

**XV ENCONTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS DO NORTE E NORDESTE e PRÉ-
ALAS BRASIL.**

04 a 07 de setembro de 2012

Universidade Federal do Piauí, Teresina/PI.

**Grupo de Trabalho: Cultura, Economia & Finanças Solidária: dilemas e
perspectivas (GT01)**

**Narrativas sobre Microcrédito: interpretando histórias de vida de clientes
do Crediamigo em Fortaleza**

Raul da Fonseca Silva Thé (UFC/ PIBIC - CNPq)

raulsilvathe@gmail.com

Janaina Edwiges de Oliveira Pereira (UFC/ PIBIC - UFC)

janainnapereira@gmail.com

Alcides Fernando Gussi (UFC/ MAPP)

agussi@uol.com.br

O presente trabalho busca compreender o programa de microcrédito do Banco do Nordeste, o Crediamigo, a partir dos sentidos atribuídos pelos próprios clientes do microcrédito no conjunto das ações do programa. Com isso, pretendemos realizar uma avaliação em profundidade (Rodrigues, 2008) da política pública de microcrédito, a partir da interpretação do ponto de vista dos sujeitos, clientes do Programa.

O ponto de partida desta pesquisa foi a inserção dos pesquisadores no Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC) com um projeto de pesquisa acerca da temática do Crediamigo¹. Nessa pesquisa, conduzimos uma investigação empírica focada entre clientes da Unidade Montese, do Banco do Nordeste, localizada na cidade de Fortaleza, no Ceará. Tal escolha foi motivada pela quantidade de clientes de tal unidade, por sua localização e por ter sido a primeira unidade de microcrédito do BNB.

Esta pesquisa resultou em inúmeros trabalhos (Silva, 2010; Gussi, Almeida e Thé, 2012; Thé & Almeida, 2011; Gussi & Silva, 2011), que nos permitiu uma aproximação ao campo, sobretudo por meio de questionários, em que apreendeu-se aspectos qualitativos dos clientes, visando realizar uma avaliação dos impactos do programa Crediamigo.

Esta pesquisa abriu possibilidades de aprofundamento em termos metodológicos, de discussão e de interpretação, além de todo um campo para compreender as políticas públicas na perspectiva do uso das narrativas e da interpretação de histórias de vida de clientes do Crediamigo, de que trata este trabalho.

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

¹ Projeto de Pesquisa “Cultura, Desenvolvimento Regional e Avaliação de Políticas Públicas: Trajetória Institucional do Programa de Crédito e Geração de Renda (Crediamigo) do BNB - Banco do Nordeste”, coordenado pelo Prof. Dr. Alcides Fernando Gussi. Atualmente, sob a orientação do mesmo professor, continuamos a pesquisa com o aprofundamento da temática do microcrédito e das microfinanças solidárias com o Projeto de Pesquisa “Políticas Públicas de Geração de Renda e Desenvolvimento: Avaliação dos Impactos do Microcrédito em Fortaleza.”.

como política pública de geração de emprego e renda, para, dessa forma, legar aos clientes as possibilidades de expressar interpretações acerca das práticas do Crediamigo².

Objeto e Objetivos

Como já citamos anteriormente, tomamos como objeto central de nossa discussão o programa de microcrédito do Banco do Nordeste, o Crediamigo, entendendo-o como política pública, em sua forma objetiva, e buscando entender sua inserção na vida dos clientes, tomadores de crédito.

Para esta monta, traçamos os objetivos imediatos do presente texto no que concerne a interpretação de sentidos e significados expressos pelos clientes acerca do Crediamigo, em suas narrativas biográficas.

Metodologia

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

Sob uma perspectiva etnográfica, pretendemos interpretar os sentidos e significados expressos pelos clientes, através de relatos orais, acerca de suas vivências práticas no Programa. Desta forma, realizamos uma “descrição densa”, nos termos de Geertz (1978), através da qual buscamos interpretar os diferentes significados atribuídos publicamente pelos atores ao microcrédito.

