

Gustavo Tomaz de Almeida

Universidade do Estado de Minas Gerais

(Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil)

gustavo.almeida@uemg.br

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6321-168X>

Georgiana Luna Batinga

Universidade Federal do Mato Grosso do Sul

(Campo Grande, Mato Grosso do Sul, Brasil)

georgiana.luna@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1807-9824>

Bruno Medeiros Ássimos

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

(Minas Gerais, Brasil)

bruno.assimos@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-1206-6376>

Marcelo de Rezende Pinto

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

(Minas Gerais, Brasil)

marcrez@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3251-2460>

Idosos de Baixa Renda, Violência Financeira e Crédito: O Olhar da *Transformative Consumer Research*

Elderly, Financial Violence and Credit: The Look of Transformative Consumer Research

RESUMO

Este artigo pauta-se em discussões que articulam os temas consumo de crédito, violência financeira e idosos de baixa renda, sob a ótica da *Transformative Consumer Research* (TCR). Seu objetivo é entender a violência financeira para com idosos de baixa renda por meio da assimilação do modus operandi do mercado de crédito. Por meio da etnografia que se baseou em uma observação participante, em relatos em diários de campo e em entrevistas individuais semiestruturadas, chegou-se a três categorias de análise: o empréstimo como objeto de consumo, as duas faces da violência financeira e o idoso na condição de provedor familiar. Os resultados do estudo apontam que as relações conflituosas vivenciadas pelos consumidores e as forças do mercado, da família e do governo provocam efeitos que reforçam a experiência da violência financeira no contexto do consumo de crédito.

Palavras-Chave: idosos de baixa renda; consumo de crédito; violência financeira.

ABSTRACT

This article is based on discussions that link the themes of credit consumption, financial violence, and low-income elders, from the viewpoint of Transformative Consumer Research (TCR). Its objective is to understand financial violence towards low-income seniors through the assimilation of the credit market's modus operandi. Methodologically, through ethnography, participant observation was used, reports in field journals and semi-structured individual interviews, evaluated through content analysis, resulting in three categories: loan as an object of consumption, the two faces of violence and the elderly as a family provider. As a result, empirical data point out that the conflictual relations experienced by consumers and the forces of the market, family and government have effects that reinforce the experience of financial violence in the context of credit consumption.

Keywords: low income elders; credit consumption; financial violence.

Universidade Federal do Espírito Santo - UFES

Endereço

Av. Fernando Ferrari, 514, Goiabeiras

29.075-910, Vitória-ES

gestaoeconexoes@gmail.com

<http://www.periodicos.ufes.br/ppgadm>

Coordenação

Programa de Pós-Graduação em

Administração (PPGADM/CCJE/UFES)

Artigo

Recebido em: 03/03/2021

Aceito em: 10/06/2021

Publicado em: 30/06/2021

Introdução

É possível perceber a expressiva aderência do consumo de crédito ao campo que articula cultura e consumo, haja vista que os indivíduos estão imersos em uma sociedade de consumo (Maurer, 2014). Nesse sentido, o crédito pode ser compreendido sob a esfera cultural, como uma mercadoria fabricada, comercializada e vendida, bem como historicamente construída (L'Estoile, 2014).

É interessante considerar que, em 2012, um estudo na área do Direito levantou a possibilidade de o consumo de crédito permear a violência na sociedade (Littwin, 2012). Esse trabalho advogou a favor da necessidade de ir além das práticas, modelos e técnicas de empréstimo, refletindo acerca do bem-estar financeiro como um problema decorrente do consumo e apontando uma direção para novas pesquisas sobre a comercialização do crédito (Langley, 2014). Essa discussão se potencializa, quando Oliveira, Ayrosa, e Sauerbronn (2016) identificaram que a maioria das investigações anteriores sobre marketing e violência está concentrada em implicações gerenciais e em metodologias sem ênfase crítica e reflexiva.

Um dos exemplos de violência atrelada ao consumo de crédito pode ocorrer quando o consumidor idoso de baixa renda se torna o ponto de referência para estratégias de crescimento maciço de acesso ao crédito, que, embora reduza vulnerabilidades, aliena-o à condição de um indivíduo súdito do mercado de crédito (Payne, 2012). Por exemplo, o recorrente incentivo ao microcrédito (Moser & Gonzalez, 2016; Vieira & Barbosa, 2017) embora reduza a pobreza absoluta (ter menos que um mínimo objetivamente definido), ou a relativa (menos que os outros na sociedade), pode contribuir para manter a violência, pois não equilibra as relações de poder entre organização-consumidor e nem a pobreza subjetiva (Gonzalez, 2015; Hagenaars & Vos, 1988). Esse exemplo tem relação com a violência financeira, na qual há um consenso na academia que esse tipo de violência seja o menos compreendido academicamente e o mais difícil de se detectar (Gibson & Greene, 2013; Jackson & Hafemeister, 2011), além de um dissenso conceitual do que ela seja.

A partir dessas motivações iniciais, este artigo retrata resultados de uma pesquisa que, inspirada na *Transformative Consumer Research* (TCR), ressalta os efeitos da violência financeira advindas do consumo de crédito nas esferas sociais, especialmente aquelas nas quais consumidores vulneráveis estão inseridos, como os idosos de baixa renda. Para tanto, assume-se como pergunta de pesquisa: como o bem-estar dos consumidores idosos de baixa renda é influenciado negativamente pelo consumo de crédito, com efeitos em termos da violência financeira? Para essa tarefa, assumimos como objetivos específicos: (1) assimilar as manifestações do mercado de crédito em relação ao idoso de baixa renda, (2) compreender a reprodução da violência financeira sob o bem-estar desse consumidor vulnerável e, por fim, (3) entender os motivos pelos quais eles se engajam ao consumir crédito e os efeitos negativos.

Nesse ponto, vale lembrar que a TCR utiliza o termo vulnerável para identificar situações na qual a fragilidade é provocada por diferentes situações que prejudiquem as relações de consumo (Davis, Ozanne, & Hill, 2016). O consumidor idoso de baixa renda é alvo dos trabalhos da TCR por serem mais vulneráveis que os demais, em função da dependência financeira e física, e, também por isso, alguns

deles são mais expostos a violência (Coelho, 2015; Crockett, Downey, Firat, Ozanne, & Pettigrew, 2013; Davis & Pechmann, 2013; Davis, Ozanne, & Hill, 2016). Neste sentido, o conceito de baixa renda utilizado advém da Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (ABEP), que classifica a renda média familiar brasileira em estratos socioeconômicos. Em ordem crescente quanto ao nível de renda, as denominações se iniciam em: (1) extremamente pobre ou E, (2) pobre, mas não extremamente pobre ou D, e (3) vulneráveis ou C2. Estas três faixas representam o recorte adotado.

