

**18º Congresso Brasileiro de Sociologia
26 a 29 de Julho de 2017, Brasília (DF)**

**Grupo de Trabalho 07: Fronteiras e Deslocamentos: o fazer sociológico
nos espaços fronteiriços**

**Título do Trabalho: Entre tributação e consumo: os agentes da fiscalidade
na fronteira Brasil-Uruguai.**

Autora: Elaine da Silveira Leite¹

¹ É doutora em Sociologia pela Universidade Federal de São Carlos e Professora de Sociologia da Universidade Federal de Pelotas (UFPel) e do Programa de Pós-graduação em Sociologia (UFPel), coordenadora do GENS (Grupo de Estudos em Novas Sociologias - Econômica, Finanças e Família). E-mail: elaineleite10@gmail.com.

1. Introdução²

O objetivo da presente comunicação é refletir sobre a relação entre as normas de regulação do consumo e da tributação nas cidades de fronteira Brasil-Uruguai, em especial, Jaguarão/Rio Branco e Santa do Livramento/Rivera, derivadas das recentes políticas de cooperação e integração das zonas fronteiriças implementadas pelo governo federal brasileiro que visam o desenvolvimento regional, estimulando o turismo de compras na região. Assim, tais políticas de desenvolvimento regional buscam contribuir para a reconfiguração do que entendemos por “fronteira”, em especial, no sul do Brasil, assumindo novos sentidos e percepções em relação aos aspectos sociais, políticos, culturais e simbólicos.

O fluxo do turismo de compras de brasileiros, no caso, de gaúchos para o Uruguai é constante e envolve, em especial, agências que organizam excursões e agentes que fazem lotações para compras de produtos de uso pessoal ou de revenda nos chamados “free shops” localizados nas zonas de fronteira Brasil/Uruguai³. Assim, ao buscar apreender as estratégias pedagógicas de tributação, e de certa forma, do consumo desenvolvidas pela Receita Federal, observamos o contato com as agentes de turismo que, por sua vez, passam a difundir uma série de recomendações aos seus passageiros corroborando para a formação de dispositivos de controle fiscais via redes de relações pessoais.

As histórias das agentes de turismo, portanto, passam a constituir importante fonte para a compreensão da relação entre fronteiras e fiscalidades. De certa forma, trata-se de uma análise da vivência cotidiana da regulação fiscal a respeito das normas do comércio e da prática intensiva do consumo de produtos globais e do fluxo de pessoas e mercadorias na fronteira entre o Brasil

² As reflexões apresentadas para esta comunicação fazem parte de um projeto de pesquisa interinstitucional sobre as dinâmicas da fronteira, que perpassam pelo consumo, fiscalidades, turismo e política cultural na fronteira Brasil/Uruguai. O projeto de pesquisa é intitulado – “Dinâmicas da fronteira: consumo, fiscalidades, turismo e política cultural na fronteira Brasil/Uruguai”. Os integrantes são Lucia Muller (PUC/RS) - Coordenadora / Felipe José Comunello (UFRGS) - Integrante / Vera Maria Guimarães (UNIPAMPA) – Integrante / Elaine da Silveira Leite (UFPEL) – Integrante. Uma versão deste artigo já foi apresentada no X Workshop Empresa, Empresários e Sociedade no Eixo Temático: Universo empresarial: valores, identidades e ação econômica, que ocorreu em Porto Alegre, 2016.

³ Vale destacar que desde 2006, nas referidas cidades abriram-se campus da Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA), acompanhando o fluxo de pessoas neste espaço, e resultado da intensificação das políticas federais de âmbito de desenvolvimento e integração das regiões de fronteira.

e o Uruguai; intensificando assim o papel do Estado brasileiro na delimitação (física e simbólica) das fronteiras, bem como o fortalecimento da fiscalização e da tributação de tal comércio.

O consumo de produtos no exterior, portanto, é regulamentado por leis e decretos e a Secretaria da Receita Federal, subordinada ao Ministério da Fazenda, é o órgão responsável pelo controle e fiscalização do comércio exterior dos brasileiros. A fronteira, portanto, via o comércio internacional, passa a ser marcada pela questão da política fiscal e da presença da Receita Federal. É neste ponto, que veremos neste artigo, que a Receita Federal atua como pedagoga do consumo e da fiscalidade, ao distribuir cartilhas que visam informar ao público, em especial, os procedimentos aduaneiros referentes as cotas e ao pagamento de tributação das compras realizadas no exterior.

Diante disso, ao referir a importância do papel do Estado nesta trama, partiremos dos aportes de uma sociologia fiscal para buscar apresentar os aspectos simbólicos que permeiam as temáticas – fronteiras e impostos, perpassando, em seguida, pela relação entre a atuação da Receita Federal e o papel das agentes de turismo. Assim, ao buscar entender as estratégias pedagógicas de tributação desenvolvidas pela Receita Federal, notamos o contato direto com as agentes de turismo que, por sua vez, passam a difundir uma série de recomendações aos seus passageiros e assumem a função de “empreendedoras morais da fiscalidade”, corroborando para a formação de dispositivos de controle fiscais via redes de relações pessoais (LEITE, 2016).

Este artigo, portanto, está dividido em duas partes principais. A primeira apresenta um recorte teórico da sociologia fiscal e as relações de fronteira e, a segunda parte adentra no universo empírico das agentes de turismo e as moralidades que permeiam as negociações nas fronteiras. Desta forma, buscaremos elucidar a reconfiguração (simbólica) da fronteira entre Brasil e Uruguai através da experiência prática da regulação fiscal nas fronteiras, ilustrando via aportes teóricos e empíricos uma reflexão sobre as políticas de fronteira e a vivência cotidiana neste espaço fronteiro, constituído por distintos arranjos e redes sociais, configurando, assim, uma cultura fiscal.