Através das narrativas de vida dos clientes, pretendemos ter uma compreensão do contexto social em que eles se inserem, assim como das representações de tais sujeitos a partir das evocações feitas por estes durante as entrevistas. Para isso, traçamos um diálogo com Suely Kofes (1994),

² Trata-se de construir uma proposta teórico-metodológica, para o presente estudo, partindo dos pressupostos apontados por Gussi (2005).

quando esta se refere às “estórias de vida”, considerando-as como “fontes de informação”, as quais ultrapassam o sujeito que fala e informa sobre o contexto social; como “evocação” do sujeito, transmitindo sua dimensão subjetiva e interpretativa; e como “reflexão”, que resulta da relação entre o pesquisador e o entrevistado.

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

Fazendo dessa forma um encontro da História com a história, trabalhamos, assim, como sugere Martins (2002), entre processos sócio-históricos mais gerais (em termos das explicações de interpretações e conjunturas históricas aceitas) e os processos e trajetória dos *esquecidos* ou dos “*insignificantes*”, tomamos como foco a trajetória de vida dos clientes. Assim, analisaremos as histórias de vida dos clientes, buscando compreender tanto o contexto social em que estes estão inseridos, assim como as representações de tais sujeitos e a maneira que eles constroem suas próprias trajetórias.

O Programa Crediamigo e os sujeitos que narram: uma descrição

O Programa Crediamigo é o programa de microcrédito do BNB, em funcionamento desde 1998³, uma ação pioneira de um banco público no Brasil, com o apoio do governo federal e de parceiros internacionais. Abrangendo toda a área de atuação do Banco⁴ (Região Nordeste, Norte de Minas Gerais e Espírito Santo, além de Brasília, Belo Horizonte e Rio de Janeiro), contando com cerca de 1.445.000 clientes ativos. Uma das características básicas do programa Crediamigo é a garantia relacionada ao *aval solidário* para os empréstimos, com valores que variam de R\$100,00 a R\$6.000,00, de acordo com a necessidade e o porte do negócio.

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

Dados relevantes para a compreensão da atuação do Crediamigo se encontram na preferência pelos clientes que tem menor possibilidade de inclusão no sistema de bancos, portanto, 66,2% dos clientes ingressam no nível de subsistência⁵ (BNB, 2012b) ou na condição de *Survivor* (auto-empregado por falta de alternativa) (SANTOS, 2007).

O Crediamigo segue basicamente a metodologia de ação do *Grameen Bank* (em português o Banco da Aldeia), criado por Muhammad Yunus como uma alternativa para o combate à pobreza, com a utilização de seus métodos práticos como grupo de aval solidário, a preferência pelas mulheres, transparência, ética, inovação e variedade. (BNB, 2010b.; YUNUS, 2008; SPIEGEL, 2010, p. 26 - 56). Esta preferência se apresenta por questões de viabilidade deste combate à pobreza e à exclusão, fazendo com que o

³ Para referência, em 1997, foi lançado o projeto-piloto, implantando cinco unidades do Crediamigo e lançando o produto Giro Solidário (BNB, 2012b).

⁴ Região Nordeste pensada politicamente a partir dos anos 1960 pela SUDENE, com a incorporação geopolítica dos estados do Maranhão e da Bahia, além do norte de Minas Gerais e do Espírito Santo. (FURTADO, 1997).

⁵ O *Self-employed* [auto-empregado] que se referem Santos e Nitsch (2001) para os quais, o microcrédito cumpriria uma tarefa social, como instrumento, de forma indireta, de combate à pobreza, enquanto fomenta o desenvolvimento.

apoderamento de recursos monetários por famílias de baixa renda realize uma mudança efetiva de vida, já que reconhecidamente as mulheres teriam um maior apreço pelo reforço das finanças familiares e uma aplicação mais segura no desenvolvimento dos filhos. Uma preferência para tornar efetiva a mudança de realidade de vida das famílias, principalmente assegurando a geração futura.

Podemos encontrar, então, dentro do conjunto dos clientes uma busca pelo produto Giro Solidário⁶. Reforçando a perspectiva de Santos (2007) acerca da caracterização dos clientes que verdadeiramente tomam o microcrédito (em nosso estudo o Crediamigo) para a constituição de capital de giro.

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

Assim, descrevemos os dois perfis.

