

VÃO-SE OS ANÉIS: UMA ABORDAGEM ANTROPOLÓGICA DO PENHOR COMO INSTRUMENTO DE CRÉDITO¹

Lúcia Helena Alves MÜLLER²
Décio Soares VICENTE³

RESUMO: Este texto enfoca o penhor, uma instituição muito tradicional, mas que segue presente no mercado, concorrendo com uma grande diversidade de mecanismos de crédito que, em anos recentes, no Brasil, tem sido cada vez mais dirigido à população de baixa renda. Mercado como instituição social, relações entre mercado e economia familiar, entre valor econômico e valor simbólico são dimensões contempladas na análise desenvolvida sobre esse instrumento financeiro. Ela se baseia nos dados de numa pesquisa de natureza etnográfica, realizada através de observações e de entrevistas com as pessoas que freqüentam o penhor, bem como com funcionários da instituição financeira responsável por essa modalidade de crédito. Também foram utilizados dados e informações fornecidos pelas instituições que formam o Sistema Financeiro Nacional, matérias publicadas na imprensa, referências históricas e literárias.

PALAVRAS-CHAVE: Antropologia Econômica. Crédito e consumo. Sociologia das finanças.

Introdução

O tema desse texto é o penhor, um mecanismo de crédito que, embora tradicional, segue presente no mercado, concorrendo com uma grande diversidade de modalidades de crédito que atualmente são oferecidas para a população brasileira de baixa renda. Ele apresenta alguns dos resultados obtidos no âmbito de pesquisa que buscava identificar as diversas lógicas que orientam as relações entre indivíduos pertencentes aos segmentos sociais recém incorporados ao mercado de consumo e as instituições e instrumentos financeiros, em especial, o crédito⁴.

¹ Esse texto é uma versão modificada de um paper que foi apresentado no 31º Encontro Anual da ANPOCS, em Caxambu, outubro de 2007.

² Doutora. UNB – Universidade de Brasília. Brasília – DF – Brasil. 70910-900. PUCRS – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre – RS – Brasil. 90619-900 - lucia.helena@puers.br

³ Mestre. PUCRS – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre – RS – Brasil. 90619-900 - deciodez@gmail.com

⁴ O projeto de pesquisa “Me dá um dinheiro aí? Crédito e inclusão financeira sob a ótica de grupos populares” contou com financiamento do CNPq (MÜLLER, 2006). São frutos desse projeto os trabalhos de conclusão do curso de graduação em Ciências Sociais de Vicente (2007) e Candido (2007).

O crédito como mecanismo de política econômica e social

Ao longo da última década, a população brasileira de baixa renda vem sendo alvo de políticas que têm por objetivo a redução das desigualdades sociais (via distribuição de renda) e o desenvolvimento econômico (via estímulo ao crescimento do consumo de massa), objetivos esses que estão explicitados no Plano Plurianual 2004-2007. A opção por esse tipo de política foi sendo definida ao longo dos governos FHC e Lula, num processo que não aconteceu sem divergências e críticas, nem significou a superação de contradições entre as formulações teóricas que orientam essas políticas e as propostas ideológicas dos grupos que sustentaram sua implementação.

Como mecanismo para diminuir a desigualdade a partir das camadas mais pobres da população, as principais estratégias escolhidas foram a política de aumento do salário mínimo e os programas de transferência de renda (bolsa escola, bolsa alimentação, durante o governo FHC, bolsa família no governo Lula); enquanto que a estratégia eleita para promover a inclusão da população de baixa renda no mercado de consumo foi o estímulo à criação de produtos e serviços financeiros, em especial, de crédito, dirigidos especificamente para a esse segmento social.

Uma das instituições responsáveis pela formulação desse tipo de políticas é o Banco Mundial, organização que tem desenvolvido um trabalho constante de construção e divulgação do referencial teórico-metodológico que fundamenta programas de desenvolvimento com base na idéia de inclusão financeira (SEN, 2000; KUMAR, 2004). De acordo com esse referencial, o acesso da população de baixa renda aos serviços financeiros é um indicador significativo do nível de inclusão social de cada país. Baseado nesse referencial, o governo brasileiro tem agido no sentido de estimular os agentes do Sistema Financeiro Nacional a criarem novos produtos que promovam o acesso de indivíduos de baixa renda às instituições financeiras, o que vem ocorrendo através da oferta de novas modalidades de contas bancárias, de cartões e outros mecanismos de crédito, especialmente dirigidos aos grupos populares. Também foi incentivada a criação de linhas de crédito consignado e linhas de crédito vinculadas a programas sociais, programas de microcrédito para o financiamento de atividades de geração de renda, linhas de crédito para apoiar projetos de implementação moedas de circulação local, etc.