2. As regiões de fronteiras e a sociologia fiscal

As regiões de fronteiras terrestres internacionais são diretamente associadas a ideia de regiões distantes, de separação geográfica e práticas contrabandistas. Isto posto, são representadas, muitas vezes, como locais de culturas, línguas e tradições distintas, costuradas pelo contrabando de mercadorias. Entretanto, vários estudos já mostraram que regiões de fronteiras constituem espaços de integração híbridos, onde as diferenças se entrelaçam e constituem particularidades específicas (RABOSSI, 2004; DORFMAN, 2009). Desse modo, as cidades de fronteira na região sul do Rio Grande do Sul são conhecidas por sua história militar, pelas lutas de conquista e defesa do território, bem como pela variação cambial que afeta, no caso, o comércio, o turismo, o mercado de trabalho e as relações diplomáticas.

Cabe destacar que a instalação das lojas francas nestes espaços alterou a expansão do já existente comércio de produtos nas regiões de fronteira. De acordo com um informante⁴, o qual relatou (nostalgicamente) que antes da instalação dos free shops, era comum sua família pelotense ir recorrentemente à Rio Branco (Uruguai) para comprar produtos uruguaios como couro, lã e doce leite, e que, atualmente, as ruas que comportavam tal comércio foram dominadas pelas lojas francas. Isto é, com a instalação das lojas francas, segundo tal informante, esses produtos praticamente sumiram dessas localizações, cedendo lugar, ao que denominamos, de produtos globais. Nesta trama social, essas cidades tornaram-se destino de compras decorrente da liberação do comércio e da instalação das lojas francas.

No Sul do país, o início da abertura dessas lojas se deu em cidades de fronteira do lado uruguaio, que passou a vigorar legalmente em 1986, mas foi a partir de 2010, que o governo uruguaio liberou e passou-se a instalação dos chamados free shop nessas e em outras localidades. De acordo com Pucci (2013), nessa época, a abertura dos free shops foi uma ação estratégica do governo do Uruguai à concorrência do comércio brasileiro, em que a variação cambial levava os uruguaios a comprar no Brasil, afetando a dinâmica econômica das cidades de fronteiras uruguaias (PUCCI, 2013, p. 89).

⁴ Pesquisa de campo realizada em de outubro de 2015, na qual acompanhei uma lotação de ônibus para compras nas zonas de fronteira saindo da cidade de Pelotas com direção a Rio Branco (Uruguai), cidade fronteira com Jaguarão (RS).

Com a instalação dos free shops no lado uruguaio e com a discussão da abertura no lado brasileiro (que teve repercussão mais intensa no segundo mandato do governo de Luís Inácio Lula da Silva, 2007-2011), a percepção sobre a fronteira estende-se para a questão do fluxo de consumo de produtos globais frente ao comércio de produtos brasileiros e uruguaios que já demarcavam o cotidiano desses locais.

O consumo de produtos no exterior, como já mencionado anteriormente, é regulamentado por leis e decretos e a Secretaria da Receita Federal é o órgão responsável pelo controle e fiscalização do comércio exterior dos brasileiros. Nessa trama, passamos a presenciar a atuação e a intensificação da Receita Federal nesses espaços não só no controle da fiscalização, mas também no sentido formativo de fornecer e divulgar as informações sobre o que é permitido ou não comprar, a taxa de isenção e como pagar em caso de ultrapassar o limite.

É nesse interim, que deparamos com a questão da tributação e recorreremos a sociologia fiscal, que passa a nos auxiliar a pensar essas tramas sociais nas zonas de fronteiras, que envolvem relações entre Estado (e a complexidades de atores), economia, tributação e sociedade.

Refletindo sobre tal cenário, os escritos de Max Weber (1991), se fazem atuais e podem nos fornecer ferramentas heurísticas para a compressão da formação histórica e do significado cultural das atividades econômicas, o qual também nos leva a discorrer sobre a presença e os desdobramentos das ações do Estado nas regiões fronteiriças. Para isso, partindo da relação entre os diferentes tipos de capitalismo (tradicional, político e racional-moderno) e a dimensão política de sua obra.

De acordo com Swedberg (2005), Weber sinaliza os pressupostos de uma sociologia fiscal. Isto é, a relação entre as formas de dominação (legal, carismática, tradicional) e as formas de financiar a dominação (tributação racional-moderna; despojos de guerra, donativos; e recursos próprios) exercem diretamente um efeito sobre a economia (SWEDBERG, 2005). Assim, de acordo com Swedberg (2005), para Weber a tributação racional-moderna é indispensável para o desenvolvimento do tipo de capitalismo racional-moderno, no qual o financiamento advém da tributação legal e, ao mesmo tempo, é hostil ao desenvolvimento de um capitalismo político, cujo financiamento incide, em

especial, de despojos de guerra e donativos (SWEDBERG, 2005), para a garantia de privilégios seja político e/ou econômico.

A atualidade de Weber, no que tange, refletir sobre possíveis pressupostos de uma sociologia fiscal desponta da relação entre a dimensão política e o Estado, isto é, das temáticas sobre poder e dominação na constituição de diferentes tipos de capitalismo. Isto posto, explorar questões que envolvem a política, a economia e o Estado, nos remetem diretamente a questão do imposto, que para Weber (1991 *apud* SWEDBERG, 2005) é a conexão mais direta que há entre a economia e as organizações políticas dirigentes.