M.L é do sexo feminino, tem por volta de 55 anos, é vendedora de cosméticos e mantém seu negócio em sua própria residência, a qual está em reforma para a construção de um segundo piso. O valor de seu empréstimo atualmente é de R\$ 1.000,00 e ela se sente satisfeita com o empréstimo, que permite que ela consiga sustentar sua casa exercendo apenas a trabalho de comerciante. Ao discorrer sobre sua trajetória, M.L aborda sobre a mudança de sua família de uma cidade do interior do Ceará para Fortaleza, sobre seus estudos (tendo completado, regularmente, até a quinta série do ensino fundamental), sua vida profissional, suas prioridades de vida e planos para o futuro. Tendo começado a trabalhar aos quinze anos, idade em que deixou de estudar, parou de trabalhar aos dezessete, quando se casou. Apenas após algum tempo voltou a exercer atividade remunerada. Atualmente, sendo servidora do estado aposentada, M.L se diz feliz com o Crediamigo, pois permite que ela dê continuidade com o seu negócio, trabalhando em casa, sem

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

que tenha dificuldades de pagar suas contas no final do mês. Assim, ela comenta:

Pra mim é bom, porque se eu não tivesse o Crediamigo, como é que era que eu ia colocar um pedido sem eu ter vendido? Como era que eu ia pagar? Né? [...] Pra mim o negócio é bom. É tanto que eu tô aí... Quando eu deixei de ser executiva, agora que eu me lembro, quantos anos faz, quando eu deixei de ser executiva, eu entrei na Natura. Então tá com 5 anos que eu entrei na Natura, 5 anos e duas campanhas. Eu entrei no ciclo 7 e nós estamos no ciclo 9. Nesse tempo todim... nunca deixei de pagar uma fatura, nem nunca deixei de botar um ciclo. 5 anos. (M.L)

I.F.B. é do sexo feminino, tem 44 anos, tem uma pequena loja de móveis, utensílios domésticos e roupas de confecção, localizada no térreo de uma casa de dois andares, recentemente, reformada; o valor de seu empréstimo segue por volta de R\$ 5.000,00 e ela entende o Crediamigo com uma ajuda para as dificuldades financeiras de sobrevivência. Tratando de sua história de vida, relembra as mudanças de cidades ocorridas da infância até a sua formação na capital, Fortaleza; nos fala sobre seus estudos em que teve de fazer duas vezes a quarta série por conta da estrutura da cidade de sua infância e que parou na sexta série por conta da necessidade de ajudar os pais, trabalhando como empregada doméstica, e por conta do casamento; além, de nos narrar a falta de emprego dela e do marido e o pouco tempo que esteve empregada. Hoje, vê o microcrédito como algo que vem ajudar em uma “*hora difícil*”, por conta das relações comerciais necessárias ao desenvolvimento de seu negócio, como cheques e re-investimentos. Comenta, dessa forma, que:

Eu acho bom, num chega a ser ótimo não, né?, porque a coisa é pouca. Porque você vê numa loja deste tamanho aqui, com (5000) cinco mil reais num dá pá quase nada, né?. Mas ajuda às vezes a gente tá com cheque com alguma coisa, aí a gente cobre pra poder pegar mais, né?, porque tem uma do meu filho, que eu ti falei, né?, que ele investe aqui. Às vezes chega numa boa hora, quer dizer, numa hora da necessidade, né?, uma hora é... quando tá tudo bem, né não?. As vez chega numa hora difícil, as vezes não, porque geralmente a gente tem sempre alguma coisa pendente, a gente que trabalha em

comercio cê ta vendendo, mas também ta comprando, né?, em geralmente a gente compra mais é assim mermo, a prazo, no cartão, é no cheque, ai tem que ta cobrindo. (I.F.B.)

- **Perspectivas sobre o Crediamigo, em narrativas: interpretando as visões dos clientes**

Nas narrativas, encontramos certa cautela por parte dos entrevistados no momento de referirem-se ao Programa, simbolizada por referências de que “Eu acho bom, num chega a ser ótimo não, né?” (I.F.B.) e “Só tem coisa boa, mas...” (M.L.), silenciando as críticas e deixando-as de lado diante da relação de entrevista proposta.

É possível encontrar também no percurso das narrativas, construtos explicativos sobre a prática da tomada de empréstimo, das relações de co-dependência entre os parceiros de grupo solidário, da essencialidade ou não deste programa na sobrevivência dos tomadores. De um lado, vemos que apesar de importante, em ambos os casos, a manutenção da tomada de empréstimos pelos clientes, a reação destes é dessemelhante: enquanto um nos fala que não pode continuar seu negócio com tranquilidade sem tal empréstimo; o outro, apresenta que não há uma observação mais profunda ao cliente por parte do banco e que terminando a oferta deste crédito, não faria tanta falta para ele.

