

**O OUTRO LADO DO CONSUMO: ENDIVIDAMENTO NA TERCEIRA IDADE - UM ESTUDO SOBRE PERCEPÇÃO DO IDOSO CEARENSE DO ENDIVIDAMENTO**

**VERONICA PEÑALOZA**

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ (UECE)

**MATHEUS DANTAS MADEIRA PONTES**

UNIVERSIDADE DA INTEGRAÇÃO INTERNACIONAL DA LUSOFONIA AFRO-BRASILEIRA (UNILAB)

**CARLOS ITALO DE OLIVEIRA**

UECE - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ

# O OUTRO LADO DO CONSUMO: ENDIVIDAMENTO NA TERCEIRA IDADE – UM ESTUDO SOBRE PERCEPÇÃO DO IDOSO CEARENSE DO ENDIVIDAMENTO

## Introdução

O marketing desempenha um papel importante ao moldar a experiência das pessoas para que objetos de consumo se tornem referência em suas vidas, contribuindo para que a produção de mercadorias possa ser vendida. Tudo isso, porém, muitas vezes é feito estimulando o contínuo endividamento. A ênfase da disciplina em função das necessidades das organizações e empresas, buscando torná-las mais competitivas e lucrativas, dificilmente contempla o bem-estar dos consumidores, das famílias, ou das comunidades e seus ambientes. Felizmente, o campo acadêmico que estuda o consumo tem evoluído ao longo dos anos, fomentando mudanças que demandam e facilitam o renascimento de pesquisas com foco no bem-estar e na melhoria da qualidade de vida dos consumidores (PETTIGREW; MOSCHIS, 2012).

Importantes veículos de comunicação científica, como o *Journal of Consumer Research* (edição de outubro de 2008), o *Journal of Macromarketing* (edição de dezembro de 2007) e o *Journal of Public Policy and Marketing* (edição da primavera de 2011) dedicaram números especiais relacionados ao bem-estar do consumidor, destacando a importância crescente de estudar os problemas mais relevantes para os consumidores ao divulgar os resultados de pesquisas para agentes de mudança social (PANCER; HANDELMAN, 2012).

Assim como crianças, os idosos têm limitações com relação à velocidade do processamento de informações, ao uso de estratégias de memória e no conhecimento específico sobre aspectos importantes de seu meio ambiente. A pesquisa com esses consumidores pode desempenhar um papel importante na geração das informações necessárias para proteger os interesses dos consumidores mais velhos e melhorar seu bem-estar (PANCER; HANDELMAN, 2012).

Este segmento sênior tem agora um tamanho substancial e cresce rapidamente, o que torna as pessoas mais velhas um mercado-alvo cada vez mais atraente. Solomon (2002), caracteriza o idoso como um forte consumidor em potencial, detentor de poder econômico e com um perfil voltado para satisfazer seus desejos e necessidades individuais. Já Araújo (2015) dá forte ênfase à crescente valorização dos idosos por empresas que buscam atraí-los por meio de campanhas publicitárias

Nas duas últimas décadas houve um aumento acentuado no número de estudos de consumo que investigaram os processos de compra na perspectiva do consumidor de mais idade. Esse aumento foi provocado, pelo menos em parte, pelo fenômeno demográfico do rápido envelhecimento populacional, situação que ocorre em todos os países do mundo (PETTIGREW; MOSCHIS, 2012).

O processo de envelhecimento da sociedade brasileira tem contornos não apenas sociais, mas também econômicos. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o crescimento da população brasileira superou a projeção para o ano de 2016 em mais de 17 mil indivíduos, alcançando a marca dos 206,099 milhões de habitantes (IBGE, 2010). É possível ainda perceber o movimento de queda da natalidade e aumento da expectativa de vida do brasileiro, o que culminará em um entroncamento e posterior inversão da pirâmide etária no país onde, até 2055, a participação de idosos na população total será maior do que a de crianças e jovens com até 29 anos. (IBGE, 2010; CAMARANO, 2005 *apud* FELIX, 2007).

Inúmeras implicações do envelhecimento populacional precisam ser abordadas nos próximos anos, não só desde a perspectiva das políticas sociais, mas também de várias áreas das ciências sociais, dentre elas o marketing. Até agora, estudos têm se concentrado em

melhorar nosso entendimento sobre o consumidor de terceira idade do ponto de vista do marketing, mas não em termos de explorar o processo de envelhecimento como uma oportunidade para transformar a vida do consumidor de forma positiva e duradoura. O envelhecimento da população resultará em maiores gastos pessoais e sociais em fundos de aposentadoria e prestação de serviços de saúde, além da necessidade de preparar os consumidores para uma melhor saúde, estilos de vida ativo, independência financeira e novas formas de consumo que melhorem sua qualidade de vida em seus últimos anos (PETTIGREW; MOSCHIS, 2012).

As pessoas mais velhas podem experimentar desafios na vida que os tornam particularmente vulneráveis em muitas frentes, dentre elas o endividamento. Assim, pesquisas na área da conduta deste consumidor podem desempenhar um papel importante na geração de informações necessárias para proteger os interesses dos consumidores idosos e melhorar seu bem-estar. Por outro lado, alguns autores (ESTRELLA, 2018; LOPES, 2012) destacam que o crédito pode ser uma das poucas alternativas aos consumidores para ter acesso a bens e serviços de grande necessidade, propiciando aumento do bem-estar e uma melhor qualidade de vida.

Dessa forma, esta pesquisa objetivou investigar a percepção do idoso sobre seu endividamento, avaliando se esta condição dependia, necessariamente, da sua situação socioeconômica, ou ainda, se o fenômeno afetava sua satisfação com a vida. Interessou também compreender o que o endividamento significa para a terceira idade e se a representação dele difere segundo suas classes socioeconômicas.

## **Revisão de Literatura**

Segundo o IBGE, a população idosa é o segmento que mais cresce no Brasil, com taxas de crescimento superiores a 4% ao ano na projeção de 2012 a 2022. É possível estimar, nesse contexto, que este público alcance o contingente de 73,5 milhões de indivíduos com idade igual ou superior a 60 anos até o ano de 2060. As causas para esse incremento da população idosa estariam intimamente ligadas a quedas das taxas de fecundidade e mortalidade, essa última especialmente na faixa de 60 a 90 anos (IBGE, 2010).