Em relação às justificativas, apesar do consumo de crédito ser uma prática recorrente, é preciso compreender seus efeitos sob diferentes óticas. Nesta linha, a violência financeira - percebida como um efeito do consumo de crédito – é um problema social tão atual que a comissão extraordinária do idoso da Assembleia Legislativa de Minas Gerais – ALMG aponta a urgência de se compreender esse tema, ao afirmar que: (1) falta interlocução entre os municípios, Estados e União; (2) as idosas têm direito à medida protetiva pela Lei Maria da Penha, mas os idosos não; (3) a violência financeira atinge quase totalidade dos atendimentos da Delegacia Especializada de Atendimento ao Idoso; (4) o Procon Assembleia relata denúncias contra organizações que oferecem revisão de aposentadoria, obtenção de benefícios mediante depósitos, pagamentos de honorários ou mensalidade a associações; (5) no período de 2015 e 2016 foram registradas 850 reclamações no Procon contra empréstimos consignados pagos; (6) a Prefeitura de Belo Horizonte reforça que os laços familiares fracos não coíbem a violência; (7) a Polícia Militar descreve que não chegam denúncias por intermédio do idoso e permanece o conluio do silêncio por quem observa; (8) em Minas, só existe uma delegacia de atenção aos idosos com uma demanda anual de quase 1.000 boletins e 400 procedimentos (ALMG, 2016). Essa situação, verificada no estado de Minas Gerais, pode ser a realidade de outros estados e regiões brasileiras.

Quanto às justificativas teóricas, o trabalho se debruça sobre questões reveladoras para o consumo no que tange à articulação entre temáticas caras ao campo como vulnerabilidade do consumidor idoso, consumo de crédito e violência financeira sob a égide das pesquisas transformativas do consumidor. A violência financeira carece de atenção, por ser um dos maus tratos mais frequentes no mundo, superando a violência emocional, física e sexual. Outro ponto tem relação com o fato de que entender a situação de violência financeira pode ser um caminho revelador para se acessar outros eventos sociais tangentes como o significado do dinheiro, a influência familiar, os conflitos intergeracionais, entre outros. No tocante ao consumo de crédito, existe um considerável potencial analítico para a academia investigar as relações pós-compra do consumo de crédito (Langley, 2014). Quanto à vulnerabilidade do consumidor idoso, essa pesquisa está pautada em uma intencionalidade emancipatória e contra hegemônica, buscando apontar caminhos transformadores para prevenir a violência relacionada ao consumo. Complementarmente, o consumo de crédito carece de receber maior zelo crítico por parte das investigações empíricas (Langley, 2014), urgindo investigações do campo do consumo que compreendam o desequilíbrio das relações entre o bem-estar financeiro da sociedade e os lucros das organizações (Badot & Cova, 2008). Reside, nesses pontos, o “gap” teórico na qual a pesquisa busca se assentar.

Esse trabalho foi organizado em cinco partes. A primeira, composta por essa discussão introdutória, é seguida da revisão de literatura, na qual se localiza o consumo de crédito, para fundamentar a argumentação seguinte de que o crédito pode fomentar a violência financeira contra os idosos. No terceiro capítulo,

apresenta-se o percurso metodológico, decorrente de uma parceria com o poder público, que deu acesso a um campo composto por 120 idosos. O penúltimo tópico destina espaço à análise sobre o empréstimo como objeto de consumo, às duas faces da violência financeira e ao idoso na condição de provedor familiar. Finalmente, as considerações finais descrevem pontos conclusivos da pesquisa.

Fundamentação teórica

Consumo de crédito

O tema consumo de crédito, presente em larga escala na literatura do Marketing (Bloch & Bagchi, 2013; Deville, 2014; Garvey, Germann, & Bolton, 2015; Matos, Vieira, Bonfanti, & Mette, 2015), tem sido discutido, em sua maioria, sob a lente das estratégias de estímulo ao crédito adotadas pelo mercado financeiro (Nepomuceno & Laroche, 2012). Contudo, em menor quantidade, observam-se alguns trabalhos que abordam o tema sob a ótica do bem-estar da sociedade, preocupações com o consumo de crédito e os consumidores vulneráveis (Barnhart & Peñaloza, 2013), a organização e o consumidor como responsáveis e vítimas do seu próprio comportamento e as diferenças socioculturais que permitem considerar a (in) existência de vulnerabilidades (Abdelhadi, Foster, & Whysall, 2014).

Apesar de poucos, é inegável a contribuição desses estudos ao tema, pois, além de ampliarem o debate, acabam assumindo a função de denunciarem as complexidades que envolvem a discussão, que vão para além do endividamento. No contexto brasileiro, pesquisadores do campo do marketing apontam o crédito como uma poupança invertida, em que se guarda o dinheiro para pagar o cartão de crédito ao final do mês. Surge também como autocontrole da sociedade, quando o consumidor se endivida para forçá-lo a controlar seu orçamento. Ou como declaração de materialismo e distinção, buscando demarcar uma posição social, separando o pobre dos pobres-pobres, ou expressão de dádiva - emprestando o próprio nome para um conhecido tomar crédito (Vieira & Barbosa, 2017). Ainda há investigações sobre o crédito como um bem social (Vieira & Barbosa, 2017) e também compreendido como desejável, para a manutenção de um padrão de consumo ou importante em situações extraordinárias e emergenciais (Santos, Costa & Teles, 2013).

Dentre as modalidades de consumo de crédito mais comuns, disponíveis no mercado financeiro, estão os empréstimos, financiamentos, cartão de crédito, cartão de loja, cheque especial, empréstimos consignados, entre outros. Interessa a esse estudo, principalmente o empréstimo consignado, que, de acordo com Schuh, Coronel e Benner (2017) é uma modalidade de empréstimo em que o desconto da prestação é feito diretamente na folha de pagamento ou de benefício previdenciário do contratante. Essa modalidade, direcionada a aposentados, pensionistas e servidores públicos, possui uma alta taxa de garantia de pagamento, e, por isso, os juros costumam ser mais vantajosos.

Para além do consumo dos produtos financeiros disponíveis e regulados pelo mercado financeiro, adota-se neste estudo, a perspectiva de não tratar o tema apenas como uma moeda de troca, mas sim como o próprio objeto de consumo (Maurer, 2014), que contribui para moldar a economia e a sociedade (Maurer, 2014). Essa percepção busca preencher uma lacuna decorrente da atenção que a discussão sobre o tema ainda precisa receber: é preciso ir além das práticas, modelos e técnicas de empréstimo e desenvolver novas pesquisas sobre a

comercialização do crédito ao consumidor e reposicionar as deficiências no bem-estar como um problema decorrente do consumo (Langley, 2014). Para isso, é necessário entender as relações entre consumo, marketing e violência (Oliveira *et al.*, 2016), o que se propõe no próximo tópico, com ênfase na violência financeira.

Consumo de crédito e violência financeira contra o idoso

A Organização Mundial da Saúde - OMS (2002), define violência contra a pessoa idosa como a prática de ações ou omissões cometidas uma ou muitas vezes, que prejudique sua integridade física e emocional, limitando o desempenho de seu papel social. Já o Estatuto do Idoso declara que a violência contra o idoso é qualquer ação ou omissão, praticada em local público ou privado, que lhe cause morte, dano ou sofrimento físico ou psicológico (Castro, Guilam, Sousa, & Marcondes, 2013). O termo violência pode adquirir diversas facetas, mas neste estudo, será utilizado no recorte da violência financeira, que também pode assumir uma pluralidade de rótulos, tais como: privação (Fischer, 2013), abuso (Devlin & Freyne, 2013), crime ou exploração financeira (Lichtenberg, 2016), dentre outros. Em 2001, o Ministério da Saúde adotou oficialmente o termo 'Maus Tratos', no entanto, opta-se por utilizar aqui, o termo 'violência', pois envolve as relações e processos sociais, de grupos, classes, gêneros, objetivadas em instituições, quando esses agentes empregam formas diversas de aniquilamento ou coação ao sujeito, causando-lhe danos físicos, mentais, morais e financeiros (Minayo, 2004).