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

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

Podemos observar este fato nos relatos, quando nos é narrado as estruturas de ação do programa, ou seja, a sua operacionalização, por exemplo:

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

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

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

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

A importância dele é que é um dinheiro vivo, né?, que você pega na hora, porque esse dinheiro que entra no comércio, você num pega todo numa vez... por exemplo, um mês aqui da loja... dê uns quinze a vinte (mil), mas é todo comprometido, é cheque, é cartão, é isso é aquilo, né? a gente compra de... cada lugar que a gente compra, vem uma conta, né? e esse não ele vem pra você já com um destino, né? é diferente, se eu for fazer pra construir ele num vai ser tirado daqui de

dento, então, ele vem, assim, de uma maneira que num dá... um exemplo, “eu tirei das conta”, entendeu? (I.F.B.)

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

Avaliação do Crediamigo, nas narrativas

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

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

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

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

já produzidas anteriormente, mas orientador de uma sobrevivência vinculada. I.F.B. nos comenta da seguinte forma:

O Crediamigo dá oportunidade pro pequeno crescer, na hora que ele empresta pro pequeno crescer, ele tem, vê que quando o pequeno cresceu um poquim a mais, que aquela pessoa... eu acho assim... que era pra ter mais um poco de oportunidade... porque eles continua poco, continua poquim, minguadaim, entendeu? Aquela coisa minguada, por exemplo, o empréstimo é uma ajudazinha... pra ajudar uns diazinha. Num olha pra gente... “ah, ele cresceu” e dar maior oportunidade. E olhe que eu tô com essa loja aqui, desde o finalzim de 2008, então eu esperava que o banco fosse... entendeu? A gente espera, mas é uma coisa boa, de mal num tem nada pra falar. (I.F.B.)

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

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

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

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

Facilitou mais a vida, né?, porque é, assim, muito trabalho e pouco lucro, né? agora tá mais compatível assim, o trabalho e o lucro. Que

antes eu trabalhava mais; é como eu ti falei eu costurava, né? ai pra mim vender uma peça tinha que confeccionar e agora não, eu só vendo, já pego pronto.

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

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

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

Muda completamente, eu já tenho visto gente que trabalha no Crediamigo e a vida mudou, outros não, né? [...] Eu acho que é porque as pessoas fica achando que tem dinheiro e começam a gastar com coisas que não é pra gastar, né? Aquilo ali é um investimento e as pessoas acham que não, que é lucro. Ai pronto, né? (M. L.)

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

Considerações finais

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

Desta maneira, os clientes relataram sobre como eles entraram para o Crediamigo, sobre as mudanças que ocorreram em suas vidas após a inserção neste, assim como sobre o que eles veem de positivo e negativo no Programa,

ou seja, os clientes expressaram o que eles acreditam que o Crediamigo lhes oferece, não somente para o seu trabalho, mas como para os clientes em geral, e em o que esse poderia melhorar.

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

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

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

Diante disso, é possível ver essencialmente que o programa se encaminha em um percurso que engloba trajetórias variadas. Sendo revelador, neste diálogo, de um caminho reflexivo sobre os resultados do programa e seus paradoxos. Isso porque o Crediamigo é gerido sob a vinculação a ideia de inclusão social por meio do aumento de renda, dado o investimento feito pelos tomadores de empréstimos em seus negócios; mas este pressuposto é desconstruído por sua perspectiva próxima da lógica de mercado e sob as orientações da ordem bancária.

Por fim, acreditamos que, com isso, realizamos, por meio das interpretações das narrativas biográficas dos sujeitos, uma avaliação do Programa Crediamigo, no sentido de que fala Rodrigues, uma avaliação em profundidade, em que as interpretações dos sujeitos, nas narrativas, foram

postas para compreender este programa no contexto da implementação e dos impactos das políticas públicas de geração de emprego e renda.

Referências

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

RODRIGUES, Lea Carvalho. Proposta para uma avaliação em profundidade de políticas públicas. **AVAL – Revista Avaliação de Políticas Públicas**, Fortaleza, v.1, n.1 jan.- junho/2008.

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

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

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

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

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