Ainda de acordo com o mesmo Instituto, a região Nordeste possui aproximadamente 7,660 milhões de habitantes na faixa dos 60 anos ou mais. Especificamente sobre o estado do Ceará, o quantitativo chega a 1,243 milhão de idosos e Fortaleza figura como a segunda capital da região com maior número de idosos, atrás apenas de Salvador – BA (PEIC, 2016; ERVATTI; BORGES; JARDIM, 2015).

Na realidade nordestina, é bastante comum que os idosos estejam inseridos em um arranjo familiar composto por pessoas de várias gerações habitando a mesma residência. Essa configuração multifacetada dos lares brasileiros acarretou em uma inversão de papéis sociais no seio familiar (CONCONE, 2007). Areosa (2008), em seu estudo sobre a transição do idoso de assistido para provedor da família, comenta como estes assumem papéis de chefia familiar por possuírem uma fonte de renda fixa, através de aposentadoria ou pensão, passando de fardo social a integrantes altamente valorizados.

Dados do IBGE corroboram esse cenário. Na última Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF), o Brasil possuía em 2008 mais de 13,6 milhões de lares tendo como principal provedor de recursos financeiros um idoso, caracterizando-o como chefe de família. Só na região Nordeste esse número alcançou a marca de 3,6 milhões. Dessa forma, o idoso acaba sendo a pessoa responsável pela principal contribuição financeira para o sustento familiar, muitas vezes custeando despesas de terceiros, como filhos e netos (COUTRIM, 2006; IBGE, 2011; ROCHA *et al.*, 2009).

Os benefícios previdenciários desempenham grande relevância na renda dos brasileiros, não somente para o idoso, mas também para seus familiares. Como chefe de família, o idoso passa a contribuir para o sustento domiciliar, comprometendo grande parte ou até a totalidade de seu rendimento mensal (AREOSA, 2008). O relatório de hábitos, comportamentos, expectativas e inadimplência da terceira idade revela que quase 57% dos idosos brasileiros não possuem nenhuma reserva financeira ou investimento, tornando a aposentadoria sua principal fonte de renda, além do fato de que o número de dívidas entre os idosos cresceu mais de 10% em relação à análise anterior (SPC, 2014).

Em países desenvolvidos, um número considerável de idosos está financeiramente confortável devido a níveis mais baixos de dívida com habitação, custos menores relacionados à educação e criação dos filhos. Pettigrew e Moschis (2012) assinalam que na Austrália, por exemplo, pessoas com mais de 55 anos representam um quinto da população e, no entanto, possuem 39% da riqueza familiar do país e 25% de sua renda disponível, o que lhes dá uma posição privilegiada como mercado consumidor.

A situação dos países em desenvolvimento e do Brasil, especificamente, está muito distante dessa realidade. A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) identificou baixos índices de ocupação produtiva entre os idosos no Nordeste, ao constatar que apenas 6,4% da população acima de 60 anos exerce alguma atividade laboral remunerada nessa região (LULIA, OLIVEIRA, 2017). Mansfield e Pinto (2008) caracterizam o público da terceira idade como vulnerável e potencialmente inclinado ao endividamento. Além disso, Bertoncetto e Lima (2007) revelam indícios de que o endividamento desses indivíduos está mais relacionado com sua insuficiência de renda do que com a má-gestão do orçamento familiar.

Nesse contexto, o consumo via financiamento pode ser a única ferramenta disponível para o idoso atender às necessidades de suas famílias e o crédito pode propiciar aumento do bem-estar por meio do acesso a bens e serviços de grande necessidade. Lopes (2012) segue o mesmo raciocínio, ao explicar que o acesso ao crédito gera benefícios para o consumidor e uma melhor qualidade de vida. Em contraponto, Gathergood (2012) atribui à incapacidade de honrar com suas obrigações financeiras como uma das principais causas na perda do bem-estar subjetivo associado às finanças pessoais.

Sob essa perspectiva, o uso indiscriminado do crédito – como elemento associativo do dinheiro – figura como um agravante na saúde financeira dos idosos. Bettanin e Kaefer (2013) caracterizam o crédito norteado para o consumo como um problema grave para a população de terceira idade, que também sofre as influências do marketing e de propagandas publicitárias que incitam o consumo de produtos, muitas vezes desnecessários.

O sujeito de terceira idade rompe com o modelo pautado unicamente em suas limitações físicas ou características naturais do envelhecimento e prolonga sua participação ativa na sociedade por meio do consumo. A terceira idade é caracterizada como um grupo de risco, com forte propensão ao endividamento se comparado a grupos mais jovens. Essa fase da vida é permeada por uma conjuntura de hipossuficiências que colaboram para o estereótipo de sujeitos incapazes. Assim, para os idosos, a dívida decorrente do esforço de pertencimento caracteriza-se como um drama social, envolvendo elementos sociais, emocionais, cognitivos e juízos morais (PAULA; GRAEFF, 2014; STUART-HAMILTON, 2002).

Dessa forma, o estudo de como os idosos se relacionam com o dinheiro e seus níveis de endividamento, e como este fenômeno afeta seu bem-estar, deve levar em consideração: as restrições orçamentárias, uma vez que essa fase da vida é marcada por um declínio de sua capacidade financeira em virtude da saída do mercado de trabalho e início da aposentadoria; e sobre como condições ligadas à saúde impactam negativamente em suas finanças, através do

consumo de medicamentos e outros serviços de saúde que afetam o orçamento doméstico (ARAÚJO *et al.*, 2015; SANTOS *et al.*, 2011; ZIMERMAN, 2007).

A felicidade ou a satisfação com a vida dos idosos deveria ser elevada, tendo em vista um pleno aproveitamento desta idade, onde os sujeitos estariam desimpedidos de maiores obrigações, inclusive financeiras, e poderiam desfrutar melhor sua vida (ARAÚJO *et al.*, 2015; BIRTWISTLE; TSIM, 2005; COUTRIM, 2006; ESTEVES; SLONGO; ESTEVES, 2014; MYERS; LUMBERS, 2008; NAM *et al.*, 2007). Entretanto, o endividamento pode estar afetando o bem-estar dos idosos, já que uma parcela de pesquisas caracteriza a velhice como um estágio da vida que demanda atenção em relação à renda e orçamento familiar, em virtude desses sujeitos possuírem menos condições de reagir a imprevistos financeiros, maiores chances de endividamento e rendimentos pouco expressivos (CAMARANO, 2004; SABÓIA, 2004).