É desta conjectura que a sociologia fiscal atual passa a debater o conceito de cultura fiscal definida pelo conjunto de idéias, valores e atitudes que orientam o comportamento das partes envolvidas na formação da realidade fiscal de um país (SOARES; MARQUES, 2013).

Isto posto, observamos a dimensão socializadora do imposto, isto é, das formas de tributação e da regulação fiscal, que passam a configurar o cotidiano das zonas fronteiriças, seja pela abertura das lojas francas do lado Uruguaio, seja pelo Programa de Promoção do Desenvolvimento da Faixa de Fronteira (PDFF), criado em agosto de 2008, que além da questão do desenvolvimento econômico atenta-se para mudança de mentalidade da concepção “habitual” que temos da fronteira, conforme o excerto abaixo:

O novo PDFF depara-se com desafios estratégicos visando à mudança de mentalidade no tocante às fronteiras, que não pode mais ser entendida exclusivamente como uma agenda negativa, uma região concentradora e propícia à prática de delitos diversos, marcadamente o narcotráfico, a prostituição, a violência e abusos diversos aos direitos humanos, e sim como uma região com a singularidade de catalisar processos de desenvolvimento sub-regional e de integração regional. Além disso, faixas contíguas dos países apresentam vantagens comparativas para provocar o fortalecimento regional com base em características políticas e propósitos comuns. Vale enfatizar que o Brasil faz fronteira com quase todos os países da América do Sul (dez deles), o que reforça o caráter estratégico desta região para a competitividade do país e para a integração do continente⁵.

⁵ Cartilha do Programa de Desenvolvimento da Faixa de Fronteira (PDFF), disponível em: <http://www.mi.gov.br/cartilha-pdff>. Acesso em: 14 de outubro de 2016.

Assim, nos aproximamos de duas questões – fronteira e imposto (tributação) que são permeadas por aspectos nebulosos que; por um lado, temos a fronteira, no senso comum, associada diretamente à ideia de contrabando e pirataria; e por outro lado, o imposto visto (simbolicamente) como uma “extorsão”, que alimenta a ideia de que pagamos e não notamos os benefícios como contribuintes (cf. BOURDIEU, 1996); assim, nas palavras de Bourdieu (1996) ao retomar Norbert Elias sobre a formação dos Estados nacionais, ressalta que: “(...) a questão da legitimidade do imposto não pode deixar de ser colocada (Norbert Elias tem razão ao observar que, no início, a cobrança de impostos apresenta-se como uma espécie de extorsão). Só, progressivamente se passa a ver no imposto um tributo necessário às necessidades de um destinatário que transcende a pessoa do rei, isto é, esse “corpo fictício” que é o Estado” (BOURDIEU, 1996, p. 102).

Neste sentido, de acordo com Balthazar e Alves (2004), historicamente “o Estado usou sempre da força para obrigar o pagamento, impondo-se numa relação de senhor e vassalo, estrutura arcaica que só recentemente foi substituída por um sistema jurídico fundado em princípios, regras, institutos e características sobrepondo-se ao contribuinte o próprio Fisco” (BALTHAZAR; ALVES, 2004, p. 169); isto é, tal percepção do imposto como “extorsão” é resultado das práticas históricas de como foi instituído as exigências tributárias no país, bem como da percepção de que não há transparência e neutralidade no que tange na relação do retorno entre fisco e contribuinte (BALTHAZAR; ALVES, 2004). Isso fortalece a noção da concepção de cidadania, respaldada pela cultura fiscal brasileira que caracteriza-se como “acentuadamente uma das mais fortes no sentido de uma irresignação ao pagamento do tributo” (BALTHAZAR; ALVES, 2004, p. 170).

Historicamente, o primeiro imposto a ser cobrado no Brasil-colônia foi o quinto do pau-brasil, pago com o próprio produto (BALTHAZAR; ALVES, 2004); neste momento, já temos indícios das práticas de contrabando: “Com isso, o contrabando não demorou a aparecer tanto por parte dos portugueses, para não pagar o tributo, quanto por estrangeiros, sobretudo, os franceses. Nota-se que já neste momento se procuravam meios para burlar o pagamento do imposto” (BALTHAZAR; ALVES, 2004, p.176).

Entretanto o auge da relação entre a exploração colonial e a questão fiscal no país advém da época da mineração (BALTHAZAR; ALVES, 2004); no qual passou-se a cobrar o quinto sobre a extração do ouro (e demais minérios), de acordo com (BALTHAZAR; ALVES, 2004);

As justificativas e os fundamentos para a cobrança dos tributos, sobretudo o quinto, eram a religiosidade, a alegação de que as terras pertenciam ao rei e que a arrecadação destinava-se a cobrir gastos com os príncipes e a aumentar a fé. A partir de meados do século XVIII, a política tributária tornou-se cada vez mais opressiva e violenta, tendo como pontos nevrálgicos o quinto, as casas de fundição e a derrama. Esta permitia inclusive o confisco de bens dos inadimplentes. À Portugal não interessava a capacidade contributiva dos colonos, sendo esta uma questão que não se colocava. O mesmo tributo incidia sobre o pequeno trabalhador (artesões) e sobre os grandes exploradores de metais preciosos e latifundiários. À Coroa importava apenas, de todas as formas, amenizar seu déficit da balança comercial com a Inglaterra” (BALTHAZAR; ALVES, 2004, p. 177).

