

## **A Dádiva na Dívida: um Estudo sobre o Endividamento Familiar**

**Autoria:** Carolina Rezende Pereira, Suzane Strehlau

### **Resumo:**

Esse artigo discute o endividamento familiar pela Teoria da Dádiva. Ela diz respeito às relações sociais baseadas em dar-receber-retribuir, a qual estabelece vínculos sociais entre as pessoas. No método foram realizadas entrevistas com os membros das famílias endividadas. O objetivo foi compreender se a dívida provoca uma relação dadivosa e qual sua função no ritual dadivoso. Esse estudo lança uma nova compreensão sobre o endividamento na Cultura de Consumo e a relação da dívida com outras esferas sociais. Uma vez que os entrevistados mostraram que a dívida se põe como um meio a favor dos laços sociais.

Palavras-chave: Dádiva. Endividamento Familiar. Cultura de Consumo.

## 1 INTRODUÇÃO

Esse artigo está inserido nos estudos da Cultura de Consumo e seguirá uma perspectiva cultural que utiliza preceitos da Antropologia. O objetivo é utilizar a perspectiva da Dádiva para a compreensão do endividamento familiar. A Antropologia estuda os indivíduos na cultura, ou seja, seus hábitos, costumes, valores e crenças, suas relações sociais, as mudanças cotidianas etc. O uso dessa ciência neste estudo ajudará a compreender o papel do endividamento nas relações dos indivíduos endividados com seus familiares e grupos de referências. Esse estudo apresenta resultados preliminares de uma pesquisa de campo.

Propõe-se neste artigo uma nova abordagem a respeito da temática do endividamento. Isto é, por meio do Princípio da Dádiva pretende-se analisar as razões para compras excessivas, que vão além do orçamento e ocasionam o endividamento. Para compreender sobre esse fenômeno trabalhar-se-á nas temáticas do consumo, bens e sacrifício, uma vez que ao analisar o endividamento envolve um consumo excessivo e/ou impensado, o uso dos bens como trocas dádivas entre as pessoas e a compra como sacrifício.

A teoria da Dádiva consiste nos atos de dar-receber-retribuir, nos quais se estabelece um forte vínculo social devido à rede de obrigações promovidas nas trocas entre as pessoas (MAUSS, 2003). Os atos de dar, receber ou retribuir ocasionam troca de regalos, gentilezas e favores. E com isso promovem reforço ou criação de laços sociais entre aqueles envolvidos. Um exemplo simples da aplicação da Dádiva está no presente de aniversário, no qual insere o dispêndio de tempo mental e financeiro, compra do presente ideal, a locomoção até a loja etc. são pontos que representam o esforço e o significado que uma pessoa tem para a outra. Nesse processo pode ser visto que o produto sai do valor mercantil e torna-se um bem valorativo. A trama da Dádiva pode ser vista da seguinte maneira, a entrega do presente se coloca como o ato de dar (primeiro ato). A pessoa ao receber (segundo ato) e abri-lo percebe a importância que ela tem pelo significado que o bem representa. E a retribuição (terceiro ato) acontece num momento posterior, quando aquele que recebeu oferta algo para aquele que deu. Esses atos de dar-receber-retribuir reforçam o envolvimento das pessoas. O que parece nessas trocas é que tudo aquilo que precede o ato de dar algo a alguém e a consequência dessa entrega para o receptor envolve muito mais que simples trocas, e sim, satisfação, gratidão, amor etc.

A Dádiva pouco utilizada nos estudos em Administração, como por exemplo, nas pesquisas sobre economia solidária (CASTANHEIRA; GUERRA; PEREIRA; 2006, CUNHA; BARBOSA, 2007), aplicação no estudo referente às organizações (VIZEU, 2006) e no marketing de relacionamento (LOURENÇO; PEREIRA, 2007).

O uso da teoria da Dádiva nos estudos de Cultura de Consumo se faz importante, pois abrange as interpretações de significado e ações para os outros nas questões relacionadas ao consumo. Portanto, o entendimento das relações entre pessoas e pessoas e bens mostra que a interface da Dádiva e Cultura de Consumo deve envolver o simbólico, a subjetividade, o que não está explícito numa rede que pode envolver ou não os indivíduos.

Em relação às pesquisas na temática do endividamento pode-se observar a concentração de estudos nas áreas de finanças e psicologia, as quais exploram a relação da dívida com as variáveis que a ocasionam ou motivações que a levam a acontecer numa visão restrita do indivíduo (PARKER; SHATTERJEE, 2009; WANG; LV; JIANG, 2011; LEE; LOWN; SHARPER, 2007; MOURA et al., 2006; TRINDADE et al., 2010).