Algumas dessas políticas visavam limitar os juros aplicados sobre o crédito que é oferecido a determinados grupos sociais, como foi o caso da liberação do crédito consignado para funcionários públicos, aposentados e pensionistas, e também disseminação dos canais de oferta de empréstimo via o mecanismo do penhor. Mas a manutenção dos juros em patamares extremamente elevados no mercado nacional fez com que a oferta de crédito às camadas populares tenha se tornado um produto muito rentável para todas as instituições financeiras.

Assim é que, atualmente, agentes e mecanismos novos e tradicionais estão disputando acirradamente a clientela de baixa renda. Para se comunicar e interagir com esse público, as instituições financeiras tiveram que buscar mediadores operacionais e simbólicos (MÜLLER et al., 2011). Entre esses mediadores estão as lojas dos agentes de crédito que se multiplicaram nas grandes cidades brasileiras, e também as grandes redes de varejo, que, além do financiamento para a aquisição dos bens, passaram a oferecer crédito a um público mais amplo, através de sua rede de lojas. O esforço de mediação simbólica pode ser percebido nas campanhas publicitárias que são maciçamente veiculadas nas TVs e nas rádios, com uma linguagem dirigida claramente aos grupos populares (em especial aos aposentados). Além disso, os agentes financeiros passaram a utilizar formas de que eram tradicionalmente utilizadas pelo comércio popular, como a oferta direta, feita na rua, através da distribuição de panfletos, e a divulgação dos produtos através de pregões.

O presente trabalho aborda uma das modalidades tradicionais de crédito que está disponível aos grupos de baixa renda: o penhor. A reflexão aqui apresentada se baseia nos dados de uma pesquisa de natureza etnográfica realizada na cidade de Porto Alegre ao longo do ano de 2007, que foi complementada e atualizada por dados e informações fornecidos pela Caixa Econômica Federal e por outras instituições que formam o Sistema Financeiro Nacional, além de matérias publicadas na imprensa e de referências literárias.

O penhor da caixa

O Penhor da CAIXA é a solução ideal para quem possui uma jóia, metal nobre, diamantes lapidados, pérolas, relógios, canetas e pratarias (estes três últimos originais e de valor significativo) e precisa de dinheiro rápido e sem burocracia. Ofereça um bem como garantia e o seu empréstimo é liberado na hora. Praticidade: Não há necessidade de análise de cadastro ou avalista.

Tarifas competitivas: Possui uma das menores taxas de juros do mercado.

Prazo estendido de pagamento: Até 180 dias para pagar, renováveis.
(CAIXA ECONÔMICA FEDERAL, 2011a).

No Brasil, o serviço financeiro conhecido como penhor existe oficialmente desde 1861. Em 1934, a Caixa Econômica Federal passou a deter exclusividade na oferta desse serviço, que tem sido apontado como uma das alternativas mais atrativas para a população em função dos baixos juros cobrados.

O serviço prestado pelo penhor inclui a avaliação das peças que são apresentadas como garantia, a concessão de um empréstimo cujo valor é proporcional a essa avaliação (até 80% do valor do bem empenhado), a custódia da jóia até seu resgate, caso não haja renovação do contrato. O indivíduo que procura um empréstimo no penhor leva a jóia até uma agência e a avaliação da peça é feita na hora. Logo após, o contrato é assinado, autenticado, o dinheiro é entregue ao cliente e a jóia é guardada no cofre do banco.

Na primeira vez que vai ao penhor, a pessoa precisa fazer um cadastro e apresentar seus documentos (carteira de identidade, CPF, comprovante de residência). Tendo o cadastro, em suas próximas vindas ao penhor, ela deverá apresentar apenas a identidade, o CPF e a jóia a ser empenhada. O penhor não faz consulta aos serviços de proteção ao crédito (SPC ou SERASA) para a disponibilização do empréstimo. Isso faz com que sua obtenção seja rápida. O penhor pode ser acionado por analfabetos, desde que representados por um procurador.

