

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JULIO DE MESQUITA FILHO”
FACULDADE DE CIÊNCIAS E LETRAS – CAMPUS DE ARARAQUARA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS**

**INCLUSÃO DAS MULHERES COMO
INVESTIDORAS NA BOLSA DE VALORES DE
SÃO PAULO: limites e ambiguidades dessa
revolução conservadora**

Joyce Anselmo

ARARAQUARA

2013

JOYCE ANSELMO

Inclusão das mulheres como investidoras na Bolsa de Valores de São Paulo: limites e ambiguidades dessa revolução conservadora

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Faculdade de Ciências e Letras – Unesp/Araraquara, como requisito para obtenção do título de Mestre em Sociologia.
Exemplar apresentado para defesa

Linha de pesquisa: Sociedade civil, trabalho e movimentos sociais.

Orientador: Prof.^a Dr.^a Maria Jardim

Bolsa: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior– CAPES.

ARARAQUARA

2013

Anselmo, Joyce

Inclusão das mulheres como investidoras na bolsa de valores de São Paulo: limites e ambiguidades dessa revolução conservadora / Joyce Anselmo – 2013

130 f. ; 30 cm

Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências e Letras, Campus de Araraquara

Orientador: Maria Jardim

1. Educação financeira. 2. Popularização. 3. Mulheres.
I. Título.

JOYCE ANSELMO

Inclusão das mulheres como investidoras na Bolsa de Valores de São Paulo: limites e ambiguidades dessa revolução conservadora

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Faculdade de Ciências e Letras – Unesp/Araraquara, como requisito para obtenção do título de Mestre em Sociologia.
Exemplar apresentado para defesa

Linha de pesquisa: Sociedade civil, trabalho e movimentos sociais.

Orientador: Prof.^a Dr.^a Maria Jardim

Bolsa: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES.

Data da defesa: ___/___/___

MEMBROS COMPONENTES DA BANCA EXAMINADORA:

**Orientador (a): Prof.^a Dr.^a Maria A. Chaves Jardim. Doutora em Ciências Sociais
Universidade Estadual Paulista – UNESP – Campus de Araraquara**

**Membro: Prof.^a Dr.^a Lúcia Helena Alves Müller. Doutora em Antropologia
Universidade Pontifícia Católica do Rio Grande do Sul - PUC**

**Membro: Prof. Dr. Julio Donadone. Doutor em Engenharia de Produção
Universidade Federal de São Carlos – UFSCAR**

Local: Universidade Estadual Paulista
Faculdade de Ciências e Letras
UNESP – Campus de Araraquara

In memoriam de Nelson Anselmo e Maria Terezinha Anselmo, pelo carinho, paciência e dedicação.

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, Cléo Anselmo e Osmar Anselmo pela compreensão e carinho. À minha irmã Josiane Anselmo, por seus conselhos, que mesmo não acadêmicos me motivaram a ter calma e a lutar pelos meus objetivos. Especialmente ao meu companheiro Maximiliano Salve, que dedicou seu amor e sua paciência.

À minha orientadora Maria Jardim, que confiou no trabalho que eu poderia realizar e principalmente, me incentivou diante da virada cognitiva que é fruto da pesquisa aqui apresentada.

Aos colegas do grupo N.E.S.P.O.M (Núcleo de Estudos e Pesquisa sobre Poder, Organizações e Mercado), Antonia Celene Miguel, Thais Joi Martins, Viviane Bassi, Janaína de Oliveira, Natália Casagrande, Márcio Rogério e Wellington Desidério, pelas ideias e discussões construtivas.

Aos professores do Programa de Pós-Graduação em Sociologia e aos pesquisadores que aceitaram compor a banca examinadora, Lúcia Helena Müller, Renata Medeiros Paoliello e Roberto Grün.

À CAPES pelo financiamento da pesquisa.

Ao Programa de Pós Graduação em Sociologia/ Ciências Sociais.

“Durante um tempo excessivamente longo prevaleceu uma ideia estreita da razão humana que só aceita, como operações dignas do nome de pensamento, a indução e a dedução simples.”

Mary Douglas (2004, p.27)

RESUMO

Em um contexto marcado pela dominação cultural das finanças, assiste-se, no cenário brasileiro, a um aumento na ênfase dada à educação financeira; fato que ocorre concomitantemente ao maior acesso ao crédito, ao maior poder aquisitivo da população e, conseqüentemente, ao número cada vez maior de endividados. Diante dessa conjuntura, marcada, sobretudo, pela estabilidade econômica, tanto o setor público quanto o privado, empenham-se na divulgação da cultura do poupar. As instituições visam, no entanto, a criação de uma mudança cultural nos indivíduos, que sairiam da condição de deficitários para a de superavitários, para utilizar o jargão economicista. Esta pesquisa, portanto, tem como intuito compreender o avanço das finanças no Brasil por meio da educação financeira. Foi escolhido como objeto de análise o projeto de popularização da BM&FBovespa, **Mulheres em Ação**, que tem como objetivo não apenas educar financeiramente mas, também, atrair as mulheres ao mercado financeiro, antes associado à visão do masculino. Por ser considerado um fenômeno econômico ressalta-se aqui a necessidade de um estudo sobre o tema que tenha como foco seus aspectos culturais, simbólicos, sociais e políticos, abordagem esta guiada pelos pressupostos da Sociologia Econômica. Portanto, o foco desta pesquisa perpassa na necessidade de compreendermos os mecanismos utilizados para a criação de um espaço social para o público feminino e a maneira como a suposta “revolução simbólica” em curso está pautada em pressupostos conservadores.

Palavras-chave: Educação Financeira; Popularização; Mulheres.

RESUMEN

En un contexto marcado por la dominación de las finanzas, se puede observar, en el escenario brasileño, un momento de énfasis dado a la Educación Financiera; hecho que ocurre concomitantemente al mayor acceso al crédito, al mayor poder adquisitivo de la población y, consecuentemente, al número cada vez mayor de endeudados. Delante de esta coyuntura, marcada sobre todo por la estabilidad económica, tanto el sector público como el privado, han colocado esfuerzos en divulgar la cultura del ahorro. Las instituciones pretenden, sin embargo, generar un cambio cultural de los individuos, que saldrían de la condición de deficitarios para la de superavitarios, para utilizar la jerga economicista. Esta investigación, por lo tanto, tiene como objetivo comprender el avance de las finanzas en Brasil por medio de la Educación Financiera. Fue elegido como objeto de análisis el proyecto de popularización de la BM&FBOVESPA, Mujeres en Acción, que tiene como objetivo no sólo educar financieramente, sino también atraer a las mujeres al mercado financiero, antes asociado a la visión de lo masculino. Por ser considerado un fenómeno económico se resalta aquí la necesidad de un estudio sobre el tema que tenga como foco sus aspectos culturales, simbólicos, sociales y políticos, abordaje éste guiado por los supuestos de la Sociología Económica. Por lo tanto, el foco de esta investigación se encuentra en la necesidad de que comprendamos los mecanismos utilizados para la creación de un espacio social para el público femenino y la manera cómo la supuesta “revolución simbólica” en curso está pautada en presupuestos conservadores.

Palabras-claves: Educación Financiera; Popularización; Mujeres.

LISTA DE TABELAS, FIGURAS E GRÁFICOS

TABELA I. Empresas que desenvolvem projetos educacionais.....	34
TABELA II. Módulos: Projeto Educar	64
TABELA III. Conteúdo Programático – Cartilha Programa Educar-Master	65
TABELA IV. Evolução no número de investidores (as)	78
TABELA V. Guia de Planejamento Financeiro: Programa Educar-Mulheres em Ação	79
TABELA VI. Planejamento com Educação	84
FIGURA I. Módulos que compõem o Projeto Bovespa Vai Até Você	56
FIGURA II. Projetos de Popularização na Área de Educação	62
GRÁFICO I. Estado civil das agentes que compõem a amostra	91
GRÁFICO II. Qual a motivação para procurar o curso	93

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BACEN Banco Central do Brasil

BB Banco do Brasil

BM&FBOVESPA Bolsa de Mercadorias e Futuro BOVESPA

BOVESPA Bolsa de Valores de São Paulo

BPB Banco Popular do Brasil

BSR *Business for Social Responsibility*

BVS Bolsa de Valores Sociais

CDB Certificado de Depósito Bancário

CERES *Coalition for Environmentally Responsible Economies*

CMN Conselho Monetário Nacional

CONEF Comitê Nacional de Educação Financeira

CVM Comissão de Valores Mobiliários

ECO-92 Conferência Mundial sobre Meio Ambiente

ENEF Estratégia Nacional de Educação Financeira

FecomércioSP Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo

FGTS Fundo de Garantia por Tempo de Serviço

FGV-EAESP Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas

GVCes Centro de Estudos em Sustentabilidade

IBASE Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas

IBCG Instituto Brasileiro de Governança Corporativa

IBGE Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IFC *International Finance Corporation*

Instituto Ethos Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social

ISE Índice de Sustentabilidade Empresarial

NEBSB *New England Business for Social Responsibility*

NESPOM Núcleo de Estudo e Pesquisa sobre Sociedade, Poder, Organização e Mercado

OCDE Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico

ON Ordinárias Nominativas

PAC Programa de Aceleração do Crescimento

PN Preferenciais Nominativas

PPP Projeto de Parceria Público-Privado

SFN Sistema Financeiro Nacional

SVN *Social Venture Network*

TR Taxa Referencial

UFSC Universidade Federal de São Catarina

UFSCAR Universidade Federal de São Carlos

USP Universidade de São Paulo

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
1. A SOCIOLOGIA ECONÔMICA COMO INSTRUMENTO DE ANÁLISE	21
2. A EDUCAÇÃO FINANCEIRA COMO UM INVESTIMENTO SOCIALMENTE RESPONSÁVEL.....	33
2.1. Governo Lula e a aproximação com o mercado financeiro	35
2.2. Responsabilidade Social: gênese histórica e evidências empíricas	39
3. DEMOCRATIZAÇÃO E POPULARIZAÇÃO DA BM&FBOVESPA	48
4. A POPULARIZAÇÃO DAS FINANÇAS VIA EDUCAÇÃO FINANCEIRA: OS PROJETOS EDUCACIONAIS DESENVOLVIDOS PELA BM&FBOVESPA	58
4.1. Projeto Educar	62
5. INCLUSÃO DAS MULHERES COMO INVESTIDORAS NA BOLSA DE VALORES DE SÃO PAULO: LIMITES E AMBIGUIDADES DESSA REVOLUÇÃO CONSERVADORA	72
5.1. Cartilha programa Educar-Mulheres em Ação	79
5.2. Diálogo com o trabalho de campo	84
5.3. O perfil das agentes que compõem esse espaço social	89
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	100
BIBLIOGRAFIA	103
ANEXO I. Empresas Listadas no <i>site</i> Em Boa Companhia	109
ANEXO II. Carta ao Povo Brasileiro	112
ANEXO III. Diário de Campo. Curso Educar-Master	117
ANEXO IV. Diário de Campo. Curso Educar-Master Mulheres em Ação	123
ANEXO V. Capa da Guia de Planejamento do Mulheres em Ação	128
ANEXO VI. Questionário	129

INTRODUÇÃO

Autoajuda financeira, programas na TV que enfatizam a importância em administrar bem as finanças pessoais, e famílias sendo educadas financeiramente em programas de grande audiência são, entre outros, mecanismos cada vez mais utilizados para divulgar a nova crença imposta pelo contexto atual de “dominação cultural das finanças” (GRÜN, 2007).

A educação financeira é compreendida aqui, tal como aponta Jardim (no prelo) como uma crença produzida no mundo das finanças, no qual a financeirização não se refere apenas às mudanças econômicas, mas é um estado, um processo que envolve valores morais, culturais, políticos, simbólicos e sociais presentes no mercado e que se configuram e se (re) configuram, colaborando assim para a transformação cognitiva da sociedade (LEITE, 2011).

Embora venha sendo há muito discutido em países como Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, Austrália e Nova Zelândia, no Brasil as iniciativas são bastante recentes, sendo um misto de estratégias de caráter público e privado. Buscando estimular mudanças culturais nos indivíduos, o projeto de educação financeira, paralelamente, visa transformar a cultura das organizações e do capitalismo contemporâneo.

Para Jardim, no entanto, “discursivamente, a preocupação consensual dos atores e das instituições que fazem parte da construção social do tema é levar orientação ao novo consumidor das classes C e D” (JARDIM, no prelo, p.1), já que este, desprovido de conhecimento sobre o tema, encontra-se imerso em um contexto de facilitação de acesso ao crédito, do aumento do poder aquisitivo da população e da crescente taxa de inadimplência.

Assim, educar financeiramente a população passou a ser um tema vigente, sobretudo em organizações de grande prestígio internacional, como a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE). Esta veio a se tornar a grande porta-voz na área, com um discurso sobre a conscientização do “câncer financeiro” que estaria adoecendo tanto as empresas quanto os indivíduos.

Para a OCDE (2006), a educação financeira é importante não apenas para investidores, mas, sobretudo, vem se mostrando essencial para as famílias; para que equilibrem seus orçamentos, comprem uma casa, reservem dinheiro para a educação dos filhos e para a aposentadoria.

Em documento da Organização intitulado *L'importance de l'éducation financière* (2006), a educação/conscientização financeira se mostra importante uma vez que asseguraria o bem estar pessoal e financeiro. De acordo com a OCDE, as pessoas não podem escolher

poupanças ou investimentos adequados e evitar o risco de fraude se não têm uma sólida compreensão das questões financeiras.

Com esse intuito foi criado, no ano de 2003, o *Financial Education Project*; no ano de 2005, foi apresentado o relatório intitulado *Improving financial literacy: analysis of issues and policies* e, em 2008, inaugurado o portal internacional da educação financeira, que tem como foco promover a troca de experiências com diversos países, a partir da construção de uma base de dados internacional, que busca reunir informações sobre os programas de educação financeira desenvolvidos no mundo.

No Brasil, a nível estatal, o tema da educação financeira aparece pela primeira vez durante o Governo Lula, a partir da criação no ano de 2007 da Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF) e, em 2010, do Comitê Nacional de Educação Financeira (CONEF), aprovado pelo Decreto nº 7.397¹, de 22 de dezembro do mesmo ano.

No âmbito privado, uma importante iniciativa nesse sentido, foi a da Bolsa de Valores de São Paulo, que a partir do ano de 2001, sob o comando de Raymundo Magliano Filho, iniciou um projeto de democratização e popularização do mercado de capitais, com o projeto **Bovespa Vai Até Você**.

É a partir da iniciativa da Bovespa que surge o programa de popularização do mercado de capitais direcionado ao público feminino, o **Mulheres em Ação**. O compreenderemos como um “espaço social²”, no sentido assinalado por Bourdieu (1989; 1997), construído exclusivamente para o público feminino. Para Pierre Bourdieu, a própria noção de espaço, por si só, contém “o princípio de uma apreensão relacional do mundo social” (BOURDIEU, 1997, p. 31); assim, afirma que:

[...] toda a realidade que designa reside na exterioridade mútua dos elementos que a compõem. Os seres aparentes, diretamente visíveis, quer se trate de indivíduos ou de grupos, existem e subsistem na e pela diferença, quer dizer, na medida em que ocupam *posições relativas* num espaço de relações que, embora invisível e sempre difícil de se manifestar empiricamente, é a realidade mais real (o *ens realissimum*, como dizia a escolástica) e o princípio real dos comportamentos dos indivíduos e dos grupos. (BOURDIEU, 1997, p. 31)

¹Decreto nº 7.397, de 22 de dezembro de 2010. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Decreto/D7397.htm

²Entende-se como “espaço social” um conjunto de posições distintas e coexistentes umas às outras, definidas umas das outras por sua exterioridade mútua e por relações de proximidade, de fronteira de distanciamento. A diferença, portanto, fundamentaria a noção de espaço. No entanto, a posição ocupada no espaço social ordena as representações deste espaço e as tomadas de posição nas lutas para conservá-lo ou transformá-lo. (BOURDIEU, 1989; 1997)

A importância que atribuímos à construção social desse espaço deve-se, sobretudo, ao fato do mercado financeiro ter sido sempre associado à visão do masculino, local de especuladores e investidores milionários.

Cabe ressaltar, porém, que o papel dos pequenos investidores na Bolsa de Valores vem mudando ao longo dos últimos anos, como observa Bonald (2010); em 2002, aponta o autor, o número de investidores pessoa física na Bovespa somavam 80 mil; no ano de 2007, haviam 255 mil investidores e, em 2009, o número já ultrapassava meio milhão, totalizando, no início de 2011, 603.512 mil.

Ao passo que o número de investidores pessoa física (pequenos investidores) aumentou consideravelmente, o número de mulheres investindo no mercado de capitais também cresceu. Se em 2002 este número representava 17,63% do total de pequenos investidores, em janeiro de 2011 as mulheres correspondiam a 24,78%³. No entanto, não podemos afirmar que o **Mulheres em Ação**, criado em 2003, tenha exercido o papel de atrair as mulheres ao mercado de ações.

A iniciativa da BM&FBovespa ocorre concomitantemente à criação de outros espaços como o Espaço Mulher na Expo Money do ano de 2011, e a publicações de livros de autoajuda financeira como: *Meninas normais vão ao shopping, meninas iradas investem na Bolsa*⁴; *Mulheres boazinhas não enriquecem*⁵, entre outros (LEITE, 2011).

Como apresentado por Leite (2011) em sua pesquisa sobre o mercado de autoajuda financeira, os livros direcionados ao público feminino, seguem um modelo de guia cultural, ressaltando:

[...] massivamente, questões sobre consumo supérfluo e as fases biológicas e sociais (profissão, adolescência, noivado, casamento, filho, divórcio, novo namorado, TPM, gravidez, envelhecimento) da vida da mulher. Essas publicações englobam temas mais relacionados aos aspectos emocionais da mulher mas, muitas vezes, a orientação sobre o dinheiro não é suficiente, tornando necessária a referência a terapias para a solução de problemas econômicos. (LEITE, 2011, p. 117).

³Informações disponíveis em: <http://mulherinvest.files.wordpress.com/2011/04/ri-151-mercado-de-ac3a7c3b5es-mulheres-na-bolsa-por-lucia-rebouc3a7as-22.pdf>

⁴ASSEF, Andrea; LUQUETE, Mara. **Meninas normais vão ao shopping, meninas iradas investem na Bolsa**. São Paulo: Editora Saraiva, 2011.

⁵FRONKEL, Lois P. **Mulheres Boazinhas não Enriquecem**. São Paulo: Editora Gente, 2006.

Dada a importância que vem conquistando o público feminino no que concerne às finanças, uma abordagem sociológica sobre o tema mostra-se necessária, uma vez que os estudos sobre o “campo das finanças” ficam restritos, em grande parte, ao domínio de disciplinas ligadas à ciência econômica.

Como observa Grün (2007), a criação de uma nova crença que esteja em consonância com o mundo das finanças é essencial para que o capitalismo se produza e se reproduza, uma vez que:

[...] o Brasil vive no início do século XXI a instauração de um modo de dominação financeiro. Mais que um simples *Money talks*, estamos diante da dominação cultural das finanças, que impõem a proeminência das suas maneiras de enxergar a realidade brasileira e enquadrar os problemas do país. E se a “*doxa*” não for o suficiente para manter a sociedade no caminho apregoadado, a violência econômica da arbitragem financeira – a especulação desenfreada contra os ativos financeiros brasileiros – nos obriga a voltar para a direção que a lógica financeira considera ser a única viável. (GRÜN, 2007, p. 381-382)

Foi a partir desse contexto que se buscou apreender a construção social do projeto **Educar Mulheres em Ação**. No entanto, antes de um resumo acerca de como se estruturou esta dissertação, cabe situarmos a BM&FBovespa dentro do Sistema Financeiro Nacional, a fim de tornar claro que antes que o “campo das finanças” como um todo, a instituição é parte que o compõe.

Tecnicamente exemplificado, o sistema financeiro nacional é composto por instituições que têm como finalidade a captação de recursos, assim como a distribuição e circulação de valores e pela regulação de determinado processo. Hierarquicamente, o organismo maior é o Conselho Monetário Nacional (CMN) que, presidido pelo Ministro da Fazenda, regula e define as diretrizes de todo o Sistema.

Ligados ao CMN estão, o Banco Central do Brasil (BACEN) e a Comissão de Valores Mobiliários (CVM)⁶, a primeira um órgão executivo e a segunda a responsável por

⁶“A CVM - Comissão de Valores Mobiliários é uma entidade autárquica em regime especial, vinculada ao Ministério da Fazenda, com personalidade jurídica e patrimônio próprios, dotada de autoridade administrativa independente, ausência de subordinação hierárquica, mandato fixo e estabilidade de seus dirigentes, e autonomia financeira e orçamentária. (Redação dada pela Lei nº 10.411, de 26 de fevereiro de 2002).”

“A CVM surgiu com vistas ao desenvolvimento de uma economia fundamentada na livre iniciativa, e tendo por princípio básico defender os interesses do investidor, especialmente o acionista minoritário, e o mercado de

regulamentar e fomentar o mercado de valores mobiliários. Cabe à CVM o papel de inspecionar a BM&FBovespa e controlar a abertura de capitais das empresas.

Embora só tenha recebido o nome de Bolsa de Valores de São Paulo, Bovespa, no ano de 1967, em linhas gerais, a história da Bolsa remete ao final do século XIX. No entanto, as bolsas (já que nessa época havia mais de uma bolsa de valores no país) só foram institucionalizadas durante a Ditadura Militar, com a implementação da Lei do Mercado de Capitais⁷.

Mas é no ano de 2008 que a Bolsa ganha as características que possui hoje, a partir da fusão entre a Bovespa e a Bolsa de Mercadorias e Futuros (que já tinham, em 2007, realizado a oferta pública de suas ações); surgindo, assim, a BM&FBovespa, como a terceira maior Bolsa do Mundo e a segunda das Américas, em volume negociado.