Nesta perspectiva, a violência financeira pode ser caracterizada como uma exploração ilegal, imprópria, consentida ou não, dos recursos creditícios de uma pessoa (Oliveira, Trigueiro, Fernandes, & Silva, 2013), sendo considerada a menos compreendida e a mais complexa de ser percebida (Gibson & Greene, 2013). Ela está presente no uso do dinheiro, cartão ou propriedade sem autorização do detentor, nas procurações, escrituras e documentos forjados ou assinados mediante coação ou engano, na troca de recursos em prol de cuidados não cumpridos, nos enganos para obter confiança, na manutenção de bem e serviços sem a execução do trabalho ou com preços abusivos, nos esquemas de telemarketing para envio de dinheiro dentre outros (Alsaleh, 2015; Antai & Anthony, 2014; Bouchet, 2015; Kilby, 2013).

Em relação aos principais perpetradores, estudos identificam, em primeiro lugar, os familiares, especialmente quando estes estão envolvidos em contextos de dependência química, abuso de substâncias, vícios em jogos de azar; por acreditarem ter legitimidade para decidir em seu nome, mesmo sem nomeação legal; entre outros (Alsaleh, 2015; Antai & Anthony, 2014). No entanto, o próprio governo pode assumir esse papel, quando faz do consumidor um alvo de suas políticas de concessão de crédito, para promover o crescimento econômico do país (Payne, 2012), ao adotar estratégias de estímulo ao consumo com ênfase na expansão do crédito, incluindo empréstimos, financiamentos, isenção de impostos, entre outros. Assim, ainda que não se possa afirmar com certeza a relação, é possível supor que a adoção de uma política de crescimento econômico alicerçado no crédito sem associar-se ao bem-estar financeiro, pode ser perversa, pois tem como consequência a inadimplência, o superendividamento e, sobretudo, pode provocar sofrimento, angústia, problemas familiares, perda da capacidade futura de consumo, entre outros (Langley, 2014).

No contexto dos estudos de Marketing e Sociedade, as vulnerabilidades são reforçadas quando o crédito ao consumidor permeia mais fortemente a sociedade

(Littwin, 2012), sendo as relações entre o consumo e a violência uma discussão densa (Oliveira *et al.*, 2016). Finalmente, a violência financeira pode atingir pessoas de diferentes idades, mas escolhe-se aqui, os consumidores idosos, sujeitos geralmente esquecidos quando a discussão é o bem-estar e o marketing (Moschis, Mosteller, & Fatt, 2011).

Consumo de crédito e vulnerabilidades dos consumidores idosos

Nesta pesquisa, opta-se por considerar idosos aqueles com 60 anos ou mais, seguindo a definição do Estatuto do Idoso (Castro *et al.*, 2013). Contudo, diferente de uma boa parcela dos estudos dedicados ao tema, não se visualiza apenas o declínio cognitivo que afeta o consumo, reconhecendo também as produções de identidades nesta fase (Barnhart & Peñaloza, 2013) e destacando que a agência dos idosos em assuntos financeiros não se resume a racionalização e vitimização, envolvendo ainda aspectos sociais, históricos e culturais (Dalmoro & Vitorazzi, 2016; Dolbec & Fischer, 2015).

Muitas podem ser as situações de vulnerabilidade vivenciada pelos idosos, muitas das quais acabam por potencializar casos de violência financeira. Relatos de estudos no contexto internacional contemplam essa constatação. Pode-se apontar que a quase totalidade dos idosos com demência investigados por Peisah, Bhatia, Macnab e Brodaty (2016) sofreu algum tipo de violência financeira. Outro complicador é a dificuldade para obter resultados confiáveis quando esse público está vulnerável, como ocorreu em uma observação participante no ambiente familiar, na qual a maioria dos agressores eram membros que controlavam a situação para que o idoso negasse sua vulnerabilidade motivado pelo medo de ser confrontado por suas próprias falhas (Adams, Bagshaw, Wendt, & Zannettino, 2014; Castle, Rome, & Teresi, 2015). Em complemento, como a aposentadoria representa uma fonte de renda para milhares de famílias, o idoso permanece na função de provedor da família, mesmo com filhos adultos, casados e com filhos, residindo ou não na casa dos pais. Esse padrão familiar pode perpetuar até o fim de suas vidas, colocando o idoso, cada vez mais, na situação de ter que distribuir sua aposentadoria ou pensão entre os seus familiares (Adams *et al.*, 2014; Beulieu, Crevier, D'Amours, & Diaz, 2015; Castle *et al.*, 2015; Harries, Davies, Gilhooly, & Tomlinson, 2014; Harries, Yang, Davies, Gilhooly, & Thompson, 2014). Além disso, a vulnerabilidade pode ser maior em casos de isolamento, solidão, perdas recentes de parentes, desemprego na família, deficiência física ou mental, embora não haja um comportamento homogêneo, podendo atingir homens e mulheres de diferentes classes sociais (Irigary, Esteves, Pacheco, Grassi-Oliveira, & Argimon, 2016).

Além disso, Castro *et al.* (2013) afirmam que as publicações em periódicos brasileiros indexados no Scielo sobre violência ao idoso se restringem a conceituações, atenção a política de proteção e tipologias de violência, tendo como território de estudo o ambiente doméstico, em sua maioria. Pesquisas mais recentes se dedicam a esfera demográfica a partir dos registros policiais (Garbin, Joaquim, Rovida, & Garbin, 2016). Especificamente no marketing, as discussões se restringem as fraudes de telemarketing, embora encontramos um trabalho que discute diretamente esse abuso (Postmus, Hetling, & Hoge, 2015), mas o termo consumidor poderia ser facilmente substituído por sujeito, sem mudança de sentido.

Percurso Metodológico

A pesquisa se baseou nas premissas da *Transformative Consumer Research* (TCR), um movimento ou abordagem de pesquisas reflexivas e críticas do consumo, criado em 2005 pela Association for Consumer Research – ACR. Sua ideia fundamental é promover o bem-estar pessoal e coletivo de pessoas vulneráveis, incluindo o idoso (Davis, Ozanne, & Hill, 2016).

Trata-se de uma pesquisa de cunho interpretativista, de natureza exploratória, com abordagem qualitativa (Cooper & Schindler, 2016) realizada em um município na região metropolitana de Belo Horizonte, localizado a 60 km da capital mineira. Para tanto, foi firmada uma parceria com a Secretaria Municipal de Assistência Social, concedendo autorização para o desenvolvimento desta pesquisa, de atividades lúdicas e educativas com os idosos que participam de um projeto social, desde 2010, com encontros semanais às terças e quintas-feiras, composto por 84 mulheres e 36 homens com 60 anos ou mais e de baixa renda.

Como abordagem de pesquisa aderente à TCR, foi utilizada a pesquisa-ação (Greenwood & Levin, 1998), a qual contou com as técnicas de observação participante e de entrevistas. Em uma primeira fase, os pesquisadores frequentaram 32 encontros, condição para que se configurasse a pesquisa-ação. Durante este tempo, os pesquisadores tiveram a oportunidade de participar ativamente dos encontros, contribuindo para a realização das atividades propostas e, principalmente, criando uma relação mais próxima com os idosos. Nesse período, foi de grande importância a realização de conversas informais, nas quais foi possível notar que o tema consumo de crédito se apresentava relevante ao bem-estar desses idosos, fato que permitiu sua adoção como tema para esta pesquisa. Em uma segunda fase, optou-se por aprofundar no campo por meio de entrevistas individuais semiestruturadas, face a face e nas dependências nas quais se realizava o projeto (Cooper & Schindler, 2016). O roteiro de entrevistas, construído ao longo da primeira fase da pesquisa, foi composto por perguntas inspiradas na revisão de literatura e nas experiências vivenciadas pelos idosos em seu cotidiano.

