

INTERPRETANDO NARRATIVAS SOBRE MICROCRÉDITO: HISTÓRIAS DE VIDA DE CLIENTES DO CREDIAMIGO EM FORTALEZAⁱ

Raul da Fonseca Silva Théⁱⁱ,
Janainna Edwiges de Oliveira Pereiraⁱⁱⁱ

RESUMO

Este trabalho busca analisar o programa de microcrédito do Banco do Nordeste, o Crediamigo, e seus impactos na vida dos clientes do Programa. Para tanto, propõe-se interpretar os significados atribuídos ao microcrédito pelos seus próprios clientes. Sob uma perspectiva etnográfica, construímos histórias de vida de clientes, apreendendo as suas representações, visões de mundo e suas perspectivas sobre o programa. A pesquisa demonstra que os clientes, ao refletirem sobre o programa e seus impactos sobre suas vidas, evidenciam, em suas narrativas, qualidades e limites, além das possibilidades abertas pelo microcrédito. Como conclusões, as narrativas remetem para uma reflexão sobre os resultados dos programas e seus paradoxos, regida pela perspectiva, próxima da lógica do mercado, de um aumento da renda dos tomadores de crédito como pressuposto para sua inclusão social.

Palavras-chave: Microcrédito; Crediamigo; Banco do Nordeste; Inclusão social; Políticas públicas.

ABSTRACT

This paper aims to analyze the microcredit program of the Banco do Nordeste, Crediamigo, and its impacts on the lives of clients of the program. For this, it is proposed to interpret the meanings attributed to microcredit for their own clients. From an ethnographic perspective, we build life stories from clients, apprehending their representations, worldviews and their perspectives about the program. The research shows that clients, to reflect on the program and its impact on their lives, evidenced in their narratives, qualities and limits, beyond the possibilities open by it. As conclusions, the narratives refer to a reflection about the results of the program and its paradoxes, ruled by the perspective, next the market logic, an increase in the income of borrowers as a presupposition for their social inclusion.

Keywords: Microcredit; Crediamigo; Banco do Nordeste; Social Inclusion; Public politics.

APRESENTAÇÃO

O presente trabalho busca compreender o programa de microcrédito do Banco do Nordeste, o Crediamigo, a partir dos sentidos atribuídos pelos próprios clientes do microcrédito no conjunto das ações do programa. Com isso, pretendemos realizar uma interpretação (GEERTZ, 1978) da política pública de microcrédito, a partir da interpretação dos sentidos e significados inerentes aos pontos de vista dos sujeitos, clientes do Programa.

O ponto de partida foi a inserção dos pesquisadores no Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC) com um projeto de pesquisa acerca da temática do Crediamigo^{iv}. Nessa pesquisa, conduzimos uma investigação empírica focada em clientes da Unidade Montese, do Banco do Nordeste, localizada na cidade de Fortaleza, no Ceará. Tal escolha foi motivada pela quantidade de clientes de tal unidade, por sua localização e por ter sido a primeira unidade de microcrédito do BNB.

Esta pesquisa resultou em inúmeros trabalhos (SILVA, 2010; GUSSI, ALMEIDA E THÉ, 2012; THÉ & ALMEIDA, 2011; GUSSI & SILVA, 2011) e nos permitiu uma aproximação ao campo, sobretudo por meio de questionários com questões abertas, em que se apreenderam aspectos qualitativos dos clientes, visando realizar uma avaliação dos impactos do programa Crediamigo.

Esta pesquisa abriu possibilidades de aprofundamento em termos metodológicos, além de todo um campo analítico para compreender o microcrédito a partir de histórias de vida de clientes do Crediamigo, de que trata este trabalho.

Desta maneira, dando continuidade à pesquisa e buscando aprofundar as interpretações acerca da política do microcrédito e dos sentidos atribuídos a ele pelos tomadores de crédito, passamos a buscar as narrativas de tais clientes, traçando suas trajetórias biográficas em interface com o programa de microcrédito, fazendo da experiência individual a janela interpretativa para analisarmos os sentidos sociais do microcrédito e do Crediamigo como política pública de geração de emprego e renda^v.