Compreendido o local no qual se situa a Bolsa no “campo das finanças”, abordar-se-á a maneira como está estruturada esta dissertação. Sua construção teórica e prática se iniciou a partir da disciplina de Sociologia Econômica ministrada no ano de 2011 pela professora, e hoje minha orientadora, Maria Jardim. Esse foi o primeiro contato com esse campo de investigação. Daí em diante, com a participação no Núcleo de Estudos e Pesquisa sobre Sociedade, Poder, Organização e Mercado (N.E.S.P.O.M.), foi instigada minha curiosidade sociológica em abordar um tema denominado “econômico” desde seus aspectos sociais, culturais, políticos e, sobretudo, simbólicos.

Assim, surgiu a oportunidade de realizar uma pesquisa acerca da inclusão das mulheres no mercado financeiro, a partir do projeto desenvolvido pela Bolsa de Valores de São Paulo, o **Mulheres em Ação**; mais que uma análise sobre uma suposta mudança de *habitus* das mulheres que procuram pelo curso, a intenção aqui é enfatizar os mecanismos utilizados pela Bolsa de Valores para atraí-las. Criado no ano de 2003, o projeto surge com a campanha de popularização do mercado de capitais, adotando como um de seus desafios divulgar o que denomina de cultura do poupar, tem como intuito ser um canal entre o mercado de ações e as mulheres, sobretudo a partir de um trabalho de educação financeira.

valores mobiliários em geral, entendido como aquele em que são negociados títulos emitidos pelas empresas para captar, junto ao público, recursos destinados ao financiamento de suas atividades.”

“Ao eleger como objetivo básico defender os investidores, especialmente os acionistas minoritários, a CVM oferece ao mercado as condições de segurança e desenvolvimento capazes de consolidá-lo como instrumento dinâmico e eficaz na formação de poupanças, de capitalização das empresas e de dispersão da renda e da propriedade, através da participação do público de uma forma crescente e democrática e assegurando o acesso do público às informações sobre valores mobiliários negociados e sobre quem os tenha emitido.” Informações disponíveis em: <http://www.cvm.gov.br>

⁷Lei nº. 4728, de 14 de julho de 1965. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L4728.htm

Para atingir tal público, foi criado um *site* no qual inúmeras ferramentas estão disponíveis, tais como o Dicionário de Finanças *online*, uma planilha de orçamento pessoal, dicas sobre como investir na Bolsa, vídeos, etc. De acordo com a Bovespa:

Por meio deste site, dos cursos que promove ou dos eventos em que está presente, o Mulheres em Ação busca informar que o investimento em bolsa, por sua natureza de longo prazo, é justamente aquele que viabiliza a concretização de grandes objetivos – seja a compra de um imóvel, uma especialização importante para a carreira, o estudo dos filhos, uma aposentadoria confortável, ou mesmo, uma reserva para eventuais emergências. Além disso, mostra que o investimento em ações contribui para a expansão das empresas de capital aberto e para o fortalecimento da economia brasileira. (Site BM&FBOVESPA)

Portanto, como referencial para este estudo foi consultado tanto o *site*, como revistas especializadas em economia, a página na internet da BM&FBovespa, estudos sociológicos sobre educação financeira, sobretudo a Tese de Doutorado de Elaine da Silveira Leite⁸ (2011) e o artigo de Maria Jardim (no prelo) intitulado *O mercado da educação financeira: discursos, agentes e instituições*. Outro recurso usado foi a pesquisa de campo e a elaboração de diários de campo (ANEXOS III e IV).

Dessa forma, foi a partir da presença nos cursos realizados pela Bovespa, tanto no **Mulheres em Ação** quanto no **Educar Master**, que foram levantados os dados que compõem a pesquisa.

A Sociologia Econômica como um instrumento de análise compõe a primeira parte da dissertação. Antes de iniciar uma discussão sobre o tema proposto, teve como intuito enfatizar os aspectos mais gerais da sociologia econômica. Desde clássicos como Durkheim e Weber, passando pela “nova” sociologia econômica nos Estados Unidos, pelo importante papel desempenhado por Pierre Bourdieu na sociologia francesa e como vem sendo construído o campo no Brasil, foi feita uma revisão bibliográfica que incluiu diversos autores.

Já o segundo capítulo, recebeu o título *Educação Financeira como um investimento socialmente responsável*, pelo fato do **Mulheres em Ação** e, mais amplamente, os projetos

⁸ LEITE, Elaine da Silveira. **Reconversão do Habitus**: o advento do ideário de investimento no Brasil. Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de São Carlos, 2011.

educacionais realizados pela Bolsa, serem considerados projetos de responsabilidade social, encontrando-se listados no *site* **Em Boa Companhia** (uma ferramenta que possibilita ao investidor saber quais empresas que estão listadas na Bolsa possuem projetos de sustentabilidade).

Além de traçar o que foi denominado de gênese histórica e evidências empíricas da responsabilidade social, procurou demonstrar a maneira como o projeto de popularização do mercado de capitais no Brasil ocorreu paralelamente às ações do Governo Federal, a partir da presidência de Luiz Inácio Lula da Silva, que buscaram, como destaca Jardim (2010), a moralização/domesticação das finanças por um viés social.

Assim, observou-se que ao mesmo tempo em que o campo financeiro busca legitimidade em conceitos como os de responsabilidade/sustentabilidade social, educação, bem estar psíquico e emocional da sociedade, antes considerados como de “esquerda”, o Governo aproxima-se do mercado, com diversos programas, assim como de eventos carregados de aspectos simbólicos que também são apresentados no decorrer do texto.

Apresentada a educação financeira como um projeto de responsabilidade social, a terceira parte deste estudo denominada, *Democratização e Popularização da BM&FBovespa*, debruça-se sobre a história do projeto Bovespa Vai Até Você e do papel prático e simbólico desempenhado por Raymundo Magliano Filho, presidente da Bolsa entre os anos de 2001 e 2007, para o seu sucesso.

Dessa forma, o quarto capítulo, *A Popularização das Finanças via Educação Financeira*, faz uma descrição dos projetos educacionais desenvolvidos pela BM&FBovespa do qual o **Mulheres em Ação** faz parte. No mesmo capítulo, são tecidas considerações sobre o projeto **Educar-Master**, que fez parte da agenda de campo. Em ocasião da participação no curso, foi elaborado um Diário de Campo (ANEXO III) no qual mais informações estão disponíveis.

Portanto, a partir da presença nesse módulo do **Educar**, foi notada a maneira como se busca a partir, tanto do material didático quanto do discurso do consultor financeiro, operar uma mudança cognitiva na sociedade, via educação financeira.

O último capítulo, *Inclusão das mulheres como investidoras na Bolsa de Valores de São Paulo: limites e ambiguidades dessa revolução conservadora*, que dá nome a essa dissertação e precede a conclusão, é analisado o projeto **Mulheres em Ação**. Ao introduzi-lo é feita uma discussão teórica acerca de duas concepções sobre a noção de gênero, uma vez

que o objeto desta pesquisa destina-se ao público feminino, tal procedimento se mostrou indispensável.

Passa-se a descrever detalhadamente o curso, seu material didático, a apresentação do consultor financeiro e o perfil das agentes que buscam pelo curso, a partir, tanto das impressões colhidas na pesquisa de campo como da aplicação de um questionário (ANEXO VI), que foi realizada em uma das ocasiões do curso.

Em suma, para analisarmos essa suposta “revolução simbólica⁹” que vêm ocorrendo no campo das finanças, com os projetos de inserção do público feminino no mercado de ações, buscou-se apreender as crenças que são criadas e partilhadas, a maneira como é feito uso da violência simbólica¹⁰ e inculcadas categorias de pensamento na sociedade, “sobretudo quadros mentais sobre a relação entre finanças/economia e sociedade” (JARDIM, no prelo, p.7)

⁹ “A revolução simbólica contra a dominação simbólica e os efeitos de intimidação que ela exerce tem em jogo não, como se diz, a conquista ou a reconquista de uma identidade, mas a reapropriação coletiva deste poder sobre os princípios de construção e de avaliação da própria identidade de que o dominado abdica em proveito do dominante enquanto aceita ser negado ou negar-se (e negar os que, entre os seres, não querem ou não podem negar-se) para se fazer reconhecer”. (BOURDIEU, 1989, p. 125)

¹⁰ Retomando Bourdieu (1989), a violência simbólica, meio de exercício do poder simbólico, se funda na fabricação contínua de crenças no processo de socialização, que induzem o indivíduo a se posicionar no espaço social seguindo critérios e padrões do discurso dominante. É a maneira como os sistemas simbólicos cumprem sua função política de instrumentos de imposição ou de legitimação da dominação de uma classe sobre a outra.

1. A SOCIOLOGIA ECONÔMICA COMO INSTRUMENTO DE ANÁLISE

Em um primeiro momento, um item direcionado exclusivamente para a discussão do referencial teórico ao qual se dedica esta dissertação pode parecer desnecessário, já que no decorrer do texto serão apresentadas as leituras que contribuirão para tal reflexão. Porém, antes de abordar os autores específicos que vieram a influenciar este estudo, o item aqui apresentado busca, mesmo que de maneira rápida, traçar um panorama geral acerca da sociologia econômica.

Mesmo estando cada vez mais presente o tema da educação financeira, este ainda é um fenômeno bastante recente em nossa sociedade, portanto carece, tal como outros fenômenos denominados “econômicos”, de uma abordagem que perpassa em seus aspectos sociais, culturais e políticos. É esta a proposta trazida pela sociologia econômica, ou seja, pretende aplicar ideias, conceitos, e métodos sociológicos aos fenômenos econômicos, tais como mercado, empresas, lojas, sindicatos e assim por diante. Como sugere Swedberg (2004), a sociologia econômica fortalece-se na década de 1980, representada por teóricos tais como Pierre Bourdieu, Luc Boltanski e Michel Callon.

Em linhas gerais, a sociologia econômica assume uma postura crítica em relação à teoria econômica que se assenta no comportamento de um agente econômico “não socializado, onisciente e movido unicamente pela busca de ganho máximo” (STEINER, 2006, p.3), o *homo economicus*; caracterizando-se por ser um “maximizador instrumental, racional e autocentrado, movido por preferências fixas” (HIRSCH; STUART; FRIEDMAN, 2003, p. 108), o modelo de “homem econômico” diferencia-se do modelo de *homo sociologicus*. O homem sociológico:

[...] em vez de assumir preferências fixas considera os valores, as atitudes e os comportamentos como sendo fluidos e transformáveis. A ação resulta de valores originados culturalmente e não apenas do cálculo puro (liberto de condicionantes culturais) dos interesses individuais. (HIRSCH; STUART; FRIEDMAN, 2003, p. 108).

Embora venha a ganhar fôlego nos Estados Unidos e na Europa a partir dos anos 1970-80, como sugere Raud-Mattedi (2005), parte-se do pressuposto que a sociologia econômica surgiu no final do século XIX, em reação à hegemonia da teoria econômica clássica, que tinha como principais nomes Adam Smith e David Ricardo, entre outros. A resistência surgiu em teóricos da envergadura de Durkheim, Weber, Simmel ou Veblen que tinham como intuito, principalmente, denunciar os “pressupostos teóricos e metodológicos de uma ciência social que se reivindica independente do meio social. Sem se limitar a este papel crítico eles aplicaram seu próprio modelo analítico ao estudo dos fenômenos econômicos” (RAUD-MATTED, 2005, p. 128).

Durkheim e Weber teriam contribuído diretamente para a emergência da “Nova” Sociologia Econômica, já que iniciaram um estudo sociológico do mercado em termos de construção social. Tanto o autor francês quanto o alemão refletiram acerca do papel das instituições no tocante à orientação do ator econômico e, portanto, na regulação do mercado, “com conclusões frequentemente semelhantes” (RAUD-MATTED, 2005 p. 128).

De acordo com Steiner (2006), tanto para Durkheim quanto para os membros de sua escola, estava em primeiro plano a insatisfação “frente ao método seguido pela economia política” embora não sugeriam, como em Comte, a eliminação da teoria econômica, “trabalhavam para refazer este saber” (2006, p.10).

Por mais que Durkheim (2010) não tenha definido o que entendera como mercado (RAUD-MATTED, 2005), o sociólogo francês identifica este como sendo uma das instituições relativas à troca. Dessa forma, a sociologia durkheimiana do mercado pode ser deduzida de sua análise do contrato na sociedade moderna uma vez que essa é fundamentalmente uma sociedade de mercado e, no entanto, contratual.

As relações contratuais multiplicar-se-iam, para Durkheim (2010), na medida em que o trabalho social se divide. As sociedades ao se expandirem e se diversificarem, ou seja, ao passo que a solidariedade orgânica vem a substituir a solidariedade mecânica, o direito ganha espaço a fim de regulamentar a vida social, com o intuito de evitar a anomia social. A regulamentação social, portanto, passa a não ter como efeito impor a todos certas práticas uniformes, consiste mais em regulamentar as relações especiais de diferentes funções sociais.

No entanto, há fatores não contratuais no contrato. Assim, além da pressão organizada e definida que o direito exerce, haveria outra proveniente dos costumes, da tradição. A moral seria, para o sociólogo, a intuição que o ser social deve respeitar; as regras morais são

essenciais para a estabilidade da sociedade, assegurando o respeito às instituições básicas (Religião, Família, Estado e Direito).

As regras morais difundem um princípio de justiça que orienta a vida econômica de maneira geral, permitindo “assegurar a confiança no mercado, mesmo entre pessoas que não se conhecem diretamente, pelo respeito aos valores fundamentais da sociedade moderna, ou seja, os direitos do indivíduo” (RAUD-MATTED, 2005, p. 134).

O contrato deve ser compreendido como uma construção social, já que, como demonstra Durkheim (2010), ele só é possível devido a uma regulamentação que é de origem social.

Ele [o contrato] a implica [a regulamentação], primeiramente porque tem muito menos por função criar novas regras do que diversificar, nos casos particulares, as regras gerais preestabelecidas; em seguida porque não tem, não pode ter, o poder de vincular, senão em certas condições que é necessário definir. [...] o papel da sociedade não poderia, pois, em nenhum caso, reduzir-se a fazer cumprir passivamente os contratos: esse papel também é o de determinar em que condições os contratos são executórios e, se for o caso, restaurá-los sob sua forma natural. (DURKHEIM, 2010, p. 203)

Partindo desses pressupostos, baseando-se no papel dos costumes na construção social das relações contratuais, Durkheim (2010) refuta a ideia de que os agentes econômicos busquem somente seus interesses. Uma vez que a sociedade tivesse como característica primeira o interesse, “poderíamos duvidar com razão de sua estabilidade” (2010, p.189). Em suma, os membros da sociedade são unidos por vínculos que se estendem muito além dos momentos em que a troca se consuma, cada uma das funções que exercem depende, das outras e forma com elas um sistema solidário (DURKHEIM, 2010).

No que concerne às instituições, elas traduzem uma necessidade humana, social e mesmo individual, determinando o comportamento dos indivíduos. A partir desse enfoque, observa Steiner (2006) que “a existência e o funcionamento dos mercados não podem ser explicados sem que se recorra às instituições e representações sociais” (STEINER, 2006, p.11).

Assim, tanto a sociologia durkheimiana quanto a weberiana teriam focalizado sua investigação no tema da racionalidade, sobretudo, na relação existente entre as ideias e as instituições (DOUGLAS, 1998). Para Durkheim e Weber:

[...] o interesse principal era a emergência do individualismo enquanto princípio filosófico. No caso de Durkheim a tarefa consistia em explicar a indagação geral do comprometimento com a ordem social, isto é, a questão da solidariedade, que é a mesma que a ação coletiva. Ele descobriu resposta na classificação compartilhada. O trabalho de Durkheim sobre a origem social da classificação possibilita um método independente de auto-inspeção. [...] Para Weber, a tarefa consistia em explicar o predomínio de determinadas ideias e ideais em um determinado estágio de desenvolvimento institucional. (DOUGLAS, 1998, p. 99)

Como assinala Steiner (2006), para Weber o que há de específico no estudo dos fenômenos sociais está particularmente na existência de “ações individuais às quais o ator confere um sentido e também leva em conta ações de outros indivíduos” (2006, p.13). Em Weber (2000) essa ação recebe o nome de “ação social”. Por ação define um comportamento humano sempre e na medida em que os agentes o relacionam com um sentido subjetivo. Caberia à sociologia, portanto, compreender interpretativamente a ação social, para enfim explicá-la em seu curso e em seus efeitos (WEBER, 2000).

Uma vez que para Durkheim e os membros de sua escola o intuito era reformular o saber da teoria econômica, em Weber encontramos certa complementaridade da economia e da sociologia econômica (STEINER, 2006), sobrepondo-se em alguns aspectos (SWEDBERG, 2005). Assim, o sociólogo alemão “considera fato econômico como um fato social na medida em que a procura por bens escassos obriga o agente a levar em conta os comportamentos dos outros agentes econômicos e o sentido que eles dão à sua ação” (STEINER, 2006, p. 13).

Como destacado por Swedberg (2005), Weber discute alguns diferentes tipos de ação econômica. Primeiramente faz uma distinção entre as ações econômicas orientadas pela satisfação das necessidades, ou seja, a economia doméstica, e outra para a obtenção de lucros. Em seguida, aplica a ideia de que a ação econômica pode ser racional ou tradicional, o que se aplicaria para as duas formas de ação econômica anteriormente mencionadas.

Além das formas acima citadas outras duas tipologias são acrescentadas por Weber, a “ação econômica” e a “ação economicamente orientada”. Como aborda Swedberg:

A “ação (social) econômica” e a “ação (social) economicamente orientada” são dois conceitos importantes na sociologia weberiana. Na ação econômica, a violência não é usada e a orientação é primariamente para finalidades econômicas. Na ação economicamente orientada, ou o objetivo é econômico, mas a violência é usada, ou o objetivo não é econômico, mas considerações econômicas são levadas em conta. A sociologia econômica estuda a ação econômica, bem como a ação economicamente orientada; a teoria econômica estuda somente o primeiro tipo de ação. (SWEDBERG, 2005, p. 57)

Portanto, para compreendermos o sentido dado pelo autor à ação social econômica e, mais especificamente, para o desenvolvimento da economia devemos partir do que é entendido como racionalidade. Em Weber temos que compreender o processo histórico de racionalização de todas as esferas da vida, tal como nos é apresentado em *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo* (2001).

Assim, a função da sociologia econômica tal como nos apresenta é de estudar “a evolução do comportamento econômico racional para a racionalidade econômica como parte de um movimento histórico amplo” (SWEDBERG, 2005, p. 62). Para que esse espírito do capitalismo, ou seja, esse comportamento econômico racional viesse a imperar é necessário compreender esse novo *ethos* a partir de uma análise dos fatores não econômicos presentes nesse processo; sobretudo, a partir do tipo de “ideias que determinaram o modo de vida dos novos empreendedores, seus fundamentos éticos e suas justificativas” (WEBER, 2001, p. 31).

Da mesma forma que para Durkheim, o papel das instituições é de suma importância na sociologia weberiana, já que elas orientariam o comportamento dos indivíduos a partir da criação e difusão de crenças. À luz de sua sociologia compreensiva, Weber nos mostra a maneira como o “comportamento econômico racional, suporte fundamental de toda a civilização moderna é uma construção social específica” (STEINER, 2006, p. 23).

A partir de Weber, segundo Steiner (2006), encontramos a origem das três dimensões analíticas da sociologia econômica atual, sendo elas: a) analítica, a partir da “análise da estrutura das relações socioeconômicas presentes nos fenômenos”; b) histórica, a partir da

“análise da formação histórica dessas relações”; e c) cognitiva, a partir da “análise de sua significação cultural” (STEINER, 2006, p. 13-14).

Além de Durkheim e Weber, intelectuais da envergadura de Mauss, Simmel, Polanyi, entre outros, com suas interpretações diferenciadas acerca dos fenômenos considerados econômicos influenciaram e continuam a influenciar a sociologia econômica atual, tanto nos Estados Unidos, com a chamada “nova” sociologia econômica, como na França e no Brasil.

Dessa forma, pode-se destacar que a contribuição da sociologia econômica para com a nova sociologia econômica é dupla (STEINER, 2006):

Em primeiro lugar, com ela trata-se de descrever de maneira empiricamente sólida os dispositivos e os comportamentos sociais que atuam nessas novas formas de articulação que cercam a transação mercantil, quer dizer, na caracterização fina das interações entre as diversas partes do mercado relativas ao fato em observação. (STEINER, 2006, p. 37)

Em segundo lugar,

[...] com a sociologia econômica procura-se elaborar proposições teóricas a respeito destas formas de articulação que permitem as transações de mercado. Neste estágio, não se trata mais, simplesmente, de fazer uma descrição diferente dos fatos econômicos, mas de elaborar uma abordagem teórica original que leva em conta as relações sociais e os dispositivos sociais nos quais estas relações podem se travar. Estes dispositivos, de natureza variada, intervêm, juntamente com os comportamentos egoístas, para explicar o que se desenrola no mercado concebido como um fato social. (STEINER, 2006, p. 38)

O mercado é, portanto, compreendido como um “mercado de encontro” no sentido que as interações concretas entre os indivíduos estão no centro dessa iniciativa. A partir desses pressupostos deve-se compreender o campo da sociologia econômica tanto nos Estados Unidos quanto na Europa, mais especificamente na França.

Os primeiros trabalhos que reivindicam o *status* de “nova” sociologia econômica surgem nos Estados Unidos no final dos anos 1970, associados aos trabalhos de Mark Granovetter. A sociologia econômica proposta por Granovetter estaria fundamentada em dois pressupostos fundamentais. Em primeiro lugar, a ação social deve ser compreendida como socialmente localizada e, em segundo lugar, as instituições sociais são construções sociais (STEINER, 2006).