O critério utilizado para selecionar os entrevistados foi a disponibilidade (Cooper & Schindler, 2016). Ao todo, foram conduzidas 30 entrevistas. Todos os participantes tinham entre 62 e 84 anos e se dividiam entre 10 homens e 20 mulheres com renda decorrente da aposentadoria dentro do limite considerado baixa renda. As entrevistas foram gravadas em áudio, resultando 20 horas e 53 minutos e transcritas na íntegra.

A seguir, ocorreu a etapa de análise de conteúdo categorial (Bardin, 2015). Além da análise das entrevistas, foi realizada a triangulação, na qual as conclusões foram comparadas entre os documentos (diários, transcrições e áudios) e a confrontação por pares entre os pesquisadores que estiveram na observação participante. No processo de análise, emergiram algumas categorias de análise. Nesse artigo, serão discutidas (na próxima seção) três categorias: o empréstimo como objeto de consumo; as duas faces da violência financeira e o idoso na condição de provedor familiar.

Por fim, buscando um trabalho colaborativo entre o pesquisador e os participantes (algo fundamental em se tratando de uma pesquisa transformativa), ocorreu o retorno ao projeto para que os pesquisadores pudessem apresentar os resultados aos participantes, utilizando métodos das artes cênicas (teatro de improvisação participativo), visto que alguns integrantes não sabem ler. Esta

atividade teve como objetivo uma maior aproximação entre os pesquisadores e os entrevistados, cumprindo uma das principais premissas da TCR.

Vale esclarecer também que esta pesquisa assume os principais compromissos da TCR: (1) Os pesquisadores e sua equipe possuem formação interdisciplinar, abarcando áreas como Contabilidade, Administração, dentre outras; (2) Foi firmada uma parceria da academia com o poder público, que podem promover a transformação por meio de políticas públicas; (3) A coleta e análise dos dados foi realizada por meio da pesquisa-ação e de uma participação intensa e longa no campo, com anseios longitudinais; (4) O problema de pesquisa é socialmente significativo e emergiu no campo; (5) As devolutivas aconteceram em linguagem mais próxima do público pesquisado, utilizando métodos criativos das artes cênicas, neste caso, o teatro de improvisação participativo.

Análise e discussão

Na análise de conteúdo (Bardin, 2015), o exame detalhado do texto é essencial para orientar os analistas a compreenderem seu sentido simbólico, nem sempre explícito, e com uma multiplicidade de sentidos: o significado que o autor pretendia expressar pode ou não coincidir com o sentido percebido pelo leitor ou ainda, um texto pode expressar um sentido do qual o próprio autor não esteja consciente. Portanto, após leitura cuidadosa e detalhada de todas as entrevistas, chegou-se aos principais temas que foram recorrentes na maioria das entrevistas, e que representam conteúdos que carregam significados que interessam a proposta deste estudo. Dentro desses temas, foram criadas três categorias de análise: o empréstimo como objeto de consumo; as duas faces da violência financeira e o idoso na condição de provedor familiar.

O empréstimo como objeto de consumo

O empréstimo, um crédito disponibilizado pelas instituições financeiras, aos seus clientes, que se comprometem a reembolsar em um prazo determinado acrescido de juros, é um recurso utilizado em situações extraordinárias, pelos motivos certos, com planejamento, depois de consideradas todas as opções. Conforme Schuh et al. (2017) o consumidor deve lembrar que esse tipo de operação representa dívidas que poderão afetar a administração da renda pessoal e familiar futura, em razão do comprometimento mensal dos benefícios com o pagamento do empréstimo. Contudo, o que antes representava um processo difícil, com muitas exigências, com poucas aprovações, acessível a alguns, atualmente, assume o lugar do comum, disponível e facilitado com linhas de crédito pré-aprovadas, disponibilizadas em conta corrente, cheque especial, cartão de crédito, entre outras formas.

Esse cenário de facilidades é vivenciado especialmente pelos idosos da pesquisa, que, ao serem questionados sobre os trâmites que envolvem os empréstimos consignados, suas respostas apontam para uma extrema facilidade, evidenciada nos trechos: ““não, nada. Só assinei o contrato lá, li na hora lá, assinei e pronto. Foi fácil, muito fácil” (E28).

Mais do que isso, ao analisar as entrevistas em conjunto, observa-se a banalização de consequências negativas do processo e o deslocamento do lugar de quem antes era um meio de acesso ao consumo e agora torna-se o próprio objeto de consumo em si. Por isso, conforme observado por Maurer (2014), o tema não

pode ser tratado apenas como uma moeda de troca, mas sim como o próprio objeto de consumo que contribui para moldar a economia e a sociedade. Nessa condição de 'mercadoria', o empréstimo é incentivado e oferecido ao consumidor, por meio de campanhas e anúncios publicitários do tipo: "Empréstimo Pessoal Fácil!", "Dinheiro Agora, sem Burocracia!", geralmente associados a imagens de idosos sorridentes e felizes; por operações ativas realizadas por *call centers* de instituições financeiras, funcionários e gerentes de bancos e até mesmo por outras instituições como as seguradoras de veículo. Parece não haver limites e reflexões críticas sobre o desequilíbrio de poder entre consumidor e mercado, nessa situação, já que os idosos são assediados de todas as maneiras.

Um dado da observação de campo reforça o problema e traduz o que se deseja dizer nessa categoria. Em uma das reuniões semanais, uma instituição financeira realizou um evento lúdico com os idosos, que envolvia, entre outras atividades, o sorteio de brindes e a distribuição de um lanche especial. Pouco depois dos sorteios, o lanche ainda não tinha sido servido, o ambiente de confraternização foi substituído por um espaço de vendas, no qual a mercantilização do empréstimo foi feita explicitamente, com falas diretas, articuladas pelos organizadores do evento, que eram funcionários da instituição financeira, devidamente uniformizados: "Nós somos seus amigos e estamos à disposição para realizarmos empréstimos", "Vocês sabem o endereço e o contato da nossa agência", "Vocês já possuem nosso cartão?". Ao final, distribuíram folhetos lembrando que o empréstimo consignado estava disponível com facilidade de acesso, sem análise financeira ou burocracia. O que parecia um gesto de generosidade, era uma ação estratégica de marketing e vendas, vinculada a uma instituição financeira e realizada no âmbito do projeto – uma iniciativa pública vinculado a assistência social do município, que prevê a proteção básica e especial à pessoa idosa.