Este artigo está dividido em partes em que faremos (1) o percurso metodológico da pesquisa, traçando as escolhas e os métodos da perspectiva etnográfica aqui sugerida, com foco especial sobre o uso das histórias de vida; (2) uma descrição sobre o Programa Crediamigo e seu funcionamento, seguido de uma apresentação dos sujeitos pesquisados e suas interpretações sobre o programa de microcrédito; (3) uma interpretação sobre as visões dos clientes, tomando-as para problematizar o Crediamigo; (4) uma análise sobre o programa a partir das narrativas, priorizando suas visões e as problemáticas levantadas, buscando seus limites e possibilidades como políticas públicas de inclusão e desenvolvimento social.

1. O PERCURSO METODOLÓGICO DA PESQUISA

Tomamos como metodologia uma abordagem sócio-antropológica, em que nos pautamos por uma pesquisa com procedimentos, exclusivamente, qualitativos de coleta dos dados, com entrevistas abertas, por meio da construção de histórias de vida. A escolha dos entrevistados, como já referido, foi feita por meio de resultados prévios de questionários que foram aplicados em pesquisa anterior (Silva, 2011) e, diante dos dados socioeconômicos compilados, foram escolhidos os sujeitos entrevistados.

Sob uma perspectiva etnográfica, pretendemos interpretar os sentidos e significados expressos pelos clientes, através de relatos orais, acerca de suas vivências práticas no

Programa. Desta forma, realizamos uma “descrição densa”, nos termos de GEERTZ (1978), através da qual buscamos interpretar os diferentes significados atribuídos publicamente pelos atores ao microcrédito.

Através das narrativas de vida dos clientes, pretendemos ter uma compreensão do contexto social em que eles se inserem, assim como das representações de tais sujeitos a partir das evocações feitas por estes durante as entrevistas. Para isso, traçamos um diálogo com Suely KOFES (1994), quando esta se refere às “estórias de vida”, considerando-as como “fontes de informação”, as quais ultrapassam o sujeito que fala e informa sobre o contexto social; como “evocação” do sujeito, transmitindo sua dimensão subjetiva e interpretativa; e como “reflexão”, que resulta da relação entre o pesquisador e o entrevistado.

Trata-se de construir histórias de vidas dos clientes do Crediamigo a partir da noção de trajetória de BOURDIEU (1996) e KOFES (2001). Caminhamos entre estas duas noções de trajetória. A primeira refere-se à proposta articulada por Bourdieu, que a compreende como “uma série de *posições* sucessivamente ocupadas por um mesmo agente (ou um mesmo grupo), em um espaço ele próprio em devir e submetido a transformações incessantes” (BOURDIEU, 1996: 81). Desta maneira, não buscaremos interpretar as histórias de vida dos clientes considerando a vida como um conjunto coerente e orientado, que se desenrola seguindo uma ordem lógica, mas sim como algo que se desloca no espaço social e não está vinculada apenas a um sujeito, mas a sujeitos sociais. Sob outro prisma, consideramos também a noção de trajetória de KOFES, que a entende como “o processo de configuração de uma experiência social singular” (2001: 27). Assim, consideramos tanto os distintos posicionamentos dos atores no contexto social como as interpretações destes acerca de tais posicionamentos, construindo suas trajetórias a partir de suas próprias representações.

Fazendo dessa forma um encontro da História com a história, trabalhamos, assim, como sugere MARTINS (2002), entre os processos sócio-históricos mais gerais (em termos das explanações de interpretações e conjunturas históricas aceitas) e os processos e trajetória dos *esquecidos* ou dos “*insignificantes*”, tomando como foco a trajetória de vida dos clientes.

Assim, analisaremos as histórias de vida dos clientes, buscando compreender tanto o contexto social em que estes estão inseridos como as representações de tais sujeitos e a maneira pela qual eles constroem suas próprias trajetórias.

2. O PROGRAMA CREDIAMIGO E OS SUJEITOS QUE NARRAM: UMA DESCRIÇÃO

O Programa Crediamigo é o programa de microcrédito do BNB, em funcionamento desde 1998^{vi}, uma ação pioneira de um banco público no Brasil, com o apoio do governo federal e de parceiros internacionais. Abrangendo toda a área de atuação do Banco^{vii} (Região Nordeste, Norte de Minas Gerais e Espírito Santo, além de Brasília, Belo Horizonte e Rio de Janeiro), contando com cerca de 1.445.000 clientes ativos. Uma das características básicas do programa Crediamigo é a garantia relacionada ao *aval solidário* para os empréstimos, com valores que variam de R\$100,00 a R\$6.000,00, de acordo com a necessidade e o porte do negócio.