Das justificativas religiosas e da resistência da população à percepção de que tal cobrança era abusiva, desperta-se a ira na população, originando assim a expressão popular “quinto dos infernos”, referente a cobrança de tal tributo.

Esta tal percepção dos brasileiros relativo aos impostos é reforçada subjetivamente pela figura do “Leão”, fruto de uma campanha publicitária da Receita Federal da década de 1970, que buscava relacionar o imposto à imagem do leão, visando mostrar que o leão é “um animal justo; leal; forte, embora não ataque sem avisar; manso, mas não bobo. Esta era justamente a ideia que se queria passar: o governo não seria condescendente com a sonegação”⁶.

Os símbolos e significados do “imposto” presentes no imaginário social no país são relacionados ao inferno e ao medo (medo do leão, isto é, medo do ataque do Estado), assim, interferindo na percepção da relação Estado-contribuinte, bem como alimentam e configuram a nossa cultura fiscal, composta por regras e práticas fiscais marcadas pelo contexto histórico, geográfico e político (SOARES; MARQUES, 2013).

⁶ DANTAS, Tiago. “O Leão e o Imposto de Renda”. Brasil Escola. Disponível em <<http://brasilescola.uol.com.br/curiosidades/leao-imposto-renda.htm>>. Acesso em 12 de junho de 2017.

Como enfatiza Bourdieu (1996), o Estado pode exercer uma violência simbólica “resultado de um processo que a institui, ao mesmo tempo, nas estruturas sociais e nas estruturas mentais adaptadas a essas estruturas, a instituição instituída faz com que se esqueça que resulta de uma longa série de atos de instituição e apresenta-se com toda a aparência do natural” (BOURDIEU, 1996, pg. 98). Além da atuação do Estado uruguaio na formação deste mercado de free shops, nota-se a intensificação do Estado brasileiro fixando os pontos de fronteiras, bem como o fortalecimento da fiscalização e da tributação de tal comércio.

Cabe mencionar, neste ponto, Bourdieu (2003), para refletimos sobre como o “mercado” (abertura dos free shop) é uma construção social, na qual os Estados Uruguaio e Brasileiro são protagonistas na sua formação e na regulamentação deste comércio. A instalação deste mercado implicou, assim, no crescimento da demanda por serviços de transporte, de hospedagem, de alimentação, etc., inclusive em localidades que não faziam parte das rotas tradicionais de passagem entre os dois países.

No entanto, se por um lado, os programas, decretos e leis podem exercer uma violência simbólica nas práticas econômicas locais; por outro, os agentes criam múltiplas arranjos e redes de relações. Deste modo, o próximo item apresentará as histórias das agentes de turismo, que constituem importante fonte para a compreensão da relação entre fronteiras e fiscalidades, envolto por dimensões morais, buscando esboçar uma análise a respeito das normas regulatórias para o consumo e o comércio destinados à zona fronteiriça e às estratégias empregadas pelos diversos atores em questão.

3. Entre fronteiras e fiscalidades: as moralidades envolvidas

Nesta trama social, as cidades de fronteira Brasil/Uruguaio tornaram-se destino de compras decorrente da liberação do comércio e instalação de lojas francas. Com a instalação das lojas francas no lado uruguaio e com a discussão da abertura no lado brasileiro, o fluxo do turismo de compras de brasileiros passa a ser constante, e tal curso também tem como base a variação cambial, e envolve agências que organizam excursões e/ou agentes que fazem lotações com o intuito de compras nos “free shops” em busca de produtos importados

para uso pessoal ou revenda⁷. Isto posto, é frequente nos jornais das cidades do estado do Rio Grande do Sul, informes sobre tais destinos e viagens. Atualmente, essa divulgação espalhou-se para as redes sociais, nas quais empresas e agentes divulgam seus destinos em seus perfis⁸.

Com o intuito de regulamentar esse turismo de compras, a Receita Federal do Brasil publica e distribui “cartilhas”, “guia para viajantes” e disponibiliza no sítio da Internet dicas e orientações específicas para compras nos free shops dirigida aos viajantes/turistas residentes ou não-residentes no Brasil, com vistas “a cumprirem espontaneamente as exigências relativas aos procedimentos de controle aduaneiro e ao tratamento tributário aplicáveis pela Secretaria da Receita Federal do Brasil, na saída do Brasil e na chegada ao país, com relação à bagagem e a porte de valores”⁹. Nesta cartilha, é possível encontrar informações sobre valores de compras no exterior, o que é permitido comprar e importar, bem como os procedimentos aduaneiro referentes à bagagem e ao pagamento tributário aplicável à bagagem e as compras realizadas no exterior.

Se por um lado, o Estado (BOURDIEU, 2003) atua no sentido de definição de regras e valores ao intensificar a fiscalização das compras na fronteira; por outro, notamos que os turistas viajantes passam a criar uma espécie de resistência, em especial, nos momentos de variação cambial, levando-os, muitas vezes, a criarem estratégias de compras que distribui o valor da cota para outros consumidores, bem como desenvolvem redes de relações sociais que perfazem as tramas na fronteira.

Essas práticas criam circuitos de relações sociais (ZELIZER, 2005), no qual, muitas vezes pessoas até então desconhecidas e/ou as agentes de turismo emprestam seu nome para expandir o limite de compra daqueles que pretendem ultrapassar a cota de isenção¹⁰. Entretanto, essa questão não será explorada

⁷ Vale enfatizar, que os uruguaios não podem realizar compras nos free-shops instalados nas cidades uruguaias – o consumo é destinado aos estrangeiros.

