

ACESSO AO MICROCRÉDITO: UMA ANÁLISE DO CARTÃO C3 NA ÓTICA DA NOVA SOCIOLOGIA ECONÔMICA

Reinaldo Antônio Bastos Filho¹

Rafael Guimarães Farias²

Alair Ferreira de Freitas³

Alan Ferreira de Freitas⁴

Introdução

A “Economia Neoclássica” afirma que os fenômenos econômicos são guiados pela mão “invisível” do mercado. Se opondo a esta ideia, em 1870, os sociólogos econômicos (Marx, Durkheim e Weber), adotaram uma visão sociológica aplicada à economia. Constitui-se assim, o campo da “Sociologia Econômica”, afirmando que esses fenômenos econômicos são resultados das relações sociais.

¹ Doutorando em Economia Doméstica PPGED/UFV, Mestre em Administração PPGAdm/UFV (2015), Especialização em Gestão da Produção (2013) e Graduação em Gestão de Cooperativas pela Universidade Federal de Viçosa (2009), e Graduado em Administração Pública pela Universidade Federal de Ouro Preto (2016).

² Mestrando em Extensão Rural na Universidade Federal de Viçosa (UFV), possui graduação em Agronomia pela Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB).

³ Doutor em Administração pelo Cepead/FACE/UFMG. Tem mestrado em Extensão Rural e graduação em Gestão de Cooperativas, ambos pela UFV. É professor do Departamento de Economia Rural da UFV, vinculado ao Programa de Pós-graduação em Extensão Rural.

⁴ Doutorando em Extensão rural pela Universidade Federal de Viçosa (UFV). Tem mestrado em Extensão Rural e graduação em Gestão de Cooperativas, ambos pela UFV. É professor efetivo do Departamento de Administração e Contabilidade da UFV e membro-pesquisador do Observatório Mineiro do Cooperativismo. Ganhador do Prêmio Santander Universidades no ano de 2012.

De acordo com Steiner (2006) a sociologia econômica caminha unido a sociologia e a economia buscando entender e explicar melhor os fatos socioeconômicos em comparação a explicação da teoria econômica. Dentro dessa vertente de estudos, a partir da insatisfação dos sociólogos com o empobrecimento da abordagem dos fenômenos econômicos, essa discussão passa por um novo momento com a emergência, nos anos 80 do século XX, da Nova Sociologia Econômica (NSE), tendo o artigo de Mark Granovetter⁵ em 1985, como marco fundamental. A NSE possui um tripé nuclear em sua teoria, o conceito de redes, *embeddedness* ou enraizamento e capital social. A ideia de redes concentra-se nas interações através de estruturas específicas que precisam ser analisadas teoricamente, e o conceito de “enraizamento” tenta mostrar que, a ação econômica é necessariamente uma ação social, portanto, o agir econômico está enraizado no agir social. Esse mesmo autor propõe a compreensão deste agir social no contexto de redes sociais. Ou seja, o agir econômico encontra-se “enraizado” em redes de relações sociais e interpessoais. Em última análise, a ideia de capital social determina que as associações e a existência de relações sociais são premissas para o engajamento efetivo e melhoria das relações interpessoais dentro e fora da comunidade. (FREY, (2003); MARQUES & PEIXOTO, (2003); DE ARAUJO, s.d).

Dessa forma, tornou-se pertinente nesse trabalho, identificar e analisar quais os mecanismos subjacentes a iniciativa Cartão C3 (Moeda social), frente à realidade local, de forma a entender como se dá a questão da confiança, capital social e da rede social existente, contribuindo assim para o acesso ao microcrédito e consequentemente, para a redução da desigualdade social no município de Viçosa, especialmente no caso estudado do Bairro Santo Antônio, considerado o mais populoso do município.

Trata-se especificamente da proposta do Cartão C3, originada da parceria entre a Associação de Educadores Cooperativistas do Brasil (ONG EDUCOOP) e da empresa C3 Internet, em Viçosa-MG, cuja

⁵ “Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness” de 1985.

proposta é oferecer um novo serviço de microcrédito com juros baixos, de modo que o dinheiro das transações permaneça na comunidade, apropriando-se da confiança gerada nas relações entre clientes e comércios locais. Este tipo de iniciativa busca consolidar um modelo de desenvolvimento local baseado nas relações interpessoais, no qual a confiança entre os indivíduos é uma premissa importante.

Mediante o que foi apresentado, principalmente por meio dos objetivos da proposta Cartão C3 e das relações subjetivas da iniciativa, pretendeu-se analisar, à luz da NSE, o papel da ferramenta de microcrédito Cartão C3, do ponto de vista da confiança existente na localidade. Nesse sentido, a fim de orientar este trabalho, traçou-se o seguinte problema de pesquisa, que foi discutido e perseguido no decurso da pesquisa realizada: Quais os mecanismos sociais subjacentes a operacionalização formal do Cartão C3?

Para responder o problema supracitado, este trabalho foi estruturado em cinco capítulos. Sendo o primeiro a introdução, o segundo trata de apresentar a fundamentação teórica que sustentam as bases desse trabalho; na seção três apresenta-se a base metodológica da pesquisa, seguida pelas análises do estudo de caso frente as teorias, e por fim, as conclusões.

1. Fundamentação Teórica

Para evidenciar as ideias sobre os termos e teorias mais importantes para o desenvolvimento da pesquisa, foi realizada a revisão de literatura na qual foram abordados e discutidos os conceitos da Nova sociologia Econômica, Teoria da Confiança, Redes Sócias, Capital social e microcrédito.

1.1 Nova Sociologia Econômica

De acordo com Marques e Peixoto (2003), devido ao descontentamento generalizado de jovens sociólogos norte

americanos no pós-guerra contra o projeto sociológico do estruturo-funcionalismo, surge a Nova Sociologia Econômica - NSE. Devido a tais críticas esse grupo passa a estudar o econômico não mais fundada nas estruturas e nas funções, mas nas relações sociais. A NSE emerge no início dos anos 80 do século XX, tendo como o autor proclamador Mark Granovetter em 1985, e principal divulgador do pensamento Richard Swedberg, entre 1981 – 1997.