Entre os 1.445.000 clientes ativos do Programa, cerca de 1/3 está no Estado do Ceará (330.584 clientes), sendo este o estado em que se lançou o programa. Em Fortaleza, *locus* a ser pesquisado, o Programa conta com três unidades (Centro, Montese e Bezerra de Menezes), sendo distribuídas entre os assessores de crédito para a cobertura de toda a área metropolitana.

Dados relevantes para a compreensão da atuação do Crediamigo encontram-se na preferência do Programa pelos clientes que têm menor possibilidade de inclusão no sistema de bancos. Assim, 66,2% dos clientes ingressam no nível de subsistência^{viii} (BNB, 2012b) ou na condição de *Survivor* (auto-empregado por falta de alternativa) (SANTOS, 2007).

O Crediamigo segue basicamente a metodologia de ação do *Grameen Bank* (em português o Banco da Aldeia), criado por Muhammad Yunus como uma alternativa para o combate à pobreza, com a utilização de seus métodos práticos como grupo de aval solidário, a preferência pelas mulheres, transparência, ética, inovação e variedade. (BNB, 2010b.; YUNUS, 2008; SPIEGEL, 2010: 26 - 56). Esta preferência apresenta-se por questões de viabilidade deste combate à pobreza e à exclusão, fazendo com que o apoderamento de recursos monetários por famílias de baixa renda realize uma mudança efetiva de vida, já que reconhecidamente as mulheres teriam um maior apreço pelo reforço das finanças familiares e uma aplicação mais segura no desenvolvimento dos filhos. Uma preferência para tornar efetiva a mudança de realidade de vida das famílias, principalmente assegurando a geração futura.

Podemos encontrar, então, dentro do conjunto dos clientes uma busca pelo produto Giro Solidário^{ix}, reforçando a perspectiva de SANTOS (2007) acerca da caracterização dos clientes que verdadeiramente tomam o microcrédito (em nosso estudo o Crediamigo) para a constituição de capital de giro.

Para o presente trabalho, tomamos os clientes da unidade citada que se enquadrassem no nível de subsistência, ou seja, clientes de baixa-renda, que ingressaram no programa há pelo menos três anos. Dos entrevistados, para construirmos suas histórias de vida, escolhemos duas dessas narrativas, a fim de dar maior visibilidade e reflexibilidade ao que foi expresso particularmente.

Descrevemos brevemente, a seguir, os aspectos que julgamos relevantes para este artigo das duas histórias de vida.

(i) M.L é do sexo feminino, tem por volta de 55 anos, é vendedora de cosméticos e mantém seu negócio em sua própria residência, a qual está em reforma para a construção de um segundo piso. O valor de seu empréstimo atualmente é de R\$ 1.000,00 e ela se sente satisfeita com o empréstimo, que permite que ela consiga sustentar sua casa exercendo apenas o trabalho de comerciante.

Ao discorrer sobre sua trajetória, M.L aborda a mudança de sua família de uma cidade do interior do Ceará para Fortaleza, seus estudos (tendo completado, regularmente, até a quinta série do ensino fundamental), sua vida profissional, suas prioridades de vida e seus planos para o futuro. Tendo começado a trabalhar aos quinze anos, idade em que deixou de estudar, parou de trabalhar aos dezessete, quando se casou. Apenas após algum tempo voltou a exercer atividade remunerada.

Atualmente, sendo servidora do estado aposentada, M.L se diz feliz com o Crediamigo, pois permite que ela dê continuidade a seu negócio, trabalhando em casa, sem que tenha dificuldades de pagar suas contas no final do mês. Assim, ela comenta:

Pra mim é bom, porque se eu não tivesse o Crediamigo, como é que era que eu ia colocar um pedido sem eu ter vendido? Como era que eu ia pagar? Né? [...] Pra mim o negócio é bom. É tanto que eu tô ai... Quando eu deixei de ser executiva, agora que eu me lembro, quantos anos faz, quando eu deixei de ser executiva, eu entrei na Natura. Então

tá com 5 anos que eu entrei na Natura, 5 anos e duas campanhas. Eu entrei no ciclo 7 e nós estamos no ciclo 9. Nesse tempo todim... nunca deixei de pagar uma fatura, nem nunca deixei de botar um ciclo. 5 anos. (M.L)

(ii) I.F.B. é do sexo feminino, tem 44 anos, tem uma pequena loja de móveis, utensílios domésticos e roupas de confecção, localizada no térreo de uma casa de dois andares, recentemente reformada; o valor de seu empréstimo segue por volta de R\$ 5.000,00 e ela entende o Crediamigo com uma ajuda para as dificuldades financeiras de sobrevivência.