⁸ Em Pelotas, por exemplo, todos os domingos, no jornal Diário Popular temos uma seção em Classificados – com o título “Excursões”.

⁹ Guia Para Viajantes. Controle aduaneiro e tratamento tributário na importação e exportação de bagagens e porte de valores. Agosto, 2013. Disponível em: www.receita.fazenda.gov.br/Aduana/viajantes/viajantes.htm. Acesso: 12/04/2015.

¹⁰ Vale enfatizar, que de acordo com a pesquisa exploratória realizada em outubro de 2015, o local de estacionamento dos ônibus fica próximo ao posto da Receita Federal e, verificamos que existe uma relação de diálogo entre os fiscais e os agentes que promovem tais excursões.

nesse trabalho, mas as primeiras evidências da pesquisa nos levam a observar a criação de tais circuitos.

De todo modo, o depoimento abaixo da Dona Maria Célia¹¹, agente que organiza excursões para compras de Pelotas a Rio Branco e Rivera, ilustra como a Receita Federal vem buscando estabelecer uma relação de proximidade e diálogo com tais agentes, assim, tal aproximação resulta na busca de acordos entre as pessoas que viajam com o objetivo de comprar nas lojas francas.

Pra mim, eles (Receita Federal) são muito legal, porque, eles vem, eles dizem pra gente orientar, que é trezentos dólar a cota. Não pode ter 3 itens assim, como a jarra elétrica tem que ser só três, tem outras coisas como o uísque é 12 litros por pessoa. Então, eles sempre estão ali para orientar. É que a turma toda já sabe, então, não pode passar dos trezentos dólares e não pode repetir coisas assim como o eletrônico, mais de três itens iguais. Eles sempre dizem, eles chegam e dizem isso. (...) Já pararam muitas vezes (...) e passou da cota perde toda a mercadoria, mas a gente sempre orienta. Quando eu vejo assim que uma pessoa trouxe alguma coisa que passou. Ai, eu peço pra ir lá, declarar lá na ponte que sai bem baratinho. Antes, há alguns anos atrás tinha que ir no banco pagar, então, tinha que ir lá, as pessoas não sabiam como fazer no caixa, no banco do Brasil, paga lá, que é domingo, não sabia, tinha que fazer no eletrônico. Agora não, eles já têm a máquina do cartão, então, é fácil. Eu mesmo já tenho meu cartão de débito, meu, que aí, se a pessoa diz, mas eu não tenho cartão. Eu me disponho de ir ali, às vezes, sai catorze reais, quinze, doze. A pessoa paga pra mim e eu passo meu cartão pra facilitar. (...). Eles (Receita Federal) são muito legal, eles orientaram que as pessoas pagam. Olha vai pagar bem pouquinho, porque só paga o que passou dos trezentos dólares, da diferença, e se a pessoa passou um pouquinho só, paga aí uma mixaria de dinheiro, bem tranquilo. E, se não pagou e pegarem, perde tudo¹².

Assim, é facultado ao viajante procedente do exterior, por via terrestre, fluvial ou lacustre, trazer em sua bagagem acompanhada, com isenção dos tributos, os seguintes bens: “a) livros, folhetos, periódicos; b) bens de uso ou consumo pessoal; c) outros bens, observado o limite de valor global de

¹¹ Cabe relatar que os dados apresentados neste trabalho resultam do levantamento sobre a legislação aduaneira, das instituições de promoção do desenvolvimento das zonas fronteiriças, em especial, do Rio Grande do Sul; bem como de pesquisas de campo realizadas em outubro de 2015 e junho de 2016, e a realização de entrevistas com viajantes e agentes de turismo. Assim, os depoimentos apresentados, neste artigo, referente a Dona Maria Célia e Dona Lela, foram coletados no acompanhamento das excursões para tais destinos nas referidas datas.

¹² Pesquisa exploratória realizada em outubro de 2015, em que acompanhei uma lotação saindo de Pelotas com direção a Rio Grande (Uruguai). Entrevista realizada com Dona Maria Célia.

US\$300,00 (trezentos dólares dos Estados Unidos da América) ou o equivalente em outra moeda”¹³. Tais cartilhas sobre o que pode ser consumido no exterior, em especial, nas lojas francas do Uruguai são distribuídas pela Receita Federal¹⁴. Nestes folhetos, além dos itens que podem ser comprados com isenção de impostos elencados acima, também, está disposto o limite de valor de trezentos dólares por pessoa devidamente identificada com o número do registro geral (RG), bem como os limites das quantidades de produtos que podem ser comprados, por exemplo, total de 12 litros de bebidas alcoólicas, 10 maços de cigarros, até 3 unidades idênticas para bens cujo valor unitário é superior a cinco dólares, entre outros. Deste modo, é a partir da regulamentação desse comércio pelo Estado que certas práticas passam a ser consideradas ilegais, tais como a sonegação fiscal e o contrabando, induzindo o aumento da fiscalização nessas regiões de fronteiras.

Assim, ao buscar entender as estratégias pedagógicas de tributação desenvolvidas pela Receita Federal, notamos o contato direto com as agentes de turismo que, por sua vez, passam a difundir uma série de recomendações aos seus passageiros e assumem a função de empreendedoras morais da fiscalidade, corroborando para a formação de dispositivos de controle fiscais via redes de relações pessoais.