Segundo informações da própria Caixa Econômica Federal, em junho de 2007, os custos para quem buscava um empréstimo no penhor eram de 2,1% mensais para empréstimos até R\$ 300,00 e de 2,88% ao mês, para empréstimos acima desse valor, mais as taxas (Valor Online, 14/06/2007). O prazo para o pagamento da dívida podia ser de até 120 dias, sempre em múltiplos de 30. O objeto a ser penhorado devia ser avaliado entre R\$ 50 e R\$ 50.000,00. Na modalidade micropenhor, o prazo para o pagamento era o mesmo, mas as taxas de juros cobradas eram mais baixas e o objeto a ser penhorado devia ser avaliado entre R\$ 50,00 e R\$ 600,00. O micropenhor era oferecido para quem não tivesse conta bancária ou para quem tivesse saldo médio inferior a R\$ 1.000,00.

Em setembro de 2011, o valor máximo do empréstimo era de R\$ 100.000,00, o prazo para os contratos de penhor era de até 180 dias e os custos cobrados, de 0,5% ao mês sobre o valor do empréstimo (mais taxas). Para o micropenhor, os juros eram os

mesmos, mas tinham como limite máximo 2%, independentemente do prazo do contrato. Nessa modalidade, o empréstimo era limitado a R\$ 1.000,00 e destinado exclusivamente a quem não possuía saldo médio em conta corrente ou aplicação financeira acima de R\$ 3.000,00 na CAIXA ou em outros bancos (CAIXA ECONÔMICA FEDERAL, 2011b).

Apesar de ser um serviço antigo e tradicional, o penhor vem ganhando maior visibilidade em tempos recentes, tendo batido recorde histórico no ano de 2007, tanto em volume de empréstimos concedidos (22% de crescimento em relação a 2006), quanto em número de usuários (20% de aumento no número de contratos em relação ao ano anterior) (Notícias da Caixa, 2007). Segundo informações fornecidas pela própria instituição a meta da instituição era a de ter 460 agências oferecendo esse tipo de serviço até o final de 2007 (CAIXA ECONÔMICA FEDERAL, 2005).

De acordo com a Caixa Econômica Federal, no ano de 2010, a instituição registrou 8 milhões de contratos de empréstimos na categoria penhor, movimentando R\$ 5,8 bilhões de recursos, 10% a mais do que no ano de 2009. Destes, R\$ 1,4 bilhão são referentes ao micropenhor, modalidade especialmente destinada às pessoas de menor renda, que apresentou um crescimento de cerca de 47% em relação a 2009 (CAIXA, 2011).

Quem usa o penhor

Os baixos juros cobrados pelo penhor tornam essa modalidade de crédito atrativa para diferentes grupos sociais. No entanto, a partir dos dados levantados através de uma pesquisa realizada pela própria Caixa Econômica Federal em 2006, podemos identificar algumas especificidades do público que o utiliza:

Quadro 1: Perfil do cliente do Penhor

Mulheres	81,4%
Na faixa etária dos 30 aos 49 anos	46,3%
Donas de Casa	21,1%
Autônomo ou tem seu negócio próprio	23,8%
Funcionário dos setores público e privado	26,4%
Aposentados	18,5%
Tem renda média mensal familiar entre cinco e vinte salários mínimos	51,7%
Tem renda média mensal familiar superior a vinte salários mínimos	4,7%
Nível de escolaridade (Ensino Superior)	32,4%
Nível de escolaridade (Ensino Médio)	49,1%

Nível de escolaridade (Somente Ensino Fundamental)	14,1%
Já utilizou esse tipo de empréstimo mais de uma vez	78%

Fonte: Caixa Econômica Federal.

O quadro apresentado acima mostra que, em 2006, a esmagadora maioria dos usuários do penhor era do sexo feminino (81,4%). Mostra, também, que as pessoas que buscavam este tipo de empréstimo estão concentradas na faixa etária que vai dos 30 aos 49 anos (46,3%), sendo que esse público se distribuía de forma bastante equilibrada (em torno de 20% em cada segmento) entre as ocupações de dona de casa, autônomo/com negócio próprio, funcionário do setor público e do setor privado, e aposentados.

Apesar de ser apresentado pela própria instituição como um serviço com finalidade social, a maior parte dos usuários do penhor apresentava atributos que nos permitem identificá-los como pertencentes às camadas médias da população brasileira (51% dos usuários tinham renda média mensal familiar entre cinco e vinte salários mínimos; 49,1% deles tinham nível médio de escolaridade). Além disso, o uso do penhor pressupõe que, ao longo de sua trajetória de vida, os usuários tenham tido (ou mantido vínculos com quem tinha - heranças, doações, etc.) recursos suficientes para a aquisição de objetos de ouro e/ou pedras preciosas, o que não é usual na trajetória de indivíduos de baixa renda.