Tratando de sua história de vida, relembra as mudanças de cidades ocorridas da infância até a sua firmação na capital, Fortaleza; fala-nos de seus estudos em que teve de fazer duas vezes a quarta série por conta da estrutura da cidade de sua infância e que parou na sexta série por conta da necessidade de ajudar os pais, trabalhando como empregada doméstica, e por conta do casamento; além, de nos narrar a falta de emprego, dela e do marido, e o pouco tempo que esteve empregada.

Hoje, vê o microcrédito como algo que vem ajudar em uma “hora difícil”, por conta das relações comerciais necessárias ao desenvolvimento de seu negócio, como cheques e re-investimentos. Comenta, dessa forma, que

Eu acho bom, num chega a ser ótimo não, né?, porque a coisa é pouca. Porque você vê numa loja deste tamanho aqui, com (5000) cinco mil reais num dá pá quase nada, né?. Mas ajuda às vezes a gente tá com cheque com alguma coisa, aí a gente cobre pra poder pegar mais, né?, porque tem uma do meu filho, que eu ti falei, né?, que ele investe aqui. Às vezes chega numa boa hora, quer dizer, numa hora da necessidade, né?, uma hora é... quando ta tudo bem, né não?. As vez chega numa hora difícil, as vezes não, porque geralmente a gente tem sempre alguma coisa pendente, a gente que trabalha em comercio cê ta vendendo, mas também ta comprando, né?, em geralmente a gente compra mais é assim mermo, a prazo, no cartão, é no cheque, aí tem que ta cobrindo. (I.F.B.)

3. PERSPECTIVAS SOBRE O CREDIAMIGO, EM NARRATIVAS: INTERPRETANDO AS VISÕES DOS CLIENTES

Nas narrativas, encontramos certa cautela por parte dos entrevistados quando falam do Programa, simbolizada por referências de que “Eu acho bom, num chega a ser ótimo não, né?” (I.F.B.) e “Só tem coisa boa, mas...” (M.L.), silenciando as críticas e deixando-as de lado diante da relação de entrevista proposta.

É possível encontrar também, no percurso das narrativas, construtos explicativos sobre a prática da tomada de empréstimo, das relações de co-dependência entre os parceiros de grupo solidário, da essencialidade ou não deste programa na sobrevivência dos tomadores. De um lado, vemos que apesar de importante, em ambos os casos, a manutenção da tomada de empréstimos pelos clientes, a reação destes é dessemelhante: enquanto um nos fala que não pode continuar seu negócio com tranquilidade sem tal empréstimo, e o outro afirma que não

há uma observação mais profunda ao cliente por parte do banco e que terminando a oferta deste crédito, não faria tanta falta para ele.

O mesmo ocorre em relação ao referido grupo solidário, em que a co-dependência é vivenciada de formas diferentes, revelando as dificuldades de relacionamento e de envolver capitais sociais anteriores com o diheiro dos empréstimos e levando a certos problemas pessoais e desconfianças entre os participantes dos grupos. Com relação aos problemas do seu grupo, M.L comenta:

[...] agora tá dando um probleminha [...] Não é por causa do coordenador do grupo. É uma pessoa que tem no grupo que ela tá ligada, parece, a gente sabe assim por alto, ligada a outros empréstimos. Ai anda manipulando, não sei se é manipulando, não sei como é. Mas ela pega diz assim “ai faz um empréstimo, tu faz pra tu, mas ai tu me empresta o dinheiro”. (M.L)

Podemos observar este fato nos relatos, quando nos são narradas as estruturas de ação do programa, ou seja, a sua operacionalização. Por exemplo:

[...] o juro é pouco ai a pessoa tem condições de trabalhar, porque se você vai fazer empréstimo em outro banco o juro é lá em cima. Ai o Crediamigo não, o juro é pouco, ai da pra você se manter. Porque no meu caso é revendedora, mas se for o caso de confecção? Ai a pessoa cresce muito, porque a confecção deixa, né? É pra pessoa progredir muito, confecção. Porque você faz, você compra mais barato, as peças faz de muito, né, ai revende de muito, é diferente do cosmético, né? (M.L).