O intuito do artigo é contribuir para o entendimento do fenômeno do endividamento pela cultura, ou seja, como a dívida está inserida no meio social dos sujeitos endividados. Dessa forma, é importante entender os propósitos de se endividar, os hábitos desses consumidores, com quem eles se relacionam, para quem essa dívida é efetuada etc. Enfim, analisar o processo total do endividamento, e não somente pontos específicos como relacionar com alguma variável ou traçar um perfil dos endividados, por exemplo. Como mostra Graeber

(2011) na história da humanidade, a maior parte das pessoas foi endividada, pelo menos em algum ponto de sua vida. Portanto, a dívida monetária é algo construído culturalmente ao longo do tempo.

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

## 2 DISCUSSÃO TEÓRICA

### 2.1 Princípio da Dádiva

A Dádiva surge como uma explicação daquilo que circula nestes em prol do laço social (MAUSS, 2003). Dessa forma, nem a economia de mercado, nem a economia pública, nem o Estado são incomensuráveis e absolutamente estranhos à economia ou à sociedade da Dádiva. Ela não se posiciona numa dimensão calculável e equivalente nem uma visão geral e integral. Portanto, permite sair de estigmas padronizantes sobre estudos do indivíduo ou do consumidor e de quão limitado é fazer pesquisas que isolam as variáveis.

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

A teoria da Dádiva foi introduzida por Marcel Mauss e diz respeito à gênese do laço social, às relações baseadas em dar, receber e retribuir, nas quais estabelece um forte vínculo social entre as pessoas devido à rede de obrigações promovidas nas trocas sociais. A premissa do dar-receber-retribuir põe à luz a circulação de bens, pessoas, polidez, sentimentos, a própria vida (CAILLÉ, 2002). A noção geral da Dádiva está no laço social, antes mesmo da produção e reprodução de bens e pessoas.

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

Esse princípio está baseado, sobretudo na noção de retorno, ou seja, no sentimento de obrigação de retribuir uma Dádiva obtida, ao invés de sê-lo na própria ideia de reciprocidade. “A reciprocidade dos objetos não é central à Dádiva... a Dádiva é antes de mais nada uma Dádiva” (GODBOUT, 1999, p. 116). É por essa razão que não se retribui uma Dádiva do modo como se restitui troco, ou do modo como se paga um empréstimo financeiro. A ideia básica consiste no fato de que o gesto de retribuição institui um laço com outra pessoa, ao vincular o gesto de retribuir (dar a outrem) seja no passado seja no futuro.

A Dádiva apresenta alguns quesitos que validam a sua existência: não equivalência, espontaneidade, dívida, incerteza, prazer do gesto e liberdade (GODBOUT, 1998). Uma relação dadivosa não é equivalente, pois não é possível calcular ou se pôr em equidade, conseqüentemente fica sempre a dívida entre as pessoas. A existência da Dádiva está no prazer do gesto de alguém praticar essa ação e ver o outro a recebendo, dessa forma ela é espontânea, já que parte da iniciativa própria do sujeito (ela não é forçada). Com isso, há liberdade plena no retorno ou não dessa dívida, o que gera incertezas entre as pessoas

participantes da relação dadivosa. De fato, esses quesitos criam vínculo, interação e sociabilidade por meio da reciprocidade numa dimensão simbólica, já que para Mauss, os símbolos e dádivas são co-extensivos.

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

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

A permanência da Dádiva está na dívida, já que estar em dívida com alguém proporciona o reforço dos laços sociais. A importância dessa teoria está no ciclo que ela gera entre as pessoas, ela faz do estranho, do desconhecido ser o menos estranho possível. O dispêndio que os envolvidos dispõem seja o tempo, a duração e o trabalho mostram que o valor do vínculo, o ato simbólico de se doar e permitir que os outros se doem é muito mais representativo do que aquilo que circula em prol da Dádiva.

## 2.2 A Dádiva e o Consumo

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

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

Holt (1995) explana sobre as metáforas para o consumo numa matriz 2x2, a qual aloca as dimensões do consumo dos bens (a interface dos bens) e as ações de consumo que visam a relações interpessoais. O autor divide-as em quatro dimensões: consumo como experiência, consumo como integração, consumo como classificação e consumo como performance, como pode ser visto na figura 1.