O quadro fica mais complexo, no entanto, quando se sabe que apenas 4,7% dos usuários do penhor tinham renda acima de vinte salários mínimos. E, ainda, que, na grande maioria das vezes, o penhor era acionado como recurso para viabilizar o pagamento de dívidas pessoais (70% dos usuários).

Se, a essas informações, acrescentarmos outros dados, também fornecidos pela instituição, que mostram que, em maio de 2006, há menos de dois anos de sua criação, o chamado micropenhor já representava 20% do total de contratos, envolvendo 13,4% do volume de dinheiro que a instituição emprestava através do penhor; e, ainda, que, naquele momento, o valor médio dos empréstimos concedidos pelo penhor era de apenas R\$238,00 (CAIXA ECONÔMICA FEDERAL, 2006), pode-se concluir que, o penhor também atende a segmentos da população de baixa renda.

Segundo um gerente da instituição, as agências de penhor que se localizam no centro da cidade concentram o atendimento ao público que penhora jóias de pouco valor, como anéis de noivado ou alianças de casamento. Numa dessas agências,

localizada no centro de Porto Alegre, a média geral do valor dos empréstimos concedidos em 2007, era de apenas R\$150,00.

Apesar disso, tudo leva a crer que o penhor atende mais concentradamente às necessidades de determinados segmentos da classe média, que se encontram em processo de perda de poder aquisitivo ou mesmo de empobrecimento (funcionários públicos, aposentados, desempregados). O fato da grande maioria dos contratos (70%) ser feita para o pagamento de dívidas, e não para a aquisição de bens ou para responder a outro tipo de necessidade de crédito, também reforça essa idéia.

“Colocar no prego”

O penhor pode ser visto como uma modalidade de crédito equivalente a várias outras, na medida em que se constitui como um mecanismo de oferta de dinheiro cujo empréstimo é remunerado através da cobrança de juros. Sua especificidade se encontra no fato da garantia exigida para a concessão do dinheiro ser a custódia de um tipo especial de objeto, as jóias, cujas características de produção, de aquisição e de uso fazem com que o penhor desempenhe o papel de articulador de mecanismos econômicos (mercados), processos sociais e lógicas simbólicas muito distintos entre si, tanto em termos das instituições e agentes envolvidos, das lógicas que presidem as transações, quanto em termo dos códigos que dão significado às relações, ações e avaliações empreendidas.

O ouro e as pedras preciosas cuja custódia avaliza os empréstimos concedidos através do penhor fazem com que esse serviço se conecte, não apenas à dinâmica do mercado financeiro, definida em âmbito global, mas também a circuitos relativos à produção e à circulação de mercadorias (ouro, platina, diamantes, pedras preciosas). Algumas delas, como o ouro, são *commodities*, isto é, mercadorias com cotação internacional definida em bolsas, o que exige a padronização estrita do produto, embora a formação de seu preço sofra, também, influência de governos e grupos econômicos (legais e ilegais) que agem no sentido de garantir suas reservas de valor.

Através das jóias, o funcionamento do penhor também se conecta diretamente à dinâmica do sistema mundializado da moda, que define os padrões de design e as técnicas de confecção, e a partir de onde é estabelecida a hierarquia entre as *griffes*. Esse sistema compreende a reprodução legal e ilegal de modelos, que são disseminados

mundialmente através do mercado formal de jóias e objetos de adorno (joalherias) e, também, dos mercados informais e ilegais de jóias, ouro e pedras preciosas.

Sendo a instituição estatal que detém o monopólio da prestação desse serviço no Brasil, a Caixa Econômica Federal pode, através do penhor, acompanhar, mesmo que indiretamente, a dinâmica dos mercados (legais e ilegais) de ouro e pedras no país. Isso faz do penhor um agente que tem influência nesses mercados, o que pode ocorrer através de mudanças nas formas de controle do Estado sobre a circulação dessas mercadorias, da interferência direta ou de formas indiretas de regulamentação que interferem em seu funcionamento.

Por fim, mas sem pretender esgotar o levantamento das conexões, o funcionamento do penhor é condicionado pelos códigos culturais que dão sentido e definem as regras relativas à compra, à circulação e ao uso das jóias e objetos preciosos, práticas que se dão no âmbito de relações sociais que se colocam no plano da intimidade, como as definiria Zelizer (2005).