Essa situação induz a algumas reflexões. A primeira, que o limite imposto por lei de 35% da aposentadoria para concessão de empréstimo, parece não ser suficiente diante da violência financeira decorrente do consumo de crédito, podendo ser uma agiotagem legalizada, como denuncia a ALMG (2016). Aqui, não se opõe a maior facilidade de acesso ao crédito e inclusão financeira. Outrossim, em sintonia com a revisão crítica da literatura, apenas dar acesso aos mercados não cria automaticamente oportunidades e nem erradica vulnerabilidades mais profundas (Birochi & Pozzebon, 2016), podendo reduzir o bem-estar e desequilibrando o empoderamento do sujeito quando o crédito permeia mais fortemente a sociedade (Littwin, 2012) e reforçando que: (1) o problema repercute na violência financeira e, (2) as relações entre o consumo e a violência, de fato, são discussões densas e um mistério a revelar (Oliveira et al., 2016), no contexto do Marketing e Sociedade.

Em suma, essa análise revela o desequilíbrio de poder entre consumidor e mercado (Villareal, 2014) e confirma que apenas a regulação de mercado não cria automaticamente oportunidades e nem erradica vulnerabilidades mais profundas, mantendo barreiras ideológicas e reforçando a mercantilização da baixa renda e seus lucros potenciais (Birochi & Pozzebon, 2016). Outra reflexão sugere que a compreensão sobre a violência financeira influenciada pelo consumo de crédito ainda parece invisível não só aos acadêmicos do marketing como também à própria sociedade, visto que a atitude dos coordenadores do projeto social, quando abrem o espaço para esse tipo de evento e estimulam os idosos a fazerem cada vez mais novos empréstimos, pode reforçar vulnerabilidades, se houver desequilíbrio de poder.

As duas faces da violência financeira

Diante da discussão elaborada na categoria anterior, fica evidente a situação de vulnerabilidade a que o idoso se assujeita, no caso deste estudo, a vulnerabilidade à violência financeira, entendida como a menos compreendida e mais difícil de ser percebida (Gibson & Greene, 2013), pois, é praticada no contexto familiar e pelas instituições financeiras e acobertadas pela legitimidade. Ela pode assumir diferentes contornos, com manifestações ora explícitas e evidentes, ora implícitas e dissimuladas, sendo essas as duas faces nesta categoria.

Neste sentido, os dados empíricos apontam a violência financeira praticada pela instituição bancária e pelos familiares dos idosos. Alguns depoimentos mostram essa direção, como o desse senhor, que recebe um salário mínimo, era pedreiro e perdeu os movimentos de seus braços em um acidente. Ele decidiu fazer um empréstimo para terminar a sua casa e ao falar sobre o caso, repete por três vezes, a frase: “fiquei quatro anos pagando...”. A repetição é um recurso da língua falada que modifica os enunciados, intensificando-os. Funciona como uma estratégia de persuasão, quando o autor deseja convencer seu interlocutor, de uma verdade. Esse trecho evidencia sua ansiedade, sua angústia, seu sofrimento, na espera, que lhe parecia interminável, pela liquidação do compromisso financeiro assumido.

Eu fiz uma vez, pra nunca mais fazer. Eu fiquei quatro anos pagando. Fiquei quatro anos pagando. Fiquei quatro anos, falei: “Nunca mais eu faço isso”. Eu fiz pra poder (...) rebocar minha casa. Porque eu era pedreiro, perdi os movimentos né? Aí tive que fazer pra pagar os pedreiros pra reboca a casa (E20).

Contudo, nota-se que o entrevistado também se posiciona: “...pra nunca mais”, indicando que mesmo considerando o consumidor idoso de baixa renda como vulnerável, ele também possui agência e capacidade emancipatória. Essa perspectiva, diferencia-se de uma boa parcela das investigações anteriores dedicadas ao tema nas diferentes áreas do conhecimento, por não visualizar apenas o declínio cognitivo que afeta a vulnerabilidade no consumo, mas reconhecendo também as capacidades de produções identitárias, nesta fase (Barnhart & Peñaloza, 2013) e destacando que a agência dos idosos em assuntos financeiros não se resume a racionalização e vitimização (Dalmoro & Vitorazzi, 2016; Dolbec & Fischer, 2015).

Prosseguindo a análise, segundo a OMS (2002), a violência pode se manifestar também em omissões cometidas uma ou mais vezes, que prejudique a integridade física e emocional do idoso, limitando seu desempenho social. No contexto deste estudo, a violência financeira se manifesta nos empréstimos consignados, realizados na maioria das vezes para atender demandas pessoais e familiares, incentivados pelas instituições financeiras que, parecem não assumir o papel educativo prescrito no Bacen, de aconselhar, orientar e prevenir (Schuh *et al.*, 2017). Ao invés disso, as organizações concessionárias de crédito assumem o papel de agenciadores, de vendedores, estimulando o consumo, sem incluir na análise de crédito possíveis desequilíbrios, vulnerabilidades e violências.

Eles insistiram. Então eu que fui lá, porque eu tinha ‘direito’, entendeu? E

falei: Ah, e o juros estava baixíssimo na época que eu peguei, agora que eu não pego mais porque agora está alto (E4).

O que a entrevistada aponta como direito, parece ser um dever disciplinar de consumir o crédito e seguir a lógica do mercado. Essa afirmação ganha força ao se deparar com o relato dessa senhora, quando questionada sobre o motivo de um empréstimo. Se por um lado observa-se sua espontaneidade, por outro, constata-se o grau de perversidade que a violência financeira institucionalizada pode assumir, ao induzi-la a um empréstimo que aparentemente ela não necessitava. Ela afirma que o gerente da agência bancária na qual recebe sua aposentadoria, insistiu para que fizesse o empréstimo e ela fez, mesmo sem ter um motivo que justificasse. Ao citar o caso, ela sequer conseguiu lembrar como utilizou o dinheiro.

[...] Ele insistiu, né. Então eu fiz. Ah! Eu nem sei mais viu? Nem sei, porque a gente compra uma coisa e compra outra. Então eu fiz. (E23)

Contudo, o risco não está somente no empréstimo bancário, pois a disponibilidade do crédito não se limita a este, sendo oferecido pelos comerciantes locais. Pode igualmente contribuir para o endividamento do idoso, conforme essa senhora afirma que “Eu compro fiado demais. Essas lojas aqui eu compro tudo fiado. Compro. Compro em loja de roupa, loja de móveis, aonde eu chegar eu vou levando” (E2).

Em síntese, essas reflexões apontam a necessidade de se discutir mais o consumo na perspectiva da violência (Oliveira et al., 2016) para romper o conluio do silêncio. Neste sentido, neste trecho da análise, argumentou-se que a violência financeira contra o idoso é silenciada em duas faces. Na primeira, assim como em outras manifestações de violência doméstica, ela ocorre quando a vítima se sente vulnerável diante de seu algoz identificável e não procura ajuda. A segunda face, pode ocorrer ao mesmo tempo em que é implícita e silenciada, podendo assumir características de perversidade, pois ocorre no seio familiar e de mercado (Adams et al., 2014; Castle et al., 2015) e, portanto, nem sempre facilmente identificável para banir os responsáveis (Gibson & Greene, 2013).

O idoso na condição de provedor familiar

O estereótipo de provedor familiar aparece junto a outras imagens e preconceitos associados ao idoso e a velhice, neste caso, como destoante, pois a maioria associa o idoso à ideia de debilidade, de dependência, de incapacidade e de doenças, entre outras. Nesse sentido, uma boa parcela dos idosos que participaram deste estudo dividem suas casas com alguns membros de sua família e assumem a maior parte das despesas domésticas, como água, luz, telefone, gás, alimentação e não possuem o hábito de poupar porque raramente sobra dinheiro. Em relação à condição dos membros da família: alguns trabalham e outros estão desempregados, mas, na maioria dos entrevistados, observa-se uma intensa participação no custeio diário, ajuda em situações especiais, na aquisição de bens, como é o caso desta senhora, que fez um empréstimo para comprar um carro. O motivo? “Para facilitar a vida” da filha (E3).