Em sua análise sobre o enraizamento e as redes, Granovetter (2007) demonstra que as relações tanto de amizade como de parentesco intervêm de maneira decisiva nas relações de mercado. Desenvolve assim sua abordagem da “imersão”, a partir da qual argumenta que tanto a perspectiva subsocializada (a partir da qual a atomização resulta de uma busca utilitarista dos interesses próprios) quanto a supersocializada (na qual a influência social é entendida como uma força externa, inalterável) convergem no fato de isolarem os agentes de seu contexto social mais imediato.

Assim, para Granovetter (2007), as relações sociais mais do que dispositivos institucionais ou de moralidade generalizada, são as principais responsáveis pela produção de confiança na vida econômica, penetrando irregularmente e em diferentes graus nos seus vários setores.

Em linhas gerais, a abordagem da imersão proposta por Granovetter (2007):

[...] se define entre a abordagem supersocializada da moralidade generalizada e a abordagem subsocializada dos dispositivos institucionais impessoais ao identificar e analisar padrões concretos de relações sociais. Diferentemente das duas alternativas ou da posição de Hobbes, essa visão não produz visões generalizadas (e portanto improváveis) de ordem ou de desordem universal, mas sustenta que cada situação será determinada pelos detalhes da estrutura social. (GRANOVETTER, 2007, p.15)

Além de Granovetter, podemos citar os principais especialistas da sociologia econômica nos Estados Unidos (SWEDBERG, 2004), como sendo: Mitchel Abolafia, Sarah Babb, Wayne Baker, Nicole Woolsey Biggart, Mary Brinton, Ronald Burt, Bruce Carruthers, Gerry Davis, Frank Dobbin, Peter Evans, Neil Fligstein, Bai Gao, Gary Gereffi, Mauro Guillén, Gary Hamilton, Mark Mizruchi, Victor Nee, Joel Podolny, Walter Powell, David

Stark, Linda Brewster Stearns, Richard Swedberg, Brian Uzzi, Harrison White e Viviana Zelizer.

Embora careça de um corpo teórico específico, tanto nos Estados Unidos quanto na Europa, como observa Swedberg (2004), o campo de investigação da sociologia econômica vem se expandindo.

Na França nomes como os de Pierre Bourdieu, Frédéric Lebaron, Phillippe Steiner, Marie France Garcia, entre outros, são referência para os estudos que vêm se desenvolvendo em outros países, inclusive no Brasil. É principalmente a partir do trabalho de Bourdieu (1979), durante a guerra na Argélia, que encontramos uma análise diferenciada dos “fenômenos econômicos” aí observados. De acordo com Steiner¹¹, em *O Desencatamento do Mundo* (1979), versão condensada em português da obra *Travail et travailleurs en Algérie* (1963), Bourdieu centra sua análise na economia dos bens simbólico.

Ao ser comparada com a sociologia econômica que prevalece Estados Unidos, ressalta Swedberg (2004), “Bourdieu possui uma análise muito mais estrutural e talvez mais realista” (2004, p. 12). Dessa forma:

Baseado nos quatro conceitos-chave de *habitus*, campo, interesse e capital (social, cultural, etc.), Bourdieu parece menos interessado na maneira como opera a economia oficial do que na maneira como as pessoas vivenciam suas vidas na economia, ao enfrentar e ao mesmo tempo sofrer o impacto das condições econômicas. Se comparada com a sociologia prevalecente nos Estados Unidos, uma das razões pelas quais a análise de Bourdieu é consideravelmente mais realista tem a ver a ênfase no que entende por interesse. A maioria dos sociólogos econômicos norte-americanos limita-se a descrever o impacto das relações sociais na economia, deixando o interesse a cargo dos economistas. (SWEDBERG, 2004, p. 12)

A noção de interesse, proposta por Bourdieu, se difere da visão utilitarista na medida em que é uma ação prática entre os agentes e os campos; em outras palavras, é relacional na medida em que é uma relação de sentido duplo entre as estruturas objetivas (as dos campos sociais) e as estruturas incorporadas (as do *habitus*).

¹¹Curso intensivo: Crítica da economia política: altruísmo, dom e bens simbólicos. Ministrado por Philippe Steiner entre os dias 27 de setembro e 8 de outubro na Universidade Estadual Paulista – UNESP – Campus de Araraquara.

O *habitus*, que define o espaço subjetivo dos possíveis e então o comportamento econômico, estabelece, de acordo com Bourdieu (1997), “diferenças entre o que é bom e o que é mau, entre o que é bem e o que é mal, entre o que é distinto e o que é vulgar, etc., mas as diferenças não são as mesmas” (BOURDIEU, 1997, p.9). Pensado dessa forma, “o mesmo comportamento ou o mesmo bem pode parecer distinto a um, pretensioso ou exibicionista a outro, vulgar a um terceiro” (BOURDIEU, 1997, p.9).

Cada campo, por sua vez, ao produzir-se, inculca nos agentes uma forma determinada de interesse; pode-se citar o exemplo do campo intelectual, no qual não se busca o interesse estritamente econômico, mas, sobretudo, prestígio, reconhecimento, que do ponto de vista de outro campo pode parecer desinteresse.

O interesse, de acordo com Bourdieu, é definido por aquilo que é colocado em nossa cabeça e no nosso corpo como importante, sob a forma do que chama de o sentido do jogo. Os jogos sociais são, portanto, “[...] jogos que se fazem esquecer enquanto jogos e a *illusio* é essa relação encantada com um jogo que é o produto de uma relação de cumplicidade ontológica entre as estruturas mentais e as estruturas objetivas do espaço social” (BOURDIEU, 1997, p. 107).

A crítica de Pierre Bourdieu ao pensamento utilitarista, no que concerne ao interesse, pode ser mais bem explicada na seguinte passagem:

Que fazem os que querem reduzir esta descrição da relação prática entre os agentes e os campos à visão utilitarista (e à *illusio* no interesse do utilitarismo)? Em primeiro lugar, faz-se como se os agentes fossem movidos por razões conscientes, como se estabelecessem conscientemente os fins da sua ação e agissem de maneira a obter o máximo de eficácia pelo menor custo. Segunda hipótese antropológica: supõem-se numa palavra que o princípio da ação é o interesse econômico bem compreendido, e o seu fim o ganho material, estabelecido conscientemente por um cálculo racional. (BOURDIEU, 1997, p. 108-109)

Cabe enfatizar, para Bourdieu, os agentes não se encontram atomizados, como epifenômenos da estrutura, são ativos e atuantes, contribuindo assim para a produção de verdades, de crenças. Assim, quando “as estruturas incorporadas e as estruturas objetivas concordam, quando a percepção é construída segundo as estruturas do que é percebido, tudo

parece evidente” (BOURDIEU, 1997, p. 110); em outras palavras, quando há convergência entre o *habitus* e o campo, tudo o que é construído socialmente nos é apresentado como *in natura*. De acordo com Bourdieu, essa concordância, “é a experiência *dóxica* na qual se concede ao mundo uma crença mais profunda do que todas as crenças (no sentido corrente) uma vez que ela não se pensa enquanto crença” (BOURDIEU, 1997, p.115).

A sociologia econômica de Pierre Bourdieu critica, sobretudo, a noção de *homo economicus*, centrado no interesse estritamente econômico, instrumental, pressuposto básico da ciência econômica, do ator econômico racional e interessado. Sua crítica é contra:

Uma ciência etnocêntrica, que tende a “creditar universalmente os agentes de aptidão à conduta econômica racional”, ele reivindica a necessidade de uma aptidão à conduta econômica racional, ele reivindica a necessidade de uma análise das “condições econômicas e culturais do acesso a essa aptidão” (BOURDIEU, 2000, p.16). Paralelamente, “contra a visão a-histórica da ciência econômica”, ele afirma a importância de “reconstruir, de um lado, a gênese das disposições econômicas do agente econômico [...], e do outro lado, a gênese do próprio campo econômico” (BOURDIEU, 2000, p. 16). (RAUD-MATTED, 2005, p. 16)

Além de Bourdieu, Frédéric Lebaron merece destaque no campo da sociologia econômica francesa. Em sua “sociologia do conhecimento econômico” (STEINER, 2006), Lebaron (2011) centra sua análise na “dimensão simbólica dos processos de dominação [...] e na característica social dos agentes que são seus vetores” (LEBARON, 2011, p. 34). Ressalta que a dominação simbólica frente ao mundo, praticada pelos Estados Unidos, está circunscrita no que se refere à teoria econômica.

Embora devedores no âmbito financeiro internacional, aponta Lebaron (2011), o país norte-americano permanece credor no plano simbólico; “a sua moeda, o seu espaço social nacional mais amplamente, ambos permanecem dotados de um valor econômico e social antecipado vastamente superior em relação às outras regiões do mundo” (LEBARON, 2011, p. 42). Em seus estudos, Lebaron procura salientar o papel da dominação simbólica na difusão e dominação de modelos econômicos, respaldados, por hora, como outrora foi por outros países, nos moldes norte-americanos.

Nomes como os de Granovetter, Bourdieu e Lebaron, entre diversos outros, têm influenciado a sociologia econômica que vem sendo desenvolvida no Brasil. Hoje, diversos grupos de estudo e pesquisa estão espalhados pelo país.

Ao analisar o campo da sociologia econômica no Brasil entre os anos de 2000 e 2010, Edmilson Lopes Júnior (2011), concluiu que embora pulverizadas em diversas instituições, as publicações na área estão circunscritas, principalmente, em três: na Universidade Federal de São Carlos (UFScar), na Universidade de São Paulo (USP) e na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

Entre os autores, os com o maior número de publicações são: Roberto Grün, com 10 publicações no período pesquisado, Ricardo Abramovay, com 6 publicações, Nadya Araújo, com 4, Marcelo Sampaio Carneiro, Lúcia Helena Alves Müller e Júlio César Donadone, com 3 publicações cada.

Lopes Júnior (2011) analisou 131 produções, compostas por artigos publicados em periódicos, dissertações e teses de doutorado. Para este:

No Brasil, mais do que o apelo suscitado pelo novo, o que potencializou o desenvolvimentos da sociologia econômica foi a sua instrumentalização por pesquisadores interessados em ajuntar novos aportes teóricos e metodológicos ao tratamento de temas já consolidados nas ciências sociais brasileiras, como é caso daqueles relacionados ao mundo do trabalho. Também significativa foi a mobilização dos autores e da cultura científica, já construída em outros contextos acadêmicos, especialmente o norte-americano, para a construção de abordagens interdisciplinares de temáticas como o mercado financeiro, a questão ambiental e a gestão da produção. (LOPES JÚNIOR, 2011, p. 15)

Entre os clássicos mais citados, assim como nos Estados Unidos e na Europa, estão, Max Weber em primeiro lugar, seguido de Polanyi, Marx e Émile Durkheim. Já acerca dos autores identificados como percussores da nova sociologia econômica, os mais incorporados na produção intelectual brasileira foram Granovetter e Bourdieu, referências em 50% das produções analisadas.

Em *O Balanço da sociologia econômica no Brasil*, Lopes Júnior (2011), busca fazer um mapeamento do que vem sendo produzido no Brasil, sob quais influências, por quem, e em quais instituições. Assim, para o autor, a sociologia econômica no Brasil deve ser analisada como um projeto em construção.

Cabe ressaltar que a primeira geração de sociólogos econômicos brasileiros obteve sua formação, sobretudo, em universidades na França e nos Estados Unidos¹². O motivo dessa longa exposição deve-se a isso. Pesquisadores fora do campo pouco conhecem sobre os pressupostos teóricos, conceituais e metodológicos que são utilizados, confundindo-os, muitas vezes, com uma extensão das diretrizes da ciência econômica às ciências sociais.

Seja sobre a rubrica de sociologia econômica ou de “nova” sociologia econômica, é a partir da influência dos clássicos acima mencionados, dos fundadores ou inspiradores da nova sociologia econômica e de nomes como os de Roberto Grün (UFSCar), Lúcia Helena Alves Müller (PUC-RGS), Maria A. Jardim (UNESP) e Elaine da Silveira Leite (UFPel) que o estudo aqui realizado deve ser compreendido.

Em seguida, estando a educação financeira na agenda dos investimentos socialmente responsáveis, será abordada a gênese histórica da responsabilidade social bem e o contexto político em que foi construído o projeto de uma bolsa de valores popular.

¹²Entre pesquisadores que são referência na sociologia econômica brasileira podemos citar: Roberto Grün: estágio de complementação de doutoramento na *École des Hautes Etudes en Sciences Sociales*, em Paris, sob orientação de Pierre Bourdieu. Nadya Araújo: Pós-Doutorado na *Massachusetts Institute of Technology*, nos Estados Unidos. Ricardo Abramovay: vários pós-doutorados, entre eles na *Université de Versailles St. Quentin en Yvelines*, e *École des Hautes Études en Sciences Sociales*, ambos na França.

2. A EDUCAÇÃO FINANCEIRA COMO UM INVESTIMENTO SOCIALMENTE RESPONSÁVEL

Para compreendermos o universo no qual estão imersos os projetos educacionais da BM&FBovespa, uma breve digressão se faz necessária no tocante aos aspectos da responsabilidade social. A partir do ano de 2007, o projeto **Educar-Mulheres em Ação**, assim como os outros projetos educacionais da BM&FBovespa, encontram-se listados no site **Em Boa Companhia**(criado no ano de 2005);uma ferramenta que possibilita ao investidor saber quais empresas listadas na Bolsa possuem projetos de sustentabilidade.

De acordo com os porta-vozes do mercado financeiro, as ações desenvolvidas nesse âmbito pelo setor privado estariam contribuindo para o crescimento sustentável do Brasil. Para estes, o *site* iria de encontro com a nova tendência do mercado financeiro, ou seja, de valorizar as ações socialmente responsáveis. Para a instituição, a divulgação de “ativos não financeiros” tenderia a “aumentar o valor de mercado de uma companhia, uma vez que a prática afeta positivamente a forma como o mercado vê a instituição e valoriza suas ações” (*Site Em Boa Companhia*).

Hoje, 53 empresas estão listadas no **Em Boa Companhia** (ANEXO I), e desenvolvem, de acordo com a instituição, projetos de sustentabilidade. Dos projetos desenvolvidos, 70 são na área ambiental, 40 na área de capacitação profissional, 37 na área de cidadania, 37 na área de comunidade, 57 na área cultural, 13 na área de esportes, 17 em outras áreas, 18 em mudanças climáticas e 64 na área de educação, distribuídos em 25 empresas (Tabela I).

TABELA I. Empresas que desenvolvem projetos educacionais

ALL – América Latina Logística
Banco Bradesco
BM&FBOVESPA
CCR
Coelce
Companhia de Gás de São Paulo – Comgás
Companhia Vale do Rio Doce
Cosan
CPFL Energia
Cyrela Brazil Realty
Dixie Toga
Gerdau
Grupo Pão de Açúcar
Invepar
Itaú
Natura
OdontoPrev
Inovar
OHL Brasil S.A.
Porto Seguro Companhia de Seguros
Sabesp
Sanepar
Souza Cruz S.A.
Suzano Papel e Celulose
TAM Linhas Aéreas S.A.

Fonte: Elaboração própria com base nas informações do site **Em Boa Companhia**. Disponível em: < <http://www.bmfbovespa.com.br> >

Além do site, a BM&FBovespa criou, no ano de 2005, o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), financiado pela *International Finance Corporation* (IFC)¹³. O recorte metodológico do índice é de responsabilidade do Centro de Estudos em Sustentabilidade (GVCes) da Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (FGV-EAESP).

De acordo com a Bolsa,

¹³A IFC, membro do Grupo Banco Mundial, é a maior instituição de desenvolvimento global voltada para o setor privado nos países em desenvolvimento. Disponível em: <<http://www1.ifc.org>>

O ISE é uma ferramenta para análise comparativa da performance das empresas listadas na BM&FBOVESPA sob o aspecto da sustentabilidade corporativa, baseada em eficiência econômica, equilíbrio ambiental, justiça social e governança corporativa. Também amplia o entendimento sobre empresas e grupos comprometidos com a sustentabilidade, diferenciando-os em termos de qualidade, nível de compromisso com o desenvolvimento sustentável, equidade, transparência e prestação de contas, natureza do produto, além do desempenho empresarial nas dimensões econômico-financeira, social, ambiental e de mudanças climáticas. (BM&FBOVESPA)

Embora de iniciativa privada, a militância em prol de uma bolsa de valores que preze por investimentos pautados na responsabilidade/sustentabilidade socioambiental, ocorre ao mesmo tempo em que o governo Lula cria estratégias ligadas à sustentabilidade (JARDIM, 2010).

Dada esta conjuntura, para compreender o cenário no qual se insere atualmente os projetos educacionais da Bolsa de Valores de São Paulo, é necessário compreendermos, mesmo que de maneira breve, o contexto político e social no qual surge essa ideia de “bolsa social” durante o governo Lula, assim como a gênese e as evidências empíricas da responsabilidade social e sua inserção na agenda da governança corporativa.

2.1. Governo Lula e a aproximação com o mercado financeiro

A visita de Lula à sede da Bolsa de Valores de São Paulo, durante as eleições presidenciais de 2002, acontecimento denominado pela imprensa como “queda do muro de Berlim” (JARDIM, 2009) foi um importante evento, carregado de simbolismo, que iniciou o rompimento do temor do mercado financeiro, nacional e internacional, diante da possibilidade da ascensão à Presidência da República de um representante da “esquerda”.

No mesmo ano, a *Carta ao Povo Brasileiro* (Anexo II), marca o compromisso assumido por Luís Inácio Lula da Silva, sobretudo, no tocante à elaboração de reformas democráticas, em diálogo constante com todos os setores da sociedade. Em ocasião da campanha presidencial, é firmado o dever em honrar com os compromissos assumidos durante os oito anos de Governo Fernando Henrique Cardoso; e ressaltado por Lula que mais

que o temor com a ascensão de um presidente de “esquerda”, o nervosismo dos mercados e a especulação da época, foram mais o reflexo da crise em que se encontrava o país.

Para Jardim (2009), após a posse de Lula, vários projetos do então Presidente da República aproximaram o Governo Federal do mercado financeiro. Em sua análise, a autora cita o Projeto de Parceria Público-Privado (PPP), o Programa Nacional de Microcrédito, o Banco Popular do Brasil (BPB), e acontecimentos como: o incentivo à participação dos trabalhadores no mercado acionário, o estímulo aos clubes de investimento, a criação da Bolsa de Valores Sociais (BVS), a política dos fundos de pensão, e a bancarização das classes populares, como marcos para um diálogo entre esses dois campos.

O PPP foi um projeto de infraestrutura do Governo Lula, que teve como base a utilização de recursos dos fundos de pensão para tais investimentos. O Projeto de Parceria Público-Privado seria, portanto, “mais uma expressão da “moralização das finanças” no Governo Lula” (JARDIM, 2009, p. 116), já que buscou utilizar recursos da iniciativa privada, nesse caso, incluindo os fundos de pensão, para a inversão em atividades produtivas.

Aponta Jardim (2009) que com o PPP:

[...] o Governo buscou, discursivamente, utilizar-se dos recursos dos fundos como instrumento de inclusão e desenvolvimento social do país, priorizando a atividade produtiva, capaz de gerar renda e emprego, em detrimento do capital especulativo. No sentido sociológico, revela-se aqui mais uma estratégia visando à moralização do dinheiro dos fundos, oriundos de atividades consideradas ilegítimas no contexto, como a especulação. Da mesma forma, tem-se uma estratégia de “limpeza” desse dinheiro “sujo”. (JARDIM, 2009, p.118)

Nesse ínterim, podemos citar o Programa de Aceleração do Crescimento (PAC). Lançado no dia 28 de janeiro de 2007, já no segundo Governo Lula, o Programa teve como foco estimular o crescimento econômico do Brasil, a partir do investimento em infraestrutura. Para tanto, tais investimentos teriam como fonte não apenas recursos a União, mas, também, capitais de investimentos de empresas estatais e investimentos privados. Nessa ocasião o Governo chamou a atenção para o uso de recursos do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS) em investimento produtivo.

Já o Programa Nacional de Microcrédito teve como foco fornecer crédito, priorizando, em um primeiro momento, trabalhadores rurais, pessoas de baixa renda, formação de cooperativas, e uma linha de crédito para trabalhadores libertados de regime de escravidão. Como ressalta Jardim (2009), o objetivo “segundo o então Ministro do Trabalho, Ricardo Berzoini, era de que os trabalhadores pudessem se sustentar como produtores rurais, mantendo-se no campo” (JARDIM, 2009, p.119).

Nessa conjuntura, no ano de 2003 é fundado o Banco Popular do Brasil (BPB), subsidiário do Banco do Brasil (BB). De acordo com o Governo, o BPB dá aos seus clientes acesso “a uma conta corrente movimentada por meio de cartão de débito, com a qual os clientes estão habilitados a contratar empréstimos, além de ter acesso ao crédito para a compra de material de construção, fundos de investimento e seguros” (JARDIM, 2009, p. 119). Assim, vivenciamos um processo de bancarização das classes populares, principalmente a partir da possibilidade de maior acesso ao crédito.

No tocante à aproximação do Governo com o mercado de capitais, cita Jardim (2009), como exemplo de um diálogo entre a “esquerda” e o mercado financeiro, a visita de Raymundo Magliano Filho ao Presidente Luis Inácio Lula da Silva, no ano de 2005.

Para Jardim (2009, p. 120):

A visita teve como objetivo mostrar os avanços da Bolsa Popular, programa que pretende ampliar a participação de trabalhadores e pequenos investidores ao mercado de capitais, bem como reivindicar o apoio do Governo para aprofundar ainda mais o projeto de popularização da Bovespa. O Presidente da Bovespa apontou o crescimento da pessoa física no volume financeiro da Bolsa, a multiplicação dos clubes de investimento, as parcerias com as centrais sindicais para esclarecer os trabalhadores sobre o investimento em ações, e o ingresso de sete novas empresas na Bolsa – entre outros exemplos.