Consumo como experiência	Consumo como integração
Consumo como performance	Consumo como Classificação

Figura 1 – Matriz das dimensões do consumo

Fonte: Autor “adaptado” de Holt, 1995, p. 3

O consumo como experiência diz respeito à subjetividade e à emoção nas experiências e hedonismo nas práticas de consumo. O consumo como integração descreve como os consumidores dão significado aos bens e os integram como objeto e extensão do eu numa visão simbólica. O consumo como classificação observa o ato de consumir, no qual os bens classificam os consumidores em grupos e categorias. A última dimensão, consumo como performance, analisa como as pessoas utilizam os bens e criam relações com as outras dimensões. Deve-se atentar ao fato de que Holt (1995) comenta sobre a pouca atenção dada a essa última dimensão e a importância de estudá-la relacionada com outras interfaces.

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

O uso dos bens é social (APPADURAI, 2008) e está carregado de significado e de sentido, pois envolve as pessoas mesmo fora do processo mercantil, seja no processo da escolha ou uso do bem. Os bens são utilizados como pontes ou cercas (DOUGLAS: ISHERWOOD, 2004), visto que numa relação de Dádiva, enriquecem as trocas interpessoais e assim, se colocam como uma ponte. A Dádiva não mede o valor mercantil, e sim o valor das pessoas, daí considerar o bem circular a serviço dos vínculos.

### 2.3 Elementos da Dádiva

A Dádiva como viés para o entendimento dos fenômenos carece da explicação dos elementos que dão suporte ao papel da cultura material e da subjetividade das pessoas envolvidas nas relações dádivas. A figura 2 ilustra esses elementos.

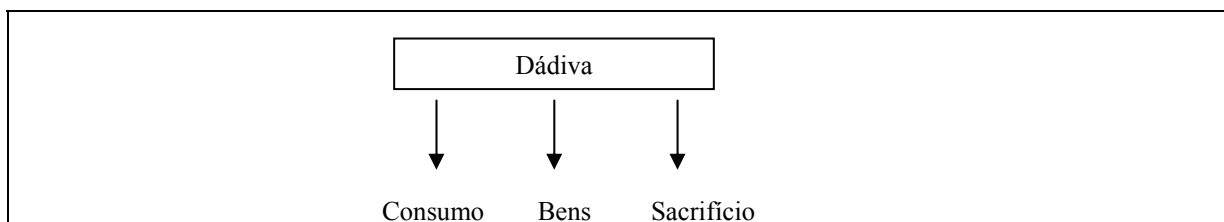


Figura 2 – Elementos da Dádiva  
Fonte: Autor

#### 2.3.1 Consumo

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

Esse ato de consumir e experimentar causa dispêndio de bens em razão do ciclo do consumo, há o desejo, a compra e conseqüentemente a desilusão (CAMPBELL, 2001). Isto é, a essência dos bens é perpassada, porém o que permanece são as sensações. Assim, essas sensações são sempre renovadas, pois a procura de novos devaneios estará em outros bens e

com outras finalidades também. E, tudo isso é devido a uma característica moderna, o caráter efêmero do mundo (BAUMAN, 2007). Assim, o consumo é parte de uma construção cultural que leva os indivíduos a uma disposição de ansiedade de compra por meio de um processo novo de consumo. Diferentemente de explicações racionalistas que explicam o consumo pelo comportamento utilitarista de cálculo dos indivíduos no mercado.

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

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

### 2.3.2 Bens

Deve-se atentar ao fato que os bens circulados fora das relações capitalistas tem significado bem diferente do que o mercantil, uma vez que os bens se entrelaçam com os autores. O uso dos bens é social, o próprio bem tem vida social (APPADURAI, 2008), eles fora das relações mercantis estão carregados de significado e sentido que envolve as pessoas, seja no processo da escolha e no seu uso. Os bens são utilizados como pontes ou cercas (DOUGLAS & ISHERWOOD, 2004), pode-se considerar que os bens, numa relação de Dívida, enriquecem as trocas interpessoais e então os coloca como ponte. A Dívida não mede o valor mercantil, e sim o valor das pessoas, daí o bem circular a serviço dos vínculos. A compra desses bens para reafirmar relações dádivas pode, no entanto levar a pessoa a um ciclo de consumo que poderá levar ao endividamento. O ato de se endividar mostra o esforço do indivíduo em adquirir bens para si (como modo de reconhecimento no grupo) e para os outros (como meio de trocar, mostrar gentilezas) com o intuito de adentrar e/ou reforçar os laços sociais.