Eu ajudo minha filha na faculdade, eu ajudo meus filhos também quando precisa. Eu estou sempre ajudando. Os netos, sempre estou ajudando. Inclusive eu fiz um empréstimo esses dias. Porque eu comprei um carro pra minha filha, porque ela ia pra faculdade e chegava muito tarde, pegava muito ônibus. Aí fiz um empréstimo e comprei um carrinho pra ela. Aí facilita a vida dela (E3).

Embora o caso desta família careça de uma investigação mais profunda e particular, realidades similares a essa sugerem que a aposentadoria pode ter se transformado na única fonte de renda para milhares de famílias brasileiras. É a inversão de papéis sociais, em que o idoso passa de assistido a provedor da família, por meio do benefício do INSS, assumindo responsabilidades financeiras de filhos casados, netos, genros e noras. Essa configuração familiar, cada vez mais presente na baixa renda brasileira, reforça o papel do idoso como provedor (Castle et al., 2015) e pode se configurar como um tipo de violência financeira, após uma análise 'de perto e de dentro' da dinâmica de cada família. Isso porque, além de poder privar o usufruto dos benefícios pelo idoso, adquiridos após anos de contribuição, promove o constrangimento e a exclusão social - em alguns casos, como visto no relato a seguir, no qual o entrevistado inicia sua fala, expressando sua dificuldade em abordar o assunto.

Difícil falar de despesa né? (Risos), eu falo que é... aí meu Deus como que é minha despesa? Supermercado? Conta de Luz? Água? É. Tem a conta de luz lá, que a luz é bem puxada. Eu pago na faixa de cento e quarenta, de água e luz. Tudo por minha conta. Toda vida, desde que... já tem mais de dez anos que eu moro lá, sempre a luz lá foi um absurdo. Tem mês assim, eu gasto com remédio, o que eu gasto mais é consulta (E19).

A condição de provedor se tipifica de duas maneiras: como único provedor - com os dependentes desempregados e sem participação nas despesas domésticas, e como provedor principal, quando assumem a maior parte das despesas domésticas e ainda auxiliam nas despesas pessoais dos dependentes, que são membros da família.

Um dos casos significativos é de um senhor que pediu dois empréstimos para seus filhos. Ressalta-se, nesse relato, episódios que possuem uma representação simbólica muito significativa: (1) um dos filhos não pagou o empréstimo ao pai e, (2) o motivo do empréstimo para o segundo filho, foi para pagar uma dívida de seu cartão, indicando problemas desdobrados em decorrência do acesso ao crédito (Payne, 2012). Ambos parecem causar constrangimentos ao pai, pois é recorrente nos relatos dos diferentes entrevistados, o forte desejo desses idosos por honrar seus compromissos financeiros e manter seus nomes "limpos".

Eu saio da porta do banco, entendeu? E já vou lá na casa lotérica pagar minha conta de luz, de água, e da casa lotérica. Vou na Jadapax pagar meu plano funerário, entendeu? Na Dione... quando eu tinha prestação na loja Dione, eu vou pagar na Dione também. Aí já chega na mercearia, se tiver algo pra pagar, pago. Passo na casa de ração, já pago,

entendeu? Aí já chega em casa e pronto (E19).

Então eu me preocupo e procuro ter uma reserva pra mim manter as necessidades, porque eu venho “arrastando” um filho, até o mês passado eu vim arrastando ele né? Comprei carro pra ele, gasto muito com ele, agora que deu uma paradinha (E24).

Neste outro relato, o pai faz uma declaração em tom de confissão “(...) venho arrastando um filho”, ao utilizar o verbo ‘arrastar’, que significa, dentre outros, ‘puxar atrás de si’, ‘puxar à força’, ‘mover com esforço e dificuldade’, é expressado o sentimento de cansaço do pai, por ser responsável pela condução da vida do filho, em uma dependência financeira que parece não ter fim. Finalizando a análise, experiências como essas são observadas na literatura, quando os familiares, considerados os principais perpetradores da violência financeira contra o idoso, exercem o papel de agentes de aniquilamento ou coação do sujeito, manifestadas simbolicamente (Alsaleh, 2015; Antai & Anthony, 2014).

Considerações Finais

Neste trabalho, buscou-se compreender o consumo de crédito para os idosos de baixa renda, por meio da assimilação do *modus operandi* do mercado. Nessa tarefa, a pesquisa indica que a sua vulnerabilidade é acentuada por uma estrutura de mercado que deslocou o objetivo do crédito de um meio para o fim em si mesmo, ocultando problemas em prol de vantagens maiores às organizações do que os consumidores. Entretanto, ainda que a violência financeira seja promulgada por organizações que, nem sempre, manifestam sua preocupação com o empoderamento das famílias, o abuso não surge isoladamente do mercado de crédito, mas parece emergir de um tripé: (1) formado por estratégias de mercado que, por vezes, fomentam o consumo a ‘qualquer preço’, isto é, nem sempre pesam o equilíbrio de poder entre consumidor e organizações, (2) percebido nos abusos familiares facilitados pelos laços afetivos, mas com biografias muito individuais em cada lar, por carregar emoções e sentimentos particulares que (des) conectam os idosos aos seus entes e (3) legitimado pelo governo, quando fomenta o acesso maciço ao crédito, mas nem sempre dá ao idoso a proteção suficiente para seguir adiante e não regula suficientemente o assédio do mercado.

Assim, a pesquisa, que se propôs a compreender como o bem-estar dos consumidores idosos de baixa renda é influenciado negativamente pelo consumo de crédito e seus efeitos em termos da violência financeira, joga luz sobre essa influência que ocorre pela presença (ou, por vezes, ausência) dos três agentes mencionados: mercado, família e governo. Logo, resgatando o primeiro objetivo específico - que buscou assimilar a maneira pela qual o ambiente de oferta do crédito se configura, foi observado que o tripé da reprodução da violência financeira é um ambiente de união perigosa, devido a seus aspectos simbólicos e nem sempre evidentes. Já em relação ao segundo objetivo, que visou identificar a reprodução da violência financeira sob o bem-estar desse consumidor vulnerável, ficou empiricamente evidente que a reprodução da violência financeira ocorre, principalmente, pela institucionalização do conluio do silêncio.

Adiante, resgatando o último objetivo específico deste artigo, são diversos os motivos pelos quais os consumidores idosos se engajam ao consumir crédito: (1) o maior acesso ao consumo dos mais variados bens e serviços para os familiares, (2)

as metas de venda das organizações que incentivam os consumidores a se engajarem por meio do conteúdo “Dinheiro Agora, sem Burocracia!” e, (3) do governo, promovendo o incentivo de acesso ao crédito e banalizando uma possível agiotagem legalizada, como representantes da ALMG reconhecem. Foi relatado, inclusive, por uma idosa, que consome crédito, mas não se recorda do motivo.