## Metodologia

A pesquisa incorporou uma abordagem mista, com traços quantitativos e qualitativos, na forma de dois estudos complementares. O primeiro estudo utilizou a ferramenta *survey* em uma amostra não probabilística, por conveniência, cujos objetivos eram conhecer se o endividamento afeta a satisfação com a vida das pessoas da terceira idade e os relacionamentos deste fenômeno com a classe social e a situação financeira do público-alvo.

O segundo estudo, de caráter qualitativo, se propôs a aprofundar a compreensão do significado do endividamento para a terceira idade, identificando a representação social do endividamento para este grupo. As entrevistas foram realizadas durante o ano de 2017, em locais públicos comumente frequentados por idosos: locais de recreação, praças públicas, avenidas litorâneas, dentre outros.

Antes de aplicar o questionário, os pesquisadores explicaram os objetivos da pesquisa e esclareceram que a participação era voluntária. O tempo de aplicação, para o primeiro estudo variou entre 3 a 8 minutos. Já para o segundo estudo, a duração das entrevistas variou entre 8 a 12 minutos. Os dados coletados foram processados com auxílio do software Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), versão 20.0.

**Estudo 1:** A amostra por conveniência foi composta por 300 sujeitos, todos com 60 anos ou mais de idade, que responderam a um questionário adaptado com 15 perguntas. A aplicação dos questionários ocorreu entre o final de 2017 e o início de 2018. No instrumento aplicado, foi utilizada a Escala de Satisfação com a Vida (ESV) (DIENER *et al.*, 1985), com o intuito de avaliar o julgamento que as pessoas fazem sobre o quão satisfeitas encontram-se com as suas próprias vidas. A escala contém 5 itens que fazem avaliações de domínios específicos da satisfação com a vida e são mensurados no formato *Likert*. Os participantes responderam em uma escala de 1 a 6 pontos onde (1) correspondia a ‘Não Satisfeito’ e (6) a ‘Muito satisfeito’.

Para classificar as pessoas segundo o nível socioeconômico de suas famílias, utilizou-se a escala de classificação desenvolvida pela *European Society for Opinion and Marketing Research* – ESOMAR. A escala foi criada para segmentação de pessoas em diferentes estratos sociais no contexto dos países latino-americanos, utilizando as variáveis escolaridade e ocupação da pessoa com maior renda no grupo familiar como itens determinantes para classificação de indivíduos, segundo orientações de Adimark (2000) e Schmeichel, Corrales, e Barberena (1999).

Além das características descritas, foi indagado aos respondentes sua percepção sobre a situação financeira atual de suas famílias. Dependendo do ponto de vista adotado – em relação aos aspectos de interesse da pesquisa e do tipo de informação básica utilizada – várias

formas de medição podem ser adotadas para quantificar a situação financeira familiar e o endividamento, sejam a partir de parâmetros objetivos ou subjetivos. Assim, a obtenção de dados sobre o endividamento a partir de critérios objetivos pode ser uma tarefa difícil tendo em vista que – na maioria das vezes – há a possibilidade de constrangimento dos entrevistados em responder perguntas sobre dados financeiros pessoais.

Optou-se, dessa forma, por um formato de questionamento mais simples e direto, com a utilização de duas indagações aos indivíduos: ‘A sua família está endividada?’ e ‘Em relação à renda familiar mensal, como sua família costuma chegar ao final do mês?’. Dessa forma, pôde-se obter uma ideia clara de como o entrevistado percebe sua situação financeira e endividamento.

**Estudo 2:** Esta etapa, de cunho qualitativo, valeu-se da técnica de evocação de palavras, que tem suas raízes na Teoria das Representações Sociais – TRS, de Serge Moscovici (1961).

A técnica, que vem sendo amplamente utilizada por pesquisadores da área de ciências sociais aplicadas, consiste em solicitar ao entrevistado que cite espontaneamente um certo número de palavras relacionadas a uma expressão indutora (AQUINO; TOMASSINI, 2009; VALE; FERREIRA; JOIA, 2014; VERGARA; FERREIRA, 2005; PEÑALOZA *et al.*, 2015).

Esta ferramenta permite a identificação dos elementos relacionados ao objeto de pesquisa, que poderiam passar despercebidos em um outro tipo de análise, e possibilita o exame combinado de uma informação mista: a frequência das evocações com dados de caráter individualizado e a ordem destas evocações.

Dessa forma, as representações sociais podem ser definidas como categorias de pensamento que se referem ao conteúdo simbólico dos fenômenos, baseados na realidade cotidiana. Determinados pela linguagem usual, são uma forma de conhecimento prático da construção de uma realidade comum para um grupo social.

## **Análise dos Resultados**

**Estudo 1:** Segundo as características sociodemográficas da amostra, a maioria dos indivíduos é do sexo feminino (53,7%), casada (56,04%) têm, em média, 67,5 anos, 3 filhos e uma família composta por 4 pessoas. As informações socioeconômicas dos indivíduos mostraram que, de acordo com a classificação estabelecida pela escala ESOMAR, dos idosos que compuseram a amostra, grande parte dos respondentes pertencem à classe média e baixa, com maior expressão entre os estratos E (n=79) e CB, (n=82). Apenas 35 pessoas se mostraram inseridas no estrato mais elevado (A). Um total de 190 famílias chega ao final do mês com dificuldades financeiras. 85% das famílias das classes DE, 67% da classe C e apenas 13% das classes AB enfrentam essa situação mensalmente. Sobre o endividamento, 39% (117) dos idosos declararam que sua família não está endividada e 61% (183) admitiram que a família possui dívidas. Entre as famílias da classe DE, 76% estão endividadas, percentual que atingiu 65% e 28% nas classes C e AB respectivamente.

