, etc...)
 - e) Casa/apartamento
 - f) Outros _____

10. Marque os tipos de créditos já utilizados?

- a) Carnê em Loja
- b) Empréstimo em Banco
- c) Financiamento de Imóvel
- d) Financeira – Leasing para carro ou moto
- e) Cartão de Crédito
- f) Crédito Direto ao Consumidor (Cx. Eletrônico do Banco)
- g) Cheque Especial
- h) Outro _____

11. Já teve problema com uso do crédito? Se sim, especificar qual foi.

12. Qual a Renda Média da Família (Soma dos rendimentos, dividido pelo número de pessoas da família).

APÊNDICE E – Modelo de Registro de Notas de Campo**DADOS DE IDENTIFICAÇÃO**

- Identificação da Família: _____
- Data: ____/____/____
- Hora início: _____ Hora término: _____
- Local: _____
- Atividade/Situações vivenciada (identificação):

Relato da experiência/Discussão da experiência