Diante dessas considerações, cabe afirmar que os resultados da pesquisa contribuem para a discussão no tocante à violência financeira tanto no âmbito da literatura nacional sobre a temática – que ainda se mostra incipiente e, assim, abre perspectivas para debates e investigações sobre a temática – como com relação ao estado-da-arte da literatura internacional. Isso porque a presente pesquisa trouxe o foco para a inclusão de outros atores como o governo como propulsor do sistema de crédito que parece ter grande influência para todo o mercado. Ou seja, poucos trabalhos têm aliado a compreensão das diferentes perspectivas envolvendo consumidores e organizações e suas relações nesse contexto de consumo de crédito. Ademais, buscou-se discutir o desequilíbrio das relações entre o bem-estar financeiro da sociedade e os lucros das organizações. Essas questões não estão presentes nos relatos das pesquisas no exterior.

Como limitações, os resultados desta investigação podem se restringir ao contexto, denunciando a violência apenas na visão desses idosos, localizados geograficamente e com histórias de vida muito particulares. Além disso, é importante frisar que essa pesquisa está em andamento longitudinal, buscando reflexões para além das apresentadas aqui. Nas próximas etapas, a expectativa é trabalhar diretamente com representantes do poder público, as instituições financeiras e as famílias. Em outras palavras, ao escutar outros agentes, as conclusões da pesquisa podem se mostrar mais robustas.

Finalmente, buscando incluir a violência financeira na agenda do Marketing e Sociedade, há um considerável potencial analítico para que novos trabalhos abordem as vulnerabilidades pós-compra do crédito e o percebam como um produto fabricado, comercializado, comprado e descartado. A violência no relacionamento entre o devedor do crédito e o cobrador da dívida é um assunto pouco explorado. Outro campo com investigações iniciais é o comportamento fraudulento no contexto dos mercados financeiros e suas consequências. Por fim, pode-se investigar ainda o consumo de crédito e sua relação com fraudes, por meio da força e desinformação, e seus impactos na violência financeira, em especial, no bem estar do consumidor idoso.

Referências

- Abdelhadi, A., Foster, C., & Whysall, P. (2014). An exploratory investigation of aberrant consumer behaviour in Libya: A sociocultural approach. *Journal of Marketing Management*, 30(9-10), 857-873. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2014.927900>
- Adams, V. M., Bagshaw, D., Wendt, S., & Zannettino, L. (2014). Financial Abuse of Older People by a Family Member: A Difficult Terrain for Service Providers in Australia. *Journal of Elder Abuse & Neglect*, 26(3), 270-290. <https://doi.org/10.1080/08946566.2013.824844>
- ALMG. (2016). Resultado da 13a Reunião Extraordinária da Comissão Extraordinária do Idoso. Recuperado em Mar. 27, 2017, de

http://www.almg.gov.br/atividade_parlamentar/comissoes/internaPauta.html?idCom=1065&dia=22&mes=06&ano=2016&hr=16:30&tpCom=1&aba=js_tabResultado

- Alsaleh, M. H. (2015). Family Violence in Syria. In S. R. Maxwell, & L. Blair, (Coord.) *Violence and Crime in the Family: Patterns, Causes, and Consequences* (pp. 99-127). Reino Unido: Emerald Group Publishing.
- Antai, D., & Anthony, D. (2014). Psychological distress and attempted suicide in female victims of intimate partner violence: an illustration from the Philippines context. *Journal of Public Mental Health*, 13(4), 197-210. <https://doi.org/10.1108/JPMH-08-2013-0057>
- Badot, O., & Cova, B. (2008). The myopia of new marketing panaceas: the case for rebuilding our discipline. *Journal of Marketing Management*, 24(1/2), 205-219. <https://doi.org/10.1362/026725708X274000>
- Bardin, L. (2015). *Análise de Conteúdo*. São Paulo: Edições 70.
- Barnhart, M., & Peñaloza, L. (2013). Who are you calling old? Negotiating old age identity in the elderly. *Journal Consumer Research*, 39(6), 1133-1153. <https://doi.org/10.1086/668536>
- Beulieu, M., Crevier, M., D'Amours, M., & Diaz, L. (2015). Financial Exploitation of Older Women: A Case Analysis Using the Struggle for Recognition Theory. *Journal of Elder Abuse & Neglect*, 27(4-5), 489-499. <https://doi.org/10.1080/08946566.2015.1093990>
- Birochi, R., & Pozzebon, M. (2016). Improving financial inclusion: Towards a critical financial education framework. *Rev. adm. empres.*, 56(3), 266-287. <https://doi.org/10.1590/S0034-759020160302>
- Bloch, L., & Bagchi, R. (2013). Does Cash Or Credit Increase Unhealthy Food Purchasing? a Reconciliation of Conflicting Evidence. *Association for Consumer Research*, 10, 1-4.
- Bouchet, D. (2015). Whats is Violence. *Journal of Macromarketing*, 35(1), p. 1 48.
- Castle, N., Ferguson-Rome, J. C., & Teresi, J. A. (2015). Elder Abuse in Residential Long-Term Care: An Update to the 2003 National Research Council Report. *Journal of Applied Gerontology*, 34(4), 407-443. <https://doi.org/10.1177/0733464813492583>
- Castro, A. P., Guilam, M. C. R., Sousa, E. S. S, & Marcondes, W. B. (2013). Violência na velhice: abordagens em periódicos nacionais indexados. *Ciência & Saúde Coletiva*, 18(5), 1282-1292. <https://doi.org/10.1590/S1413-81232013000500013>

- Coelho, P. F. (2015). Pesquisa transformativa do consumidor: reflexões e diretrizes para pesquisadores brasileiros. *Economia & Gestão*, 15(40), 4-27. <https://doi.org/10.5752/P.1984-6606.2015v15n40p4>
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2016). *Métodos de Pesquisa em Administração* (12ª ed.). São Paulo: Bookman.
- Crockett, D., Downey, H., Firat, F., Ozanne, J., & Pettigrew, S. (2013). Conceptualizing a transformative research agenda. *Journal of Business Research*, 66(8), 1171-1178. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.08.009>
- Dalmoro, M., & Vitorazzi, K. (2016). Trajetórias de Consumo: O Sujeito-Consumidor de Serviços Bancários na Terceira Idade. *Rev. adm. contemp.*, 20(3), 328-346. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2016140059>
- Davis, B., & Pechmann, C. (2013). Introduction to the Special Issue on transformative consumer research: Developing theory to mobilize efforts that improve consumer and societal well-being. *Journal of Business Research*, 66(8), 1168-1170. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.08.008>
- Davis, B., Ozanne, J. L., & Hill, R. P. (2016). The Transformative Consumer Research Movement. *Journal of Public Policy & Marketing*, 35(2), 159-169. <https://doi.org/10.1509/jppm.16.063>
- Deville, J. (2014). Consumer credit default and collections: the shifting ontologies of market attachment. *Consumption Markets & Culture*, 17(5), 468-490. <https://doi.org/10.1080/10253866.2013.849593>
- Devlin, J. A., & Freyne, A. (2013). Ms P: a case study in elder financial abuse (Ireland). *The Journal of Adult Protection*, 15(6), 317-323. <https://doi.org/10.1108/JAP-03-2013-0010>
- Dolbec, P. Y., & Fischer, E. (2015). Refashioning a Field? Connected Consumers and Institutional Dynamics in Markets. *Journal of Consumer Research*, 41(6), pp. 1447-1468. <https://doi.org/10.1086/680671>
- Fischer, E. (2013). Financial Insecurity and Deprivation. *Journal of Consumer Research*, 39(5), 7-8. <https://doi.org/10.1086/669342>
- Garbin, C. A. S., Joaquim, R. C., Roviada, T. A. S., & Garbin, A. J. I. (2016). Idosos vítimas de maus-tratos: cinco anos de análise documental. *Revista Brasileira de Geriatria e Gerontologia*, 19(1), 87-94. <https://doi.org/10.1590/1809-9823.2016.15037>
- Garvey, A. M., Germann, F., & Bolton, L. E. (2016). Performance Brand Placebos: How Brands Improve Performance and Consumers Take the Credit. *Journal of Consumer Research*, 42(6), 931-951. <https://doi.org/10.1093/jcr/ucv094>