Jóias de família

Peter Stallybrass (2000) é um autor que aponta para a complexidade das conexões envolvidas no funcionamento e uso do penhor. No livro *O Casaco de Marx: roupas, memória, dor*, esse autor propõe uma reflexão sobre o significado social dos objetos e, em especial, sobre os significados sociais do vestuário, através da análise da prática do penhor de roupas, corriqueira na vida da classe trabalhadora inglesa na época da revolução industrial.

Em sua análise, Stallybrass apresenta como caso paradigmático a trajetória de Karl Marx que, segundo o autor, precisava recorrer constantemente ao penhor (de objetos e roupas) para manter sua família e comprar material de trabalho, justamente no período em escrevia as obras através das quais buscou explicar a lógica de funcionamento do sistema capitalista. A ironia do texto de Stallybrass está em ilustrar sua reflexão sobre os significados sociais da roupa justamente através do relato sobre a vida do autor que produziu conceitos que podem ajudar a se compreender o que estava em jogo quando um operário da indústria têxtil penhorava as roupas de sua família, num período da história em que o sistema de produção capitalista se desenvolvia ancorado justamente na produção da matéria prima dos objetos penhorados.

A distinção entre valor de uso e valor de troca, utilizada por Marx (1988) em suas análises da mercadoria, pode iluminar algumas das dimensões envolvidas na prática do penhor, tal como ele se apresenta hoje em dia. Essa distinção pode ser reconhecida no recorrente desencontro que acontece entre as avaliações das jóias que são feitas pelos técnicos do penhor e aquelas feitas por seus usuários. Os indivíduos que buscam o penhor tendem a avaliar suas jóias a partir de parâmetros pessoais e afetivos, enquanto que a instituição considera apenas a quantidade e a qualidade do material utilizado na confecção da peça avaliada, para cotá-la de acordo com o preço de mercado daquelas matérias primas, embora também sejam levados em consideração a atualidade do design das jóias apresentadas e seu estado de conservação (aparência, presença de marcas de uso, de danos, etc.).

O significado das jóias e os códigos de sua circulação variam muito conforme os diferentes grupos e sociais. Os técnicos que trabalham no penhor percebem essas diferenças, que, em muitos casos, podem ser atribuídas a tradições étnicas, como no caso da doação de moedas de ouro às crianças, entre os ciganos; a da oferta de jóias às mulheres por ocasião do casamento, sendo que estas passam a compor seu patrimônio pessoal (portugueses, árabes); a da guarda de jóias, sobretudo, diamantes, como patrimônio e garantia de famílias pertencentes a em grupos sociais com histórico de perseguição ou migração forçada, etc.

Mas o quadro fica mais complexo se considerarmos que a principal função das jóias (seu valor de uso) é a de comunicar, além do poder econômico de quem as compra, o desprendimento, a consideração, o afeto de quem as oferece como presente. As jóias servem, sobretudo para simbolizar os laços e compromissos estabelecidos entre pessoas, como, por exemplo, aqueles volvidos nas relações de namoro, casamento, apadrinhamento. Elas também demarcam os momentos importantes e as mudanças de status social que ocorrem ao longo da vida dos indivíduos, como a chegada aos 15 anos de idade para as meninas, a formatura, o casamento, o nascimento dos filhos, os jubileus, etc.

Homens e mulheres compram, ganham e utilizam jóias. Mas, em nossa sociedade, a aquisição, a circulação e o uso desses objetos são práticas absolutamente condicionadas por um viés de gênero. Na grande maioria das ocasiões, são os homens que oferecem jóias às mulheres, são as mulheres que detêm a posse desse patrimônio e é

através delas que ele circula no interior das famílias. Não é de surpreender, portanto, o fato de 80% dos usuários do penhor serem mulheres.

No entanto, mesmo no papel exclusivo de doadores, através do valor (pago ou presumido) das jóias ofertadas, os homens explicitam seu poder de consumo e sua capacidade como provedores. Presenteando às mulheres com jóias, os homens também exprimem o grau de consideração e afeto que dedicam a elas, bem como a importância que eles atribuem a esse vínculo. E, na medida em que as mulheres exibem as jóias recebidas, submetem a si próprias, aos homens que as presentearam e as relações em que eles estão envolvidos à avaliação social.

Assim é que, nas práticas relacionadas à aquisição, circulação, uso e penhor de jóias, encontram-se imbricadas dimensões da vida social que não limitam às de ordem material. A seguir, enumeraremos algumas das que foram identificadas a partir de observações e entrevistas feitas com técnicos e usuários do penhor.