Com essa nova perspectiva teórica, a principal diferença entre a nova e a velha sociologia econômica é que a nova busca questionar as teorias neoclássicas em seus fundamentos, a velha não tinha essa ideia. Na NSE os indivíduos não estão separados, mas envolvidos em interações através de estruturas específicas que precisam ser analisadas teoricamente. Na NSE o termo “enraizamento” é introduzido. Além disso, Granovetter tenta mostrar que na sociedade capitalista o agir econômico é necessariamente um agir social. Como o agir econômico está enraizado no agir social, ele propõe a compreensão deste agir social no contexto de redes sociais. Ou seja, o agir econômico encontra-se “enraizado” em redes de relações sociais, interpessoais (MARQUES & PEIXOTO, 2003).

Granovetter e Swedberg (1992) afirmam que a ação econômica é socialmente situada, nesse sentido, querem dizer que a ação econômica está enraizada em redes de relacionamento pessoais e não em indivíduos atomizados⁶.

1.2 *Confiança*

A ideia da confiança é trabalhada desde os estudos dos sociólogos clássicos da Sociologia Econômica, considerando a natureza intelectual deste conceito, destaca-se o pensamento de Weberiano.

Para esse, os atores sociais tomam decisões, se comportam estrategicamente avaliando e reavaliando dentro do contexto social em que estão inseridos. Ou seja, a ação econômica costuma ser influenciada, de algum modo, pela estrutura, condicionada pela

⁶ Não possuem agência. São guiados, ou por sua racionalidade estrita, ou pela estrutura social. São átomos.

legalidade intrínseca, da ação social dentro da qual se realiza (WEBER, 2009, p. 230-231). Weber olha para o comportamento dos agentes econômicos afirmando serem dirigidos principalmente por interesses materiais e também orientado pelo comportamento de outros. Esse segundo aspecto distingue sua noção de ação econômica daquela preconizada pela teoria econômica mainstream. Portanto, a ação econômica de Weber é uma ação econômica social.

Essa afirmação influencia outros autores como Polanyi (2000), que descreve através de suas experiências antropológicas que a economia está imersa em instituições econômicas e não econômicas, sendo a ação econômica dos indivíduos determinante e determinada pelas relações sociais.

Esse termo foi ressignificado pelos autores atuais que destacam que não existe atividade econômica que não tenha influência social. Granovetter (1985, p. 506) e Swedeberg (1998) reafirmam: “a ação econômica é uma forma de ação social” significa que, além dos objetivos econômicos, os atores perseguem também objetivos sociais, como a sociabilidade, o reconhecimento, o estatuto e o poder. Em segundo lugar, afirmam que “a ação econômica é socialmente situada”. Isso significa, que os indivíduos não agem de maneira autônoma, mas que suas ações estão imbricadas em sistemas concretos, contínuos, de relações sociais, ou seja, em redes sociais: é a tese da imbricação social (*embeddedness*).

Visto que os indivíduos tomam suas decisões ou agem baseados naquilo que os demais indivíduos transmitem ou repassam em suas atitudes ou ações, a confiança então, torna-se peça chave nas relações sociais, seja pessoal ou de mercado. Para tanto, faz-se necessário entender tal conceito. Fukuyama (1996, p.41) define confiança como sendo “ expectativa que emerge de uma comunidade, de comportamento estável, honesto e cooperativo, fundamentado em normas que são comumente compartilhadas”. Essas normas podem estar relacionadas a questões de ‘valor’ profundo, como a natureza de Deus ou da justiça, mas podem se referir também a normas seculares, como padrões profissionais e códigos de Comportamento.

Ademais, identifica três categorias de confiança em suas análises: Confiança calculada (aplicável a intercâmbios comerciais), confiança

pessoal (não comercial nem calculada) e confiança institucional (referida ao contexto organizacional ou social que 'embebe' os contratos).

Complementarmente Sabel (1993) diz que, confiança é a mútua certeza de que nenhuma das partes de um intercâmbio vai tirar proveito da vulnerabilidade da outra; essa confiança pode ser encontrada, mas não intencionalmente criada. Porém, ela, simultaneamente, afastaria o oportunismo e colocaria os agentes mais susceptíveis a ele. A confiança seria assim uma consequência, provável e não intencional, de eventos históricos, mais que fruto de uma estratégia deliberada.

Granovetter (2007) por sua vez, afirma que os principais fatores responsáveis pela produção de confiança na vida econômica são as relações sociais e as obrigações que lhes são inerentes (e que são fruto das recompensas coletivas da interação).

Por fim, Fukuyama (1996) diz que para se obter sucesso competitivo, os indivíduos, dependem crescentemente da cooperação para obter maior qualidade, e isso só é possível com confiança. Entretanto, confiança não é um recurso abundante, nem é cega, ela implica riscos e deve ser continuamente recriada. A reputação, nesse sentido, se converte em um sinalizador, embora o tempo e a experiência sejam ainda os fatores fundamentais que determinam a confiança.

1.3 Redes Sociais

Para Mizruchi (2006, p.73) “a análise de redes tem conquistado um número crescente de adeptos nas últimas três décadas. Multiplicam-se as pesquisas que sugerem que as redes sociais influenciam o comportamento de indivíduos e grupos”. Historicamente há trabalhos realizados já no início dos anos 30 sobre a temática tentando entender como as redes se configuram e influenciam a ação social. Podemos citar trabalhos como o de J. L. Moreno (1934), John Barnes (1954), Elizabeth Bott (1957) e J. Clyde

Mitchell (1969), Berkowitz (1982), Claude Lévi-Strauss (1969) e outros.

Para Mizruchi (2006) a análise de redes é um tipo de sociologia estrutural que é fundada numa noção clara dos efeitos das relações sociais sobre o comportamento individual e grupal. Além disso, para o autor o princípio básico da análise de redes é que a estrutura das relações sociais determina o conteúdo dessas relações. Ademais, diz que os teóricos das redes recusam a noção de que as pessoas são combinações de atributos, ou de que as instituições são entidades estáticas com limites claramente definidos.