A compra dos bens pode ser configurada em dois tipos: a compra para si e a compra para os outros. A compra para si coloca o sujeito como pertencente a um *habitus* (BOURDIEU, 2007) de classe que proporciona ao consumidor um reconhecimento de si no estilo de vida próprio do bem adquirido. Esse sentimento de pertencimento permite a pessoa se ver como sujeita daquele *habitus* e a compra desses bens envolventes trazem reconhecimento de si na criação e manutenção das relações sociais próprias de cada estilo de



vida. A compra para os outros são atos de amor que uma pessoa revela ao regalar outrem, ou seja, os bens são uma manifestação material-simbólica que demonstra o esforço em dar continuidade nessa relação, reforçar a importância do outro e o reconhecimento de si e a espera do retorno. Nessas duas modalidades de compras a Dádiva se insere já que a troca entre os envolvidos (seja entre duas pessoas ou um grupo), o dar, a espera da gentileza dada, o retorno, o reconhecimento estão intrínsecos aos olhares dos outros. O sujeito necessita das relações dádivas para se manter em sociedade. Dessa forma, a Dádiva está em toda parte (GOUDBOUT, 1999), já que pelas etnografias (MALINOWSKI, 1984; COELHO, 2006) vê-se a interface dela nas diferentes comunidades, porém seu núcleo dar-receber-retribuir permanece.

### 2.3.3 Sacrifício

Segundo Mauss (1999) o sacrifício é a constituição de uma relação entre os envolvidos e um mundo transcendental. Nesse envolvimento se trocam oferendas, vínculos, esperas, retornos com o objetivo final de estabelecer comunicação e contato com os participantes. Para Mauss, o sacrifício acontece em vários estágios que resultam numa série de transformações não somente na vítima, mais especificamente, do oficiante do sacrifício, ou seja, da pessoa ou das pessoas que serão beneficiadas pelos resultados do sacrifício.

Mauss (2003) argumenta que o sacrifício implica em falar em Dádiva já que para manter esses tipos de relações (para que elas aconteçam) é preciso que ambas as partes estejam propícias à Dádiva e os riscos de adentrá-la. Dessa forma, pode-se fazer uma relação entre Dádiva e sacrifício, pois quem se sacrifica se priva de algo e se doa, e com isso se coloca numa relação de dar-receber-retribuir. O intuito do sacrifício é a Dádiva. Portanto, nesse tipo de relação o que se contabiliza no final não é o cálculo economicista, mas sim a dívida imaterial (subjetiva). Para tanto,

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

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

## 2.4 Os Elementos da Dádiva no Endividamento

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

Pode-se ver, segundo Godbout (1999), que a Dádiva se apresenta como uma complicada rede de obrigações. Porém, a Dádiva moderna mostra-se como menos obrigatória e mais voluntária, devido à liberdade individual da pessoa decidir mais livremente suas escolhas. Essa Dádiva se apresenta como mais voluntária, pois parte do indivíduo se deseja ou não continuar num ciclo dadivoso.

Com isso, o aspecto voluntário mostra que a própria pessoa se coloque nesse sacrifício ao oferecer o endividamento como aparato para o reforço dos vínculos sociais. A partir disso, há um intuito de reforço das relações sociais e de reconhecimento por parte do outro. E conseqüentemente, envolve toda uma premissa própria da Dádiva.

O significado social dos bens foi analisado em Malinowski (1984) na etnografia dos Argonautas do Pacífico Oriental. No *kula*, as trocas de braceletes e colares entre as ilhas, não tem definição monetária alguma. Mas está carregado de sentido subjetivo de prestígio e renome entre os envolvidos. Essas grandes trocas promovem também uma série de eventos, no qual relacionam pessoas, cerimônias, presentes e outros. A imersão nesse meio social coloca as pessoas como pertencentes ao mundo. O uso dos bens, comprados pelo endividamento, pode acarretar em grandes trocas não só dos bens mas também de reconhecimento, de gratidão etc. Portanto, o endividamento pode dizer mais do que um orçamento negativo.

Nas relações entre famílias e grupos de referência trocam-se saberes, cerimônias e opiniões. Essas trocas motivam o compartilhamento de vivências, em que todos esperam notoriedade, renome social. Reconhecer o outro comprova que a Dádiva está viva, pois o reconhecimento mostra que aquilo dado foi retribuído. Isso causa ao doador vontade de doar mais, em busca de reconhecimento. O mesmo acontece com o receptor que, num outro episódio, se torna doador.