Os técnicos do penhor relatam que é comum ex-casais brigarem em função do direito às jóias que foram trocadas ao longo da relação. Também relatam casos de mulheres que penhoram, sem intenção de resgate, as jóias que ganharam dos ex-parceiros. Elas o fazem como forma de se livrarem da memória da relação desfeita ou de desvalorizá-la, transformando seus símbolos em dinheiro. Também há casos de mulheres que penhoram as jóias que foram recebidas dos maridos, justificando seu desprendimento em relação a esses bens por eles lhes terem sido ofertados em troca de sua tolerância em relação à infidelidade dos cônjuges. Há, ainda, mulheres que penhoram jóias que foram adquiridas em segredo por elas mesmas para serem usadas como forma de demonstrar que são valorizadas por seus companheiros.

As entrevistas com os usuários trazem exemplos de conflitos que correm no âmbito das famílias, relativos à definição de quem tem o direito e o controle sobre as jóias, e quem pode decidir sobre a necessidade e/ou vontade de transformá-las em crédito, através do penhor. Os relatos dão conta de situações em que, num momento de crise financeira, o próprio presenteador da jóia (marido ou pai) recolheu as jóias das mulheres da família para penhorá-las, um gesto que não foi bem visto pelos demais familiares pois, além de desfazer, de certa forma, o ato do dom, essa prática significou lançar mão de bens considerados femininos para contornar uma incapacidade (mesmo que momentânea) de desempenho de um papel considerado masculino: o de provedor da família.

Outra questão que se coloca no âmbito das relações familiares, diz respeito à definição de quem deve herdar as jóias consideradas “de família”, sobretudo quando não há uma herdeira considerada “natural”, isto é, um parente consanguíneo do sexo feminino (filhas, netas, irmã da pessoa falecida), pois muito dificilmente cunhadas ou noras serão contempladas; ou, ainda, quando há mais de uma herdeira disputando jóias consideradas valiosas ou significativas.

Além disso, quem detém a posse das jóias não se vê nem é necessariamente visto como seu proprietário exclusivo. É comum aquele que recebeu a jóia ser considerado apenas como um detentor provisório da guarda de um patrimônio que é pensado como familiar, devendo ser transmitido para as próximas gerações. Embora esse detentor possa usar, e até mesmo penhorar esses bens em uma situação de necessidade, a ele é atribuída a responsabilidade pela manutenção e integridade desse patrimônio enquanto ele estiver sob sua guarda, a qual nunca deixa de ser alvo do controle coletivo⁵.

Assim é que lógicas afetivas, papéis sociais de gênero e de geração, códigos de honra encontram-se absolutamente imbricados nas práticas relativas à compra, à circulação, à posse, ao uso e à avaliação das jóias, elementos esses que normalmente não são vistos como significativos para a compreensão da dinâmica dos mercados, muito menos a dos mercados financeiros.

Fazendo negócios no penhor

O penhor existe como mecanismo de crédito justamente porque as jóias permanecem como patrimônio das famílias e dos indivíduos, não sendo, a princípio, consideradas mercadorias. No âmbito familiar, as jóias não têm preço e, sim, um valor que é definido a partir das relações sociais que simbolizam.

No entanto, à medida que os clientes se tornam usuários frequentes do penhor (conforme a pesquisa da Caixa, quase 80% deles já utilizou mais de uma vez esse instrumento de crédito), muitos passam a adequar a avaliação que fazem das suas próprias jóias ao padrão de avaliação utilizado pela instituição, aprendendo a utilizar seus critérios e medidas para avaliar o patrimônio e eventuais perdas. Algumas usuárias

⁵ É interessante pensar essas questões casos à luz dos sistemas de trocas melanésios, citados por Mauss em sua análise sobre a dádiva. Nesses sistemas, os bens uterinos, que entram no casamento através das mulheres com a condição de serem devolvidos ao grupo de origem e considerados “espécies de imóveis por destinação”, são trocados por bens masculinos, objetos e instrumentos que são do marido e considerados “essencialmente móveis” (MAUSS, 1974, p.50-56).

do penhor que foram entrevistadas ao longo dessa pesquisa eram capazes de falar de cada uma de suas jóias de uma maneira muito particular e carregada de sentidos afetivos (relatando a história de sua aquisição, explicitando o significado de sua posse) e, logo em seguida, se referir às mesmas jóias em termos da quantidade de metal e de pedras que elas possuíam ou, até mesmo, como aconteceu com uma informante, relatar que costuma manter as jóias que possui e usa como adorno em embalagens que apresentam a indicação de seu valor em ouro, facilitando, assim, a sua identificação, caso haja necessidade de penhorá-la.