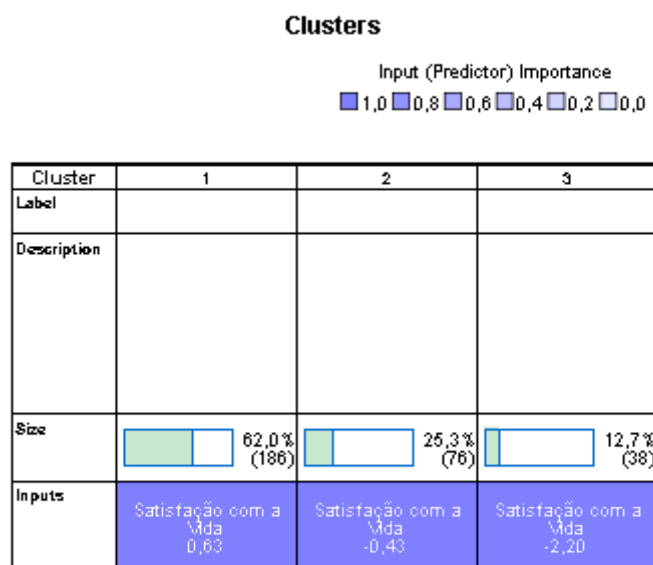
Verifica-se, dessa forma, que as famílias com menor renda, pertencentes às camadas socioeconômicas mais baixas e com maiores dificuldades em atender às despesas mensais, são as que se declaram mais endividadas.

Após a análise descritiva, foi realizada uma análise de cluster com os resultados padronizados da escala de Satisfação com a Vida ( $m=0$ ;  $dp=1$ ), separando a amostra em três grupos, conforme apresenta a Figura 1.

O primeiro grupo correspondente aos indivíduos com a Satisfação com a Vida positiva (0,63). Já o segundo grupo é composto por idosos com uma Satisfação com a Vida pequena (-0,43), haja vista que a pontuação apresentada por esse segmento foi bem próxima à média.

Por fim, o terceiro grupo é representado por pessoas com a Satisfação com a Vida negativa, revelando índices bem menores do que o segundo grupo (-2,20).

**Figura 1 - Identificação dos Clusters de acordo com a Satisfação com a Vida dos Idosos.**



Fonte: Elaborado pelos autores.

Posteriormente, cruzaram-se os resultados do nível de Satisfação com a Vida com as informações sobre o endividamento, mostrando que os clusters identificados estão relacionados com os níveis de endividamento familiar (Chi quadrado=11389; df 4 com  $p=0,023$ ; e Índice de Contingência=0,191, com  $p=0,023$ ).

A Tabela 1 resume os resultados do Estudo 1. No cluster 1, composto pelos idosos com maiores índices de Satisfação com a Vida, estão majoritariamente as famílias menos endividadas. No cluster 2, formado a partir das pessoas que relataram uma Satisfação com a Vida pequena, estão, em sua maioria, as famílias pouco endividadas. Finalmente, integram o cluster 3 os idosos com a Satisfação com a Vida negativa, onde observa-se um percentual um pouco maior das famílias que declaram estar muito endividadas.

**Tabela 1 - Relação entre Satisfação com a Vida e Endividamento nos Clusters.**

		Endividamento da Família			Total
		Nada	Pouco	Muito	
Cluster Number	1	80	64	42	186
	2	24	39	13	76
	3	13	11	14	38
<b>Total</b>		117	114	69	300

Fonte: Elaborado pelos autores.

Os resultados do Estudo 1 demonstram indícios de que, em um ambiente familiar onde há um maior endividamento, pode existir uma menor Satisfação com a Vida nos idosos.

Esses resultados, porém, devem ser vistos com cautela, já que os métodos estatísticos aplicados não permitem estabelecer uma situação de causalidade conclusiva.

Ademais, as técnicas quantitativas empregadas no Estudo 1 carecem de recursos capazes de informar o que o fenômeno do endividamento significa e o que ele representa para as pessoas da terceira idade. Dessa forma, se faz necessário um olhar mais aprofundado sobre a compreensão que os idosos possuem do endividamento a partir de uma investigação que utilize um ferramental metodológico mais apropriado para esse objetivo. É nesse contexto que surgiu a necessidade de um estudo complementar.

**Estudo 2:** Os dados foram analisados de acordo com a abordagem estrutural das representações sociais (ABRIC, 2000). Primeiramente foi calculada a frequência (F) de cada palavra evocada e, posteriormente, a Ordem Média de Evocação (OME) atribuída a cada uma delas.

Visando à identificação dos conteúdos temáticos que se situam no núcleo central e aqueles que se encontram nas instâncias periféricas da representação, para cada palavra atribuiu-se uma nota que variava de 1,0 a 5,0, de acordo com a posição hierarquizada nas evocações dos respondentes.

Após essa etapa, buscou-se categorizar as palavras evocadas em grupos de significados similares. Os agrupamentos foram realizados em um plano cartesiano de acordo com sua frequência e OME, seguindo as orientações de Vergès (1999 *apud* SALES; DAMASCENO; PAIVA, 2007).

Participaram do segundo estudo 217 pessoas, dentre as quais 119 homens (54,8%) e 98 mulheres (45,2%). A idade dos indivíduos variou entre 60 e 85 anos, com uma idade média de 67,61 anos. Um total de 104 pessoas (47,9%) pertenciam à classe E, 90 pessoas (41,5%) à classe C e 21 pessoas (9,7%) à classe AB.

Ao todo foram evocados 936 vocábulos que, após análise e categorização, foram agrupados em 9 categorias distintas, cada uma delas composta por palavras com significados ou conteúdos semelhantes. As categorias resultantes do agrupamento seguem a seguir, com exemplos de palavras que integram cada uma delas:

1. *Sentimentos Negativos/Saúde*. Com frequência de 230 e OME de 3,34, incluiu palavras como sofrimento, medo, saúde, desespero, desgosto, tristeza, depressão, nervosismo e doença.
2. *Contas/Gastos*. Com frequência de 136 e OME de 3,53, esta categoria incorporou palavras como despesas, contas, pagamentos, obrigação e cobrança.
3. *Limitação Financeira*. Essa categoria contou com a presença de 91 vernáculos e OME de 3,21. Aperto, necessidade, privação, falência, inadimplência e dificuldades são alguns exemplos de palavras deste grupo.
4. *Créditos/Financiamentos*. Uma frequência de 87 e OME de 3,05 caracterizam esse agrupamento, que reuniu palavras como, crédito, crediários, agiotas, consignado e financiamento.
5. *Descontrole/Falta de planejamento*. Com frequência de 70 e OME de 3,4, incluiu palavras como descontrole, falta de planejamento, desorganização, ingovernabilidade e impulsividade.
6. *Conjuntura*. Essa classe foi composta por 55 palavras e OME de 3,07. Palavras como inflação, desemprego, economia, corrupção e políticos foram mencionadas nesse grupo.
7. *Compras/Consumismo*. Com frequência de 38 e OME de 2,89, agrupou palavras como compras, consumismo, consumo, excessos, ostentação e supérfluos.