1.4 *Capital Social (CS)*

Capital social (CS) é um conceito polissêmico e muito difuso, apresentando algumas debilidades em sua utilização devido a fragilidade histórica de sua construção sem considerar o seu sentido ontológico, especificando o conceito para os fins trabalhados.

Portes e Sensenbrenner distinguem quatro maneiras diferentes de abordar o conceito de capital social;

- Na tradição marxista com a noção de "*bounded solidarity*" para se referir as circunstâncias de adversidades comuns agindo como uma fonte de coesão dentro de um determinado grupo social;
- Simmel traz a noção de "*reciprocity transaction*" para se referir às regras e obrigações que surgem através das redes de relações entre as pessoas;
- Durkheim e Parsons destacam a importância do "*value introjection*" que é, a ideia de que os valores e compromissos morais são anteriores ao desenvolvimento das relações contratuais entre os indivíduos;
- Weber aborda a noção de "*enforceable trust*" ou seja, a ideia de que as instituições formais, como as burocracias e grupos como as famílias utilizam mecanismos para

reforçar a confiança e assegurar que seus membros concordem em cumprir com certas regras de conduta.

No entanto, dentre as diversas abordagens de CS, o livro *Making Democracy Work*⁷ de Robert Putnam em 1993, ganha destaque. Para Putnam (1993), CS “refere-se aos elementos de organização social como as redes, normas e confiança social que facilitam a coordenação e a cooperação em benefício recíproco”.

Na abordagem moderna do conceito de CS Swedberg & Smelser (1994), referem-se ao “capital social” como tipos de normas sociais e redes que, de acordo com esta perspectiva teórica, são importantes para o desenvolvimento, isso porque favorecem a realização de ações coletivas em benefício da comunidade reduzindo os custos de transação.

No mesmo sentido que Swedberg & Smelser (1994), Fukuyama (1996) assegura que o bem-estar de uma nação, bem como a sua capacidade de competir, são condicionados por uma única e sutil característica cultural: o nível de confiança inerente à sociedade em causa. A confiança estaria relacionada com o espírito comunitário, ou com o que ele define como capital social: “a capacidade de as pessoas trabalharem em conjunto, em grupos e organizações que constituem a sociedade civil, para a consecução de causas comuns”. A existência de capital social diminui os custos de transação (e de monitoramento de contratos monitoramento de contratos).

M. Woolcock (1998) agrega à noção de CS na perspectiva do desenvolvimento em seus estudos sobre o desenvolvimento, distinguindo os processos de desenvolvimento “*Bottom-up*” e “*top-down*”, e analisando cada um deles os efeitos que resultam da combinação de quatro⁸ dimensões do CS.

⁷ Putnam identifica neste livro que a alta densidade de associações e a existência de relações sociais de reciprocidade são as principais premissas de uma democracia vital e de um engajamento cívico efetivo.

⁸ Estas quatro dimensões amplia o conceito de capital social e torna mais útil para analisar a dinâmica de desenvolvimento, combinando os níveis macro e micro, são elas: nível micro, (a) “*Integration*” Inclui o compromisso dos indivíduos com as instituições e sociedade civil; (b) “*Linkage*” Aborda as relações com outros membros da comunidade; nível macro, (c) “*Synergy*” considera a cooperação entre instituições públicas e privadas; (d) “*Integrity*” analisa a eficiência da burocracia administrativa tanto nas instituições públicas quanto privadas (WOOLCOCK, 1998).

Para tanto, o CS é geralmente criado e transmitido por mecanismos culturais como religião, tradição ou hábito histórico. Nem todos os grupos sociais são fruto da confiança, podem ser consequência da cooperação, por meio do auto interesse calculado com mecanismos legais (contratos), ainda que isso signifique maiores custos e menor eficiência.

Por fim, na visão de Fukuyama (1996) a confiança é o componente mais importante do CS e fica evidente na afirmação que “o capital social, por seu turno, é uma capacidade social cuja emergência se deve à prevalência do fator confiança numa dada sociedade ou em parte dela. Pode corporizar-se no grupo social mais pequeno e mais básico, como a nação, bem como em todos os grupos intermediários” (FUKUYAMA, 1996, p. 37).

1.5 Microcrédito

O microcrédito enquanto discussão sobre políticas públicas setoriais, passa a ser usado para indicar um tipo especial de crédito. Conforme afirma Alves (2006) é um instrumento de promoção da iniciativa e do empreendedorismo de pessoas que, vivendo em situação de exclusão ou pré-exclusão e não tendo acesso ao crédito normal do sistema financeiro, demonstram capacidade de desenvolver um negócio bem-sucedido.

Segundo a Care Brasil (2011) no relatório “Programa de microfinanças e educação financeira empreendedora: resultados e impactos”, da Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP), entende-se o microcrédito como um conceito desenvolvido sendo uma forma específica de crédito voltada à população de baixa renda, se caracterizando como uma tecnologia financeira que deve ser sustentável e de fácil acesso.

Quanto à evolução temporal, na segunda metade dos anos 90, o setor de microcrédito brasileiro era composto a princípio pelas ONG's (Organizações não-Governamentais), com subsequente transformação em OSCIP (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público), além das experiências dos governos municipal e estadual e o programa CrediAmigo do Banco do Nordeste. Quanto

à participação da iniciativa privada, essa se dava por doações para formação do capital próprio ou capital de empréstimo às organizações da sociedade civil atuantes no setor (NASCIMENTO, 2008).

A partir do governo do presidente Lula (2003-2010), o conceito de acesso ao crédito passou a ser entendido como microfinanças, em sentido mais amplo, sendo a partir de então prioridade das políticas públicas do governo incluir uma grande massa de pessoas no Sistema Financeiro Tradicional. Sendo assim, o conceito de microcrédito, percebido anteriormente como crédito produtivo gerador de renda foi ampliado para crédito de pequeno valor, produtivo ou não. Houve então ampliação tanto do conceito como do acesso ao microcrédito (NASCIMENTO, 2008).