O que se conquistou com o sacrifício da dívida necessita ser exteriorizado para os grupos de referência, como pode ser possível ver que a consequência das dívidas traz ao lar conquistas (medalhas, notas boas, promoção, por exemplo). E essa exacerbação precisa ter reconhecimento dos outros. Porém, essa relação de Dádiva não fica restrita ao âmbito familiar. A família, como uma unidade, não interage somente com seus membros, mas também com seus grupos de referência. O grupo de referência seria, utilizando da analogia, as outras ilhas do arquipélago.

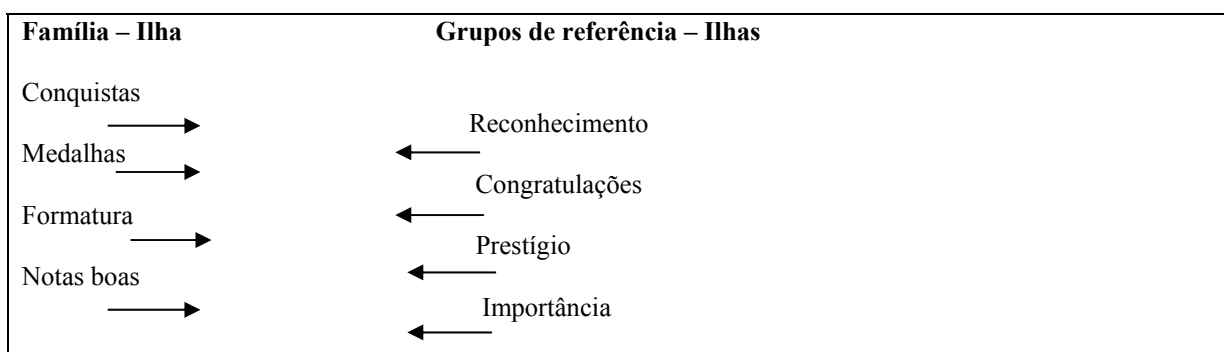


Figura 3 – As trocas dadivosas entre grupos

Fonte: Autor

A figura 3 mostra o ciclo de Dádiva entre família e os grupos de referência. Esse relacionamento mostra que os integrantes da família ao exteriorizarem suas dádivas internas necessitam reconhecimento, e isso ao acontecer os colocam como pertencentes ao seu meio social. Já que o retorno positivo é a resposta de que os outros os legitimam.

Pensar a Dádiva no núcleo familiar é estabelecer o ciclo de dar-receber-retribuir. Os atos que ocorrem nas relações familiares já dizem respeito a intenções de obrigação e



liberdade entre os envolvidos. Até porque dar a vida a alguém, o envolvimento na criação dos filhos e o agradecimento deles pela vida faz com que naturalmente as características da Dádiva estejam inseridas nas relações de família.

E daí parte-se a questão dessa pesquisa: em uma sociedade contemporânea capitalista como a Dádiva e a dívida estão relacionadas?

### 3 MÉTODO

A orientação teórica para este estudo será a Fenomenologia, a qual visa entender o significado e a experiência das pessoas perante a um fenômeno (PATTON, 2002; MOREIRA, 2002; FLICK, 2009). Essa abordagem compreende o significado e a essência das experiências do fenômeno para a pessoa ou para o grupo de pessoas. Portanto, ela valoriza a descoberta de um significado essencial dos fatos e das experiências humanas.

Por meio dessa orientação teórica se investigará como as pessoas experienciam a dívida, como percebem, sentem a respeito, julgam, dão sentido ao endividamento e exteriorizam no mundo que compartilham. Isto é, entender como a dívida se insere na vida dos sujeitos e o seu significado nas experiências mundanas.

Para a compreensão fenomenológica da problemática a pesquisa utilizada foi a qualitativa. Ela representa uma investigação naturalista, onde o evento ocorre na vida real e não há controle pelo pesquisador (PATTON, 2002). Isto é, a pesquisa se baseia na liberdade na busca por dados com as pessoas endividadas. Por isso, a pesquisa qualitativa irá ajudar a compreender o que é importante saber nas experiências dos endividados.

A unidade de análise da pesquisa foi famílias que compartilhem a experiência do endividamento. Os entrevistados vieram a partir de um banco de dados de uma loja de crédito financeiro e por indicação dos próprios entrevistados. A amostra foi categorizada como famílias endividadas. Isso porque a intenção é apreender todo o ciclo da Dádiva e então, foi necessário analisar os membros familiares que participam dessa relação (aqueles que “dão” e aqueles que “recebem”).