No entanto, o Projeto Bolsa de Valores Sociais (BVS)¹⁴ marca uma disputa acerca da utilização dos recursos do FGTS no mercado financeiro. Já que um de seus objetivos é que os

¹⁴Projeto Bolsa de Valores Sociais prevê que os trabalhadores deveram adquirir somente ações de empresas com governança corporativa. Listadas no nível I ou II de governança corporativa ou ainda no Novo Mercado da Bovespa.

recursos do Fundo sejam utilizados para a compra de ações. Para Jardim (2009), uma relação de forças começa a se formar em torno do FGTS.

Como veremos adiante, assim como os projetos educacionais desenvolvidos pela BM&FBovespa, a BVS faz parte do projeto de popularização da Bolsa de Valores.

É notável citarmos, também, a aproximação entre as centrais sindicais com a bolsa, a partir da eleição do Presidente da Central Geral dos Trabalhadores (CGT), Antonio Carlos dos Reis, o Salim, como membro do Conselho de Administração da Bovespa, bem como a criação dos clubes de investimento Força 1 e, posteriormente, o Força 2, da central Força Sindical.

Verifica-se também, que assim como nos bancos, os fundos de pensão tiveram alguns de seus postos-chave ocupados parcialmente por membros do Governo e por ex-sindicalistas. Além disso, *grosso modo*, recursos dos fundos foram utilizados para investimentos produtivos.

De acordo com Jardim (2009), em sua análise sobre os fundos de pensão:

A forma como o Governo tem dimensionado seus projetos de inclusão social via mercado mostra que, apoiada no discurso de “socialização do capitalismo” ou mesmo de “capitalismo popular”, a “esquerda” tem estabelecido um diálogo recíproco com o mercado, em busca de um possível consenso, promovendo uma relação explícita e institucionalizada entre capital/trabalho, que é permeada de interesses comuns, até então não valorizados. (JARDIM, 2009, p.124)

Veremos, ao tratar do projeto de popularização e democratização da Bolsa de Valores de São Paulo, que ao mesmo tempo em que o Governo implementou reformas sociais via mercado, este implementou projetos financeiros via social. Enquanto de um lado há o discurso de “socialização do mercado”, de outro lado há o de “finanças populares”.

2.2.Responsabilidade Social: gênese histórica e evidências empíricas

Crescimento sustentável, responsabilidade social, governança corporativa, investimento socialmente responsável são conceitos que estão na pauta tanto do Governo quanto do mercado. No entanto, embora amplamente utilizados, esses termos são pouco conhecidos pelo senso comum, sobre como surgiram e quais as continuidades/limites entre uns e outro. Não somente pelo senso comum, mas sobretudo, pelo campo científico das ciências sociais

Antes de propor uma discussão original sobre tal tema, esse item propõe um simples panorama histórico enfatizando, de maneira breve, algumas de suas características.

Para Sartore (2010), há um caminho trilhado que se inicia, no século XIX, a partir do desenvolvimento da filantropia empresarial; o segundo momento é o que marca a distinção entre a filantropia empresarial e as práticas de responsabilidade social das empresas; em momento posterior, a responsabilidade social se encontra com a governança corporativa para então a noção de sustentabilidade empresarial ser incorporada pelo setor financeiro, criando a ideia de finanças sustentáveis (SARTORE, 2010).

Entende-se o surgimento da filantropia na Europa e nos Estados Unidos, como uma resposta ao crescente aumento do pauperismo entre a população, representada, sobretudo, pela emergência de uma “elite industrial e financeira, associada ao crescimento dos problemas sociais resultantes da rápida industrialização e urbanização” (SARTORE, 2010, p.28-29).

Como ressalta Homem da Costa (2007), as empresas em finais do século XIX e início do século XX, confundiam-se com a imagem de seus proprietários, “por consequência lógica, as doações assumiam um caráter pessoal” (HOMEM DA COSTA, 2007, p. 20). De acordo com o autor, as ações filantrópicas dependiam da vontade de quem as realizassem, os investimentos eram feitos de acordo com a vontade de cada um, e não por uma estratégia elaborada para se desenvolver no mercado.

Porém, para Sartore (2010), há uma diferença nítida entre caridade e filantropia, pautada principalmente no grupo que desempenha uma ou outra. Enquanto a caridade é reservada aos religiosos, a filantropia é fruto da ação de empresários. Mas, como ressalta a autora, os empresários eram orientados pela moralidade cristã, sobretudo nos Estados Unidos, tomando assim consciência para as ações sociais, como contraponto ao desenvolvimento de uma elite empresarial a qual constituirá, em momento posterior, a responsabilidade social dos empresários.

Dessa forma, as bases da ideia de responsabilidade social, estavam infladas de valores morais cristãos (SARTORE, 2010), a partir da construção da percepção de que a elite empresarial e financeira tem um papel social a desempenhar.

Diversos autores apontam que a recuperação da ideia do papel social dos empresários ocorreu durante os anos 1950, principalmente nos Estados Unidos, sendo a obra de Howard Bowen, *Social Responsibilities of the Businessman*, publicada em 1953, considerada o marco inicial, alcançando repercussão tanto no meio acadêmico quanto no empresarial (DUARTE; DIAS, 1986; SARTORE, 2010; JARDIM, 2010).

A popularização do tema no país norte americano é iniciada, de acordo com Duarte e Dias (1986), no início dos anos 1960, a partir de uma série de programas de televisão, veiculados pela *Pacific Northwest*, resultando em um livro intitulado *Business and Society*, lançado em 1963 (DUARTE; DIAS, 1986).

A aceitação dessa ideia, por sua vez, teria ocorrido devido aos acontecimentos sociais que tumultuavam a década de 1960, colocando em relevo os problemas sociais e econômicos da época. Para Duarte e Dias:

Verifica-se um recrudescimento das críticas aos abusos do poder econômico. Os movimentos feministas e de defesa das minorias étnicas evidenciam ante a opinião pública a atuação discriminatória das empresas, no tocante a políticas de emprego, salários e carreira. O movimento ecologista desenvolve grande atividade de conscientização social quanto aos abusos cometidos em relação ao ambiente, incluindo o tema entre as preocupações de governantes, comunidades e empresas. A conscientização da degradação progressiva da qualidade de vida aumenta o questionamento do crescimento econômico e as críticas à atuação das empresas. (DUARTE; DIAS, 1986, p. 42)

Porém, as ideias de Bowen não foram aceitas sem questionamento. Nos anos de 1970, Milton Friedman passa a questionar duramente esse ponto de vista. Enquanto Bowen prega a atuação social do empresariado, “Friedman afirma que a responsabilidade do executivo é servir os interesses dos acionistas, ou seja, gerar lucros” (SARTORE, 2010, p. 31).

Já, nos anos 1980 Freeman, com o intuito de desenvolver uma ponte entre o foco no acionista e o foco na sociedade, amplia o trabalho anteriormente desenvolvido por Carroll (SARTORE, 2010), a partir da ideia de que as empresas deveriam desenvolver ações em prol não somente dos acionistas, mas de todos os públicos interessados, os *stakeholders*.

Assim, desde os anos 1960 até hoje, os Estados Unidos vêm assumindo posição de hegemonia no tocante à difusão e também institucionalização do tema. Acerca da institucionalização, é nos anos 1980, sob a forma de três escolas de pensamento (KREITLON, 2004): a *Business Ethics*, a *Business & Society* e a *Social Issues Management*.

Essas três escolas de pensamento, de acordo com Kreitlon (2004), assumiram pressupostos teóricos distintos. A *Business Ethics* partiria de uma abordagem denominada ética ou normativa. Essa abordagem parte, segundo a autora, do fundamento de que tanto a empresa quanto suas atividades estão sujeitas ao julgamento ético, “ao invés de pairarem em alguma espécie de limbo, ou vácuo moral, onde esse tipo de julgamento não se aplique” (KREITLON, 2004, p. 7).

A responsabilidade social da empresa decorre, portanto, de sua responsabilidade moral; esta deve “agir de modo socialmente responsável porque, sendo isto correto, é seu dever moral fazê-lo” (KREITLON, 2004, p.7).

Já, de acordo com a autora, a *Business & Society* partiria de uma abordagem denominada social ou contratual. Tal corrente teórica se apoiaria em três pressupostos fundamentais: 1) empresa e sociedade são partes de um mesmo sistema, e estão em constante interação; 2) ambas estão ligadas entre si por um contrato social; c) a empresa está sujeita ao controle por parte da sociedade (KREITLON, 2004).

Em suma, a empresa, enquanto instituição social, deve desempenhar determinadas funções junto à sociedade. “Sua legitimidade, ou direito de existir outorgado por outrem, depende do correto cumprimento dessas funções” (KREITLON, 2004, p.9).

A terceira e última abordagem exposta por Kreitlon seria a representada pela *Social Issues Management*, de tipo gerencial ou estratégico. Suas premissas estariam circunscritas em três justificativas, sendo elas: 1) que a empresa pode tirar proveito das oportunidades de mercado decorrentes de transformações nos valores sociais, caso saiba antecipar-se a eles; 2) o comportamento social responsável pode garantir-lhe uma vantagem competitiva; 3) uma postura proativa permite antecipar-se a novas legislações ou mesmo evitá-las. Para Kreitlon (2004):

Esta perspectiva, que também pode ser chamada de utilitária ou instrumental, defende a ideia de que, a médio e longo prazos, o que é bom para a sociedade é bom para a empresa – sugerindo de maneira implícita e correlata, que aquilo que é bom para a empresa também é para a sociedade, postulado fundamental das teses econômicas neoclássicas. (KREITLON, 2004, p. 9)

Contudo, com o intuito de sistematizar a noção contemporânea de responsabilidade social empresarial foi criado, no ano de 1992, a *Business for Social Responsibility* (BSR); uma iniciativa de líderes americanos da rede *Social Venture Network* (SVN) e da rede *New England Business for Social Responsibility* (NEBSB) (SARTORE, 2011).

Sartore (2011) aponta a BSR como a instituição que vem a servir de modelo para as organizações latino americanas, exercendo o papel de conselheira em seus estágios iniciais. Portanto, a responsabilidade social empresarial é vista nas Américas, partindo da noção difundida pelo Fórum Empresa. O Fórum Empresa foi criado pela BSR no ano de 1997, com o intuito de estabelecer uma rede de organizações empresariais para promover a responsabilidade social na América Latina.

Mutatis Mutandis, para o Fórum, uma empresa economicamente sustentável deve reconhecer os interesses “dos diferentes públicos que se relacionam como os acionistas, os empregados, a comunidade, os fornecedores, e os clientes, considerando o meio ambiente e o desenvolvimento sustentável das gerações futuras” (SARTORE, 2010, p.33).

Porém, no Brasil, a pré-história da responsabilidade social empresarial está situada nos anos 1960, com a criação da Associação Cristã dos Dirigentes de Empresas do Brasil, que buscava chamar a atenção para o papel social que os empresários deveriam desempenhar.

Para Beghin, no entanto, como aponta Sartore (2010), a origem da responsabilidade social empresarial contemporânea estaria nos anos 1980, “quando o Brasil vivenciava o fim do regime militar, o advento da globalização econômica e financeira, e a novidade gerencial da reestruturação do trabalho e o encolhimento do Estado” (SARTORE, 2010, p. 33)

Mas é a partir dos anos 1990 que a responsabilidade social ganhou força no Brasil, através de campanhas de entidades não governamentais, da mídia, e de empresas motivadas pelas campanhas, sobretudo a Campanha contra a Fome e a Pobreza liderada por Betinho em 1993, do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase). *Gosso Modo*, tanto o Ibase quanto o Instituto Ethos são, como destaca Jardim (2010), porta vozes do tema no Brasil.

A importância atribuída ao Instituto Ethos se deve ao fato tanto de sua conexão com o *Business for Social Responsibility*, ao passo que foi uma ponte entre o empresariado brasileiro e o espaço internacional, quanto por ser o seu conceito de responsabilidade social empresarial referência nacional. Para o Ethos, a responsabilidade social empresarial é:

[...] a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais que impulsionem o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais. (Instituto Ethos)¹⁵

Dado o desenvolvimento e a incorporação da ideia de responsabilidade social em nosso país, paralelamente a isto eclode a ideia de sustentabilidade empresarial (SARTORE; 2010; 2011). Para Sartore, dois movimentos teriam possibilitado tal fato, por um lado “a incorporação da ideia de Desenvolvimento Sustentável a partir da realização da Conferência Mundial sobre o Meio Ambiente (ECO-92)” e por outro “o desenvolvimento do conceito de Governança Corporativa no Brasil” (SARTORE, 2011, p.223).

A governança corporativa, tal como aponta Grün (2011), engloba uma série de mecanismos a fim de manter ou mesmo estabelecer uma relação entre os acionistas e os dirigentes das empresas, ao passo que seja considerada satisfatória para os primeiros. Ideário típico do sistema financeiro norte-americano, ressalta os três pilares básicos da governança corporativa como sendo: 1) o respeito ao direito dos acionistas minoritários; b) transparência nos procedimentos da empresa e; c) a possibilidade de aquisição do controle acionário das empresas através da compra de suas ações no mercado financeiro (GRÜN, 2011).

Para Grün (2011), a militância dos atores que veem a governança corporativa como salvação para o capitalismo brasileiro ocorre paralelamente à forte ação dos organismos multinacionais, tais como a OCDE, o Banco Mundial e o Fundo Monetário Internacional, sobretudo, no papel desempenhado por esses organismos para a legitimação do tema.

A governança corporativa:

[...] começa a tomar corpo no início dos anos 80 nos Estados Unidos, representando um novo estágio no predomínio da visão financeira na disputa interprofissional pelo controle das grandes corporações (Flingstein, 2001). A governança corporativa irá rezar que os aumentos de eficiência das organizações, das empresas em particular, seriam fruto da qualidade da vigilância (governança) que seus proprietários efetivos exerceriam sobre

¹⁵ Disponível em: <http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/29/o_que_e_rse/o_que_e_rse.aspx>

suas operações, e que essa qualidade é função de um ambiente institucional adequado para tal, salientando o papel de um mercado de capitais semelhante ao norte-americano e, mais genericamente, a um quadro legal respeitoso dos direitos de propriedade individual. (GRÜN, 2005, p. 70)

Embora não seja o foco central desta pesquisa, é importante ressaltar que a governança corporativa no Brasil ganha contornos próprios. Uma vez que é tema correlato dessa pesquisa, pois se consolida no Brasil em momento da popularização da Bovespa e durante o Governo Lula.

Para Grün (2005), o discurso da governança corporativa no Brasil tem uma forte conotação de esquerda, por seu surgimento estar imerso no contexto de luta pela redemocratização do país; expressões como transparência, direitos dos minoritários e o direito em escolher os representantes, estiveram e estão sempre em pauta. As particularidades desse modelo, sua difusão, que ocorreu de maneira mais intensa já no início do século XXI, é concomitante a “necessidade da candidatura de Lula em fazer-se confiável diante dos mercados financeiros e de seus fazedores de opinião” (GRÜN, 2005, p. 72).

Como ressalta Sartore (2011), a eclosão do movimento da responsabilidade social empresarial e da governança corporativa teria gerado uma subversão no mundo das finanças; “de um lado, os que propagam a crença de que o único papel da empresa é a defesa dos interesses dos acionistas (ortodoxos)”, de outro lado os heterodoxos, “que procuravam suprimir esse dilema, pregando a possibilidade de que a empresa gere lucro e bem estar social” (SARTORE, 2011, p. 216).

Assim, sustentabilidade empresarial significa a incorporação das dimensões sociais da empresa (todos os seus *stakeholders*) junto a sua dimensão financeira (*shareholders*). De acordo com Sartore (2010; 2011) a sustentabilidade passa a ser expressa nas ideias de *Triple Bottom Line*, que baseadas na noção de *People, Planet and Profit* (Pessoas, Planeta e Lucro), são somadas à ideia de preocupação no longo prazo.

Nesse contexto, o Instituto Ethos associaria aos seus pressupostos acerca da responsabilidade social o conceito de *Triple Bottom Line*. Se anteriormente “a definição proposta pelo Instituto Ethos versava sobre a ação social dos empresários, a definição atual é acrescida da ideia de transparência e de longo prazo” (SARTORE, 2010, p.46). O conceito acima mencionado, cunhada pela consultoria inglesa *Sustain Ability*, em 1994, estariam

representadas no Brasil pela união do Ethos, representando o *People and Planet* e do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC), representando o *Profit*.

Contudo, a incorporação da noção de sustentabilidade pelo mundo das finanças ocorreu graças à incorporação da crença de que empresas sustentáveis geram maior lucro (SARTORE, 2011). Crença que “torna-se uma convenção social quando é institucionalizada cognitivamente na mente, o que daria a tal crença um aspecto natural, inquestionável” (JARDIM, 2010, p. 63).

A partir desses pressupostos surge a noção de investimento socialmente responsável, que ganhou força no Brasil com a criação, no ano de 2005, do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), da BM&FBovespa. O ISE é “uma ferramenta para análise comparativa da *performance* das empresas listadas na BM&FBovespa sob o aspecto da sustentabilidade corporativa, baseada em eficiência econômica, equilíbrio ambiental, justiça social e governança corporativa” (BM&FBovespa)¹⁶.

Portanto, de acordo com Sartore (2011), a distinção cognitiva entre responsabilidade social e investimento socialmente responsável, que vem ocorrendo nos anos 2000, está no fato de a primeira ser circunscrita ao universo dos empresários e industriais, ao passo que a segunda pertence ao mundo dos investidores e gestores de fundos de investimento.

Dada esta breve introdução e digressão histórica sobre os conceitos, salientando seus aspectos básicos, algumas considerações são pertinentes. Dessa forma, a leitura proposta parte do pressuposto, tal como sugere Jardim (2010), que o surgimento e incorporação da noção de responsabilidade social pode ser compreendida como uma expressão do “novo espírito do capitalismo”, tal como nos deixam pistas Boltanski e Chiapello (1998).

Reiterando os argumentos apresentados por ambos os autores, se o capitalismo não só sobreviveu, como ampliou seu império é por ter-se “apoiado em certo número de representações – capazes de guiar a ação – e de justificativas compartilhadas, que o apresentam como ordem aceitável e até desejável, a única possível” (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 1998, p.42).

Há, em suma, a busca de legitimidade em conceitos que têm suas origens e sua valoração no âmbito dos direitos humanos e da sociedade civil. Para Jardim (2010), o espírito do capitalismo:

¹⁶ Disponível em: <<http://www.bmfbovespa.com.br/indices/ResumoIndice.aspx?Indice=ISE&idioma=pt-br>>

[...] fornece, ao mesmo tempo, uma justificação do capitalismo e um ponto de apoio crítico que possibilita denunciar a distancia existente entre as formas concretas de acumulação e as concepções normativas da ordem social. Para passar a prova da justificação, o capitalismo precisa apoiar-se em dispositivos, ou seja, em conglomerados objetivos, regras e convenções que não se restringem à busca do lucro, mas que estejam orientados para a busca da justiça social. (JARDIM, 2010, p.70)

Assim compreendido, pode-se concluir que vivenciamos um diálogo entre o econômico e o social, na medida em que a introdução da responsabilidade social no mercado financeiro ocorre ao mesmo tempo em que há uma virada cognitiva¹⁷, ou na Bolsa de Valores de São Paulo, como poderemos ver com os projetos de popularização apresentados no próximo item. Ocorre também, paralelamente, como mencionamos, à aproximação entre Estado e mercado a partir do desenvolvimento e implementação de projetos de inclusão/integração social via mercado durante o governo Lula.

Além disso, essa pesquisa argumenta que tanto a educação financeira quanto a responsabilidade social fazem parte do campo das finanças. Consideradas nesse trabalho como “campo de poder” já que no campo das finanças se criam estratégias para a sua legitimidade na sociedade.

Como aponta Grün (2005), a noção de “campo de poder”, desenvolvida por Bourdieu, nos possibilita enxergar melhor os contornos que tomam o capitalismo brasileiro. A maneira como elementos comumente pertencentes à esquerda, como luta por justiça e igualdade social, responsabilidade social, entre outros, são incorporados pelos representantes do mercado. Ao passo que o discurso da governança corporativa é aceito tanto pelas elites sindicais como pelas políticas de esquerda.

Para o autor (2005),

[...] a extensão dos círculos de legitimação joga no sentido de estabilizar comportamentos de cada grupo pela vigilância recíproca e pelo interesse em ser aceito pelos demais elos da cadeia. Os empresários ganham legitimidade social. Os sindicalistas ganham legitimidade econômica. Os empreendedores

¹⁷ De acordo com Grün (1999), em artigo intitulado *Modelos de Empresa, Modelos de Mundo*, (no qual busca apreender as novas orientações das classes médias brasileiras no mundo econômico e cultural dos anos 1990), “Nesse processo, lentes cognitivas são construídas e os indivíduos são socializados a partir dos pressupostos que sustentam a ordem e se inclinam fortemente a filtrar a realidade de maneira que, diante dos fenômenos que ocorrem na vida econômica e social, os indivíduos conseguem enxergar apenas as nuances que reiteram as formas de sociabilidade estabelecidas, incorporando apenas evidências que as reforçam e descartando as que poderiam impugná-la”. (GRÜN, 1999, p. 128). *Grosso Modo*, por “cognitivo” se entende a ação de adquirir, absorver conhecimento.

sociais conseguem conferir cidadania econômica e social para suas atividades profissionais e separá-las cognitivamente da filantropia tradicional. Mas cada um dos grupos é fiador da sinceridade da conversão e dos propósitos do outro. Por sua vez, os membros não diretamente ativos das dinastias econômicas conseguem conferir legitimidade ao seu comportamento e reclamos, ganhando cidadania no mundo moderno. Mas somente depois de coonestar os graus de liberdade, tanto discursiva como prática, dos quatro grupos. Mas a estabilidade simbólica do capitalismo brasileiro, que em última instância é o mais forte indicador da sua estabilidade sistêmica, está aumentando exponencialmente. Assim, podemos inferir que estaremos menos sujeitos a grandes abalos, mas também teremos menos esperanças de mudanças drásticas que possam trazer novidades significativas na nossa paisagem social. (GRÜN, 2005, p. 81)

O “campo de poder”, tal como nos apresenta Bourdieu (1997), não deve ser confundido com o campo político e não é um campo como os outros. É:

[...] o espaço das relações de força entre as diferentes espécies de capital ou, mais precisamente, entre os agentes que são suficientemente providos de uma das diferentes espécies de capital para ficarem em condições de dominar o campo correspondente e cujas lutas se intensificam todas as vezes que é posto em questão o valor relativo das diferentes espécies de capital. (BOURDIEU, 1997, p. 33)

Assim compreendido, em seguida será apresentado o projeto de popularização e democratização da Bolsa de Valores de São Paulo, a partir do qual nasce o **Mulheres em Ação**.