2. Procedimentos Metodológicos

O estudo apresentado foi realizado na cidade de Viçosa, localizada na região da Zona da Mata, estado de Minas Gerais, tendo por unidade de análise o Cartão C3 (iniciativa da comunidade local via Associação de Educadores Cooperativistas do Brasil – ONG EDUCOOP junto à empresa de tecnologia Internet C3), seus usuários e adeptos. Do ponto de vista dos procedimentos técnicos, esse estudo é caracterizado como um estudo de caso⁹. Além disso, esse trabalho contou com suporte de entrevista semiestruturada, revisão Bibliográfica e da pesquisa Documental como procedimentos metodológicos para sua realização.

Através da revisão Bibliográfica foram obtidos dados secundários a partir de material já publicado, constituído principalmente de livros,

⁹ Pode ser entendido como um estudo de uma entidade bem definida como um programa, uma instituição, um sistema educativo, uma pessoa, ou uma unidade social. Visa conhecer em profundidade o como e o porquê de uma determinada situação que se supõe ser única em muitos aspectos, procurando descobrir o que há nela de mais essencial e característico. O pesquisador não pretende intervir sobre o objeto a ser estudado, mas revelá-lo tal como ele o percebe. O estudo de caso pode decorrer de acordo com uma perspectiva interpretativa, que procura compreender como é o mundo do ponto de vista dos participantes, ou uma perspectiva pragmática, que visa simplesmente apresentar uma perspectiva global, tanto quanto possível completa e coerente, do objeto de estudo do ponto de vista do investigador (FONSECA, 2002).

artigos de periódicos¹⁰, monografia¹¹ e material disponibilizado na internet, no qual foi realizada revisão bibliográfica sobre microcrédito, Redes, Capital social, Nova Sociologia Econômica (NSE) e relações de confiança e sobre a experiência local, de modo a auxiliar as discussões e as análises realizadas. Com a pesquisa Documental foram obtidos dados secundários a partir de materiais que não receberam tratamento analítico, cujas fontes são mais amplas e dispersas, utilizando-se para tais fins documentos internos da organização e de seu banco de dados de usuários e transações realizadas. Utilizou-se também documentos contendo relatos de entrevistas anteriormente aplicadas junto à comunidade local a fim de obter informações sobre as iniciativas locais e acesso ao microcrédito na comunidade em estudo. Os dados das entrevistas foram sintetizados e agrupados em uma tabela e discutidos ao longo da sessão resultados e discussões, julgou-se que não seria necessário trazer as transcrições dos entrevistados, uma vez que para proposta do trabalho o que importa é a percepção do grupo, resumido na tabela.

Tais entrevistas foram complementadas com a aplicação de um questionário junto aos quatro lojistas que na data da pesquisa realizavam transações com o Cartão C3 e com treze dos vinte e dois clientes que já realizaram transações com o cartão. Vinte clientes foram procurados em suas casas, porém três preferiram não responder e outros quatro não foram encontrados em seus domicílios nas visitas realizadas pelos pesquisadores. Mesmo não sendo uma amostra de determinação probabilística, por ter

¹⁰ SOARES, V. A.; CUNHA, W. A.; SILVA, E. A.; BASTOS FILHO, R. A. *Microcrédito no Brasil: Experiências, Problemas e Desafios*. In: EGEN, 2014, UBERLANDIA. EGEN, 2014.

MAGALHAES, F. G. G. P.; BASTOS FILHO, R. A.; SILVA, E. A.; CUNHA, W. A. *Políticas Públicas de Acesso ao Microcrédito: Cartão C3 como alternativa de combate à Desigualdade Social no contexto local*. In: VI Simpósio Nacional de Administração, 2014, Lavras. VI Simpósio Nacional de Administração, 2014.

BASTOS FILHO, R. A.; MAGALHAES, F. G. G. P.; CUNHA, W. A.; SILVA, E. A. *Políticas Públicas de acesso ao microcrédito: Cartão C3 como uma alternativa no combate à desigualdade Social no Município de Viçosa-MG*. Revista Gestão e Contabilidade da UFPI, 2016.

¹¹ Título: *Inovação no Microcrédito em Viçosa MG: Uma análise das potencialidades e limitações do Cartão C3*; Monografia defendida em 2014 pela estudante Fernanda Gabriela Gandra Pimenta Magalhães.

compreendido mais de 50% da população, pode-se considerar significativa e representativa da população (GIL, 2002).

A população de Viçosa – MG, em 2010 atingiu aproximadamente 77.318 pessoas, segundo dados do IBGE (2015). A região do bairro Santo Antônio - onde surgiu a iniciativa do cartão - é composta pelos bairros Santo Antônio e Júlia Mollá (condomínio), localização de parte significativa dos comerciantes e clientes do Cartão C3. Tal Região possui 8.586 habitantes e 199 empresas, sendo 117 desses pontos, comércios (Prefeitura Municipal de Viçosa, 2012).

Para a coleta de dados prévios a está análise, a pesquisa foi executada em duas etapas distintas e complementares: a) Etapa exploratória: buscou-se contextualizar a pesquisa em meio à Ciência, trabalhando as apreciações e conceitos já consolidados, buscando também fundamentar a proposta, identificando na literatura pesquisas e realidades que se relacionem de alguma forma esta pesquisa. Desse modo visou identificar a percepção e as vantagens que os usuários do Cartão C3, tanto lojistas credenciados como os clientes finais, possuem em relação a esse meio eletrônico de pagamento; b) Etapa de coleta, análise e tratamento dos dados: para a coleta de dados foram realizadas entrevistas semiestruturadas, no ano de 2012, em uma amostra de conveniência de comerciantes e de clientes-usuários do cartão C3, isto é, àqueles membros da população mais acessíveis. Quanto ao primeiro grupo, foram aplicados questionários aos quatro lojistas que na época realizavam transações com o Cartão C3. Já em relação aos clientes, foram realizadas treze (13) entrevistas do total dos vinte e dois (22) clientes que já realizavam transações com o cartão. Vinte clientes foram procurados em suas casas, porém três preferiram não responder e outros quatro não foram encontrados em seus domicílios nas visitas realizadas. Os dados coletados pela realização de entrevistas semiestruturadas¹², foram organizados e tabulados, analisando-se o perfil e percepção de cada um deles por meio do aplicativo Microsoft Excel 2010. Por

¹² Para Silva e Menezes (2005) é a obtenção de informações de um entrevistado, sobre determinado assunto ou problema.

questões de sigilo e éticas na pesquisa deve-se destacar que a identidade dos informantes foi preservada neste trabalho.