Também existe quem utiliza o penhor de forma francamente estratégica. São indivíduos que freqüentam os leilões que a Caixa promove para vender as jóias não resgatadas, recuperando, dessa forma, o dinheiro que foi emprestado aos clientes inadimplentes. Esses indivíduos revendem as jóias arrematadas para obter lucro com a diferença dos preços.

Existe, ainda, quem compre jóias especialmente para penhorá-las. Tem indivíduos que, quando prevêm uma despesa de maior vulto, compram uma jóia que vai ser paga em poucas prestações e a penhoram imediatamente, recebendo o valor do empréstimo à vista. Dessa forma, é possível se ter acesso a um crédito imediato, com um período de carência para o pagamento que pode ser alongado através da de sucessivas renovações do contrato de penhora, as quais exigem apenas o pagamento dos juros, considerados baixos. Embora também possam usar as jóias como adorno, o objetivo principal da compra é claramente o de mantê-las como uma reserva de valor (poupança), ou como um instrumento para ações estratégicas em torno das variações entre os juros cobrados ou entre os prazos de pagamento estabelecidos pelos tipos de financiamentos.

O penhor também é utilizado por profissionais do mercado de jóias. Como já foi dito, alguns comerciantes compram jóias nos leilões para revendê-las. Outros ainda utilizam esse mecanismo como recurso para a “queima de estoque”, ganhando algum dinheiro penhorando jóias que não tiveram aceitação no mercado, sem intenção de resgatá-las ao final do prazo do contrato.

Considerações Finais

A identificação das lógicas que presidem as escolhas, as estratégias e as diversas formas de cálculo (WEBER, 2002) praticadas pelos indivíduos pertencentes às camadas de baixa renda em sua relação com os diferentes mecanismos de crédito é importante para que se compreenda melhor os limites e as implicações das políticas que utilizam mecanismos financeiros como instrumentos. Nesse texto buscamos contribuir para isso através de uma pesquisa sobre uma modalidade tradicional de crédito cujo uso vem crescendo muito no Brasil nos últimos anos, o penhor.

A variedade e a complexidade das lógicas que se encontram imbricadas no funcionamento desse mecanismo de crédito faz dele um tema desafiador para quem pretende compreender o funcionamento dos mercados financeiros como construções sociais (BOURDIEU, 2005; ZELIZER, 2005). Em outro plano, na medida em que busca uma maior compreensão dos sistemas de simbolização que ordenam o pensamento e as práticas econômicas, os quais não são, tradicionalmente, o foco dos estudos sobre o mercado e sobre o mundo financeiro, o estudo de mecanismos como o do penhor também tem como objetivo contribuir para a reflexão que vem sendo desenvolvida a partir da retomada do interesse das ciências sociais pelo campo e pelas práticas econômicas, que ficou conhecida pela expressão *nova sociologia econômica* (SWEDBERG, 2004; ABRAMOWAY, 2004), ou, considerando um recorte mais específico, a *sociologia das finanças* (GRÜN, 2004).

Ao propor a abordagem antropológica para o estudo de problemáticas que estão no centro dos grandes debates contemporâneos (adoção de políticas públicas de caráter financeiro que visam incorporar grupos sociais de baixa renda ao mercado de consumo), esse tipo de estudo também visa contribuir para a revitalização do uso das ferramentas teóricas e metodológicas da antropologia em um campo de estudos para o qual essa disciplina já contribuiu de forma decisiva, e que deverá continuar a contribuir, na medida em que for capaz de trazer novas pistas e elementos para se desvendar os processos de construção social e simbólica da economia (MAUSS, 1974; POLANYI, 1980; SAHLINS, 1979; BOURDIEU, 2003, 2000; DOUGLAS, 2004; DUFY; WEBER, 2007; NEIBURG, 2010).

POP GOES THE WEASEL: AN ANTHROPOLOGICAL APPROACH OF PAWNING AS A CREDIT INSTRUMENT

ABSTRACT: *This text discusses pawning – a very traditional institution, which is still present in the market, competing with a wide diversity of credit mechanisms that has been increasingly offered to the low-income population recently in Brazil. The market as a social institution, relationships between the market and household economy and between economic and symbolic values are analyzed relative to that financial instrument. The analysis is based on an ethnographic survey carried out using observation and interviews with people that use to go to the pawn sector of a financial institution, as well as the institution employees responsible for this credit line. Data an information supplied by institutions that are part of the Brazilian National Financial System, news articles, and historical and literature references were also used.*

KEYWORDS: *Economic Anthropology. Credit and consumption. Sociology of finances*

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, R. Entre Deus e o diabo: mercados e interação humana nas ciências sociais. **Tempo Social**, São Paulo, v.16, n.2, p.35-64, nov. 2004. Número especial.