3. DEMOCRATIZAÇÃO E POPULARIZAÇÃO DA BM&FBOVESPA

Temas como bolsas de valores e moeda não são novos nas ciências sociais. Tanto Weber, em sua análise sobre o surgimento da bolsa de valores, quanto Simmel, em sua *Filosofia do Dinheiro*, propuseram análises pautadas na construção social das relações mercantis.

De acordo com Max Weber (2005), a bolsa é uma construção social, fundamentalmente histórica, sendo um mercado destinado aos artigos modernos de grande consumo. Para o autor, as bolsas negociam mercadorias de duas categorias: os produtos, mercadoria no sentido estrito, por um lado, e valores, tais como papéis de crédito, letras de câmbio e fundos, ou seja, títulos de todo gênero.

Embora sigam algumas regras gerais, é importante destacar o fato de Weber (2005) ter observado que as bolsas, nos diversos países, encontram diferenças marcantes quanto à sua organização. Dessa forma utiliza o exemplo de países como a Inglaterra, França e Alemanha, para demonstrar como, em cada um deles, a bolsa adquire características diferentes.

Em sua análise sobre a bolsa ressalta que:

As bolsas mais antigas eram reuniões que tinham lugar em locais públicos, ocasionalmente vedados. Mais tarde, estas reuniões passaram a realizar-se quase sempre – e hoje, sempre – em grandes salões fechados. Naturalmente, fez-se sentir desde sempre a necessidade de um órgão que assegurasse o policiamento do mercado. O mesmo se passa nos nossos dias, existindo em todas as bolsas comissários que têm a seu cargo a manutenção da ordem e do bom desenrolar das operações. A mais antiga organização do mercado bolsista conheceu ainda um outro elo – que ainda hoje existe na maioria das bolsas, incluindo as alemãs – cuja missão especial consiste em acelerar o mais possível a conclusão dos negócios. Trata-se do corretor [...]. (WEBER, 2005, p.84)

A partir de uma análise histórica desse universo, em *A Bolsa* (2005), Max Weber aponta diversos fatores que alteram o valor dos títulos e mercadorias, tanto no que concerne a acontecimentos naturais como os provenientes de notícias políticas, sendo estas falsas ou não.

Seguindo o argumento de construção social dos mercados, no Brasil, podemos citar o trabalho de Lúcia Helena Müller, *O Mercado Exemplar* (2006), fruto de uma pesquisa realizada na Bolsa de Valores de São Paulo nos anos de 1990. Nesta reflexão, a antropóloga

busca desvendar a dimensão simbólica constituinte das relações sociais que se tornam dominantes em nossa sociedade, sendo estas as relações de mercado.

A bolsa de valores é apresentada por Müller (2006) como uma expressão concreta de um modelo cultural, ancorada no modelo expresso pela economia neoclássica, segundo o qual é construído seu universo simbólico. As relações de mercado, tal como são apresentadas, não estão constituídas sobre um vazio social e cultural, desempenhando as relações sociais e os valores culturais um papel decisivo na formação dos mercados, ao mesmo tempo em que se conformam a eles. A bolsa de valores nos é apresentada como um “mercado exemplar”.

Assim, tal como aponta Steiner (2006), a emergência dos mercados recebe, na sociologia econômica, uma resposta comumente aceita, desde os clássicos, como Weber, até hoje; os “fatores relacionais, políticos, culturais etc. intervêm largamente na formação dos mercados, paralelamente a fatores propriamente econômicos” (STEINER, 2006, p.47).

Da mesma forma que as bolsas, a moeda foi e ainda é objeto de atenção por parte dos sociólogos da economia (STEINER, 2006). Em Simmel (1977), ao invés do dinheiro impor seus ditames à sociedade, é ele quem se organiza a partir das condições psíquicas e sociais do próprio homem. Ao pensar a lógica monetária, é a relação entre os homens e destes com os objetos que a organiza.

Já em *El Significado Social del Dinero* (2011), Viviana Zelizer busca apreender o dinheiro como uma *réalité sociale*, a partir de uma análise acerca dos usos públicos do dinheiro nos Estados Unidos entre os anos de 1870 e 1930. Mostrando a maneira como as pessoas identificam, classificam e organizam o dinheiro à medida que enfrentam os seus múltiplos vínculos sociais.

Zelizer (2011) reforça sua tese ao observar os diversos significados que o dinheiro assume em detrimento da maneira como é ganho. Pelo trabalho ou pela herança, no mercado de valores ou em um roubo, da prostituição ou de um plano social. Ressalta também as diversas maneiras de pagamentos inventados que intercambiamos (vale alimentação, auxílio gás, bolsa família, etc.) sendo atribuído um significado específico a cada um.

Busca a autora, no entanto, afirmar que o dinheiro não é nem culturalmente neutro nem socialmente autônomo e que este, sem dúvida, pode “*corromper valores y transformar en números los vínculos sociales, pero los valores y las relaciones sociales a su vez transmutan el dinero al invertirlo de un significado y pautas sociales*”¹⁸ (ZELIZER, 2011, p. 34).

¹⁸ “corromper valores e transformar em números os vínculos sociais, mas os valores e as relações sociais, por sua vez, transformam o dinheiro ao lhe atribuir um significado e orientações sociais”. Tradução própria.

Ressalta Zelizer (2011), o fato de o dinheiro ser marcado socialmente, como etiquetado para diferentes fins. Com o exemplo das prostitutas, nos Estados Unidos, ressalta que estas usam o dinheiro ganho com a prostituição para a compra de roupas, drogas, saídas e bebidas, enquanto o dinheiro do aluguel e demais contas domésticas é proveniente de programas sociais.

É à luz desses pressupostos teóricos, que buscam a compreensão dos mercados como construção social, que serão analisados os projetos de popularização e democratização empreendidos pela BM&FBovespa. Para tanto, as ações da Bolsa de Valores de São Paulo têm que ser compreendidas dentro do contexto político, social e cultural que estão inseridas; sobretudo, como salientado anteriormente, pela aproximação entre Estado e mercado.

A recente história desses projetos está fortemente associada à imagem de Raymundo Magliano Filho, presidente da Bolsa entre os anos de 2001 e 2007, grande porta-voz da ideia de uma bolsa atribuída de valores sociais.

Formado em administração de empresas pela Fundação Getúlio Vargas, o “revolucionário da bolsa”, como ficou conhecido, tem sua trajetória de vida marcada pela presença no mercado de ações, uma vez que seu pai, Raymundo Magliano, presidente da Bovespa no início dos anos de 1970, deixou não só como herança o grande conhecimento em relação ao mercado, como também a Corretora Magliano. Tal como aponta Leite (2008), este personagem tem papel central e inovador no que tange ao mercado financeiro brasileiro nos últimos anos.

No que tange à campanha de popularização da Bolsa, podemos citar a “Operação Congresso”, no ano de 2001, como um marco inicial. Liderada pelo então presidente da Bolsa de Valores de São Paulo, visava à isenção da CPMF¹⁹, que, desde o ano de 1997, estaria reduzindo a competitividade do mercado acionário brasileiro²⁰. O mais importante a ser destacado nessa empreitada foram às alianças conquistadas, sobretudo com Paulinho da Força, presidente da Força Sindical, que vieram a contribuir tanto para a imagem de uma Bolsa de Valores popular como para a concretização do programa **Bovespa Vai Até Você**.

Como retratado pelo livro *A Bolsa na Estrada* (2004), o primeiro encontro de Paulinho e Magliano em prol de um objetivo comum, ocorre anos antes da batalha pela isenção da

¹⁹ Contribuição Provisória sobre Movimentação Financeira.

²⁰ “Estudos comparativos mostravam que o custo fiscal da CPMF, cobrada desde 1997, tornava uma ação de Bolsa no Brasil cerca de oito vezes mais cara do que em Nova York, o que levava muitas empresas a negociar seus títulos no mercado de ações norte-americano, por meio de ADRs (American Depositary Receipts). ADRs são títulos representativos de ações de companhia não sediada nos Estados Unidos, usado para a capacitação de recursos no exterior e para reforçar a liquidez das ações”. (PILAGALLO, 2004, p.40).

CPMF nos negócios com ações; em ocasião do processo de consolidação da redemocratização em nosso país. No ano de 1988, Magliano, então vice-presidente da Associação Comercial de São Paulo, e Paulinho, uma liderança sindical emergente, subiram juntos ao palanque reivindicando, interesses tanto do capital quanto do trabalho (2004).

Então, no ano de 2001, recém-empossado presidente da Bolsa, Magliano convidou Paulinho, já presidente da Força Sindical, para visitar a instituição. Nasce desse encontro a parceria entre a Bolsa de Valores de São Paulo e a Força Sindical. Encontro carregado de simbolismo que nos mostra, tal como sugere Grün (2007), que estamos diante da dominação das finanças, a qual como uma guerra cultural, catequiza diversos grupos de acordo com seu evangelho.

Como vimos, não só Paulinho foi associado à imagem da Bolsa, como também a do então candidato à Presidência da República, Lula, que no ano de 2002 visitou a sede da Bovespa. Podemos citar, também, a visita de Magliano ao Presidente Lula em 2005 assim como a nomeação de Antonio Carlos dos Reis, o Salim, como membro do Conselho de Administração da Bovespa.

A instituição Bovespa, a partir de novas alianças conquistadas, que vêm a simbolizar uma suposta convergência de interesses entre capital e trabalho, assim como os projetos de popularização, que adiante serão abordados, ganham um novo significado a partir da imagem de Raymundo Magliano Filho.

Para Leite (2008) é o discurso do então presidente da Bovespa, atrelado aos ideários da corrente teórica da “Nova Ordem Financeira” (corrente que propõe a democratização das finanças), que marca a nova imagem do mercado financeiro no Brasil. Em linhas gerais, “A Nova Ordem Financeira” seria:

[...] o nome da corrente de estudo da área de finanças, na qual se destaca Robert Shiller que propõe um “modelo de inovação financeira radical” para garantir a riqueza das nações, visando defender os bilhões de excluídos e assegurar ganhos econômicos para o sustento das pessoas ao redor do mundo. Isto é, a inovação que visa democratizar o risco da gestão permite benefícios para um maior número de pessoas, diminuindo as desigualdades sociais. (LEITE, 2008, p.3)

No entanto, para compreendermos a importância dada ao tema da democratização e popularização do mercado financeiro no discurso e na prática de Raymundo Magliano Filho, cabe fazermos uma breve digressão histórica acerca do passado recente dos investidores que caracterizavam o mercado financeiro brasileiro, bem como a influência de pensadores como Immanuel Kant e Norberto Bobbio para a formação intelectual de Magliano.

Retomamos os anos de 1990, mais precisamente ao ano de 1994, com a implementação do Plano Real e a eleição de Fernando Henrique Cardoso para Presidente da República. Tal como aponta a obra que descreve o programa de popularização da Bovespa, o problema da inflação, que fora superado com o Plano Real, e o comprometimento do Governo Cardoso com a privatização de empresas estatais, que poderia impulsionar o mercado de ações no Brasil, a partir da abertura de capitais dessas empresas, não ocorreu como em países como Grã-Bretanha, Itália e França (PILAGALLO, 2004).

Diferentemente do que ocorrera nesses países, nos quais o objetivo era pulverizar as ações entre a população, no Brasil ao invés de abrir os papéis emitidos a partir da privatização a qualquer investidor, o governo teria permitido que apenas grandes consórcios de peso viessem a participar do processo. Competindo entre si, os consórcios, “ofereceriam ágios sobre os preços mínimos, gerando recursos para ajudar a fechar as contas públicas” (PILAGALLO, 2004, p.33).

A primeira estatal a promover a venda pulverizada de ações, ou seja, para toda a população, foi a Petrobrás. Em 2000, 337mil trabalhadores puderam usar parte de seus recursos depositados no FGTS (Fundo de Garantia por Tempo de Serviço) para comprar ações da antiga estatal. Já no ano de 2002, a Companhia Vale do Rio Doce optou pelo mesmo esquema. No caso da Vale, o número de pessoas que quiseram participar foi de 600mil trabalhadores.

Porém, como nota Pilagallo (2004), nos dois casos, o efeito das vendas das ações tanto da Petrobrás quanto da Vale, foram limitados. O problema seria o fato de terem sido colocadas à disposição de pequenos investidores, lotes relativamente pequenos de ações. No entanto, uma análise sociológica não pode deixar de destacar que não apenas os pequenos lotes de ações disponibilizados foram um problema aos pequenos investidores, mas o mito criado em torno do investimento em ações (sobretudo quando associando a bolsa à imagem de um cassino para ricos) também deveria ser derrubado.

Portanto, desde a presidência de Alfredo Rizkallah, que antecedeu a de Magliano, a ideia de popularização já estava presente em campanhas publicitárias. Com o *slogan* “Privatização democrática, seja sócio dessa ideia”, era resumido o ponto de vista da Bolsa de Valores de São Paulo. Com conteúdo didático, os anúncios da época traziam mensagens que perpassavam a diferença entre a privatização para poucos, modelo que teria sido seguido até o momento, e a privatização democrática, novo modelo proposto pela instituição. No anúncio reproduzido a baixo, exemplifica-se a estratégia adotada pela Bovespa:

Democratizar as privatizações significa repartir o capital das estatais com todo mundo: pessoas físicas, fundos, investidores nacionais e estrangeiros [...] Nos países onde o capital acionário é democratizado, as empresas pagam bons dividendos, aumentando a renda dos trabalhadores. (PILAGALLO, 2004, p.33)

Associadas a estes acontecimentos, as fortes oscilações cambiais, que marcaram a economia brasileira durante os anos de 1990, não levaram investidores de longo prazo à Bolsa, incentivando a entrar no mercado de ações, como acontece em situações de incerteza, apenas àqueles que almejam ganhos imediatos. É nesse contexto que Raymundo Magliano Filho assume a presidência da então Bovespa, que mais tarde, no ano de 2007, veio a se tornar BM&FBovespa, com a junção entre a Bolsa de Mercadorias e Futuros e a Bolsa de Valores de São Paulo.

No entanto, a estratégia da Bolsa de Valores para atrair novos investidores não poderia depender apenas das conjunturas econômicas e políticas. A estabilidade econômica já era uma realidade, faltava atrair esses novos agentes à Bolsa. Para isso, tornou-se necessário mudar a imagem que a população tinha dessa instituição. Com esse intuito, ao tomar posse como presidente da Bovespa, em janeiro de 2001, Magliano discursou diante de 1.300 convidados e lançou o desafio de democratizar o mercado de ações.

Como abordam diversas entrevistas dadas por Magliano, tanto às revistas especializadas como ao livro elaborado pela própria Bovespa, a formação intelectual do chamado “revolucionário da bolsa” foi determinante para os rumos seguidos pela instituição. Em entrevista dada à revista *Época Negócios* revela que ao invés de seguir os modismos dos

modelos econômicos, que mudam de ano a ano, prefere se debruçar na leitura de clássicos como Kant e Bobbio.

Como observa a reportagem, de cada um desses teóricos teria sido tirado um ensinamento que foi introduzido para transformar uma instituição elitista em uma instituição com característica “popular”. Os projetos educacionais seriam pautados nos pressupostos enunciados por Kant acerca do esclarecimento como caminho para a emancipação do homem. Já, de Norberto Bobbio, teria vindo a inspiração dos princípios de visibilidade, transparência e acesso. Seria seguindo esses pressupostos, que surgiu o programa de popularização **Bovespa Vai Até Você**. Como diz Magliano na entrevista acima citada:

“Bobbio enfatiza duas coisas [...] transparência e visibilidade”. Foi durante uma aula particular com Cláudia Perrone-Moisés, professora de direito internacional da USP [...], que surgiu a questão. “Pensávamos: transparência a bolsa tem. Basta entrar no nosso site e está tudo lá. Mas, e visibilidade, o que seria?” A solução foi encontrada no próprio Bobbio, para quem visibilidade é a “diminuição do espaço físico entre o governante e o governado”. “Ai foi simples”, recorda Magliano. “Chegamos à conclusão de que visibilidade era não esperar que o cidadão viesse à bolsa; mas ao contrário, ir de encontro ao cidadão”. (Revista Época Negócios, junho de 2007)

É a partir desse contexto, do resultado da formação de alianças, tal como com Paulinho da Força, e, sobretudo, da trajetória de vida e formação intelectual de Raymundo Magliano Filho, que ganha ênfase o processo de popularização e democratização da Bolsa de Valores de São Paulo.

Como observa Leite (2008), o projeto de uma Bolsa para todos “foi uma iniciativa” de Magliano “sem participação do Governo, atrelado apenas à iniciativa privada e inspirado na ideia de transparência do filósofo italiano estabeleceu regras de governança, que garante maior credibilidade, atraindo o investidor individual e estrangeiro” (LEITE, 2008, p.8).

No entanto, um exame mais detalhado do contexto em que se inserem os projetos de popularização da Bovespa, nos mostra que sim, a iniciativa de uma bolsa de valores popular foi privada, pertencente apenas ao mercado, mas possibilitada a partir da incorporação de elementos antes não pertencentes à esfera da bolsa.

Como abordado anteriormente, a Bovespa buscou legitimar-se a partir de um diálogo entre as esferas econômica e social, sobretudo a partir do Governo Lula, apropriando-se de discursos, antes pertencentes à esfera da sociedade civil. Assim, a bolsa de valores ganha legitimidade social, ao passo que o Governo ganha legitimidade no campo econômico.

Inspirado por esse contexto, e expressando essas ideias, surge o programa de popularização **Bovespa Vai Até Você**, o percussor de programas como o **Educar-Mulheres em Ação**. Porém, na prática, tudo começou com o projeto **Bovespa Vai à Fábrica**, que mais tarde veio a ser considerado um dos módulos do programa mais abrangente.

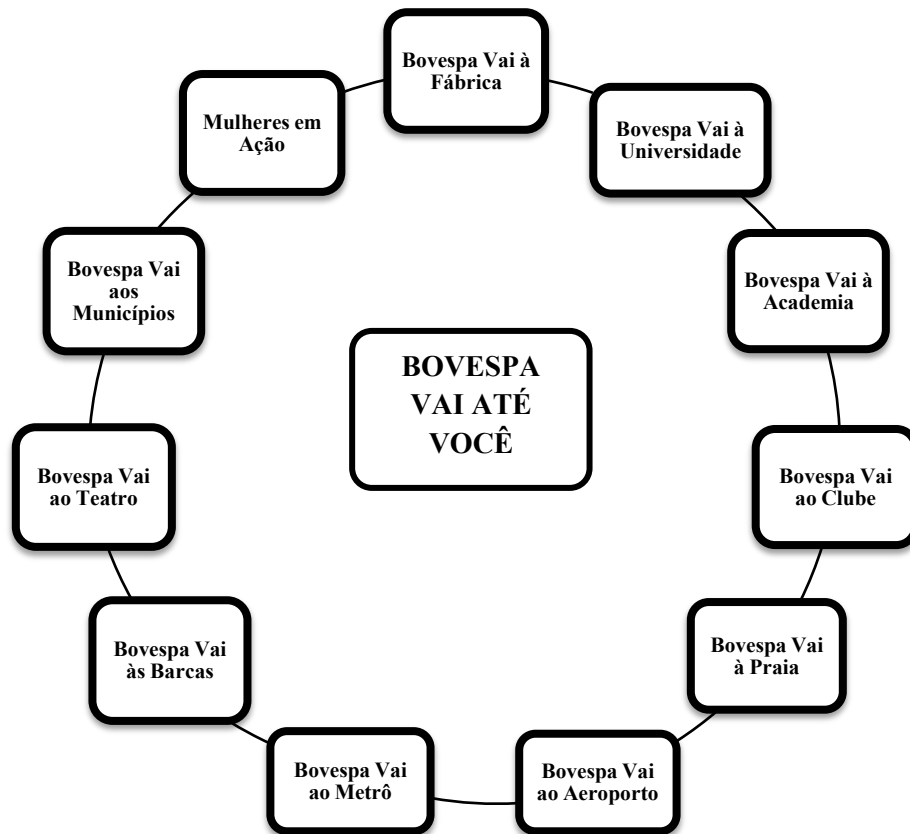
Com o Bovmóvel, base itinerante que leva conhecimento didático sobre o mercado financeiro ao público em geral, consultores da Bolsa de Valores de São Paulo tiveram sua primeira empreitada em empresas localizadas na Grande São Paulo e na Região Metropolitana de Campinas. A primeira visita foi realizada na fábrica da Olympus, na zona sul de São Paulo, em fevereiro de 2002.