M.L., de maneira geral, só vê pontos positivos no Crediamigo, o qual conheceu quando estava em uma fase difícil de sua vida e não tinha como trabalhar. Observa a vantagem dos juros baixos do Programa e vê a possibilidade de crescimento em determinadas áreas de trabalho. Sobre as mudanças que o Crediamigo trouxe ao seu negócio, comenta:

Sim, porque, na época, antes deu fazer o crediamigo, eu não tinha capital pra estocar nada. Era só da revista e me aperrriava pra pagar porque as vezes eu tinha que completar com alguma coisa pra poder dar o pedido, né? Ai então me aperrriava pra pagar. Mas já com o Crediamigo, eu pego, compro e posso estocar, porque o meu lucro fica dentro, com o do Crediamigo também, ai eu vou botando, entendeu? (M.L)

Outro exemplo pertinente encontramos na fala de I.F.B., que nos coloca a importância do programa em sua vida, em seu trabalho, na manutenção da sobrevivência e de seu negócio. Mas desmistifica a ideia que aparece no discurso institucional quando revela a fase instrumental do programa e sua vertente estritamente material. Assim, vemos em:

A importância dele é que é um dinheiro vivo, né?, que você pega na hora, porque esse dinheiro que entra no comércio, você num pega todo numa vez... por exemplo, um mês aqui da loja... dê uns quinze a vinte

(mil), mas é todo comprometido, é cheque, é cartão, é isso é aquilo, né? a gente compra de... cada lugar que a gente compra, vem uma conta, né? e esse não ele vem pra você já com um destino, né? é diferente, se eu for fazer pra construir ele num vai ser tirado daqui de dento, então, ele vem, assim, de uma maneira que num dá... um exemplo, “eu tirei das conta”, entendeu? (I.F.B.)

Dessa forma, nossos interlocutores nos apresentam a realidade vivida e vivível deste programa, revelando também as falhas e qualidades concernentes ao processo social que é o próprio programa. Tais falhas e qualidades nos são apresentadas, como veremos na subseção seguinte, de maneira metafórica ou mesmo direta: quando se demonstra a dificuldade do pequeno varejista sem apoio administrativo e quando se exalta o símbolo do dinheiro neste processo prático, demonstrando a aplicabilidade da gestão deste programa.

4. INTERPRETANDO O CREDIAMIGO, NAS NARRATIVAS

No processo de reflexão apresentado nas narrativas dos clientes, como foi dito, se apresentam os limites e as possibilidades gestadas no processo do fazer do Programa Crediamigo. O microcrédito narrado pelos clientes apresenta seus vieses, suas contradições e seus paradoxos.

Dessa forma, encontramos M.L, que relaciona o bom desempenho dos negócios dos clientes com a capacidade de investimento do empréstimo de forma sensata pelos próprios clientes. Ela observa que nunca teve problemas em pagar seu empréstimo, mas conhece casos que não tiveram o mesmo êxito. Em outro plano, I.F.B. é mais categorica em sua crítica quando nos revela a falta de apoio estratégico dado aos clientes por parte da operacionalização do programa, comentando que

Mas só vem aquela pessoa que visita e pronto. Só vem no dia que é pra fazer, reunir o grupo, conversar, saber quem vai fazer de novo, quem num vai e pronto. Só vem no dia do pedido do crédito, né? e já vem com aquele limite, né? Não existe uma avaliação, num vê se cresceu ou não. (I.F.B.)