Os dados foram obtidos a partir das entrevistas em profundidade, para apreender as perspectivas e experiências pessoais dos entrevistados endividados. Por meio dela foi possível ter conhecimento da expectativa do outro, da essência da sua experiência da dívida.

Ao utilizar dessa modalidade de entrevista se focou nas histórias de vida. Essa técnica de coleta diz respeito às experiências concretas de uma vivência e seus aspectos subjetivos (DEBERT, 1986; NOGUEIRA, 1975). Isto é, por meio dos relatos dos informantes será possível resgatar fatos e acontecimentos da vida que podem ter influência no desencadeamento do endividamento.

Os eventos que foram considerados marcantes na história de vida e que tenham influência na temática do endividamento foram categorizados na entrevista como entrevista episódica. Nela foca-se nas “experiências de um sujeito sobre um determinado domínio sejam armazenadas e lembradas nas formas de conhecimento narrativo-episódico” (FLICK, 2009, P. 172). A entrevista episódica pode ser considerada como uma especialidade da história de vida. Isso porque nas narrativas do entrevistado será possível perceber momentos relevantes e quando eles se mostraram pertinentes foi pedido ao entrevistado que foque no acontecimento mais detalhadamente. A pessoa ao narrar um episódio relatou a sua própria experiência, como ocorreu, o contexto e o momento. A contribuição dessa técnica mais específica é que aborda as experiências mais relevantes e possibilita a construção do processo do endividamento.

A configuração da técnica em entrevista em profundidade, história de vida e entrevista episódica visa enriquecer a pesquisa, devido à associação entre narrativas, profundidade de dados, relatos de vida e fatos marcantes.

A abordagem dos temas foi dividida em três momentos: passado, presente e futuro. As perguntas referentes ao passado dizem respeito aos motivos que levaram ao endividamento e como foi o processo de entrar em dívida. Já as questões sobre o presente abordam assuntos do papel da dívida, ou seja, o que foi comprado que acarretou no endividamento, qual a razão de tê-los comprado, quem usufruiu desses bens. Nas perguntas intituladas no momento futuro será indagado se o interlocutor se endividaria de novo e em quais situações. Também foi questionado em relação à dívida e a Dívida como: a necessidade de comprar esse produto ou serviço para alguém, a importância dessa pessoa na vida do entrevistado, o que espera quando oferta esse bem a ele/ela, como vê o retorno dessa oferta.

A análise dos dados foi feita por meio da Análise do Discurso. O interesse está nas versões que os entrevistados apresentam de suas recordações, descrições e formulações (FLICK, 2009). O seu foco está na interpretação do conteúdo das falas, o seu sentido social e a construção dos eventos.

#### 4 RESULTADOS

Nas entrevistas, as dívidas surgiram devido a um momento de instabilidade e ruptura. Exemplos disso são: separação, mudança de cidade, doença. Essas ocasiões podem ameaçar as relações dadivosas, uma vez que geram processos de mudança ou transformação na vida dos envolvidos. Na tentativa de restabelecer a continuidade da Dívida surgem as dívidas.

As dívidas são consequência de um momento de instabilidade que ocorreu em algum momento da vida das pessoas entrevistadas. Na unidade familiar 1, a separação do casal foi relatada como um ponto crucial na mudança de certos aspectos da vida, tanto para os pais quanto para os filhos. A dívida nesse caso surge como consequência da necessidade de manter o padrão de vida que a mãe e os filhos tinham antes da separação. Isto é, ter o mesmo tipo de vida social, comprar roupas nos mesmos lugares, os filhos frequentarem a mesma escola e até mesmo compra de outros bens (como por exemplo, uma guitarra para o filho).

Na entrevista com a unidade familiar 2 foi citado o fim do casamento e logo um tempo depois a mudança de cidade como fatos marcantes. A separação desencadeou a vontade de mudar de cidade e ir para uma maior que provesse melhor estrutura para a criação das filhas. A partir daí, a mudança de cidade tornou-se parte de um projeto de vida para as filhas, como por exemplo, melhor educação.

A mudança de cidade foi abordada por outra entrevistada da unidade familiar 3 como um fator desencadeador da dívida. Uma entrevistada saiu do estado de Tocantins para regressar a Uberlândia em razão da educação da filha. Como ela tinha terminado o ensino médio, a mãe acreditava que em Uberlândia, uma cidade com melhor estrutura teria acesso a faculdades mais renomadas em relação ao lugar que residia. Com isso, ela resolve se mudar junto à filha e o marido permaneceu devido ao seu trabalho. A entrevistada argumentou de sua decisão dizendo de seu papel como mãe e o quão difícil foi engravidar. Dessa forma, a figura da filha tem importância valorativa para ela devido a demora de cinco anos em conseguir engravidar.