3. Resultados e Discussões – Cartão C3

O Cartão C3¹³, idealizado pela ONG-EDUCOOP é uma ferramenta que foi desenvolvida com os objetivos de: primeiro, tornar as relações comerciais mais justas; segundo, diminuir os valores pagos pelos clientes com juros bancários; terceiro, diminuir a dependência financeira de terceiros; Quarto, aumentar as relações de confiança na comunidade e; por fim, gerenciar políticas públicas de inclusão financeira, promovendo o crescimento e desenvolvimento local.

Tendo em vista o quarto objetivo da iniciativa, o cartão C3 tem como foco principal em sua proposta, potencializar as relações de confiança existentes localmente, e isso vai ao encontro da concepção sustentável-solidária enfatizada por França Filho (2008) em que as soluções para combate à pobreza e desenvolvimento local devem ser coletivas, aliadas a novas formas de regulação das relações econômico-sociais e também as ideias de Swedberg & Smelser (1994) e Fukuyama (1996) de que a existência de confiança cria um capital social capaz de reduzir os custos de transação.

A proposta é que esse novo meio de pagamento possibilite maior integração e dinamismo nas transações comerciais baseadas na confiança, possibilitando que as duas partes desta relação

¹³ Quanto à operacionalização, o microempreendedor deve lançar as vendas no sistema no decorrer do mês, recebendo da empresa gerenciadora do cartão todos os créditos no mês seguinte, por meio de fatura específica. A fatura dos microempreendedores detalha créditos, débitos, saldos de contas, tarifas e títulos em protesto. Destaca-se que todos os pagamentos e tarifas são lançados proporcionalmente às operações realizadas, ou seja, caso o cliente quite apenas o mínimo, este valor é repassado aos microempreendedores de forma proporcional às movimentações que cada um realizou com este cliente. O lançamento automático das movimentações dos microempreendedores até o fechamento das faturas possibilita o cálculo do valor da multa, mora, cobranças judiciais, ou seja, dos créditos e débitos de cada participante em suas respectivas faturas, ocorrendo assim o fechamento das operações do período anterior, para que possa ser realizado o devido repasse aos microempreendedores. O processo de cobrança estabelecido na utilização do cartão conta com critérios mínimos e critérios de desenvolvimento. Os critérios mínimos, definidos em contrato, garantem a solidez do processo e maior segurança jurídica para os microempreendedores e clientes (Dados da pesquisa, 2012).

(microempreendedores e clientes) sejam beneficiadas. Microempreendedores poderão usufruir de maior segurança em suas operações, já que o cliente apenas recebe o cartão depois de assinar um contrato de adesão, além de poder aumentar o número de clientes fiéis e reduzir o nível de perdas com inadimplências. Em contrapartida, os consumidores se beneficiam pelo aumento do número de estabelecimentos comerciais que podem acessar com a utilização do Cartão C3, além do crédito pré-aprovado e da possibilidade de poder adquirir bens que sem o cartão seria difícil ou impossível de se ter acesso.

O projeto do cartão C3¹⁴ se assemelha em muitos aspectos com uma moeda social¹⁵, complementar ao Real, e baseada nos princípios da Economia Solidária, que visa a distribuição de riquezas produzidas, sistematizando assim as trocas de serviços e produtos realizadas localmente sem o uso da moeda oficial (Real).

A proposta é então contribuir com a melhoria nas transações comerciais entre clientes e microempreendedores, obtendo uma maior gama de recursos circulando na região e agilizando o processo de cobrança com profissionalismo, baseando-se na cooperação e confiança mútua entre microempreendedores e clientes. Ou seja, é uma ferramenta que contribui com o desenvolvimento local, possibilitando acessos, principalmente à alimentos, que de outra forma seriam mais difíceis ou inviáveis para a população de baixa renda que ali vive.

Para entender os mecanismos subjacentes a operacionalização do cartão é importante mostrar como é composta a rede social por traz dessa iniciativa. O gerenciamento do cartão é feito por um Grupo Gestor constituídos localmente, com a participação de seis

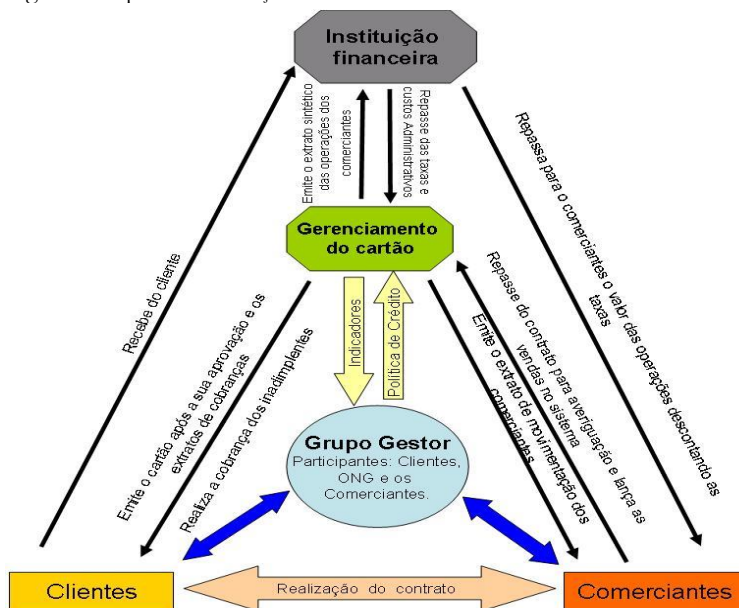
¹⁴ O Cartão C3 apropria-se então do conceito de moeda social, utilizando o conceito de cartão de loja, podendo ser chamado de cartão social, adotado como forma de operacionalizar essa moeda, que pode ser ainda qualificado como cartão de loja, que é um meio de pagamento que disponibiliza uma linha de crédito pré-aprovado aos clientes para aquisição de bens ou serviços dentro de estabelecimentos credenciados. Dessa forma, permitir-se-á que os estabelecimentos (inclusive os pequenos e microempreendedores) emitam seus próprios cartões (Dados da pesquisa, 2012).