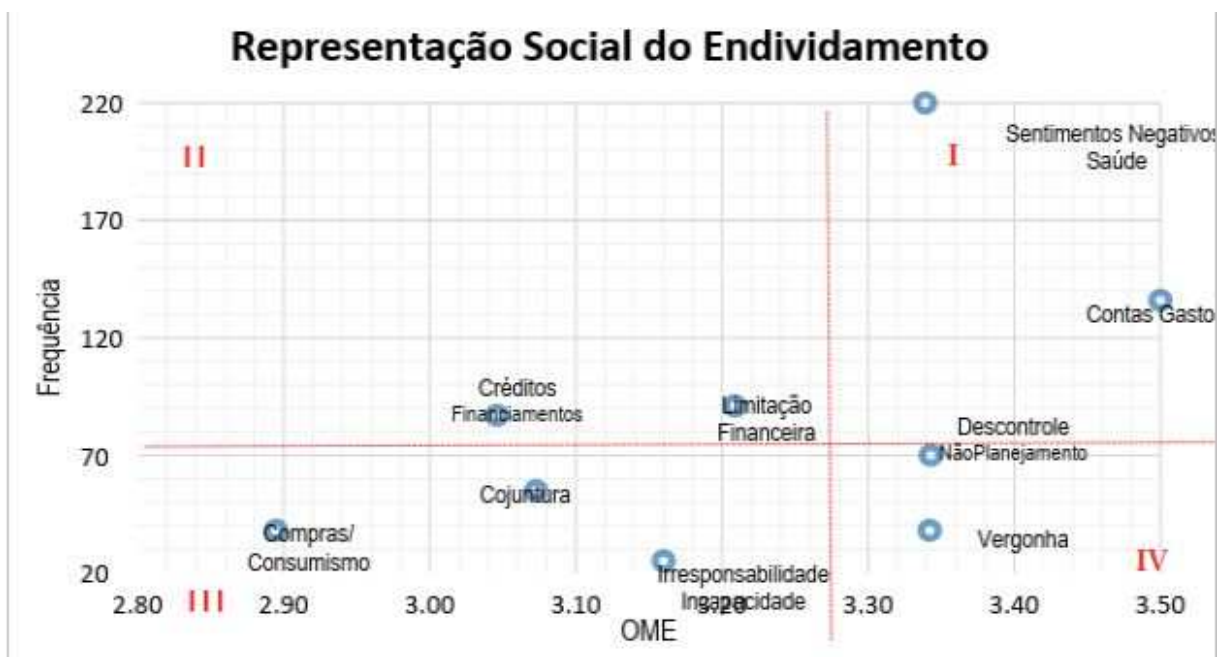


8. *Vergonha*. Essa categoria foi evocada 38 vezes, com OME de 3,34. Fizeram parte deste segmento palavras como vergonha, constrangimento, desonestidade, pilantragem, SPC e nome sujo.
9. *Irresponsabilidade/Incapacidade*. Com frequência de 25 e OME de 3,16, essa categoria contou com palavras como irresponsabilidade, incapacidade, descompromisso e despreparo.

Um total 166 vocábulos mencionados pelos idosos que participaram do estudo ficaram sem classificação e não foram utilizados no plano cartesiano, sendo dessa forma descartados na análise dos resultados.

Dessa forma, a partir das informações mencionadas, foi desenvolvida a Figura 2, onde pode-se observar a representação social do endividamento dos idosos que compuseram o *corpus empiricus* da pesquisa

**Figura 2 - Quadro Cartesiano da Representação Social do Endividamento para os Idosos**



Fonte: Elaborado pelos autores.

No primeiro quadrante estão agrupadas as evocações mais frequentes e citadas primeiramente, isto é, as categorias de maior consenso e aquelas que constituem o núcleo central da representação. Assim, *sentimentos negativos/saúde* e *contas/gastos* são as categorias fundamentais que constituem o núcleo central do significado do endividamento para os idosos.

O segundo e quarto quadrantes são considerados categorias de importância fundamental, muito embora menos consensuais que as do primeiro quadrante. Grupos como *descontrole/falta de planejamento* e *vergonha* representam, nesse contexto, a periferia da representação social do endividamento para os idosos.

No terceiro quadrante estão aquelas categorias que foram menos evocadas pelos respondentes, sendo classificadas, dessa forma, como palavras menos representativas do

fenômeno do endividamento para os idosos. *Compras/consumismo* e *conjuntura* são exemplos de categorias que podem ser consideradas menos estáveis na representação.

A partir da categorização da representação social do endividamento, foi realizada uma Análise de Correspondência para identificar as diferenças nessas representações segundo as classes sociais. A Análise de Correspondência múltipla é uma técnica de análise de dados usada com dados categóricos nominais que ajuda a localizar e representar estruturas subjacentes em um conjunto de dados. Isto é realizado representando os dados como pontos em um espaço euclidiano.

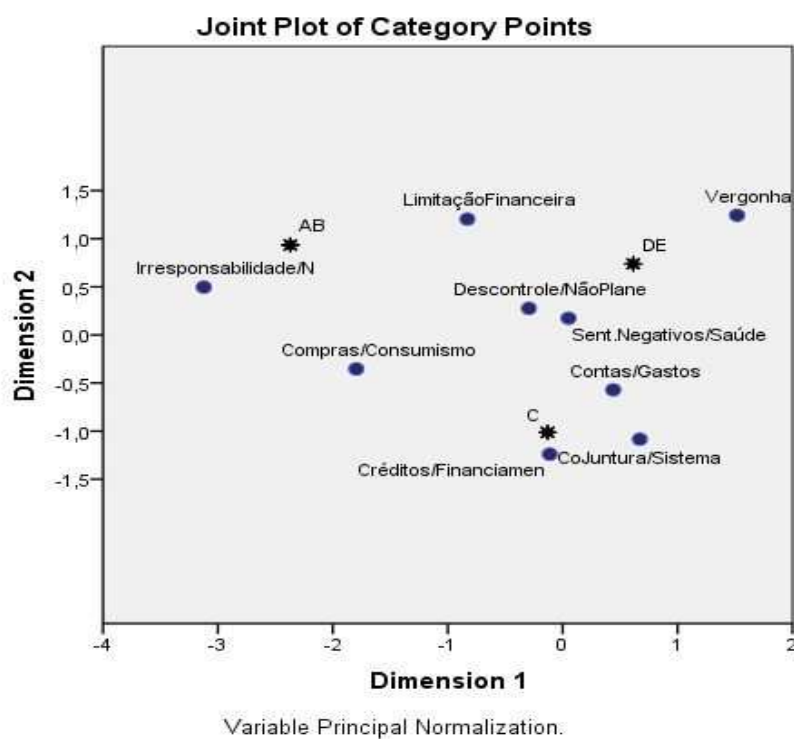
De acordo com os dados obtidos, a representação social do endividamento difere dependendo do nível socioeconômico dos idosos. As classes sociais mais elevadas (AB) associam o endividamento à *irresponsabilidade*, atribuindo a culpa da contração de dívidas aos próprios indivíduos.