Por outro lado, o mesmo cliente revela qualidades fundamentais, que estão propriamente no bojo da estruturação do programa. Isso porque visa o acesso do setor popular, em que atua, a meios creditícios. Como veremos no exemplo, I.F.B. expressou repetidas vezes a ideia de oportunidade e de ajuda. Assim, coloca o próprio Crediamigo sob a orientação de suplemento às práticas já produzidas anteriormente, mas orientador de uma sobrevivência vinculada. I.F.B. comenta:

O Crediamigo dá oportunidade pro pequeno crescer, na hora que ele empresta pro pequeno crescer, ele tem, vê que quando o pequeno cresceu um poquim a mais, que aquela pessoa... eu acho assim... que era pra ter mais um pouco de oportunidade... porque eles continua pouco, continua poquim, mingudadim, entendeu? Aquela coisa minguada, por exemplo, o empréstimo é uma ajudazinha... pra ajudar uns diazinha.

Num olha pra gente... “ah, ele cresceu” e dar maior oportunidade. E olhe que eu tô com essa loja aqui, desde o finalzim de 2008, então eu esperava que o banco fosse... entendeu? A gente espera, mas é uma coisa boa, de mal num tem nada pra falar. (I.F.B.)

Questionado sobre se considera melhor ter um trabalho formal ou um negócio próprio, M.L. comenta: “Pra algumas pessoas eu acho melhor ter um emprego, porque nem todo mundo tem a cabeça no lugar. Né isso? Agora pra outras que sabe trabalhar, é uma boa”. Dessa forma, pontua a necessidade de que, para a tomada de empréstimo e para trabalhar em negócio próprio, o cliente precisa ter “cabeça no lugar”, já que existe uma vinculação tanto horizontal quanto vertical na trajetória dos empréstimos sob o aval solidário.

Vertical por sua vinculação com o banco e horizontal por sua relação de crédito que coloca em jogo o capital social, junto a seus “amigos”. Sendo propício aos de “cabeça no lugar” a experiência do tomar crédito junto ao banco e aos parceiros de Crediamigo é assim definida por I.F.B.:

Por ser um empréstimo, eu digo que não é bom por isso, porque você tá sempre com aquela coisa pendente, né?, tem sempre que naquele dia você tem uma coisa pra pagar, ter aquela conta pra pagar. Apesar de num ser culpa do banco, se pegou tem que pagar né? Mas no resto eu acho que tá bom. (I.F.B.)

Além disso, buscamos observar em suas expressões, falas e relações uma avaliação propositiva sobre a trajetória do programa em suas vidas e o quanto este amplia as potencialidades de mudança. Assim, sob a ideia de mudança encontramos a avaliação de I.F.B., que nos diz:

Facilitou mais a vida, né?, porque é, assim, muito trabalho e pouco lucro, né? agora tá mais compatível assim, o trabalho e o lucro. Que antes eu trabalhava mais; é como eu ti falei eu costurava, né? ai pra mim vender uma peça tinha que confeccionar e agora não, eu só vendo, já pego pronto.

Olhe, por enquanto num tá estes lucro todo não, entendeu? Mas dá pá pagar as conta, é porque eu vejo muito a questão de ter, assim, pra ir se manteno, que antes num tinha, né?, era mais difícil.

[...] Assim, muda. Tu sabe que comercio é aquela coisa você tem que ter aquele espírito, né?, de quem gosta de trabalhar com as coisa de venda, né?, tem que ter vocação pra isso e, também, saber investir, que as vezes pode ta investindo e num dá certo. As vezes o ponto num é legal, as vezes você tá num canto que você vende uma coisa boa, mas num é o lugar certo, que num tem aquele acesso. E elas ai não, deu certim. (I.F.B.)

Sobre a avaliação de como o Crediamigo muda a vida das pessoas, M.L comenta:

Muda completamente, eu já tenho visto gente que trabalha no Crediamigo e a vida mudou, outros não, né? [...] Eu acho que é porque as pessoas fica achando que tem dinheiro e começam a gastar com

coisas que não é pra gastar, né? Aquilo ali é um investimento e as pessoas acham que não, que é lucro. Ai pronto, né? (M. L.)

Desta forma, podemos perceber como os clientes compreendem a questão do bom desenvolvimento de seus negócios, atribuindo tal fato à responsabilidade individual, mas também ao banco, através do apoio que deveria fornecer aos clientes. Apesar da falta de apoio, o crédito é compreendido de maneira geral como algo benéfico, sendo de boa ajuda ao setor de baixa renda, que de outra forma dificilmente teria acesso a empréstimos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da construção das histórias de vida dos clientes do Crediamigo, podemos compreender os sentidos e significados do Programa para os clientes no que se refere às mudanças de suas condições de vida.