No acompanhamento de uma excursão de turismo de compras no trajeto Pelotas-Rivera, no primeiro semestre de 2016, organizada por Dona Lela, que já está nesse ramo há mais de trinta anos e demonstra conhecer bem as regras de tributação e fiscalização. Logo na saída do ônibus com destino ao free shop, ela reforça as regras de compras e aponta para um folheto localizado na entrada do ônibus, o qual informa sobre os limites de compras e adverte – “se alguém ultrapassar a cota, eu vou denunciar”¹⁵.

Em conversa com a Dona Lela, ela fala sobre a sua reputação com a Receita Federal e enfatiza que eles já a conhecem e sabem do trabalho sério que ela realiza. Entretanto, é interessante notar que ao sair de Rivera e retornar para Pelotas, Dona Lela, atenciosamente, organiza os procedimentos, conforme

¹³ Folheto informativo distribuído pela Receita Federal em Jaguarão (RS).

¹⁴ *Idem*.

¹⁵ Pesquisa exploratória realizada em junho de 2016, em que acompanhei uma lotação saindo de Pelotas com direção a Rivera (Uruguai). Entrevista realizada com Dona Lela.

orientação da Receita Federal, o qual toda a mercadoria deve ir no bagageiro do ônibus com os nomes dos compradores e, ao adentrar no veículo para a conferência dos passageiros e iniciar a viagem de retorno, ela adverte:

Se eles pararem, eu desço e vocês ficam aqui sentados, se chamarem, aí, vocês vem com a carteira de identidade, e eu preciso de vocês, tá? Mas por nosso Senhor Jesus, ele sabe que todos somos trabalhadores e não é hoje, que ele vai **atacar** [grifo nosso] a gente, e nós vamos embora. E, a Nossa Senhora, ela já está lá na frente dançando sozinha e ela vai seguir e nós vamos seguir a ela, porque ela é a mãe do nosso Senhor, e a nossa mais preferida é ela (...). Tem gente que não acredita, mas não tem nada a ver, quem não quer acreditar não precisa, porque mal também não faz. Então, uma boa volta para vocês. Vamos rezar que vai dar tudo certo¹⁶.

Vale destacar a trajetória de Dona Lela, que está trinta e cinco anos neste ramo. No início, Dona Lela foi assistente de outra pessoa, e depois passou a organizar essas excursões sozinha. Segundo ela, fez viagens para o Paraguai (Foz do Iguaçu) por vinte anos; depois, redirecionou sua rota para Santa Catarina e Caxias também para levar passageiros para compras, em especial, de roupas. E, há mais ou menos nove anos atrás é que começou a fazer excursões para a fronteira com o Uruguai nas cidades de Rivera (fronteira Santa Livramento) e Rio Branco (fronteira Jaguarão), após a abertura das lojas francas.

Dona Lela, hoje tem 74 anos, vem do campo, não possui primeiro grau completo, após o casamento aos vinte e dois anos de idade, é que saiu da zona rural e foi morar na cidade de Pelotas (RS), e começou a trabalhar nessa área do turismo. Relata que parou de fazer excursões para o Paraguai, por volta de quinze anos atrás, de certa forma, por causa da intensificação da fiscalização; assim, Dona Lela destacou que “não vale a pena”, pois os compradores estavam perdendo as mercadorias, isto é – “eles [Receita Federal] estavam tirando muito, né, as pessoas estavam perdendo muito, aquilo me dava uma tristeza. O pessoal, perdendo muito, eles [Receita Federal] estavam queimando tudo”¹⁷. Nesse momento, interpelei-a, e, ela acrescentou que estavam perdendo e queimando – “cigarro, eles tiraram (...) e a polícia queimou tudo, então, eu deixei,

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ *Ibid.*

já faz quinze anos que não vou para lá, mas tenho vontade de ir (...)”¹⁸. Em vários momentos de nossa conversa, Dona Lela reforçou que as excursões para o Paraguai “não valem mais a pena”. Aqui, não podemos concluir, mas essa atitude pode ser indício das operações de intensificação fiscal na fronteira, e que parecem ser mais intensas na fronteira com o Paraguai.

O público de Dona Lela é fiel, já que viaja com ela toda semana e por muito tempo. Ela também nos informou que a maioria das pessoas vai para a fronteira para comprar produtos para revenda. Durante nossa conversa, ela apontava para algumas pessoas no ônibus e relatava por quanto tempo e qual a frequência que cada uma delas “estava com ela”. Assim, foi possível notar que algumas pessoas viajavam a vinte anos, outros a dozes anos e com frequência de duas a três vezes na semana intercalando entre as cidades de Rivera e Rio Branco.

Vale salientar que em vários momentos, a variação cambial foi pauta de nossas conversas, afetando o volume de passageiros e a frequência das excursões. De acordo com as informantes, quando o dólar estava mais baixo era possível ir mais vezes por semana para comprar na fronteira. Assim, destaco dois momentos representativos no que tange a essa questão, da fala de Dona Lela – “(a alta do dólar) afeta muito, muito, eu saia com dois ônibus toda semana, numa viagem só, toda semana”; e continua, “Agora, o dólar tem que baixar mais (...) quando o dólar estava baixo não tinha lugar no estacionamento; as ruas, tudo lotado, ali tinha quinhentos ônibus, agora, nem dez tem”¹⁹.

Dona Maria Célia e Dona Lela relataram que, a Receita Federal procura as agentes de turismo e os motoristas para orientar sobre os valores, o que é permitido comprar; etc. Nesse sentido, Dona Lela reforçou que as agentes de turismo devem seguir os procedimentos da Receita Federal, e salientou a importância das agentes no que tange a informar aos passageiros, entretanto, relatou a dificuldade em controlá-los no tocante as cotas de isenção de compras.