Já as classes socioeconômicas mais vulneráveis (DE) enxergam o endividamento como sinônimo de *descontrole/falta de planejamento*, *sentimentos negativos/saúde* e *vergonha*. Para as pessoas da terceira idade que fazem parte dessas camadas sociais, as dívidas estão ligadas a desorganização pessoal e a sensações desfavoráveis, que podem acabar afetando a saúde e o estado emocional de quem experimenta esse fenômeno.

Em um plano intermediário, os idosos pertencentes à classe C relacionam o endividamento a *crédito/financiamento*, *conjuntura* e *contas/gastos*. Percebem as dívidas como significado de instrumento de financiamento, além de relacionar o fenômeno ao pagamento de contas. Atribuem, ainda, o endividamento a problemas estruturais, decorrentes dos cenários sociopolítico e macroeconômico.

A Figura 3 resume a representação social do endividamento para cada agrupamento socioeconômico dos indivíduos na terceira idade.

### **Figura 3 - Representação Social do Endividamento de acordo com Classes Socioeconômicas**



Fonte: Elaborado pelos autores

### Considerações Finais

A pesquisa objetivava investigar se os idosos se declaravam endividados, se esse endividamento dependia da sua situação socioeconômica e se o fenômeno afetava sua satisfação com a vida. Interessava também compreender o que o endividamento significa para a terceira idade e se a representação dele difere segundo as classes socioeconômicas.

Os resultados do estudo 1 mostram que o problema do endividamento afeta grande parte dos indivíduos, onde 61% dos entrevistados declararam que suas famílias estão endividadas. Esse fenômeno é mais frequente nas famílias de menor condição social: 76% das pessoas da classe DE declararam que suas famílias estão endividadas contra 65% dos indivíduos de classe C e apenas 28% da classe AB. Os resultados apresentam indícios de que um maior endividamento pode estar acompanhado de uma menor satisfação com a vida. Apesar de não ter sido verificado uma correlação direta entre as duas variáveis, observa-se que os agrupamentos (clusters) com maiores níveis de endividamento apresentam também menores índices de satisfação com a vida. Os resultados, entretanto, nada dizem sobre o que o endividamento significa para o grupo de pessoas da terceira idade nem o que este fenômeno representa a eles.

As conclusões do estudo complementar trazem elementos para compreender o sentido do endividamento para o grupo dos idosos. Quando se fala de endividamento, este fenômeno usualmente é associado a sentimentos e emoções negativas, causadores de sofrimento físico e psicológico que podem prejudicar a vida social e ocupacional. Angústia, ansiedade, desesperança, desespero, desgosto, doença, falta de paz, impaciência, insônia, medo, perturbação, preocupação, nervosismo, sofrimento, solidão, tristeza e depressão são alguns dos sintomas mencionados. Estados físicos e emocionais que, em seu conjunto, podem indicar doenças mais sérias como depressão e até síndrome de pânico. O fato de a categoria *sentimentos negativos/saúde* ser a de maior consenso e, além disso, evocada primeiramente entre os idosos, deveria se constituir em uma preocupação de saúde pública, na medida em

que alguns trabalhos mostram que, em outras fases da vida, a representação de endividamento é diferente (CARVALHO; GERHARD; PEÑALOZA, 2017).

Na sequência da frequência da evocação de palavras encontra-se a categoria *contas/gastos*. Esta representação está em consonância com as profundas mudanças que a sociedade brasileira vem passando, especificamente sobre os novos arranjos familiares em que o idoso assume, cada vez mais, o papel de mantenedor do lar e provedor financeiro. Contas, gastos, pagamentos e débitos fazem parte da crescente responsabilidade conferida aos idosos para o sustento do lar, em virtude destes indivíduos possuírem uma fonte de renda fixa, através de benefícios previdenciários (AREOSA, 2008). Benefícios como aposentadorias e pensões vêm se estabelecendo como o principal meio de subsistência de mais de 12 milhões de famílias no Brasil. O idoso assume a responsabilidade das contas do lar em virtude de seus filhos realizarem o movimento inverso de emancipação, ao retornarem para os lares de seus pais trazendo consigo cônjuges e prole. Este movimento inverso impacta diretamente na saúde financeira do idoso, que acaba por partilhar seus rendimentos com os demais membros da família (CAMARANO; PASINATO, 2002).

Outras categorias como *vergonha* e *descontrole/falta de planejamento*, que seguem na sequência de importância, fazem parte da periferia da representação social. Já os agrupamentos menos evocados pelos respondentes e, portanto, menos representativos do fenômeno, são aqueles que podem ser considerados com baixa estabilidade na representação social, tais como: *limitação financeira, créditos/financiamentos, conjuntura, compras/consumismo* e *irresponsabilidade/incapacidade*.

Para os idosos, os fatores determinantes do endividamento são de amplo espectro. Vão desde causas financeiras, sendo essas as mais comumente mencionadas, até a fatores de comportamento individual, passando também pelo baixo nível educacional das pessoas ou falta de educação financeira. Aspectos relacionados ao sistema financeiro e à conjuntura macroeconômica também merecem destaque, tendo em vista a menção a esses elementos na pesquisa.