¹⁵ Para Soares (2006) a moeda social é uma moeda paralela criada e administrada por seus usuários, cuja circulação é baseada na confiança mútua entre os usuários, participantes de um grupo restringido por adesão voluntária. Por meio de seu uso, cria-se uma rede de trocas compostas por membros da comunidade, fomentando o desenvolvimento local e trocas mais solidárias.

representantes, sendo três microempreendedores (Comerciantes) e três clientes. Esse grupo é responsável por definir as políticas de crédito, de cobrança e análise de crédito. Sendo assim, com esta formação (participação de clientes como membros), a comunidade tem representatividade significativa no projeto, isso por que as políticas de créditos são definidas conjuntamente, além de aumentar a confiança na iniciativa, uma vez que sabem que estão sendo representados.

Em síntese, conforme figura 1 abaixo, a rede é composta por uma instituição financeira, um gerenciador de cartões, clientes, comerciantes e o grupo gestor. Dessa forma é possível perceber como é a relação entre eles e como a confiança torna-se muito importante enquanto mecanismo subjacente que permite a operacionalização dessa iniciativa, visto que, para participar desse mercado, a população precisa da liberação do cadastro e do cartão pelo comerciante, após uma análise rigorosa baseada na confiança e no bom pagador da população local.

Figura 1- Operacionalização do Cartão



Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Esta iniciativa é considerada uma estratégia inovadora e também caracterizada como uma inovação social, haja vista a possibilidade de circulação de riqueza dentro da comunidade local sem depender de fontes externas, aproveitando as potencialidades da economia local e priorizando o “cliente assíduo”, desenvolvendo e potencializando laços de confiança entre consumidor e microempreendedor. Com isso, impulsiona a economia local e possibilita a criação de uma instância financeira mais justa e inclusiva baseada na confiança entre os moradores do Bairro. Dessa forma, essa iniciativa se trata de um cartão de crédito local que aproveita os benefícios e vantagens das relações de confiança já estabelecidas entre os envolvidos nas transações, possibilitando aos seus moradores acesso a aquisição de alimentos, que de outra forma não seriam possíveis ou mais difíceis devido a pobreza da população local.

Analisando as questões feitas aos participantes do sistema (moradores locais), observou-se que, quando questionados sobre o atendimento as expectativas por parte do Cartão C3, verificou-se que 92% dos entrevistados tiveram suas expectativas atingidas. Isso resultou em satisfação de 85% dos clientes quanto a confiança nos serviços prestados e reconhecimento de credibilidade no cartão. Quando indagados sobre a possibilidade de utilização do cartão em toda cidade de Viçosa-MG, este percentual de confiança e credibilidade dos clientes aumenta ainda mais, passa para 92%, revelando que por parte dos clientes, a relação de confiança com o sistema implementado é muito alta, ou seja, o sistema funciona e possibilita acesso a aquisição de produtos, principalmente alimentos, por parte da população de baixa renda, que antes não possuíam dinheiro em espécie para esse tipo de transação, e isso acaba fortalecendo as relações (a rede de pessoas) existente por trás da iniciativa, favorecendo o funcionamento do cartão C3.

Ainda de acordo com o que foi perguntado aos moradores (clientes usuários do cartão), é possível constatar (tabela 1) que segundo eles, 85% acreditam que o fornecimento de crédito é baseado na confiança. Isso revela o quão importante é manter uma boa aparência local no que diz respeito a quitação de débitos caso deseje participar desse sistema. Quanto a acessibilidade a todo o público local no acesso ao cartão C3, é possível perceber nas respostas dos clientes entrevistados que pouco mais da maioria (61%) acredita que é acessível a todo público, isso mostra que aqueles que não passam uma imagem de bom pagador não tem acesso a esse grupo e os clientes sabem disso. Esses dados revelam a existência de exclusão, ou seja, aqueles que não atendem o requisito confiança, que é essencial para o funcionamento e participação nessa iniciativa local não pode participar. Ou seja, é uma iniciativa que supre a falta de dinheiro em espécie, possibilita acesso a aquisição de alimentos mesmo não tendo a renda no momento, melhora a qualidade de vida das pessoas, contudo, é uma iniciativa que não é possível para todos, uma vez que a sua exigência se restringe ao bom pagador.

Tabela 1 - Características do Cartão c3 que os clientes reconhecem.

Características do Cartão C3	Clientes que reconhecem
Não cobra juros sobre a sua fatura.	77%
Quem fornece crédito é o comerciante, baseado na confiança.	85%
É um cartão de loja que permite você comprar em toda rede credenciada.	92%
Acessível a todos os públicos.	61%
Possui um grupo gestor formado por usuários do Cartão C3.	54%
Políticas de funcionamento do Cartão C3 definidas pelos usuários integrantes do Grupo Gestor.	31%

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Observou-se que o cartão possibilitou aos clientes vários benefícios, dentre eles, a compra de produtos que sem ele não conseguiriam ser realizada à vista, clientes andarem com menos dinheiro e maior tranquilidade por terem crédito pré-aprovado dentro da rede credenciada. Outro ponto importante e totalmente relacionado a confiança é que a maior parte dos clientes já comprava no fiado antes da utilização do Cartão C3, o que favoreceu e fortaleceu a rede, visto que agora esse cliente também pode comprar em outro mercado credenciado baseado na confiança que existia com o dono do outro mercado.

Ademais, essa iniciativa baseada na confiança possibilitou na percepção dos clientes a possibilidade de comprar a prazo com o Cartão C3 em lugares que não compravam fiado anteriormente, aumentando assim, o número de mercados e opções de produtos para consumo. O que acaba elevando a autoestima e principalmente a qualidade de vida das pessoas que moram no bairro participante do sistema do Cartão C3.

Quanto a percepção dos lojistas participantes da rede credenciada do Cartão C3, percebe-se que esses possuem confiança nos serviços prestados, demonstrando que o Cartão C3 tem exercido de maneira íntegra os serviços de transações financeiras os quais se dispôs a

fazer, gerando uma relação mais sólida com seu cliente, visto que as vantagens esperadas ao fim são atendidas. Entretanto, tais vantagens não são compartilhadas por todos lojistas, porém, há um ponto em comum entre eles, a percepção de que o cartão tem sido uma boa alternativa para substituir as vendas no fiado, modalidade de venda utilizada por todos os lojistas e que acarreta em considerável inadimplência.