- Gibson, S. C., & Greene, E. (2013). Assessing Knowledge of Elder Financial Abuse: A First Step in Enhancing Prosecutions. *Journal of Elder Abuse & Neglect*, 25(2), 162-182. <https://doi.org/10.1080/08946566.2013.751820>
- Gonzalez, L. (2015). Consumo e crédito: distorções recentes e ajustes. *GV-Executivo*, 14(1), 30-33. <https://doi.org/10.12660/gvexec.v14n1.2015.49187>
- Greenwood, D. J., & Levin, M. (1998). *Introduction to action research: Social research for social change*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hagenaars, A., & Vos, K. (1988). The Definition and Measurement of Poverty. *The Journal of Human Resources*, 23(2), 211-221. <http://dx.doi.org/10.2307/145776>
- Harries, P., Davies, M., Gilhooly, K., & Tomlinson, C. (2014). Educating novice practitioners to detect elder financial abuse: a randomised controlled trial. *BMC Medical Education*, 14. 1-9. <https://doi.org/10.1186/1472-6920-14-21>
- Harries, P., Yang, H., Davies, M., Gilhooly, K., & Thompson, C. (2014). Identifying and enhancing risk thresholds in the detection of elder financial abuse: a signal detection analysis of professionals' decision making. *BMC Medical Education*, 14. 1-12. <https://doi.org/10.1186/s12909-014-0268-z>
- Irigary, T. Q., Esteves, C. S., Pacheco, J. T. B., Grassi-Oliveira, R., & Argimon, I. I. L. (2016). Maus-tratos contra idosos em Porto Alegre, Rio Grande do Sul: um estudo documental. *Estudos de Psicologia (Campinas)*, 33(3), 543-551. <https://doi.org/10.1590/1982-02752016000300017>
- Jackson, S. L., & Hafemeister, T. L. (2011). Financial Abuse of Elderly People vs. Other Forms of Elder Abuse: Assessing Their Dynamics, Risk Factors, and Society's Response. *National Institute of Justice*. <https://doi.org/10.3886/ICPSR29301.v1>
- Kilby, J. (2013). Introduction to Special Issue: Theorizing Violence. *European Journal of Social Theory*, 16(3), 261-272. <https://doi.org/10.1177/1368431013476579>
- L'Estoile, B. (2014). "Money Is Good, but a Friend Is Better": Uncertainty, Orientation to the Future, and "the Economy". *Current Anthropology*, 55(9), 62-73. <https://doi.org/10.1086/676068>
- Langley, P. (2014). Consuming credit. *Consumption Markets & Culture*, 17(5), 417-428. <https://doi.org/10.1080/10253866.2013.849594>
- Lichtenberg, P. A. (2016). Financial decision-making abilities and financial exploitation in older African Americans: Preliminary validity evidence for the Lichtenberg Financial Decision Rating Scale (LFDRS). *Journal of Elder Abuse & Neglect*, 28(1), 14-33. <https://doi.org/10.1080/08946566.2015.1078760>
- Littwin, A. (2012). Coerced Debt: The Role of Consumer Credit in Domestic Violence. *California Law Review*, 100(4), 951-1026.

- Matos, C. A., Vieira, V. A., Bonfanti, K., & Mette, F. M. B. (2015). The Effects of Credit Card Use on Low-Income Consumers' Indebtedness. *Association for Consumer Research*, 43, 798.
- Maurer, B. (2014). Postscript: is there money in credit? *Consumption Markets and Culture*, 17(5), 512-518. <https://doi.org/10.1080/10253866.2013.850037>
- Minayo, M. C. (2004). *Violência contra idosos: o avesso do respeito à experiência e à sabedoria*. Brasília: Secretaria Especial dos Direitos Humanos.
- Moschis, G. P., Mosteller, J., & Fatt, C. K. (2011). Research Frontiers on Older Consumers' Vulnerability. *Journal of Consumer Affairs*, 45(3), 467-491. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2011.01213.x>
- Moser, R. M. B., & Gonzalez, L. (2016). Green Microfinance: A new frontier to inclusive financial services. *Rev. adm. empres.*, 56(2), 242-250. <https://doi.org/10.1590/S0034-759020160209>
- Nepomuceno, M., & Laroche, M. (2012). Anti-Consumption and Personal Debt. *Association for Consumer Research*, 40, 699-700.
- Oliveira, A. A. V., Trigueiro, D. R. S. G., Fernandes, M. G. M., & Silva, A. O. (2013). Maus-tratos a idosos: revisão integrativa da literatura. *Revista Brasileira de Enfermagem*, 66(1), 128-133. <https://doi.org/10.1590/S0034-71672013000100020>
- Oliveira, R. C., Ayrosa, E. A., & Sauerbronn, J. F. (2016). Reflexões sobre Segmentação, Desumanização e Violência. *Anais do Encontro de Marketing da Associação Nacional de Pós Graduação e Pesquisa em Administração*. Belo Horizonte, Minas Gerais, 3.
- Organização Mundial da Saúde - OMS (2002). *Relatório Mundial sobre Violência e Saúde*. Genebra: OMS.
- Payne, C. (2012). *The Consumer, Credit and Neoliberalism*. Reino Unido: Routledge.
- Peisah, C., Bhatia, S., Macnab, J., & Brodaty, H. (2016). Knowledge translation regarding financial abuse and dementia for the banking sector: the development and testing of an education tool. *International Journal of Geriatric Psychiatry*, 31(7), 702-710. <https://doi.org/10.1002/gps.4379>
- Postmus, J. L., Hetling, A., & Hoge, G. L. (2015). Evaluating a Financial Education Curriculum as an Intervention to Improve Financial Behaviors and Financial Well-Being of Survivors of Domestic Violence: Results from a Longitudinal Randomized Controlled Study. *Journal of Consumer Affairs*, 49(1), 250-266. <https://doi.org/10.1111/joca.12057>
- Santos, A. C.; Costa, V. & Teles, N. (2013). A economia política do consumo e do crédito às famílias: Um contributo interdisciplinar. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 101, 9-38. <https://doi.org/10.4000/rccs.5338>

Schuh, A. B., Coronel, D. A., & Benner, R. Filho (2017). Payroll Loans and Its Relationship with the aggregate economic activity (2004-2014). *Rev. Adm. Mackenzie*, 18(1), 148-173. <https://doi.org/10.1590/1678-69712017/administracao.v18n1p148-173>

Vieira, L. M., & Barbosa, F. V. (2017). Microcrédito e Microempreendedor: o caso do Crediamigo na região do Vale do Jequitinhonha, em Minas Gerais. *Administração Pública e Gestão Social*, 9(1), 2-15.

Villareal, M. (2014). Regimes of Value in Mexican Household Financial Practices. *Current Anthropology*, 55(9), 30-39. <https://doi.org/10.1086/676665>