Os clientes relataram como eles entraram para o Crediamigo, as mudanças que ocorreram em suas vidas após sua inserção no Programa e o que eles veem de positivo e negativo, ou seja, os clientes expressaram o que eles acreditam que o Crediamigo lhes oferece, não somente para o seu próprio trabalho, mas para os clientes em geral, além de indicarem o que poderia melhorar.

Tais aspectos mostram-se importantes pois por meio deles os clientes manifestaram suas representações, visões e perspectivas sobre o Programa, em relação às suas próprias histórias de vida, o que nos possibilita refletir tanto sobre o impacto deste como sobre seus limites e possibilidades.

As narrativas elucidam a oportunidade que o programa de microcrédito oferece a seus clientes, a de conseguirem um empréstimo com baixas taxas de juros, coisa que os bancos não lhes possibilita, facilitando para que possam montar um negócio próprio e dar continuidade a ele e podendo assim ter uma fonte de renda que se revela como alternativa para aqueles que não estão inseridos no mercado formal de trabalho.

Por outro lado, através de algumas críticas referidas a determinados pontos do Programa, ou até mesmo do silêncio gerado após perguntas sobre os aspectos negativos deste, percebemos que os clientes consideram que o Crediamigo tem limites e que não satisfaz completamente suas necessidades. Assim, as narrativas nos abrem cortinas para observação do processo revelado no contexto do programa, fazendo-nos recordar BECKER (1994) quando nos diz que a história de vida, “mais do que qualquer outra técnica, exceto, talvez a observação participante, pode dar um sentido à super explorada noção de *processo*” (1994: 109).

Por fim, acreditamos que realizamos, por meio das interpretações das narrativas biográficas dos sujeitos, uma interpretação do Programa Crediamigo, no sentido de GEERTZ (1978), em que sentidos e significados atribuídos pelos sujeitos, nas narrativas, foram postos para compreender este programa no contexto da implementação e dos impactos das políticas públicas de geração de emprego e renda.

NOTAS

ⁱ Uma versão preliminar deste trabalho foi apresentada no Grupo de Trabalho Cultura, Economia & Finanças Solidária: dilemas e perspectivas, durante o XV ENCONTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS DO NORTE E NORDESTE e PRÉ-ALAS BRASIL, 04 a 07 de setembro de 2012, Universidade Federal do Piauí, Teresina/PI.

ⁱⁱ Aluno de graduação do Curso de Ciências Sociais da Universidade Federal do Ceará (UFC), bolsista do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC) vinculado ao Conselho Nacional do Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). raulsilvathe@gmail.com

ⁱⁱⁱ Aluna de graduação do Curso de Ciências Sociais da Universidade Federal do Ceará (UFC), bolsista do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC) vinculada à UFC. janainnapereira@gmail.com

^{iv} Projeto de Pesquisa “Cultura, Desenvolvimento Regional e Avaliação de Políticas Públicas: Trajetória Institucional do Programa de Crédito e Geração de Renda (Crediamigo) do BNB - Banco do Nordeste”, coordenado pelo Prof. Dr. Alcides Fernando Gussi. Atualmente, sob a orientação do mesmo professor, continuamos a pesquisa com o aprofundamento da temática do microcrédito e das microfinanças solidárias com o Projeto de Pesquisa “Políticas Públicas de Geração de Renda e Desenvolvimento: Avaliação dos Impactos do Microcrédito em Fortaleza”.

^v Trata-se de construir uma proposta teórico-metodológica, para o presente estudo, partindo dos pressupostos apontados por GUSSI (2005).

^{vi} Para referência, em 1997, foi lançado o projeto-piloto, implantando cinco unidades do Crediamigo e lançando o produto Giro Solidário (BNB, 2012b).

^{vii} Região Nordeste pensada politicamente a partir dos anos 1960 pela SUDENE, com a incorporação geopolítica dos estados do Maranhão e da Bahia, além do norte de Minas Gerais e do Espírito Santo. (FURTADO, 1997).

^{viii} O *Self-employed* [auto-empregado] a que se referem Santos e Nitsch (2001), para os quais o microcrédito cumpriria uma tarefa social, como instrumento, de forma indireta, de combate à pobreza, enquanto fomenta o desenvolvimento.