Outra história de endividamento na unidade familiar 4 diz respeito ao fim de um casamento e um novo casamento entre os entrevistados, no qual o filho do primeiro casamento da esposa foi morar com os dois. No meio desse relacionamento surgiu um AVC no marido. Ele comenta que o enteado teve um significado importante na sua recuperação. Esses vários fatores influíram no surgimento das dívidas como parte de um projeto de vida do menino. O sonho do enteado é ser piloto de avião e os pais relatam as duas vezes que o levaram a Pirassununga para conhecer a FAB (Força Área Brasileira). O esporte tem um papel crucial nesse sonho do menino, já que os pais falaram que para entrar na FAB o esporte é um

diferencial no currículo. O menino é campeão estadual de caratê e participa de inúmeros campeonatos no Brasil, ele possui certa notoriedade no meio esportivo. Daí, as dívidas surgiram em consequência de gastos para o aprimoramento do menino (compra de quimono, acessórios de proteção, mochila, colchão para ele dormir melhor).

Os enredos familiares sejam eles famílias tradicionais, pais separados ou novos casamentos, mostram que momentos de instabilidade geram o surgimento de dívidas, e essas estão interligadas a uma projeção de estabilidade na relação de Dádiva com o outro (nesses casos, os filhos).

A análise da Dádiva na dívida poderia ser diferente quando se muda o ciclo de vida em que o consumidor se encontra. Como por exemplo, a entrevista que foi descartada em razão da entrevistada ser solteira e sem filhos, o que acarreta numa outra forma de análise do endividamento. A entrevista foi feita com uma mulher de trinta e nove anos, solteira, que mora com a irmã, mas não tem muito contato com ela. Ela relata que as dívidas surgiram devido ao fato de ter feito compras para si, como roupas e sapatos. A justificativa é a necessidade de apresentação de si para outros, seja no trabalho ou na faculdade. Com isso, a Dádiva na dívida assumiria, nesse caso, que os bens servem para fortalecimento e criação de relações no meio social. O que, posteriormente, pode ser outra unidade de análise.

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

Na figura 4 há um esquema de como é o desencadeamento de endividamento familiar: Dádiva → dívida ← Dádiva.