Historicamente, os fatores financeiros são mencionados como os mais importantes indicadores do endividamento. Entretanto, há hoje um consenso de que questões comportamentais também são importantes na evolução do fenômeno. O desequilíbrio na tomada de decisões e a impulsividade das pessoas que utilizam a dívida como um meio para alcançar seus desejos são preditores importantes do endividamento.

A representação social do endividamento difere dependendo da classe social do idoso. Para as pessoas das classes AB, o endividamento é observado como uma irresponsabilidade ou incapacidade pessoal, uma falta de competência ou inaptidão do sujeito por não saber gerenciar seus recursos.

Já os indivíduos da terceira idade pertencentes à classe C associam o endividamento a créditos, financiamentos, compras, gastos e problemas de conjuntura ou sistema político-econômico. Pode ser observado que este grupo percebe a importância do crédito como mecanismo de pagamento e sustentação do seu padrão de consumo e nível de vida, tendo em vista que a representação social do fenômeno para esta classe reflete mais as causas do que as consequências do endividamento.

Os idosos das classes DE, por sua vez, associam o endividamento a descontrole, falta de planejamento, sentimentos ou emoções negativas, além de vergonha. O endividamento é representado como um episódio promotor de sofrimento e pelo qual emerge um sentimento de culpa. Para as pessoas com condições socioeconômicas menos privilegiadas, o endividamento parece não estar representado pelas causas, mas sim pelas consequências deste fenômeno, o que pode ser um indício de que este grupo parece ser o que mais sofre com as dívidas, através de uma redução considerável do seu bem-estar.

Estes resultados, contudo, precisariam ser comparados com pesquisas mais aprofundadas, realizadas com grupos representativos da população de interesse. Entretanto, os efeitos identificados são uma primeira aproximação para ajudar a preencher uma lacuna na compreensão do fenômeno do endividamento pela terceira idade.

O aumento gradual do endividamento da população parece estar diretamente ligado ao seu envelhecimento. Enxergar o endividamento a partir de uma visão individualista do fenômeno, culpando apenas o sujeito por não saber como gerir os seus recursos, seja por falta de educação financeira, por excessos no consumo, vícios ou compulsão para compras, é uma abordagem limitada para esse problema social. Uma aproximação individualista do endividamento acaba negligenciando a influência da cultura de consumo e o papel que o marketing exerce ao longo deste processo, muitas vezes incentivando o consumo através do endividamento (CARVALHO; GERHARD; PEÑALOZA, 2017).

A pesquisa do comportamento do consumidor durante muito tempo foi orientada às empresas, na busca por avanços nas teorias de marketing, compras e consumo. Esse movimento, no entanto, enxerga mudanças que demandam e facilitam o renascimento de pesquisas que se concentram intensamente no bem-estar dos indivíduos (MICK *et al.*, 2012).

Ainda há um entendimento limitado do comportamento do consumidor na terceira idade, existindo inúmeras implicações individuais e sociais do envelhecimento populacional que precisarão ser abordadas no futuro. Dessa forma, há um grande potencial para explorar o processo de envelhecimento populacional, seja em termos de oportunidades para as empresas ou, principalmente, na tentativa de contribuir com a transformação da vida dos idosos, buscando melhorias no seu bem-estar.

## Referências

ABRIC, Jean-Claude. A abordagem estrutural das representações sociais. In: MOREIRA, A. S. P.; OLIVEIRA, D. C. (Orgs.). **Estudos interdisciplinares de representação social**. Goiânia: AB, 2000

ADIMARK. **El nivel socio económico ESOMAR**. Manual de Aplicación, Santiago, 2000.  
AQUINO, R. D.; TOMASSINI, R. **O Consumo para os Estudantes de Administração: Uma aplicação da Teoria do Núcleo Central de Representações Sociais**. . In: EnANPAD, 33º. **Anais...** São Paulo: ANPAD, 2009.

ARAÚJO, F. F. *et al.* O consumidor de terceira idade na primeira década do século XXI: uma análise da propaganda dirigida a idosos. **Revista Administração em Diálogo-RAD**, v. 17, n. 1, 2015.

ARAÚJO, F. F. *et al.* O consumidor de terceira idade na primeira década do século XXI: uma análise da propaganda dirigida a idosos. *Revista Administração em Diálogo*. v. 17, n. 1, p.54-85, 2015.

AREOSA, Silvia R.C. **Envelhecimento, contexto social e relações familiares**: O idoso, de assistido a provedor da família. 212 fl. Tese – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS, Porto Alegre, 2008.

BERTONCELLO, K. R. D.; LIMA, C. C **Adesão ao projeto conciliar** é legal. CNJ. Projeto piloto: tratamento das situações de superendividamento do consumidor. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, n. 63, p. 173-201, jul./set. 2007.

BETTANIN, A. C.; KAEFER, C. O. *O idoso e as interfaces do superendividamento no município de Santa Maria – RS. **Disciplinarum Scientia**. Série: Ciências Humanas, Santa Maria, v. 14, n. 1, p. 105-114, 2013.*

BIRTWISTLE, G.; TSIM, C. Consumer purchasing behavior: An investigation of the UK Mature Women's Clothing Market. **Journal of Consumer Behavior**, v. 4, n. 6, p. 453-464, 2005.

CAMARANO, A. A. **Os novos idosos brasileiros: muito além dos 60**, Rio de Janeiro: IPEA, p. 353-410, 2004.

CAMARANO, A. A.; PASINATO, M. T. **Envelhecimento, condições de vida e política previdenciária**: como ficam as mulheres? Rio de Janeiro: IPEA, 2002.

CARVALHO, H. A.; GERHARD, F.; PEÑALOZA, V. Representação Social do Endividamento Individual. **Revista Pensamento Contemporâneo Em Administração**. v. 11, p. 1, 2017.

CONCONE, M. H. V. B. Medo de envelhecer ou de parecer? **Revista Kairós**. São Paulo: EDUC, v.10, n 2., p.19-44, 2007.

COUtrim, Rosa Maria da Exaltação. Idosos trabalhadores: perdas e ganhos nas relações intergeracionais. **Sociedade e Estado**, v. 21, n. 2, p. 367-390, 2006.  
Diener, E. *et al.* The satisfaction with life. **Journal of Personality Assessment**. p. 71-75, 1985.

ERVATTI, L. R.; BORGES, G. M.; JARDIM, A. P. **Mudança demográfica no Brasil no início do século XXI**. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Rio de Janeiro, 2015.