(...) se botar uma coisa aqui embaixo, eles vão tirar. Deixa tudo à vista, deixa que tu não precisas ter medo. Eu comprei, paguei. Porque na última viagem do ano passado quando vim, tenho um que vai toda semana pra Rio Branco comigo, e ele compra muito, e aquele dia, ele comprou muito whisky, é uma coisa que não

¹⁸ *Ibid.*

¹⁹ *Ibid.*

pode trazer mais que doze garrafas, a bebida é 12 garrafas, e ele comprou muito e escondeu tudo atrás do banco, e ele quer sempre o último banco. Ai, eles entraram e acharam, ele não aceitava, não me ouve, ai, tiraram as bebidas dele, tiraram os CDs deles, e tiraram os ventiladores dele, deixaram só 2 copinhos de doce de leite. Ninguém mais perdeu (...). Em Rio Branco, eu trabalho pra lá desde 2001, eu só fui parada umas duas, três vezes (...). Uma vez, uma mulher perdeu tudo, porque ela comprou 15 caixas de ventiladores, e não pode tem que ser três, então é muito. Ai, eles tiraram, não deram nem explicação. (...) Conheço todos os fiscais, aquele “folheto”²⁰ ali, aquilo ali é o maior tesouro, ele me deu, se eles comprarem fora daquilo ali, eu não tenho culpa, a empresa não tem culpa, o motorista não tem culpa, quem tem culpa é quem comprou, porque está ali, então, eles não podem me culpar, então, eles perderam, porque é aquilo ali ²¹.

Notamos que o trabalho da Receita Federal junto as agentes de turismo tem um poder moralizador, o qual reforçam a necessidade de eliminação do contrabando e descaminho de mercadorias, entretanto, estas se sentem no dever moral de fazer valer essas regras para alimentar a sua reputação de “boa agente de turismo”, aquela que nunca tem problemas com a Receita Federal e conduz um retorno tranquilo sem o “ataque” da Receita, expressão recorrente entre os agentes e passageiros.

Os meus passageiros nunca trabalham errado, sabe? Então, um cara uma vez, comprou bala, mas eles pegaram ele, antes de entrar no ônibus. Ai, nós achamos falta meio que dele, mas cadê ele? Que sempre almoçava com nós (...) aí, estava um amigo dele junto com nós ali, ele disse: - não, deu zebra, ele está preso”. Preso porque ele trouxe uma coisa, que não podia trazer. Nessas alturas, eu não podia fazer nada. Ai, eu só disse – será que ele tem dinheiro para comer. Eu já me preocupei tudo com aquilo, e não precisava, né. Ele podia ter me prejudicado, mas eu não quero o mal. Eu quero o bem para essa gente toda²².

É possível notar, portanto, os mecanismos de cooperação e integração apresentados ao longo deste trabalho buscam redimensionar o sentido das zonas de fronteiras por meio de novas “convenções sociais” (DOUGLAS, 1998) em desenvolvimento na sociedade; assim, as agentes de turismo ao propagar as regras de compras e tributação são chamadas, de certa forma, para refletirem

²⁰ O folheto apresenta as informações referente o valor da isenção (\$ 300,00 – trezentos dólares) e as quantidades que são possíveis comprar de bebidas e eletrônicos por pessoa.

²¹ *Ibid.*

²² Pesquisa exploratória realizada em junho de 2016, em que acompanhei uma lotação saindo de Pelotas com direção a Rivera. Entrevista realizada com Dona Lela.

sobre sua atitude, o que valida a sua reputação frente aos passageiros e a própria Receita Federal.

A lógica argumentativa empregada tanto pela receita como pelas agentes, de certa forma, impõe sentidos que acabam induzindo as agentes a policiarem suas práticas e, muitas vezes, denunciar em nome da sua reputação perante aos seus passageiros fieis, as demais agentes e a Receita Federal.

Isto fica evidente com a constatação de que a dinâmica da Receita Federal (Estado) vai além da dispersão das regras e normas de consumo e tributação, por meio da criação de redes de socialização, tais ideais são fortemente disseminados e tornam-se uma regra a ser cumprida na prática pelas agentes. Essa dinâmica oculta a relevância do contexto histórico, corroborando a naturalização de práticas antes não registradas na localidade, e simbolicamente abrindo espaços para a legitimação de novas dinâmicas sociais que entram em sintonia com os programas de desenvolvimento regional elaborados pelo governo federal.

Vale enfatizar a dimensão política envolvida na criação desses circuitos de turismo, lazer, cultura e compra, na medida em que, tanto no Uruguai quanto no Brasil, essa dinâmica é fruto de uma proposta governamental que envolve o desenvolvimento e o crescimento econômico regional.

4. Breves considerações

Por um lado, a atuação do Estado (cf. WEBER, 1991; BOURDIEU, 1996) via os referidos programas, leis e decretos, e operações apontam a valorização das regiões de fronteira via as estratégias de estímulo a cooperação e integração dos países do Mercosul. Por outro lado, a dimensão das políticas fiscais e a atuação da Receita Federal nas cidades de fronteira terrestre altera toda a dinâmica econômica e cultural dessas localidades, já que as (novas) normas e regras da Receita Federal vão além de sua base legal de regulamentação do consumo e da tributação, por meio da criação de redes de socialização, as (novas) convenções são fortemente disseminadas corroborando para a naturalização de práticas econômicas, bem como a acentuação da cultura fiscal que reforça o imaginário entre fronteira e imposto como locais do contrabando.