No entanto, no final de julho de 2002 – em decorrência da parceria com a Força Sindical – foi criada no Palácio do Trabalhador, uma sala da BOVESPA, onde promotores do programa de popularização estavam à disposição para tirarem dúvidas dos trabalhadores sobre o investimento em renda variável. O resultado dessa parceria, que se iniciou na luta contra a cobrança da CPMF sobre investimentos em ações, teve como primeiro fruto a criação do clube de investimentos Força 1, em setembro de 2002.

Daí em diante, o Bovmóvel iniciou viagens que tinham como intuito divulgar o papel da bolsa para a sociedade e, sobretudo, levar conhecimento e atrair novos investidores ao mercado de ações. A viagem mais emblemática foi a **Bovespa Vai à Vale**; em que, de janeiro de 2004 a junho do mesmo ano, o posto de autoatendimento percorreu 4.700 Km, da cidade do Rio de Janeiro à cidade de Carajás, no Pará, ocasião em que foram visitados trabalhadores da Companhia Vale do Rio Doce.

Em suma, o programa de popularização **Bovespa Vai Até Você**, criado no ano de 2002, abarca os seguintes módulos:

FIGURA I. Módulos que compõem o Projeto Bovespa Vai Até Você



Fonte: Elaboração própria com base nos dados do livro *A Bolsa na Estrada* (PILAGALLO, 2004)

É nesse contexto que verificamos o avanço cultural das finanças no Brasil. Portanto, para que esse avanço fosse possível, diversas reformulações foram necessárias, sobretudo no imaginário da população brasileira, no que concerne ao mercado de ações. Os projetos de popularização visam primeiro educar financeiramente a população para então desmistificar a imagem que há sobre o mercado de ações, como sendo destinado apenas a um grupo restrito.

Para tanto, foi necessário um processo de resignificação da própria instituição Bolsa de Valores de São Paulo, Bovespa. O empenho da instituição situou-se em criar novas crenças, sobretudo por meio da educação financeira, a partir de projetos destinados para vários públicos.

Tais medidas teriam como objetivo moldar as estruturas mentais, impondo uma nova forma de pensar. Em suma, a aproximação com o Governo, a educação, e o grande trabalho

realizado pela imprensa, foram determinante para a construção da nova imagem do mercado de capitais no Brasil.

Livros publicados pela própria Bolsa de Valores, matérias de capa em jornais e revistas de grande circulação, como a matéria do jornal norte americano *The New York Times*, que trazia o presidente da Bolsa de bermuda e camisa pólo, e o próprio codinome atribuído à Magliano de “o revolucionário da bolsa” contribuíram enormemente para a desmistificação da bolsa de valores como um cassino para ricos e especuladores.

Diante dessa conjuntura, é criado o programa **Mulheres em Ação**, que hoje compõe um dos módulos do **Projeto Educar**, que adiante será abordado.

4. A POPULARIZAÇÃO DAS FINANÇAS VIA EDUCAÇÃO FINANCEIRA: OS PROJETOS EDUCACIONAIS DESENVOLVIDOS PELA BM&FBOVESPA

Programa permanente do projeto de popularização do mercado de capitais realizado pela BM&FBovespa, o programa **Mulheres em Ação** foi criado no ano de 2003. Com o intuito de atrair o público feminino ao mercado financeiro, o programa destinado às mulheres surgiu a partir do projeto **Bovespa Vai Até Você**.

A partir das visitas realizadas pelo **Bovespa Vai Até Você** os consultores financeiros teriam percebido o interesse do público feminino pelo mercado acionário; daí teria surgido à ideia de um espaço destinado somente às mulheres.

Para a implementação do programa, a Bovespa encomendou uma ampla pesquisa, realizada em abril de 2003, a fim de traçar o perfil da mulher brasileira e o que ela pensa sobre o futuro e o papel dos investimentos (PILAGALLO, 2004). Para tanto, foram entrevistadas 1.500 pessoas entre homens e mulheres em Belo Horizonte, Brasília, Porto Alegre, Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo.

A responsável pela sondagem foi a empresa Data Popular, com coordenação da socióloga Fátima Pacheco Jordão. A enquete teria ouvido pessoas das classes A, B e C+, considerando apenas respostas daquelas com renda própria e com pelo menos um carro na família. “A faixa etária foi dividida em duas partes, entre pessoas de 28 a 44 anos e com mais de 45 anos. Quanto à escolaridade, a maioria (40%) tinha segundo grau e 26%, o curso superior” (PILAGALLO, 2004, p. 80).

Este trabalho teria concluído que o hábito de poupar e investir é valorizado pela maioria das mulheres, 62%. A necessidade de um espaço exclusivo para mulheres surgiria a partir da seguinte advertência feita pela pesquisa:

O trabalho, no entanto, faz uma advertência: “investimentos menos usuais e tidos como de maior risco – como é o caso das ações – geram insegurança. Muitas mulheres desconhecem os processos e meios para investir e gerenciar seu dinheiro”. O texto trás também um diagnóstico: “parece haver uma falha na comunicação das instituições financeiras com este público. Os bancos oferecem orientação, mas ela não basta ou não é suficientemente clara e acessível”. (PILAGALLO, 2004, p.80)

Surge, portanto, a ideia de criar um projeto que atendesse às necessidades do público feminino. Para Fabiana Pacheco Jordão o perfil das mulheres que emergiu a partir da pesquisa seria o de uma “arquiteta do futuro”, não uma mulher com olhar adocicado e idílico. Essas novas mulheres, saberiam das dificuldades que estão diante delas reconhecendo os instrumentos que elas precisam conhecer para alcançar seus objetivos. Para isso só faltava informação.

O **Mulheres em Ação**, que aqui trataremos como um espaço social destinado às mulheres, surge para estabelecer, de acordo com a instituição, um canal entre as mulheres e os mercados da Bolsa. Tem como um de seus principais desafios divulgar a crença do poupar, em um contexto de maior acesso ao crédito e do aumento do poder aquisitivo das famílias brasileiras concomitantemente ao aumento do número de endividados. De acordo com a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomércioSP), em julho de 2012, 62,5% das famílias brasileiras estavam endividadas, representando um aumento no índice de endividamento de 6% entre os anos de 2010 e 2011.

Para tanto, além do acesso ao conhecimento sobre o mercado de ações, os coordenadores do projeto **Educar-Mulheres em Ação** assinalaram a necessidade de desenvolver um trabalho de educação financeira, no intuito de dar orientações para essas agentes sobre como planejar o orçamento doméstico, organizar suas finanças e a se livrarem das dívidas.

Além dos cursos correspondentes ao **Programa Educar** a BM&FBovespa conta com mais alguns programas voltados para a educação, sendo estes: **Associação Profissionalizante**, **Turma da Bolsa**, **Educação Financeira**, **Desafio BM&FBovespa** (nas versões presenciais e web) e o **Espaço Raymundo Magliano Filho**. Buscaremos traçar, em linhas gerais, antes de tratarmos do **Projeto Educar**, algumas características gerais dos outros projetos denominados como de responsabilidade social ofertados pela BM&FBovespa.

a. Associação Profissionalizante

Destinado aos jovens de ambos os sexos, a Associação Profissionalizante, em funcionamento desde 1996, tem por intuito promover nas cidades do Rio de Janeiro e de São

Paulo a formação pessoal e profissional de jovens de baixa renda, a fim de preparar-los para o mercado de trabalho. Busca promover a inclusão social de jovens por meio de ações educacionais de assistência social. De acordo com as informações fornecidas pela BM&FBovespa²¹, os programas contam com o apoio do Núcleo de Formação para a Cidadania, incluindo oficinas de saúde, educação sexual, criatividade, alimentação, *marketing* pessoal, informática, documentação comercial e bancária. Além do mais, a Associação ofereceria os seguintes módulos de cursos: Capacitação para a Empregabilidade, Faz Tudo, e Espaço Beleza, na cidade de São Paulo. E, desde o ano de 2000, desenvolve os programas Faz Tudo na cidade do Rio de Janeiro, e o Espaço Beleza, a partir do ano de 2008.

b. Turma da Bolsa

Destinado ao público infantil, com idade entre os 7 e os 10 anos, o **Turma da Bolsa** veicula os conceitos básicos de economia a essas crianças por meio de um portal na internet (www.turmadabolsa.com.br) e de vídeos didáticos. O *site* tem como foco transmitir de forma divertida conteúdos sobre educação financeira para as crianças. Além das fábulas, dos jogos e dos quadrinhos, o Programa tem como personagens principais O Porco e o Magro, apresentados por meio de vídeos, tendo como intuito repassar os principais conceitos de poupança, direitos e deveres dos consumidores e, sobretudo, consumo consciente.

Acerca dos personagens, Magro, atrapalhado com a organização orçamentária do dia-a-dia "segue as orientações didáticas do porquinho especialista e aprende na prática como desenvolver um comportamento financeiro saudável"²². Nota-se que o **Turma da Bolsa** tem como foco central a construção de uma cultura de poupança nesses futuros adultos, tratando o tema das finanças como algo cotidiano, como fazendo parte das atividades mais simples, familiarizando-os com os conceitos tão mistificados pelas pessoas que não os conhecem.

c. Educação Financeira

Veiculado pela TV Cultura, e posteriormente disponível no site do Programa (www.tveducacaofinanceira.com.br), o **Educação Financeira** é um programa de TV destinado a todo o público. Com enfoque didático e informativo tem como pressuposto

²¹ Informações disponíveis em:

<<http://www.bmfbovespa.com.br/wrs/FormConsultaProjeto.asp?Soem=68&CodProj=454>>

²² Citação disponível

em: <<http://www.bmfbovespa.com.br/wrs/FormConsultaProjeto.asp?Soem=68&CodProj=458>>

difundir e discutir temas do universo econômico com o objetivo de ajudar as pessoas a administrarem melhor suas finanças. Com aproximadamente 12 minutos de duração, os temas abordados revezam entre os depoimentos de pessoas e a entrevista com especialistas.

d. Desafio BM&FBOVESPA

A versão presencial do **Desafio BM&FBovespa**²³ é destinada a professores e alunos de escolas públicas e privadas do ensino médio do Estado de São Paulo. Já a versão web é destinada ao mesmo público, porém, a nível nacional. O objetivo principal do projeto consiste em permitir a experimentação do mercado e disseminar conceitos básicos de educação financeira e do mercado de ações de forma considerada simples, atrativa e didática.

Na versão presencial, o projeto consiste em uma competição educativa sobre o mercado onde devem ser inscritos de três a cinco alunos e um professor orientador para participar. Já, na versão web podem se inscrever escolas de todo o país, com até 24 grupos e 12 professores orientadores.

e. Espaço Raymundo Magliano Filho²⁴

Aberto para visitas do público em geral, instituições de ensino, empresas e outras instituições, o Espaço tem como objetivo oferecer visitas monitoradas gratuitas às pessoas interessadas em conhecer o funcionamento da Bolsa, no âmbito teórico e no prático, proporcionando informações sobre o mercado de ações. Conta com Cinema 3D, Mesa de Operações, Espaço Cultural e um café, com disponibilidade de visitas de segunda a sábado das 10 às 17 horas.

Na Figura II, estão esquematizados, de maneira simplificada, os projetos de popularização da BM&FBovespa no âmbito educacional.

²³ Mais informações sobre o Programa Desafio BM&FBOVESPA estão disponíveis em: <<http://www.bmfbovespa.com.br/InstSites/DesafioBovespa/>>

²⁴ Mais informações sobre o Espaço Raymundo Magliano Filho estão disponíveis em: <<http://www.bmfbovespa.com.br/pt-br/a-bmfbovespa/visitas-a-bolsa/espaco-bmfbovespa.htm>>

FIGURA II. Projetos de Popularização na Área de Educação



Fonte: Elaboração própria com base nas informações disponíveis no web site da BM&FBOVESPA

Em um primeiro momento, como um dos módulos do programa de popularização do mercado financeiro **Bovespa Vai Até Você**, hoje o **Mulheres em Ação** faz parte de um projeto de educação financeira mais amplo, o **Educar**. Abaixo serão tecidas algumas considerações mais amplas sobre o Projeto Educar e seus respectivos módulos.

4.1. Projeto Educar

Dado o contexto de maior acesso ao crédito, o tema do endividamento das famílias de classe média brasileiras está sendo objeto de maior atenção. Os meios de comunicação, organismos internacionais, tanto o setor público quanto o privado apontam para a necessidade de uma maior conscientização da população no que concerne ao uso prudente do crédito, a necessidade de poupar para uma aposentadoria confortável. É nesse contexto que ressaltamos a importância de uma leitura sociológica acerca do tema da educação financeira.

Sendo a BM&FBovespa e, mais especificamente, o ambiente da Bolsa de Valores o que poderíamos denominar de expressão simbólica máxima do capitalismo financeiro, nota-se a carência de estudos que apontem para outros aspectos que vão além dos econômicos. Para tanto, esta análise parte do pressuposto, tal como assinala Müller (2006), de que existem laços

de solidariedade social entre os agentes presentes nesse espaço social, para tanto, cremos na necessidade de apontar, sobretudo no que concerne ao âmbito da educação financeira via Bolsa de Valores, aqueles aspectos que concernem à construção de novas crenças e de um novo *habitus* econômico.

No que se refere ao **Projeto Educar**, tal como assinalado no site da BM&FBovespa²⁵, este debruça-se, sobretudo, na questão da gestão das finanças pessoais. Cada módulo oferecido tem como intuito abarcar as necessidades correspondentes a cada faixa etária ou gênero; as diversas metodologias adotadas têm como intenção ensinar aos participantes a organizarem suas finanças pessoais e o futuro e a que o hábito de poupar e de diversificar os investimentos sejam valores a serem seguidos.

Entre os cursos que são ofertados, alguns são ministrados apenas em instituições que os solicitam, sendo eles: **Educar Júnior** (destinado a jovens entre os 11 e os 15 anos, com duração de 4 horas), **Educar Teen** (destinado a jovens de 15 a 18 anos, com duração de 4 horas) e, **Educar Sênior** (direcionado ao público da terceira idade, com duração de 6 horas). As outras modalidades de cursos disponíveis são

Os três módulos oferecidos, **Educar-Master, Educar-Família e Educar-Mulheres em Ação**, sistematizados na Tabela II, têm inscrições online, com a possibilidade da escolha de várias datas e, sobretudo, de outros locais além da cidade de São Paulo, como, por exemplo, cidades do interior e de outros Estados.

Porém, o que deve ser enfatizado a partir do nosso ponto de vista é, sobretudo, o linguajar em nada comparável àqueles encontrados nos manuais de ciências econômicas; enfatizar-se-á, antes de tudo, o fato de os conceitos tecnicistas serem substituídos por exemplos tirados do cotidiano, sendo utilizada como ferramenta, sobretudo, a apresentação dos chamados *cases*, a fim de criar uma nova *doxa*²⁶ do “planejar”, “poupar” e do “investir”.

²⁵ Mais informações sobre os cursos oferecidos estão disponíveis em: <http://www.bmfbovespa.com.br/pt-br/educacional/cursos/cursos-financas-pessoais.aspx?idioma=pt-br>

²⁶ De acordo com Bourdieu (1997), a *doxa* é considerada um ponto de vista particular, o ponto de vista dos dominantes, que se apresenta e se impõe como ponto de vista universal.

TABELA II. Módulos: Projeto Educar

Módulo	Público Alvo	Duração	Conteúdo Programático
Educar-Master	Adultos de ambos os sexos	6 horas	A história do dinheiro, a moeda na economia, noções sobre o SFN ²⁷ , a família e dinheiro, planejando o futuro da família, orçamento familiar, investimentos, importância do mercado de ações, como investir em ações.
Educar-Família	Membros adultos da família	6 horas	O conteúdo programático é o mesmo do módulo Educar - Master, porém, a linguagem é voltada para o âmbito familiar
Educar-Mulheres em Ação	Mulheres	4 horas	Você tem mais dinheiro do que imagina, dinheiro na mão não é vendaval, como se livrar das dívidas, para poupar é só começar, a sedução do crédito, as taxas de juros, seu futuro num tripé: liquidez, segurança e rentabilidade, risco x retorno.

Fonte: Elaboração própria a partir das informações disponíveis em: <<http://www.bmfbovespa.com.br>>

A iniciativa de popularização da BM&FBovespa, a partir de seu projeto educacional, tem como intuito atingir a um público que não tivera anteriormente contato com o mercado financeiro, com seus conceitos. Em ocasião de uma participação no curso **Educar Master**, tanto a partir da análise do material didático, como pela exposição do consultor financeiro²⁸, nota-se a ênfase dada à importância da necessidade de uma mudança na postura da população diante do dinheiro.

Composto por 28 tópicos e mais Introdução e Bibliografia, cada um dos conteúdos do material didático entregue no curso não ultrapassa duas páginas. Com um linguajar simples e acessível discorre de maneira informal sobre os seguintes pontos, que correspondem ao disposto no material:

²⁷ SFN: sigla para Sistema Financeiro Nacional.

²⁸ Detalhes sobre a participação nesse módulo do curso estão no Diário de Campo, no Anexo III.

TABELA III. Conteúdo Programático – Cartilha Programa Educar-Master

Conteúdo do Programa Educar-Master
Capítulo 1. A importância da Educação Financeira
Capítulo 2. O que precisamos saber
Capítulo 3. A moeda
Capítulo 4. Como a moeda é usada na economia
Capítulo 5. O que é risco?
Capítulo 6. Noções sobre o Sistema Financeiro Nacional (SFN)
Capítulo 7. Os juros
Capítulo 8. O que é inflação?
Capítulo 9. Planejamento financeiro
Capítulo 10. Administrando seu dinheiro
Capítulo 11. A sociedade de consumo
Capítulo 12. As armadilhas
Capítulo 13. Orçamento pessoal e familiar
Capítulo 14. Como fazer para que sobre dinheiro
Capítulo 15. O que fazer com o dinheiro que sobra
Capítulo 16. Aposentadoria
Capítulo 17. Planejando a educação dos filhos
Capítulo 18. Investindo no mercado financeiro
Capítulo 19. O investidor
Capítulo 20. Os vários tipos de poupança
Capítulo 21. Planejar o futuro
Capítulo 22. No que posso investir?
Capítulo 23. Comprando um imóvel
Capítulo 24. Aplicando em títulos de renda fixa
Capítulo 25. A importância do mercado de ações para a economia
Capítulo 26. Você pode ser um dos novos sócios dessas empresas
Capítulo 27. Investindo em ações
Capítulo 28. Passo a passo

Fonte: Elaboração própria baseada nas informações contidas no material informativo distribuído no curso Educar-Master

Porém, nota-se a partir de uma análise mais detalhada do material distribuído que este centra-se, sobretudo, na importância da educação financeira como meio de ampliação do leque de decisões acerca dos temas referentes aos gastos, a poupança e a utilização consciente do crédito como uma forma de elevar o bem-estar e a qualidade de vida.

Em muitos trechos está presente o tema de uma melhor autogestão financeira associada à diminuição do estresse e, conseqüentemente, para a conquista de uma vida em equilíbrio. Observamos a ênfase dada à questão da diferença entre a educação formal, ou seja,

aquela que adquirimos na escola, e a educação financeira, sendo a primeira insuficiente para uma maior conscientização acerca das finanças pessoais na fase adulta.

Conteúdo bastante interessante é o que remete sobre o que seria a moeda. Ao traçar um breve histórico nota-se que esta, a moeda, é tida como um facilitador das trocas, onde, tal como apontam, sua primeira função seria exclusivamente a de intermediar as trocas, desprovida de qualquer sentido simbólico. O conteúdo aponta ainda para a moeda como uma unidade de valor, "como todos os bens e serviços produzidos têm seu valor expresso em unidades monetárias, a existência da moeda torna possível o surgimento de um sistema de preços" (EDUCAR-MASTER, p.7, 2012). Como outra função é mencionado o fato de a moeda ser uma reserva de valor.

Notamos que vários termos econômicos são trazidos de maneira a simplificar sua compreensão, tais como **fluxo real**²⁹, **fluxo monetário**³⁰, **agentes econômicos superavitários**³¹ e **agentes econômicos deficitários**³², dentre outros. Uma consideração importante que aparece no decorrer das informações fornecidas é a que ressalta que os fluxos reais e monetários surgiriam a partir da interação dos diversos agentes econômicos (famílias, empresas, governos, etc.) nas relações de troca; porém como nota-se nas diversas linhas explicativas, embora os agentes sejam considerados como o motor do sistema econômico, esses aparecem como sendo conduzidos pelos ditames das trocas.

Embora expresso, cabe ressaltar que, conforme o esperado, o material didático, mesmo buscando uma abordagem bastante simplista, encontra-se rebuscado pelos conceitos economicistas. Diferentemente do que é apresentado durante a palestra ministrada pelo consultor financeiro, que adiante será mencionada, todo o material impresso apresenta o mundo das finanças como destituído de humanidade.

Em linhas gerais, partimos do pressuposto, tal como assinala Zelizer (2011), de que as finanças nos são apresentada como um "mundo no qual indivíduos sem amarras se

²⁹ O fluxo real seria aquele em que as famílias (reunião de pessoas, donas dos fatores de produção) fornecem seus recursos às empresas e estas produzem e fornece às famílias os bens e serviços de que necessitam. (Conteúdo disponível no material distribuído no curso)

³⁰ Entende-se por fluxo monetário àquele que surge quando, com o auxílio da moeda, as empresas pagam as famílias pelo uso dos recursos utilizados e as famílias, com o auxílio da moeda, pagam às empresas e os bens e serviços adquiridos. (Conteúdo disponível no material distribuído no curso)

³¹ Os agentes econômicos superavitários são aqueles que têm excesso de renda sobre suas despesas, ou seja, gastam menos do que ganham, podendo, portanto, poupar. (Conteúdo disponível no material distribuído no curso)

³² Os agentes econômicos deficitários são aqueles que têm falta de renda para cobrir suas despesas, ou seja, gastam mais do que ganham, precisando pedir dinheiro emprestado. (Conteúdo disponível no material distribuído no curso)

comportam como participantes racionais nas transações de mercado, fazendo distinções apenas de preço e quantidade, uma esfera sem paixão onde todo o dinheiro é igual" (ZELIZER, 2011, p. 17)

Todo conteúdo apresentado perpassa por três pontos básicos, sendo eles: **como poupar**, organizando melhor suas finanças; **como investir**, a partir do seu perfil de investidor (conservador, moderado, agressivo) e; **em que investir** (imóveis, poupança, títulos de renda fixa, mercado de ações). Para tanto, são disponibilizados mecanismos para cada etapa tais como, planilhas de orçamento pessoal e também um questionário para definir qual seu perfil de investidor, que é identificado a partir da pontuação obtida.