^{ix} Capital de giro para empreendedores com pelo menos seis (6) meses de atividade, inserido em um grupo de 3 a 10 pessoas (já que a garantia é focada no aval social) e com um prazo de doze (12) meses para restituir os empréstimos tomados. (BNB, 2011a.).

REFERÊNCIAS

BECKER, Howard. A história de vida e o mosaico científico. In: _____. **Métodos de pesquisa em ciências sociais**. São Paulo: Hucitec, 1994.

BNB. **Institucional**. Disponível em: www.bnb.gov.br, Acesso em: 06 de junho de 2012. 2012a.

BNB. **Relatório anual Crediamigo 2010**. Disponível em: www.bnb.gov.br, Acesso em: 06 de junho de 2012. 2012b.

BOURDIEU, Pierre. A ilusão biográfica. In: _____. **Razões práticas: sobre a teoria da ação**. Campinas: Papirus, 1996.

FURTADO, Celso. **Obra autobiográfica de Celso Furtado. Tomo II**. São Paulo. Paz e Terra, 1997.

GEERTZ, Clifford. **A Interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

GUSSI, Alcides Fernando. **Microcrédito e Dimensões do Desenvolvimento**. In: II Jornada Internacional de Políticas Públicas, 2009, São Luís, 2009 (inédito).

GUSSI, Alcides Fernando. **Pedagogias da experiência no mundo do trabalho: narrativas biográficas no contexto de mudanças de um banco público estadual**. Tese (Doutorado), Faculdade de Educação, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2005.

_____. ; SILVA, R. J. F. Da. Microcrédito e desenvolvimento: avaliação dos impactos do Programa Crediamigo em população de baixa renda de Fortaleza. **Revista Caos**, João Pessoa, n. 16, p. 249 – 271, 2011. Acesso em: 6 de junho de 2012, em: <http://www.cchla.ufpb.br/caos/n17/18.%20GUSSI,%20A%20FEITOSA,%20R%20MAPP%20249-271.pdf>

_____. ; ALMEIDA, G. F. B. de ; THÉ, R. F. S. **Avaliação de Programas de Desenvolvimento do Banco do Nordeste: Estudo sobre o Crediamigo e o Programa de Apoio a Projetos Produtivos Solidários - PAPPS**. In: II Seminário Internacional e IV Seminário de Modelos e Experiências da Avaliação de Políticas, Programas e Projetos - IV SEMEAP. Recife : arcus, 2012. p. 345-354.

KOFES, Suely. **Uma trajetória, em narrativas**. Campinas: Mercados de letras, 2001.

_____. Experiências sociais, interpretações individuais: histórias de vida, suas possibilidades e limites. **Pagu**, Campinas, n.3, p. 117 – 141, 1994.

MARTINS, José de Souza. Introdução: Por uma compreensão do esquecimento e do silêncio. In: _____. **Subúrbio**. 2. ed. São Paulo: Hucitec; Unesp, 2002. (p. 7 - 23).

NITSCH, Manfred; SANTOS, A. Carlos. Da Repressão Financeira ao Microcrédito. **Revista de Economia Política**, v. 21, n. 4, p. 172 – 183, Out. – Dez./ 2001.

SANTOS, Carlos A. . Análise de impactos socioeconômicos do microcrédito: dificuldades metodológicas e analíticas. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 41, n. 1, p. 147-160, jan.- fevereiro/2007.

SILVA, Rita Josina Feitosa da. **Avaliação dos impactos do programa Crediamigo em população de baixa renda de Fortaleza**. 2010. Dissertação (Mestrado em Avaliação de Políticas Públicas) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2010.

SPIEGEL, Peter. **Muhammad Yunus, o banqueiro dos pobres**. São Paulo: Cidade Nova, 2010.

THÉ, R. F. S. ; ALMEIDA, G. F. B. de . **Políticas Públicas de geração de trabalho, renda e desenvolvimento**: um estudo sobre os Programas de Economia Solidária (PAPPS) e Microcrédito (CREDIAMIGO) do Banco do Nordeste em Fortaleza. In: III Seminário Internacional Violência e Conflitos Sociais: ilegalismos e lugares morais, Fortaleza, 2011.

YUNUS, Muhammad. **O Banqueiro dos Pobres**. São Paulo: Ática, 2008.