Assim, as primeiras evidências dessa pesquisa nos levam a pensar a relação de intersecção entre fronteiras e fiscalidades; como circuitos (ZELIZER, 2005), resultados de formas específicas, de mediações determinadas pelas interações sociais, e no caso, pela presença do Estado via a Receita Federal. Alterando simbolicamente, portanto, a percepção da legalidade fiscal, isto é, da cultura fiscal, que de acordo com Soares e Marques (2013), é composta por regras e práticas fiscais marcadas pelo contexto histórico, geográfico e político. Assim, essa pesquisa avança com o objetivo de compreender a conformação da relação Estado-contribuinte na vivência prática da regulação fiscal nas fronteiras a partir do crescimento da prática intensiva do consumo de produtos globais e do fluxo de pessoas e mercadorias na fronteira entre o Brasil e o Uruguai.

Referências Bibliográficas

BALTHAZAR, U. C.; ALVES, A. Z. A resistência ao pagamento de Tributos no Brasil. In: BOMBASSARO, Luiz Carlos; JÚNIOR, Arno Dal Ri; PAVIANI, Jayme. **As interfaces do humanismo latino**. Porto Alegre. EDIPUCRS, 2004.

BANDUCCI, A. J. Turismo e fronteira: integração cultural e tensões identitárias na divisa do Brasil com o Paraguai. **PASOS** Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 9, núm. 3, mayo, 2011, pp. 7-18.

BOURDIEU, P. **Razões Práticas: sobre a teoria da ação**. Tradução: Mariza Corrêa. Campinas, SP: Papiurus, 1996.

_____. **Las estructuras sociales de la economía**. Trad. Thomas Kauf. Barcelona: Editorial Anagrama, 2003.

DORFMAN, A. A cultura do contrabando e a fronteira como lugar de memória. **Estudios Historicos** – n.1, maio 2009.

DOUGLAS, M. **Como as instituições pensam**. Trad. Carlos Eugênio Marcondes de Moura. São Paulo: Edusp, 1998.

_____. **Missing persons: a critique of the social science**. Cap. 2 The strong presence of homo economicus. New York: Russell Sage Foundation, 1998.

GARCIA-PARPET, M. F. Mundialização dos mercados e padrões de qualidade: “vinho, o modelo francês em questão”. **Tempo Social**, Revista de Sociologia USP, São Paulo, v. 16, n. 2, 2004.

LEITE, E. S. Entre a economia e a crítica feminista da “racionalidade”: um esboço dos cursos de economia doméstica no Brasil. **Política & Sociedade** (Online), v. 15, p. 254-281, 2016.

PINTO, Andler Kimura; PINTO, Vinicius Lacerda. O consumidor dos Free Shops: Estudo de caso do perfil do consumidor e m Rio Branco / Uruguai. In: **XVI ENG** (Encontro Nacional de Geografia) Realizado de 25 a 31 de julho de 2010. Porto Alegre - RS, 2010. ISBN 978-85-99907-02-3.

PRADO, Henrique Sartori de Almeida. **Lojas francas, a fronteira e as perspectivas para as cidades-gêmeas brasileiras**. In: <http://www.seminarioamericaplatina.com/restrito/trabalho/Henrique-Sartori-de-Almeida-Prado--301014-163>. [PRADO.%20Henrique%20Sartori%20de%20A.%20%20V%20Am%C3%A9rica%20Platina.pdf](http://www.seminarioamericaplatina.com/restrito/trabalho/Henrique-Sartori-de-Almeida-Prado--301014-163), 2014.

PUCCI, Adriano Silva. O Estatuto da Fronteira Brasil-Uruguai. Brasília: **FUNAG**, 2010.

RABOSSI, F. **Nas ruas de Ciudad del Este: vidas e vendas num mercado de fronteira**. Tese (Doutorado em Antropologia Social), Universidade Federal do Rio de Janeiro, Museu Nacional, Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, 2004.

SANTOS, J. A. O imposto e a alergia fiscal: um binômio antigo. In: **Fiscalidade - Outros olhares**. Org. António Carlos dos Santos e Cidália Maria da Mota Lopes. Vida Econômica, 2013.

SILVA, Tiago Venâncio da; PRADO, Henrique Sartori de Almeida. Lojas francas na fronteira: breves apontamentos sobre a Lei nº. 12.723/2012. **Revista Eletrônica Direito e Política**, Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Ciência Jurídica da UNIVALI, Itajaí, v.9, n.1, 1º quadrimestre de 2014. Disponível em: www.univali.br/direitoepolitica-ISSN1980-7791.

SOARES, D; MARQUES, R. Sociologia fiscal: um esquisso histórico. In: **Fiscalidade - Outros olhares**. Org. António Carlos dos Santos e Cidália Maria da Mota Lopes. Vida Econômica, 2013.

STEINER, Philippe. **A sociologia econômica**. São Paulo: Atlas, 2006.

SWEDBERG, R. **Max Weber e a ideia de sociologia econômica**. Co-edição: Editora da UFRJ e Beca Produções Editoriais, Coleção Economia e Sociedade, 2005.

WEBER, Max. **Economia e Sociedade**. Brasília: EdUnB, 1991.

ZELIZER, Viviana. Circuits within capitalism. In: NEE, V.; SWEDBERG, R. (Eds.). **The economic sociology of capitalism**. Princeton: Princeton University Press, 2005, p. 289-321.

_____. Dualidades perigosas. **Mana**, v. 14, n. 1, abr. 2009.