Um outro problema percebido nas entrevistas, e que não permite expansão da rede, é a questão do tempo para cadastro, período que o comerciante teria que se disponibilizar para verificar e cadastrar os bons consumidores e pagadores. Como resultado, a insatisfação quanto ao aumento nas vendas foi percebida, uma vez que não houve o aumento esperado pelos comerciantes na venda a partir da implantação do cartão C3.

Contudo, mesmo com a insatisfação quanto ao aumento nas vendas e pouco número de adeptos (clientes), o Cartão pretende aproveitar o bom cliente e laços de confiança já existente, implantando uma instância financeira mais justa, incentivando a economia local e possibilitando acessos a aquisição de alimentos e outros produtos necessários. Ou seja, levando benefícios aos lojistas e principalmente aos moradores do bairro, uma vez que o acesso a aquisição de produtos de necessidade eleva a qualidade de vida dessas famílias.

Após análise das entrevistas e resultado dessa pesquisa é possível perceber como as relações sociais e a confiança existentes nessa localidade possibilitam a existência dessa iniciativa, o desenvolvimento de um mercado local (seja para o consumo, seja no acesso ao crédito) e conseqüentemente melhoria na qualidade de vida dos moradores.

Dessa forma, a NSE nos permitiu ter um olhar mais crítico para perceber o quanto as relações sociais estão imersas e influenciam diretamente nas ações individuais, na emergência de um mercado entre os sujeitos e como isso possibilita melhoria na qualidade de vida através do acesso a aquisição de produtos, principalmente alimentícios. Ou seja, nos permite visualizar como os laços de confiança tem um peso principal sobre a inclusão ou não nessa rede,

e conseqüentemente no surgimento e crescimento do capital social local que possibilita essa mudança na qualidade de vida dos sujeitos.

Considerações Finais

Em suma, essa pesquisa nos possibilitou concluir que o cartão tem atuado principalmente no aproveitamento das relações de confiança já existentes na comunidade, valorizando assim, principalmente o potencial do “bom cliente”. Além disso, revela um papel fundamental na tentativa de desenvolvimento da economia local e conseqüentemente na melhoria da qualidade de vida de seus moradores, uma vez que o consumidor aumenta sua capacidade de consumo baseado em crédito barato, possibilitando assim, fazer compras a prazo sem precisar ter o dinheiro em espécie ou até mesmo sair do entorno onde mora para ter crédito pré-aprovado em bancos privados, que na maioria das vezes são caros e onerosos.

Conclui-se também que essa proposta baseada na confiança e cooperação, caracterizada com alto localismo e homofilismo¹⁶ entre os envolvidos, traz benefícios para ambas as partes envolvidas. Do ponto de vista dos comerciantes, tem garantido uma segurança maior com as operações, além de poder aumentar o número de clientes fiéis e principalmente reduzir o nível de perdas com inadimplências. Por outro lado, o maior beneficiado é consumidor, ou seja, o morador do bairro, pois passa a ter acesso a compra de bens que antes não teria condições de comprar sem o cartão, melhorando assim a sua qualidade de vida.

Contudo, baseado no atual panorama em que se encontra a proposta, visto o baixo nível conquistado de adeptos ao cartão, inibindo assim uma maior movimentação e aceitação por parte dos usuários, e descontentamento de alguns comerciantes, está em fase de análise a possibilidade de modificação do sistema de microcrédito local proposto.

¹⁶ Para Marques (2009) homofilia - confia-se em quem tem atributos (ou comportamentos) similares. Para outros, há tipos distintos de confiança, associados a situações sociais específicas.

Ou seja, para que o cartão C3 continue dando frutos e se consolide como alternativa creditícia economicamente viável que reduza a desigualdade social local e possibilite melhoria da qualidade de vida dos moradores, faz-se necessários que os laços de confiança continuem sendo o pilar principal dessa relação, uma vez que esse fator, confirmado empiricamente, reduz a inadimplência, e consequentemente garante a sobrevivência dos mercados e a boa relação entre as partes.

Por fim, esse trabalho realizado empiricamente e observado sobre a lente da NSE, possibilitou gerar resultados e conclusões que abrem portas para novas pesquisas tanto teóricas quanto empíricas no que tange a questão da confiança, redes sociais, capital social, redução da desigualdade social e melhoria da qualidade de vida.

Referências Bibliográficas

ALVES, Manuel Brandão. **O Microcrédito: mais uma Panaceia?** Revista Portuguesa de Estudos Regionais nº 13, 2006. Disponível [online] em: <http://www4.fe.uc.pt/ciclo_int/doc_06_07/brandao_alves.pdf>. Acesso em: 03 jul. 2012.

ALVES, Sergio Darcy da Silva; SOARES, Marden Marques. **Microfinanças: democratização do crédito no Brasil, a atuação do Banco Central.** 3 ed. rev. e ampliada. Brasília: BCB. 2006. 91 p.

ANDRÉ, Isabel; ABREU, Alexandre. **Dimensões e espaços da inovação social.** Finisterra: Revista portuguesa de geografia, v. 41, n. 81, p. 121-141, 2006. Disponível em: <http://www.ceg.ul.pt/finisterra/numeros/2006-81/81_06.pdf>. Acesso em: 27 jan. 2014.

CARE BRASIL (Ed.). **Programa de microfinanças e educação financeira empreendedora,** 2011. Disponível em: <<http://www.care.org.br/wp->

Reinaldo Antônio Bastos Filho
Rafael Guimarães Farias
Alair Ferreira de Freitas
Alan Ferreira de Freitas

content/uploads/2011/04/2011_abril_microfinan%C3%A7as1.pdf
>. Acesso em: 26 out. 2013.

DA SILVA, E. L., & MENEZES, E. M. (2005). Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação. UFSC, Florianópolis, 4a. edição.

DE ARAUJO, P. H. F. Uma Resenha da Nova Sociologia econômica de Granovetter.