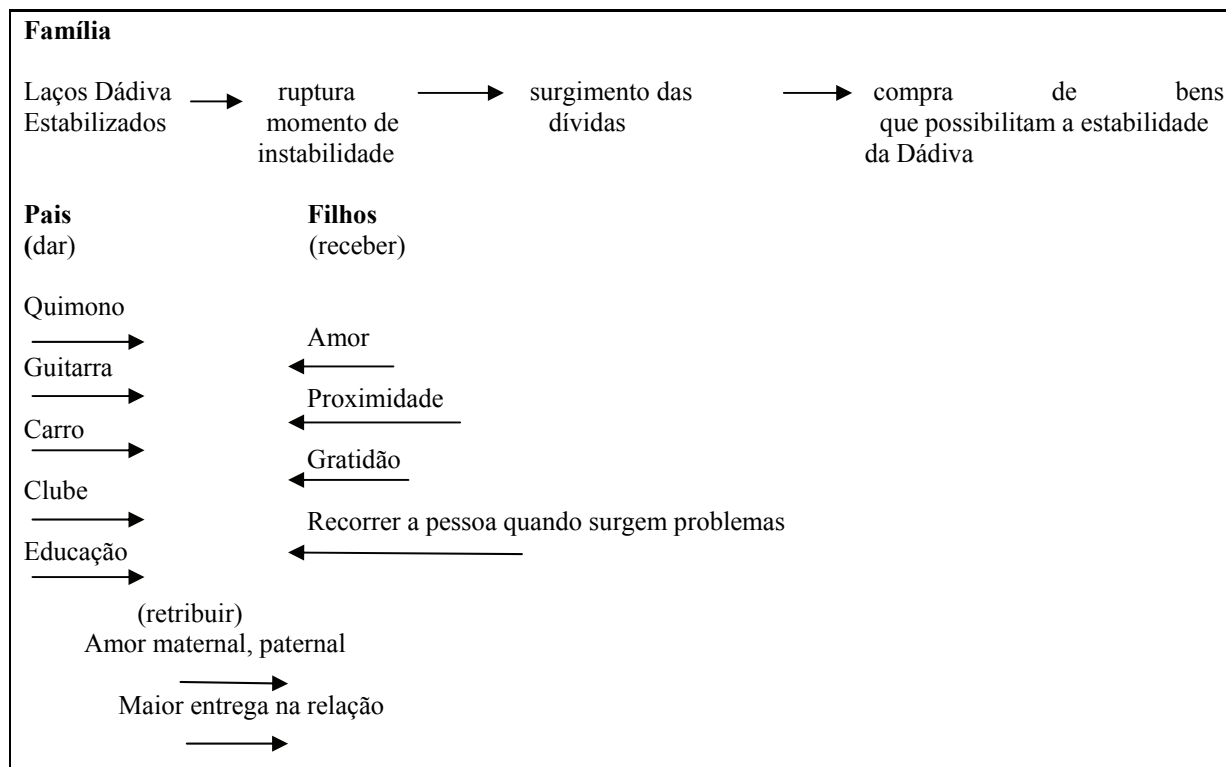


Figura 4 – Desencadeamento do endividamento: Dádiva - dívida – Dádiva

Fonte: Autor

No ciclo de dar-receber-retribuir os bens oferecidos (especificados na figura 4) são utilizados como o primeiro ato (dar). Esses servem como meios de reintegração no processo

de ruptura, de maneira que auxiliem na regularidade da Dádiva. O segundo ato (receber) é o feedback que os filhos dão as intenções dos pais, e os mesmos retribuem com mais entrega e dedicação.

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

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Dádiva lança um novo conhecimento sobre o papel do endividamento do consumidor, como um auxílio para o fortalecimento dos laços sociais. Uma vez que a dívida financeira se lança como oferta de bens em prol da relação.

A dívida ilustra o momento do consumo como performance (Holt, 1995), já que faz interface das categorias simbólicas, as significações culturais e relações sociais. Isto é, se endividar representa uma forma de consumo familiar em que a dívida se torna mais que desajuste monetário, mas também uma representação simbólica. Estar em dívida tem um significado cultural pela Dádiva como uma tentativa de reestabelecimento das relações sociais. Assim, esse poder de endividamento na família (geralmente pelo chefe da família) representa um reforço na sua posição social, seja no núcleo familiar quanto no seu grupo de referência.

O retorno do sacrifício do endividamento, visto no ciclo de dar-receber-retribuir, se dá pelo reconhecimento do esforço por meio da gratidão (no âmbito familiar) e reconhecimento social (nos grupos de referência), em ser visto como um bom pai/mãe. A dívida minimiza ou reestabelece relações dadivosas entre aquele que se endivida e aquele que recebe os bens ofertados. Nas entrevistas, estar em débito não é visto tão negativamente quando se pensa no que foi proporcionado, pois os entrevistados afirmam que fariam novamente, caso a dívida fosse para o bem.

Portanto, a dívida se torna um bem social, já que o endividamento traz consigo o significado de segurança e conseqüentemente fortalecimento nas relações dadivosas. Isso porque as trocas de dar e receber estabelece harmonia.

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

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

## 6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

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

BAUMAN, Zygmunt. **Vida Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

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

\_\_\_\_\_. Marginalia. Algumas Notas Sobre o Dom. **MANA**, v.2, n. 2, 1996, p. 7-20.

CAILLÉ, Alain. Introdução: o terceiro paradigma. In: **Antropologia do dom: o terceiro paradigma**. Petrópolis: Vozes, 2002.

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

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

CASTANHEIRA, Maria Eugenia; GUERRA, Ana Carolina Guerra; PEREIRA, José Roberto. Economia Solidária: a ação coletiva sob a ótica da escolha racional e da teoria da dádiva. In: Encontro de Administração Pública e Governança, 2, 2006, São Paulo. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2006.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

MAUSS, Marcel. Ensaio sobre a dádiva. In: \_\_\_\_\_. **Sociologia e Antropologia**, São Paulo: Cosac Naif, 2003. 2ª parte, p. 183-314.

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

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

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

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

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

TRINDADE, Larissa de Lima et al. Como as Mulheres Abrem suas Carteiras? Uma Análise dos Determinantes da Propensão ao Endividamento. In: Encontro da ANPAD, 34, 2010, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2010.

VIZEU, Fábio. Contribuições da Sociologia da Dádiva aos Estudos sobre Organizações Substantivas. In: Encontro de Estudos Organizacionais, 4, 2006, Porto Alegre, **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2006.

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