BOURDIEU, P. O campo econômico. **Política & Sociedade**, Florianópolis, v.4, n.6, p.15-58, abr. 2005.

_____. La fabrique de l'habitus économique. **Actes de La recherche em sciences sociales**, Paris, n.150, p.79-90, dec. 2003.

_____. **Les structures sociales de l'économie**. Paris: Seuil, 2000.

CAIXA ECONÔMICA FEDERAL (Brasil). Caixa – Penhor. Disponível em: <<http://www.caixa.gov.br/voce/credito/penhor/index.asp>>. Acessado em: 02 set. 2011a.

_____. Tarifas de Serviços Pessoa Física. Disponível em: <<http://www1.caixa.gov.br/download/asp/download.asp>>. Acesso em: 02 set. 2011b.

_____. Rede de penhor da caixa atinge 400 agências. 2006. Disponível em: <http://www1.caixa.gov.br/imprensa/imprensa_release.asp?codigo=6304077>. Acesso em: 02 set. 2011.

_____. Caixa alcança a marca de 332 unidades de penhor. 2005. Disponível em: <http://www1.caixa.gov.br/imprensa/imprensa_release.asp?codigo=4902352>. Acesso em: 02 set. 2011.

CAIXA fechou 2010 com R\$ 5,8 bilhões em empréstimos de penhor. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/noticias/arquivos/2011/01/17/caixa-fechou-2010-com-r-5-8-bilhoes-em-emprestimos-de-penhor>>. Acesso em: 07 jul. 2011.

CANDIDO, L. F. de. **Crédito sobre a ótica da terceira idade:** significados da utilização do empréstimo pessoal para idosos. Porto Alegre: PUCRS, 2007. (TCC graduação em Ciências Sociais).

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens**: para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: Ed. da UFRJ, 2004.

DUFY, C.; WEBER, F. **L'ethnographie économique**. Paris: La Découverte, 2007.

GRÜN, R. A sociologia das finanças e a nova geografia do poder no Brasil. **Tempo Social**, São Paulo, v.16, n.2, p.151-176, nov. 2004. Número especial.

KUMAR, A. (Coord.). **Brasil**: acesso a serviços financeiros. Rio de Janeiro: IPEA; Washinton: Banco Mundial, 2004.

MARX, K. O caráter fetichista da mercadoria e seu segredo. In: _____. **O capital**: crítica da Economia Política. 3. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1988. p.70-78. v.1.

MAUSS, M. Ensaio sobre a dádiva: forma e razão das trocas nas sociedades arcaicas. In: _____. **Sociologia e antropologia**. São Paulo: EPU, 1974. v.2. p. 37-67.

MÜLLER, L. H. A. **Me dá um dinheiro aí?**: crédito e inclusão financeira sob a ótica de grupos populares. 2006. Projeto de pesquisa CNPq.

MÜLLER, L. H. A. et al. **A dimensão simbólica dos processos de inclusão financeira e oferta de crédito a grupos populares**. Porto Alegre: PUCRS, 2011. Relatório de pesquisa. Edital PRAIAS 2009/2010.

NEIBURG, F. Os sentidos sociais da economia. In: MARTINS, B.; DUARTE, L. F. D. (Coord.). **Horizontes das ciências sociais no Brasil**: antropologia. São Paulo: ANPOCS, 2010. p.225-258.

POLANYI, K. **A grande transformação**: as origens da nossa época. Rio de Janeiro: Campus, 1980.

SAHLINS, M. **Cultura e razão prática**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

SEN, A. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Cia. das Letras, 2000.

STALLYBRASS, P. **O casaco de Marx**: roupas, memórias, dor. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

SWEDBERG, R. Sociologia econômica: hoje e amanhã. **Tempo Social**. São Paulo, v.16 n.2, p.7-34, nov. 2004. Número especial.

VICENTE, D. S. **Vão-se os anéis, ficam os dedos?** Uma abordagem etnográfica do penhor. Porto Alegre: PUCRS, 2007. (TCC graduação em Ciências Sociais).

WEBER, F. Práticas econômicas e formas ordinárias de cálculo. **Mana**, Rio de Janeiro, v.8, n.2, p.151-182, out. 2002.

ZELIZER, V. Intimité et économie. **Terrain**, Paris, n.45, sep. 2005.