ESTEVEES, C. S. O.; SLONGO, L. A. ; ESTEVES, P. S. Crescimento da terceira idade: necessidade de adaptações no mercado. **Negócios e Talentos**, v. 9, n. 9, p. 33-48, 2014.

ESTRELLA, Juliana. **O efeito do microcrédito como uma política de redução de desigualdade de oportunidades e melhoria de bem-estar**. Tese (Doutorado em Ciência Política) - Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008.

FELIX, Jorgemar Soares. **Economia da Longevidade**: uma revisão da bibliografia brasileira sobre o envelhecimento populacional. In: VIII Encontro da Associação Brasileira de Economia da Saúde. **Anais...** PUC-SP, 2007.

FERREIRA, V. C. P.; VERGARA, S. C. A representação social de ONGs segundo formadores de opinião do município do Rio de Janeiro. **Revista de Administração Pública**, v. 39, n. 5, p. 1137-1159, 2005.

GATHERGOOD, J. Self-control, financial literacy and consumer over-indebtedness. **Journal of Economic Psychology**, v. 33, n. 3, p.590-602, jun. 2012.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Censo demográfico 2010. Brasília: IBGE, 2010.

LOPES, G. de O. **Endividamento das famílias brasileiras no sistema financeiro nacional**: o impacto de indicadores macroeconômicos. 64 f. 2012. Dissertação (Mestrado em Economia do Setor Público) – Universidade de Brasília, Brasília, 2012.

LULIA, M. M. E. T; OLIVEIRA, D. H. **Síntese de indicadores social: Uma análise das condições de vida da população brasileira 2017**. Rio de Janeiro: IBGE, 2017.

MANSFIELD, P.; PINTO, M. Consumer vulnerability and credit card knowledge among developmentally disabled citizens. **Journal of Consumer Affairs**, v.42, n. 3, p. 425–438, 2008.

MICK, D. G.; PETTIGREW, S.; PECHMANN, C.; OZANNE, J. **Transformative Consumer Research: For Personal and Collective Well-being**. USA: Routledge, 2012

MOSCOVICI, S. **A representação social da psicanálise**. Tradução de Cabral. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

MYERS, H.; LUMBERS, M. Understanding older shoppers: a phenomenological investigation. **Journal of Consumer Marketing**, v. 25, n. 5, p. 294-301, 2008. Disponível

em: <<http://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/07363760810890525>>. Acesso em: 11 abr. 2017.

NAM, J.; GAM, H. J.; HAMLIN, R.; KANG, J. H.; KIM, J.; KUMPHAI, P.; RICHARDS, L.; STARR, C. The fashion-conscious behaviours of mature female consumers. **International Journal of Consumer Studies**, v.31, n. 1, p.102-108, 2007.

PANCER, L.; HANDELMAN, J. The evolution of consumer well-being. **Journal of Historical Research in Marketing**, v. 4, n. 1. p. 177-189, 2012.

PAULA, J. B.; GRAEFF, L. *O superendividamento na terceira idade: um estudo de caso. Estud. interdiscipl. envelhec., Porto Alegre*, v. 19, n. 2, p. 569-582, 2014.

PEIC. Pesquisa nacional de endividamento e inadimplência do consumidor. **Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo – CNC**, Rio de Janeiro, mai. 2016.

PESQUISA DE ORÇAMENTOS FAMILIARES 2008 – 2009. Rio de Janeiro: IBGE, 2011.

PETTIGREW, S.; MOSCHIS, G. Consumer well-being in later life. In: MICK, D. G.; PETTIGREW, S.; PECHMANN, C.; OZANNE, J. (Orgs.). **Transformative Consumer Research: For Personal and Collective Well-being**. USA: Routledge, 2012, p. 565-582.

ROCHA, I. A. *et al.* A terapia comunitária como um novo instrumento de cuidado para saúde mental do idoso. **Rev. Bras. Enferm**, v. 62, n. 5, p. 687-94, 2009.

SABÓIA, João. Benefícios não-contributivos e combate à pobreza de idosos no Brasil. In: CAMARANO A. A. (Org.). **Os novos idosos brasileiros: muito além dos 60**, Rio de Janeiro: IPEA, p. 353-410, 2004.

SALES, Z. N.; DAMASCENO, M. M. C.; PAIVA, M. S. Organização estrutural das representações sociais do cuidado. **Revista Saúde.com**. v. 3, n. 1, p. 28 – 36. jan/jun. 2007. Disponível em: <<http://www.uesb.br/revista/rsc/ojs/index.php/rsc/article/view/59>>. Acesso em: 12 jun. 2016.

SANTOS, A. C. S.; DAHER, D. V.; PESTANA, L.; SANTANA, R.; SANTO, F. H. E. Insuficiência cardíaca: estratégias usadas por idosos na busca por qualidade de vida. **Revista Brasileira de Enfermagem**, v. 64, n. 5, p. 857-863, 2011. Disponível em:



<[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-71672011000500009](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-71672011000500009)>. Acesso em: 12 abr. 2017.

SCHMEICHEL, N.; CORRALES, B.; BARBERENA, M. Latin American profile, demographics and socio economic strata. **Research paper**. Latin American Conference, Esomar – European Society for Opinion and Marketing Research. 1999.

SOLOMON, M. R. **Comportamento do consumidor**: Comprando, possuindo, e sendo. 5ª ed. Porto Alegre. Bookman, 2002.

SPC Brasil. **Serviço de Proteção ao Crédito**. 57% dos consumidores da terceira idade não têm qualquer reserva de dinheiro, aponta SPC Brasil. 2014. Disponível em <<https://www.spcbrasil.org.br/pesquisas/pesquisa/896>>. Acesso em: 29 mai. 2016.

STUART-HAMILTON, Ian. **A Psicologia do envelhecimento**: uma introdução. Porto Alegre: Artmed, 2002.

VALLE, J. A. S.; FERREIRA, V. C. P.; JOIA, L. A. A representação social do escritório de gerenciamento de projetos na percepção de profissionais da área. **Gestão & Produção**, São Carlos, v. 21, n. 1, p. 185-198, mar. 2014. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-530X2014000100013&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-530X2014000100013&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 13 mai. 2016.

ZIMERMAN, G. I. **Velhice**: aspectos biopsicossociais. Porto Alegre: Artmed, 2007.