As perguntas que compõem o questionário são tais como: Qual é sua faixa etária? Quantas pessoas dependem economicamente de você? O que você pretende ao investir no mercado financeiro - preservar seu capital, obter um crescimento moderado de seu capital ou buscar um crescimento rápido e significativo de seu capital? Investindo hoje, quando pretende iniciar os resgates de suas aplicações? Como você reagiria a flutuações em seus investimentos? Por o que você opta ao contratar um seguro para o seu carro?

Nota-se, portanto, que a descontração é a característica primordial no decorrer do curso. Um linguajar cotidiano, exemplos comuns estão presentes a todo o momento no discurso do economista e consultor financeiro da BM&FBovespa Renato Silva, o responsável por ministrar esse módulo. Nota-se, logo de início, que o tom "economicista" é deixado de lado em prol de termos e conceitos mais ligados à vida das pessoas, na qual termos técnicos são quase inteligíveis ao senso comum e, no entanto, deixados de lado em prol de uma abordagem mais **sedutora** em que o mercado financeiro aparece como algo atrativo.

Algumas "frases de efeito" são sempre citadas, entre elas: Sem poupador não existe investidor; Tratamos o Eu S/A; Nós temos que dar resultados favoráveis; É necessária consciência para escolher a melhor alternativa do mercado; Eu preciso ou eu quero?; Eu preciso, eu quero, eu posso?; O desaforo fica, o dinheiro vai. Os jovens são as vedetes do dia; Temos que construir a curva de sustentabilidade da vida. Estas, entre outras, são as expressões comuns utilizadas pelo consultor financeiro, que tem como intuito claro, a partir do ponto de vista aqui proposto, conscientizar os participantes para a necessidade de uma mudança de postura em relação às finanças pessoais.

O curso todo segue o conteúdo programático do material didático. Dividido em duas partes, uma no período da manhã e outra no período da tarde, em um primeiro momento

busca-se enfatizar sobre a necessidade de uma educação financeira que seja diferencial àquela oferecida pela educação formal, considerada insuficiente. Ressalta-se a todo o momento a carência de uma educação financeira por parte da sociedade, onde menos de 30% das famílias têm o hábito de planejarem-se financeiramente. A poupança é tratada como uma necessidade que tem como pressuposto atender as necessidades futuras.

Um ponto interessante debatido durante todo o curso é o fato de associarem a educação financeira a algo subjetivo, tendo esta que ser atrelada ao modo de vida de cada um, a conduta de cada um; considerações essas que fogem dos pressupostos maximizadores que vêm a tratar as necessidades financeiras de cada um como algo homogêneo, como se todos almejassem o mesmo padrão de vida.

O que se busca durante as 6 horas de atividades é a conscientização à necessidade de poupar. Para tanto é apresentado um esquema no qual são destacadas três fases diferentes em nossas vidas ao que se refere às finanças. A faixa etária correspondente dos 0 aos 20 anos é destinada a educação financeira; a que corresponde ao intervalo entre 20 e 50 anos é a denominada **fase de brilho** na qual deve-se definir qual seu objetivo e assumir riscos; a faixa etária que corresponde dos 50 aos 65 anos é a dominada por uma "atitude conservadora"; por fim, após os 65 anos, durante a aposentadoria é hora de desfrutar de todos os benefícios conquistados.

A questão da aposentadoria também é muito debatida, ressalta-se a necessidade de planejar o futuro desde cedo de modo a complementar os rendimentos, sendo a educação a porta de entrada para um futuro tranquilo.

Quando a pergunta é: “Quem já possui capital herdado, deve apenas aproveitar?” A resposta é um enfático não! Aborda o consultor que quando ricos devemos ser mais prudentes para com o uso do dinheiro. Para exemplificar usa o exemplo do *Playboy* carioca Jorginho Guinle, ex-proprietário do Copacabana Palace, que tinha como meta de vida gastar toda sua fortuna até os 75 anos, porém teve os seus planos frustrados quando acabou com seu patrimônio antes do previsto e veio a falecer com mais de 80 anos.

Acerca da maneira como devemos planejar nossa finança pessoal e familiar são usados dois exemplos, os chamados *cases*. O primeiro é de um personagem que denominam André. O jovem de 21 anos, estudante de administração pública, trabalha em um banco, tem um salário de R\$1.000,00 e foi presenteado pelo pai com um automóvel. Na situação simulada André vive reclamando da insuficiência de seus rendimentos, porém, a fim de demonstrar que

o problema não é o baixo salário, mas sim o planejamento inadequado, surge a seguinte questão: "quanto o gasto com o carro consome da renda bruta de André?".

Para tanto é utilizada uma planilha que tem como foco detectar onde está o erro no orçamento do jovem. Esse modelo é o que deve ser seguido, de acordo com o Programa, para que consigamos esclarecer quais pontos devem ser mudados no que concerne à nossas finanças pessoais, em que o grande problema seria o **problema do efeito aparência**, uma vez que as pessoas têm um padrão de vida que não corresponde às suas possibilidades reais.

O segundo exemplo utilizado remete a um orçamento familiar, no qual André encontra-se casado e com o desafio de planejar, junto com sua esposa, as despesas. Nesse caso é ainda mais enfatizado o problema da divergência entre as condições reais e o que é gasto. Usa-se uma planilha na qual os agentes que frequentam o curso são convidados a escolher qual a melhor forma de ajustar o orçamento do casal aos seus rendimentos. Em suma, de acordo com os modelos apresentados, um planejamento para o futuro deve incluir: os provedores – pai, mãe; os gastos – que devem incluir os gastos do pai, da mãe, dos filhos uma vez que todos devem participar do planejamento orçamentário.

Já, a segunda parte do conteúdo programático consiste em apresentar as diversas formas de investimento a fim dos agentes conhecerem e determinarem qual seria o melhor tipo de investimento para cada caso. As variáveis que devem ser analisadas ao escolher um tipo de investimento seriam: a **Liquidez**³³, a **Segurança**³⁴ e a **Rentabilidade**³⁵. Os tipos de investimentos apresentados são os mesmos presentes no material didático, porém no âmbito do discurso verificamos o que em linguagem vulgar poderíamos denominar de **vender o peixe**, já que a questão do mercado de ações é a mais amplamente debatida, onde se procura fugir dos pressupostos que o qualifica como um investimento de grande risco.

Em suma, notamos uma grande diferença entre o material entregue e o discurso do consultor financeiro. Muitas vezes verificamos a partir das palavras utilizadas por este a necessidade de conscientizar os agentes acerca de ser inevitável uma mudança cultural que vêm a ser obtida apenas por meio da Educação Financeira.

A pesquisa de campo nos mostrou maneira como a esfera cultural está presente no discurso dos agentes que promovem os cursos de Educação Financeira, realidade esta que

³³ **Liquidez** é o grau de facilidade com que podemos converter o ativo (bem, investimento) em dinheiro. Quanto mais fácil e rápido pudermos converter um ativo em dinheiro, maior será sua liquidez.

³⁴ **Segurança** diz respeito ao risco percebido pelo investidor.

³⁵ A **Rentabilidade** é o retorno que esperamos obter com o investimento efetuado.

encontra-se também presente nos livros de autoajuda financeira, tal como apontado por Leite (2011). Para a autora, a emergência desses novos seguimentos ocorre concomitantemente ao desenvolvimento e crescimento do mercado financeiro no Brasil, envolvendo, de acordo com o estudo apresentado pela mesma, palestras e a vendagem de livros elaborados por consultores financeiros. Fato que pode ser observado nos sites que promovem o tema tal como nos outros projetos educacionais realizados na própria Bolsa de Valores.

O curso torna claro que para estes a falta de hábito do brasileiro em investir encontra-se, sobretudo, relacionada à instabilidade econômica pela qual o país passou ainda em sua história recente. Para tanto, esses aspectos revelam a importância em enfatizarmos as características que vão além das denominadas econômicas, uma vez que mesmo hábitos, tais como o de investir em ações, apresenta-se como amplamente relacionado às esferas culturais, sociais e simbólicas, onde ao invés de atermo-nos na maneira como a economia oficial é operada devemos nos centrar na maneira como as pessoas vivenciam suas vidas na economia, tal como nos sugere Bourdieu (1998).

Já, no que se refere ao público participante no dia do curso, das 181 pessoas inscritas, 102 estiveram presentes. Embora bastante heterogêneo, contou em sua maioria com jovens em idade universitária, característica esta realçada sobretudo pelas vestimentas: jeans, tênis tipo *All Star* e mochilas. Em relação ao gênero, mesclavam-se de maneira proporcional entre homens e mulheres.

Outra característica marcante é o fato de grande maioria ter certa familiaridade com o vocabulário da ciência econômica, estando mais atentos em entusiasmados quando a temática voltou-se para a questão dos investimentos, sobretudo em títulos de renda fixa, como o Tesouro Direto, e investimento em ações. Nenhuma das características ligava-os a imagem de jovens empreendedores, com perfil agressivo buscando multiplicar seus patrimônios, mas sim pessoas que buscam a melhor forma de investir.

Em um ambiente no qual se clama por uma sociedade financeiramente consciente a educação financeira apresenta-se como um capital simbólico³⁶ importante, ressaltado principalmente com a entrega do certificado para aqueles que acompanham o curso. O

³⁶ Tal como assinalado na obra de Bourdieu, o termo capital não refere-se apenas ao acúmulo de bens e de riquezas econômicas, mas todo o recurso ou poder que se manifesta em uma atividade social. "Assim, além do capital econômico, é decisivo para o sociólogo a compreensão de capital cultural (saberes e conhecimentos reconhecidos por diplomas e títulos), capital social (relações que podem ser convertidas em recurso de dominação)". O capital simbólico (aquilo que chamamos de prestígio ou honra e que permite identificar os agentes no espaço social) seria, no entanto, o efeito exercido pelo acúmulo dos outros capitais, econômico, social, cultural.

cenário que nos foi apresentado, a partir da presença em campo, é permeado por mecanismos que têm a intenção, além de promover o mercado de ações, ressaltar a necessidade e a importância de uma população financeiramente bem educada.

Em um mundo dominado pelas finanças, somente indivíduos que dominam esses mecanismos estariam salvaguardados. É, portanto, dessa maneira que a educação financeira apresenta-se como um instrumento democrático, como um Investimento Socialmente Responsável, que visa o bem estar de todos os interessados, os *stakeholders*.

A partir desse discurso, que visa a popularização da Bolsa de Valores de São Paulo, a partir da presidência de Raymundo Magliano Filho, o Revolucionário da Bolsa, pautado nos pressupostos do esclarecimento e da visibilidade, que compreendemos o surgimento desses novos espaços sociais e a inclusão desses novos entrantes no mundo das finanças. Assim, a instituição BM&FBovespa cria novas crenças, opera mudanças cognitivas, apoderando-se de elementos da esfera civil.

É nesse contexto que se compreenderá a criação do projeto **Mulheres em Ação**, que surgiu como um dos módulos do programa **BOVESPA Vai Até Você** e hoje é faz parte do projeto **Educar**.

5. INCLUSÃO DAS MULHERES COMO INVESTIDORAS NA BOLSA DE VALORES DE SÃO PAULO: LIMITES E AMBIGUIDADES DESSA REVOLUÇÃO CONSERVADORA

Mulheres e mercado financeiro não é um tema fortemente debatido nem por economistas, nem por sociólogos. Livros de autoajuda financeira, sites, palestras e cursos de educação financeira, direcionados exclusivamente ao público feminino fazem parte, hoje, de um projeto não só econômico, mas, também, de um projeto político, social e cultural.

Por se tratar de um objeto de investigação pouco convencional devemos destacar, em primeiro lugar, perspectivas teóricas que têm influenciado a discussão sobre gênero dentro das ciências sociais, para tanto se optou pela explanação de duas abordagens distintas, sendo elas a de Pierre Bourdieu e Alain Touraine.

Em *A Dominação Masculina* (1999), Bourdieu discorre acerca do que pode ser denominado de construção social da dominação masculina. Procura demonstrar como a estrutura social e os constrangimentos vieram a contribuir para a perpetuação desta dominação que, para este, no modo como é imposta e vivenciada, a resultante da denominada violência simbólica, ou seja, aquela violência suave que se exerce por vias simbólicas da comunicação e do conhecimento.

Para tanto, sua análise sobre a noção de gênero consiste na tentativa de demonstrar os processos que são responsáveis pela transformação da história em natureza, do arbitrário cultural em natural; mais especificamente em ressaltar o trabalho coletivo de socialização do biológico e de biologização do social (BOURDIEU, 1999).

A divisão entre os sexos, que parece estar na ordem das coisas, natural ao ponto de ser inevitável estaria presente tanto “[...] em estado objetivado das coisas” como em todo o mundo social, “[...] em estado incorporado, nos corpos e nos *habitus* dos agentes, funcionando como sistemas de esquemas de percepção, de pensamento e de ação” (BOURDIEU, 1999, p. 17). Porém, cabe salientar que a divisão das coisas e das atividades, tanto sexuais como outras, seguindo a oposição entre o masculino e o feminino recebe, tal como demonstra o autor, sua necessidade objetiva e subjetiva a partir de sua inserção em um sistema de oposições homólogas, tais como: acima/abaixo, ativo/passivo, móvel/imóvel.

De acordo com Bourdieu, esses esquemas de pensamento:

[...] de aplicação universal, registram como que diferenças de natureza, inscritas na objetividade, das variações e dos traços distintivos (por exemplo em matéria corporal) que eles contribuem para fazer existir, ao mesmo tempo que as naturalizam, inscrevendo-se em um sistema de diferenças, todas igualmente naturais em aparência; de modo que as previsões que elas engendram são incessantemente confirmadas pelo curso do mundo, sobretudo por todos os ciclos biológicos e cósmicos (BOURDIEU, 1999, p.16)

A naturalização ocorre, por sua vez, no momento em que os princípios de visão e de divisão estejam objetivamente em concordância com as divisões pré-existentes, onde o intuito não consciente (já que para Bourdieu os indivíduos não tem consciência desse processo) é o de consagrar a ordem estabelecida, tornando a existência conhecida reconhecida oficialmente (BOURDIEU, 1999).

No entanto, é importante ressaltar que, para compreender a maneira como a dominação masculina veio a se concretizar e ainda exerce poder simbólico, ou seja, “esse poder invisível o qual só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem” (BOURDIEU, 1989, p.7-8), tem-se, sobretudo que enfatizar as condições sociais da possibilidade de uma concordância entre as estruturas objetivas e as estruturas cognitivas.

Uma vez que a diferença anatômica entre os órgãos sexuais pode ser vista como justificativa natural da divisão atribuída aos gêneros, cabe expormos que, para Bourdieu, o mundo social é quem vem a construir o corpo como uma realidade sexuada, como “depositário de princípios de divisão e de visão sexualizantes” (BOURDIEU, 1999, p. 18-20). Portanto, esse “programa social de percepção incorporada aplica-se a todas as coisas do mundo e, antes de tudo, ao próprio corpo, em sua sexualidade biológica” (BOURDIEU, 1999, p. 18-20).

A dominação masculina se perpetuaria no momento que as dominadas aplicariam aquilo que as domina nos seus esquemas de percepção (objetiva e subjetiva), ou seja, quando seus pensamentos e suas percepções estão em “concordância com as estruturas mesmas da

relação de dominação que lhes é imposta” (BOURDIEU, 1999, p.22) sendo seus atos de conhecimento, atos de reconhecimento de submissão.

Porém, para Bourdieu há espaço para subversão já que há sempre lugar para uma luta cognitiva acerca do sentido das coisas do mundo e também das realidades sexuais; “a indeterminação parcial de certos objetos autoriza, de fato, interpretações antagônicas, oferecendo aos dominados uma possibilidade de resistência contra o efeito de imposição simbólica” (BOURDIEU, 1999, p.22).

É importante ressaltarmos o papel que Bourdieu dá às instituições no processo de diferenciação, uma vez que para ele aquilo que aparece na história como eterno, é produto de um trabalho de eternização que compete às instituições interligadas, sendo estas: a família, a igreja, a escola e o estado; cabendo à família o papel principal de reprodução da dominação. A escola seria aquela que continuaria a transmitir os pressupostos da representação patriarcal, enquanto o estado moderno teria inscrito no direito da família todos os princípios fundamentais da visão androcêntrica.

Em sua obra, Bourdieu discorre acerca das mudanças que vieram a ocorrer no que concerne à dominação masculina, dando lugar, sobretudo, ao movimento crítico das feministas que em determinadas áreas do espaço social romperam o círculo generalizado que impunha a dominação como evidencia de algo indiscutível. Porém, para este, o fator decisivo para a conquista das mulheres estaria relacionado à transformação da função da instituição escolar por meio do aumento do acesso das mulheres à instrução e, conseqüentemente, à independência econômica, mesmo sendo estas ainda discriminadas em cargos de poder, sobretudo aqueles relacionados à economia, às engenharias, etc.

No entanto, essas mudanças visíveis de condição ocultariam a permanência nas oposições relativas, tendo às mulheres em comum umas com as outras o fato de “estarem separadas dos homens por um coeficiente simbólico negativo” (BOURDIEU, 1999, p. 112) o que, pelo fato de serem estigmatizadas, as afeta negativamente. As próprias mudanças da condição feminina obedeceriam à lógica do modelo tradicional das relações entre masculino e feminino, estando a divisão social das tarefas inscritas na objetividade das categorias sociais diretamente visíveis, através da qual se forma a representação que cada um de nós tem do normal.

Sendo o processo de dominação uma construção social naturalizada, para Bourdieu, as identidades distintas “que a arbitrariedade cultural institui se encarnam em

*habitus*³⁷ claramente diferenciados segundo o princípio da divisão dominante e capazes de perceber o mundo segundo este princípio” (1999, p. 34) à custa de um trabalho coletivo de socialização difusa e contínua, a partir de um trabalho de construção simbólica que se completa através de uma transformação profunda e duradoura nos corpos e nos cérebros.

Já em *O Mundo das Mulheres* (2007), Alain Touraine segue numa direção oposta à proposta por Pierre Bourdieu. Atores sociais na construção de si mesmas, livre de constrangimentos, as mulheres carregariam dentro delas o desejo de viver uma experiência transformada por elas mesmas. A consciência de si como sujeito – ideia esta que, para Touraine, implica a ideia de direitos – seria um protesto contra o próprio sistema dominante, construir-se como mulher seria, antes de qualquer coisa, transformar a mulher para outros em mulher para si, não havendo necessariamente ruptura entre as duas.

As transformações que vieram a ocorrer na vida das mulheres seriam o resultado da conquista da subjetividade feminina, associada, por sua vez, a uma profunda transformação em nossa cultura. Mesmo opondo-se completamente aos modelos antigos de mulher, essas novas atrizes transformadas não se oporiam aos homens. Ao contrário:

[...] sua libertação significa que cada um (homem/mulher) deixa penetrar nele uma parte do outro. Assim como a parte de feminidade cresce nos homens, a parte de masculinidade aumenta nas mulheres, mas sem aceitar com isso a ideia “unissex”, constantemente e claramente rejeitada. É exatamente a imagem da construção de si que melhor representa as declarações das mulheres estudadas. Elas não buscam salvaguardar e defender um eu; elas tampouco buscam defender um *self* que seria constituído pelo olhar dos outros, segundo a interpretação clássica. Elas querem exatamente agir sobre elas mesmas, mas que sobre os outros. (TOURAINÉ, 2007, p.43)

Contrapondo-se à argumentação de Bourdieu (1999), Touraine (2007) considera a afirmação de si pelas mulheres como fundada sobre aquilo que resiste à sua identidade social, ou seja, sobre uma natureza que não se reduz a uma cultura ou a uma organização social.

³⁷ “[...] o *habitus*, como indica a palavra, é um conhecimento adquirido e também um haver, um capital (de um sujeito transcendental na tradição idealista) o *habitus*, a *hexis*, indica a disposição incorporada, quase postural mas sim o de um agente em ação”. (BOURDIEU, 1989, p. 61)

“El *habitus* es ese principio generador y unificador que retraduce las características intrínsecas y relaciones de una posición en un estilo de vida unitario, es decir un conjunto unitario de elección de personas, de bienes y de prácticas”. (BOURDIEU, 1997, p. 19)

Centrando sua análise em torno do “eixo sexo-sexualidade”, a sexualidade (marcada pela relação com o outro e consigo mesmo) seria, no entanto, o instrumento pelo qual o desejo sexual é transformado em construção de si; o sexo, no entanto, seria desejo e libido, sistema de reprodução e de antemão de relação com o outro.

A noção de ambivalência é um dos pontos centrais da obra, e corresponderia às situações em que a escolha entre duas posições opostas é recusada, em que é indispensável manter e combiná-las. O tema da ambivalência afastaria “toda a ideia de „lei“ da história ou toda a concepção funcional da ordem social”, o lugar reservado à sociedade seria transferido ao “ator que pode e deve deste modo combinar uma forma de participação social com uma forma de autonomia pessoal” (TOURAINÉ, 2007, p.70).