FONSECA, J. J. S. Metodologia da pesquisa científica. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila

FRANÇA FILHO, Genauto Carvalho de. **A via sustentável-solidária no desenvolvimento local.** In: Revista O&S, v.15, n.45, 2008. p. 219- 232.

FREY, K. Capital Social, Comunidade e Democracia. **Política & Sociedade**, n. 2, 2003. p. 175 - 187.

FUKUYAMA, F. (1996). Confiança: as virtudes sociais e criação da prosperidade. Rocco.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** (4 ed.) São Paulo: Atlas, 2002.

GRANOVETTER, M. Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*. v. 91, nº 3, p. 481-510, 1985.

GRANOVETTER, M.S., SWEDBERG, R. (Eds.). *The sociology of economic life.* Boulder, CO: Westview Press, 1992

GRANOVETTER, M. Ação econômica e estrutura social: o Problema da imersão. RAE-eletrônica, v.6, n.1, art. 9, jan/jun. 2007.

MARQUES, R & PEIXOTO, J. (2003). A nova sociologia econômica. Celta Editora, Oeiras.

MARQUES, E. C. (2009). As redes importam para o acesso a bens e serviços obtidos fora de mercados. Revista Brasileira de Ciências Sociais, 24(71), 25-40.

MIZRUCHI, M. S. (2006). Análise de redes sociais: avanços recentes e controvérsias atuais. RAE-revista de administração de empresas, 46(3), 72-86.

NASCIMENTO, Francisco Marcelo Garritano Barone. **Políticas públicas de acesso ao crédito como ferramenta de combate a pobreza e inclusão social: o microcrédito no Brasil.** 2008. Tese de Doutorado. Dissertação de Mestrado. Universidade do Estado do Rio de Janeiro, RJ. Disponível em:
<http://www.unisc.br/portal/upload/com_arquivo/tese___politic as_publicas_de_acesso_ao_credito_como_ferramenta_de_combate _a_pobreza_e_inclusao_social___o_microcredito_no_brasil.pdf>. Acesso em: 16 jan. 2014.

NASCIMENTO, Paulo Tromboni de Souza; SUN OIH YU, Abraham; SOBRAL, Maria Cecília. **As orientações estratégicas da inovação em produtos populares.** RAC. Revista de Administração Contemporânea, v. 12, n. 4, p. 907-930, 2008. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v12n4/02.pdf>>. Acesso em: 16 jan. 2014.

PNUD. **Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento.** Disponível em: <<http://www.pnud.org.br>>. Acesso em: 04 out. 2013.

Reinaldo Antônio Bastos Filho
Rafael Guimarães Farias
Alair Ferreira de Freitas
Alan Ferreira de Freitas

POLANYI, K. **A Grande Transformação: As origens da nossa época**. Rio de Janeiro: Compus, ed. 2ª, 2000; 337 p.

PORTES, A. & SENSENBRENNER, J. “Embeddedness and immigration: notes on the social determinants of economic action”, **American Journal of Sociology**, 1993; p. 1320-1350.

PUTNAM, R. **Making Democracy Work**. Princeton University Press, Princeton, 1993.

SABEL, C. F. (1993). Studied trust: building new forms of cooperation in a volatile economy. *Human relations*, 46(9), 1133-1170.

SOARES, Claudia Lúcia Bisaggio. **Moeda social: Uma análise interdisciplinar de suas potencialidades no Brasil contemporâneo**. Florianópolis: UFSC, 2006. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/89433/226267.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 27 jan. 2014.

STEINER, Philippe. **A Sociologia Econômica (Economic sociology)**. São Paulo: Atlas, 2006.

SMELSER, N. J.; SWEDBERG, R. **The handbook of economic sociology**. Princeton/ New York: Princeton University Press/Russel Sage Foundation, 1994.

SWEDBERG, R. **Max Weber e a ideia de sociologia econômica**. New Jersey: Princeton University Press, 1998.

WEBER, M. **Economia e Sociedade: Fundamentos da Sociologia Compreensiva**. Brasília, Universidade de Brasília, 4ª ed., 2009; 464 p.

WOOLCOCK, M. Social Capital and Economic Development: Toward a Theoretical Síntesis and Policy Framework. **Theory and Society**. v. 2, n. 27 1998; p. 151–208.

Recebido em 21/03/2017 e
aceito em 17/06/2017.

Resumo: *O presente artigo tem por objetivo analisar o Cartão C3 do ponto de vista da Nova Sociologia Econômica (NSE) enquanto teoria, buscando assim, entender e explicar os mecanismos subjacentes para operacionalização do mesmo no município de Viçosa (MG). Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) essa região é uma das mais pobres e menos desenvolvida do estado de Minas Gerais. Adotou-se nesse estudo uma estratégia de pesquisa que realizou um diálogo entre a NSE e acesso ao microcrédito em confronto com a realidade local observada. De forma conclusiva, demonstra-se que a confiança que intermedeia as relações de troca entre moradores e comerciante, bem como a existência ou formação de uma rede forte entre tais indivíduos resultou na emergência de uma capital social muito consistente capaz de criar um mercado que possibilita acesso a bens que de outra forma seria difícil de acontecer.*

Palavras-chave: *Microcrédito, Nova Sociologia Econômica, Cartão C3.*

Title: *Access to Microcredit: a C3 Card Analysis in view from the New Economic Sociology.*

Abstract: *This paper aims to analyze the C3 Card from the point of view of the New Economic Sociology (NSE) as a theory, thus seeking to understand and explain the underlying mechanisms for its operation in the municipality of Viçosa (MG). According to the Brazilian Institute of Geography and Statistics (IBGE), this region is one of the poorest and least developed in the state of Minas Gerais. The study adopted a research strategy that conducted a dialogue between the NSE and access to microcredit against the local reality observed. In a conclusive way, it is demonstrated that the trust that mediates the relations of exchange between residents and merchant, as well as the existence or formation of a strong network among such individuals, has resulted in the emergence of a very consistent social capital capable to create a market that allows access to goods, that would otherwise be difficult to achieve.*

Keywords: *Microcredit, New Economic Sociology, C3 card.*