A análise proposta é aquela que se distancia tanto da mulher vítima quanto daquela que sai lentamente da sombra doméstica para o cenário público, conquistando lentamente sua igualdade. A autoafirmação é o resultado de uma luta subjetiva, em que a construção de si das mulheres é antes o resultado de uma ruptura com a realidade social do que uma continuidade na experiência feminina das mulheres.

Acerca do movimento feminista, Touraine (2007) afirma que as mulheres pós-feministas não seriam representadas pelas feministas, porém a vitória das feministas teria permitido a transformação da consciência operaria e a aparição de uma forte consciência de si entre as mulheres. Argumentando de maneira oposta a Bourdieu (1999), afirma que a teoria da dominação reduziria a consciência a uma “falsa consciência”, não reconhecendo a liberdade e a responsabilidade das mulheres em relação a suas vidas. A teoria deste seria para Touraine (2007), a responsável por criar uma imagem caricatural das mulheres sendo necessário insistir na diversidade desta **vasta categoria**, procurando atrizes³⁸ por detrás das vítimas.

Em suma, a análise de Touraine centra-se na ideia de construção do sujeito, em que a afirmação de si pelas mulheres é fundada sobre aquilo que resiste à sua identidade social, isto é, sobre a natureza que não se reduz a uma cultura ou a uma organização social. Seria um fato determinante as mulheres terem consciência da função de atrizes morais que exercem, “livres, responsáveis, e não mais se consideram objetos carregados de significações impostas de fora, como atrizes cujo objetivo principal é construir a si mesmas como atrizes, como seres livres” (TOURAINÉ, 2007, p. 31).

³⁸ Embora a definição “atrizes” não seja utilizado no decorrer da análise proposta, sua utilização mostra-se aqui necessária uma vez que aparece no decorrer de toda a obra de Alain Touraine.

A discussão aqui apresentada, sobre o projeto **Mulheres em Ação**, irá de encontro com os pressupostos assinalados por Pierre Bourdieu (1999). Buscaremos compreender as estratégias diferenciadas para criação de espaços sociais exclusivos para as mulheres em um ambiente cuja lógica está centrada no modelo tradicional de divisão entre o masculino e o feminino, porém levando em consideração que a conquista desses novos espaços é resultado de uma série de fatores, sejam eles provenientes das mudanças estruturais da sociedade bem como das conquistas das lutas em prol da igualdade.

A criação de um espaço para a educação financeira das mulheres na Bolsa de Valores de São Paulo é recente, merecendo atenção especial; uma vez que tanto essas agentes como a própria instituição, dada a maneira como o curso é estruturado, situam-se socialmente em oposição ou mesmo em dependência aos homens, como veremos a seguir.

De acordo com a *Revista Mulher Invest*, em publicação de março de 2011, a participação das mulheres no mercado de ações cresceu em velocidade maior que o número de homens. “Enquanto a quantidade de homens evoluiu 546% de 2002 para cá, o número de mulheres cresceu quase 900% no mesmo período. Conforme a estatística da bolsa, são cerca de 150 mil mulheres, contra 454 mil homens investidores” (*Revista Mulher Invest*, março de 2011).

A Tabela III abaixo mostra a evolução da participação de homens e mulheres no total de investidores pessoas físicas na BM&FBovespa entre os anos de 2002 e 2011.

TABELA IV. Evolução no número de investidores (as)

Ano	Homens		Mulheres		Total PF
	Qtd.	%	Qtd.	%	Qtd.
2002	70.219	82,4%	15.030	17,6%	85.249
2003	69.753	81,6%	15.725	18,4%	85.478
2004	94.434	80,8%	22.480	19,2%	116.914
2005	122.220	78,8%	32.963	21,2%	155.183
2006	171.717	78,2%	47.917	21,8%	219.634
2007	344.171	75,4%	112.386	24,6%	456.557
2008	411.098	76,6%	125.385	23,4%	536.483
2009	416.302	75,4%	136.062	24,6%	552.364
2010	459.644	75,2%	151.271	24,8%	610.915
2011*	453.976	75,2%	149.536	24,8%	603.512

Fonte: *Mulher Invest*, março de 2011.

Mesmo com esses dados, seria precipitado dizer que o aumento no número de investidoras na BM&FBovespa é resultado do trabalho da própria instituição para atrair o público feminino, essa também não é a intenção da pesquisa proposta. Houve um importante aumento no número dessas agentes, ao mesmo tempo em que de acordo com o censo de 2010 37%³⁹ das famílias brasileiras são “chefiadas” por mulheres, em comparação a 22,2%, em no ano 2000.

As considerações aqui levantadas são resultado de pesquisas de campo realizada em diversas ocasiões. Optou-se em realizar a descrição tanto da cartilha utilizada quanto das impressões do campo. Foi observado, sobretudo, o discurso do consultor financeiro responsável por ministrar o curso e a observação do público que compôs esse espaço social. Acerca do público foi utilizado, no caso do programa **Mulheres em Ação**, um questionário (Anexo V), que teve como intenção levantar uma amostra acerca do perfil das mulheres que procuram por determinado curso.

Abaixo segue a descrição do conteúdo do material didático entregue na ocasião do curso.

³⁹ Dado do censo IBGE do ano de 2000 e 2010.

5.1. Cartilha programa Educar-Mulheres em Ação

Uma mulher com seu computador portátil e uma criança nos braços, é assim a capa do material didático (ANEXO VI) entregue no curso. O chamado *Guia de Planejamento Financeiro* é, se comparado com o material do programa **Educar-Master**, diferente não apenas plasticamente; a maneira como são apresentados os conteúdos também é diferenciada. Desde a apresentação, as mulheres são retratadas como transformadoras, porém como realizadoras não apenas de seus desejos particulares, mas, também familiares.

De maneira esquemática, o conteúdo é composto de 5 capítulos:

TABELA V. Guia de Planejamento Financeiro: Programa Educar-Mulheres em Ação

CAPÍTULOS
Capítulo 1. Você tem mais dinheiro do que imagina!!
Capítulo 2. Família, a união faz a força
Capítulo 3. O outro lado: a sedução do crédito
Capítulo 4. Discutir a relação
Capítulo 5. Onde você está e aonde quer ir

Fonte: Elaboração própria com base no Guia de Planejamento Financeiro do Programa Educar-Mulheres em Ação

O primeiro capítulo, *Você tem mais dinheiro do que imagina*, visa divulgar a importância do hábito de fazer orçamentos. Essa tarefa apresenta-se, de acordo com o conteúdo, como uma mágica, pois a conquista dos objetivos almejados teria início a partir de um orçamento bem feito. Assim é apresentada a planilha de orçamento pessoal, que também está disponível no site da BM&FBovespa.

Cabe mencionar que a planilha apresentada no **Mulheres em Ação** é idêntica a apresentada no programa **Educar Master** (que também está disponível no site da Bolsa de Valores), a única diferença é referente a cor. Enquanto a direcionada ao público geral possui as cores da Bovespa, a direcionada às mulheres é roxa, procurando destacar certa “feminilidade”.

Acerca do conteúdo, a planilha é dividida em três partes, sendo elas: receitas, investimentos, e despesas (fixas, variáveis, extras e adicionais). Na parte destinada às receitas há as advindas do salário, do aluguel, pensão, horas extras, 13º salário, férias e outras. A intenção é que nada escape à planilha. Os investimentos incluem as ações, o Tesouro Direto, renda fixa, previdência privada e outros.

A parte referente às despesas é a mais extensa. As fixas, ou seja, aquelas que têm o mesmo montante mensalmente incluem: habitação (aluguel, condomínio, prestação da casa, seguro da casa, diarista, mensalista), transporte (prestação do carro, seguro do carro, estacionamento), saúde (seguro de saúde, plano de saúde), educação (colégio, faculdade, curso), impostos (IPTU, IPVA).

As despesas variáveis incluem as que temos todos os meses, mas que podemos tentar reduzir como: entre outras estão as com telefone, água, luz, internet, combustível, supermercado, e as com cuidados pessoais (academia, manicure, cabeleireira, esteticista, clube). Já, as extras, são as despesas extraordinárias, para as quais todos devem estar preparados. Quando diz respeito às adicionais, essas são as que não têm necessidade de acontecer todos os meses.

Devem ser incluídos nas planilhas todos os gastos. O objetivo é que as mulheres sejam bastante criteriosas ao organizarem suas finanças, e se, “ao final descobrir que seu saldo é negativo, ou seja, as despesas superam a receita, refaça as contas” (Guia de Planejamento Financeiro). Esse processo deve ser repetido quantas vezes for necessário, “reduzindo, a cada etapa, uma fração das despesas, de tal forma que você consiga não apenas encaixar seu orçamento dentro do salário, mas ter uma sobra para iniciar seu plano de investimento” (Guia de Planejamento Financeiro).

Estimular o hábito de poupar, pois só assim há a possibilidade de se tornar uma investidora, é o foco central do material educativo. Com a máxima “se o seu salário termina antes do mês e você mal consegue pagar as contas, está na hora de saber o que é planejamento financeiro”. É enfatizada a importância da educação financeira como instrumento para a criação de uma mudança cultural.

Sendo as mudanças culturais somente possíveis como resultados de transformações cognitivas dos indivíduos, essas são realizadas somente conversão do *habitus* (JARDIM, no prelo). Portanto, como aponta Jardim, para que tal mudança aconteça, é necessária

predisposição, ou seja, “que as crenças produzidas e reproduzidas encontrem eco na cultura vigente, em diálogo com o *habitus* individual de cada indivíduo” (JARDIM, no prelo, p.7).

Para tanto, é preciso ter claro que, para Bourdieu (1997), uma das funções do conceito de *habitus* consiste em dar conta da unidade de estilo que une as práticas e os bens de um agente singular, ou de uma classe de agentes. De devedoras, as agentes que optassem pela mudança de atitude em relação às finanças converter-se-iam em credoras, assumindo assim a condução de suas vidas e de seus sonhos.

No entanto, os *habitus* são:

[...] princípios geradores de práticas distintas e distintivas – o que o operário come e sobretudo a sua maneira de comer, o desporto que pratica e sua maneira de o praticar, as opiniões políticas que são as dele e a sua maneira de as exprimir diferem sistematicamente dos consumos ou das atividades correspondentes do padrão industrial; mas são também esquemas classificatórios, princípios de classificação, princípios de visão e de divisão, gostos, diferentes. Estabelece diferenças entre o que é bom e o que é vulgar, etc. Mas as diferenças não são as mesmas. Assim, por exemplo, o mesmo comportamento ou o mesmo bem pode parecer distinto a um, pretensioso ou exibicionista a outro, vulgar a um terceiro. (1997, p.9)

O conteúdo da cartilha segue, sempre, com o intuito de difundir essa nova cultura em relação às finanças. Outro ponto importante a ser destacado é o fato de a mulher ser associada ao consumismo. Conteúdos que enfatizam como tirar proveito das liquidações, e principalmente o intitulado *Compro, logo existo*, são reflexos da maneira como mesmo em um espaço tido como feminino, as categorias de pensamento empregadas são àquelas que remetam a mulher à visão masculina, fruto da dominação masculina.

De acordo com Bourdieu (1999) seria a estrutura social e os constrangimentos os responsáveis pela perpetuação da dominação, constrangimentos estes resultantes da violência simbólica, ou seja, daquela violência suave que se exerce por vias simbólicas da comunicação e do conhecimento⁴⁰. Para controlar os impulsos tidos como “típicos do público

⁴⁰ Os sistemas simbólicos, tal como aponta Bourdieu, são instrumentos de conhecimento e de comunicação que só podem exercer um poder estruturante porque são estruturados. Sendo os símbolos “instrumentos por excelência da integração social: enquanto instrumentos de conhecimento e de comunicação eles tornam possível o *consensus* acerca do sentido do mundo social que contribui fundamentalmente para a reprodução da ordem social” (BOURDIEU, 1989, p.10). É, no entanto, “como sistemas estruturados e estruturantes de comunicação e de conhecimento que os sistemas simbólicos cumprem sua função política de instrumentos de imposição ou de

feminino” surge uma fórmula, que tem como intuito criar mecanismos de defesa contra os impulsos consumistas. Os preceitos a serem seguidos são:

1. Quando encontrar algo que queira comprar, faça a pergunta fundamental: eu realmente preciso disso? É muito importante saber diferenciar suas necessidades dos objetos de desejo;
2. Seja seletiva. Se você vai comprar algo a vista que está sendo oferecido de x vezes no cartão, pergunte qual é o desconto para pagar em uma única vez. Se não tiver desconto, saia da loja e procure outra que dê desconto para pagamentos à vista;
3. Pesquise preços. Vale a pena “bater perna” em vez de comprar na primeira loja. Você vai se surpreender com a diferença de preços. Isso vale para supermercados, operadoras de celular e serviços em geral. (Guia de Planejamento Financeiro).

O capítulo seguinte é o que remete à família. A cooperação da família aparece como muito importante na construção, administração e crescimento da riqueza, cabendo à mulher o papel de intermediadora nesse processo. Para tanto, uma das premissas básicas na hora da mulher planejar o futuro financeiro de sua família seria compreender a postura individual do casal em relação ao dinheiro. Nesse ponto é importante enfatizarmos as considerações de Zelizer (2011) no que concerne aos usos sociais do dinheiro.

Como cada indivíduo passa por um processo educacional diferenciado, não só no que diz respeito à educação formal, mas à trajetória de vida, ao tipo de capital herdado (cultural, econômico, político, simbólico ou/e social), ambos assumem uma postura diferenciada em relação ao dinheiro. Este, no entanto, não é culturalmente neutro e nem socialmente autônomo; pode, *“sin duda „arromper” valores y transformar en números los vínculos sociales, pero los valores y las relaciones sociales a su vez transmutan el dinero al investirlo de un significado y pautas sociales”* (ZELIZER, 2011, p.34).

Dadas as diferentes posturas em relação ao dinheiro, para que haja harmonia no lar em relação aos assuntos financeiros é necessário aparar as arestas antes de se estabelecer um diálogo com os filhos, e que, de acordo com o Guia, também devem participar do

legitimação de uma classe sobre a outra (violência simbólica) dando o reforço de sua própria força às relações de força que as fundamentam e contribuindo assim, segundo a expressão de Weber, para a domesticação dos dominados” (Idem, p.11).

planejamento. Nesse ponto a recomendação é: “faça uma reunião com a família e explique sua intenção de pôr as finanças em ordem. Peça a colaboração de todos” (Guia de Planejamento Financeiro).

Seria, no entanto, importante sensibilizar os membros da família. Todos devem participar na montagem do orçamento e decidirem juntos o quanto é possível economizar no final de cada mês. Caso a mesada dos filhos acabe antes do mês, a receita é conversar com eles explicando que devem se organizar melhor no próximo mês. Uma questão que também merece ser destacada é o conteúdo conservador presente no material.

Conteúdo não só presente ao tratarem a mulher como sendo mais suscetível aos impulsos do consumo, como já destacamos anteriormente, mas também na maneira como essas agentes são ligadas à imagem de responsáveis pela educação dos filhos, pelo diálogo e pela manutenção do lar. Outro aspecto poder ser destacado a partir da seguinte passagem do material distribuído: “se você e seu marido são pessoas controladas e organizadas em relação aos seus gastos, os seus filhos vão seguir o exemplo” (Guia de Planejamento Financeiro).

Ao usarem como referência “você e seu marido”, os idealizadores do projeto e responsáveis pela elaboração do material distribuído, não levarem em consideração o número cada vez maior de mulheres solteiras ou divorciadas com filhos que são responsáveis pela educação e prosperidade do lar, e também o caso de relações homo afetivas. A discussão aqui não perpassa em discutir essas particularidades, porém, não podemos deixar de enfatizar a falha nesse tipo de máxima aplicada ao programa **Educar-Mulheres em Ação**.

Esses diversos tipos de família não podem ser colocados de lado uma vez que consideramos a mesma, tal como aponta Bourdieu (1997), como estrutura social objetiva (estrutura estruturante) e o fundamento da família como categoria social subjetiva (estrutura estruturada), categoria mental que constitui o princípio de milhares de representações e de ações que contribuem para reproduzir uma estrutura social objetiva, categoria familiar esta que funciona no *habitus* como esquema classificatório de todos os corpos sociais.

Também é ressaltada a importância em planejar a educação dos filhos. Assim, o importante seria programar a educação dos filhos assim que eles nascerem a fim de garantir não apenas o futuro dos filhos, mas, também, a tranquilidade dos pais. Dessa forma é apresentada a seguinte tabela:

TABELA VI. Planejamento com Educação

Educação	Invista dos	Com aplicações mensais de	Valor acumulado
Fundamental e Médio	0 aos 7anos	R\$ 480,05	R\$ 53.259,04
Faculdade	7 aos 17 anos	R\$ 239,87	R\$ 49.644,90

Fonte: Guia de planejamento pessoal curso Mulheres em Ação

Já, o capítulo 3, que trata da sedução do crédito, apresenta a maneira como o aumento do acesso ao crédito pode ser uma armadilha para as pessoas desinformadas. Surge aí a importância da educação financeira que, além de enfatizar a necessidade de poupar alerta as pessoas que não têm intimidade com os instrumentos de crédito sobre o problema dos juros, sendo o maior vilão o cartão de crédito, seguido do cheque especial, do Crédito Direto ao Consumidor (CDC) e do empréstimo pessoal.

O capítulo seguinte, *Discutir a relação*, aborda a necessidade de dialogar com a instituição financeira ou comercial que contratamos. Por fim, o quinto e último capítulo apresenta os diferentes perfis de investidora (conservadora, moderada, ou agressiva). As variáveis que devem ser analisadas ao escolher um investimento também são apresentadas, são elas a “Liquidez”, a “Segurança” e a “Rentabilidade”. Em seguida são apresentados os diferentes tipos de investimento, renda fixa e variável e a importância do mercado de ações para a economia.

Agora serão abordadas as impressões colhidas nas participações nos cursos, para em seguida serem apresentados os dados da amostra colhida com a aplicação do questionário.

5.2. Diálogo com o trabalho de campo

Independentemente do dia e da ocasião em que se participa do curso, o método com o qual é apresentado o material, a maneira como as palavras são ditas pelo consultor financeiro, repetem-se como se a ocasião fosse a mesma. Quando iniciado o curso, em um primeiro momento passou a ser abordada a importância da educação financeira.

No entanto, assim como no conteúdo da cartilha, no discurso do consultor financeiro, a mulher é associada ao consumismo, como quem mais facilmente se entrega às mazelas do puro prazer. Nota-se assim, como a inserção da mulher no mercado financeiro a partir da educação financeira está carregada das pré-noções que não se desfizeram.

Nesse ínterim não podemos deixar de mencionar, brevemente, o que nos ensinou Mary Douglas (2004) sobre o consumo, em *O Mundo dos Bens*. Antes de uma crítica ou de uma apologia ao consumo, Douglas sugere uma análise que o coloque de volta nos processos sociais. Devendo, portanto, ser entendido dentro do contexto social.

Para Douglas, o consumo deve ser reconhecido:

[...] como parte integrante do mesmo sistema social que explica a disposição para o trabalho, ele próprio parte integrante da necessidade social de relacionar-se com outras pessoas, e de ter materiais mediadores para essas relações. Esses materiais mediadores são: comida, bebida, hospitalidade da casa para oferecer, flores e roupas para sinalizar o júbilo compartilhado, ou vestes de luto para compartilhar as tristezas. Os bens, o trabalho e o consumo têm sido artificialmente abstraídos da totalidade do esquema social. O modo como essa abstração é feita prejudica a maneira de entender esses aspectos de nossa vida. (DOUGLAS, 2004, p. 26)

Para tanto, os padrões de consumo devem ser compreendidos como um sinal de integração social. *Grosso modo*, para Douglas (2004), a escolha por determinados bens cria padrões de discriminação, sendo partes visíveis da cultura. Assim, pode-se concluir que nas sociedades contemporâneas, a busca por determinados bens que não são habituais em um determinado espaço social, antes de ser compreendida como fruto da alienação causada pelas campanhas de publicidade e pelo consumo em massa, pode e deve ser analisada como a busca por aceitação e manutenção em determinado grupo social, já que os bens agregam “marcas” aos grupos.

No entanto, no caso do curso, ou melhor, do que é apresentado no curso, se supõe “que as pessoas compram bens com dois ou três propósitos restritos: bem estar material, bem estar psíquico e exibição” (DOUGLAS, 2004, p.26). No caso das mulheres, o consumo é mais fruto de sua necessidade psicológica do que um “fato social”.

Embora tenham ocorrido mudanças, assim como assinala Bourdieu (1999), as mulheres ocultam a permanência nas oposições relativas. Nesse caso a oposição aparece no

discurso do consultor financeiro, sobretudo a partir da visão da mulher como sendo mais sensível; a chamada sensibilidade feminina se oporia a racionalidade masculina nas tomadas de decisão no âmbito financeiro.

Aqui, como em outros casos, mesmo sendo reconhecida a atual condição feminina, as mulheres teriam em comum umas em relação às outras o fato de “estarem separadas dos homens por um coeficiente simbólico negativo” (BOURDIEU, 1999, p.112), como pode ser observado na passagem que reproduz a fala do consultor:

A mulher adora um shopping. Ainda mais quando briga com o namorado ou com o marido. Aí liga para a amiga. Então entra na loja e tem um prazer tremendo em gastar. Tem umas que saem da loja, dão uma volta no shopping e se arrependem de ter comprado. Por que eu comprei? Mas aquilo dá um prazer tremendo. O homem quando briga com a namorada, ele liga para o amigo vai para o bar e enche a cara. Cada um tem o prazer que merece, mas quanto eu vou pagar por isso? (Dados da Pesquisa)

No entanto, algumas “qualidades” são atribuídas como inatas ao gênero feminino. Assim o consultor passa a discorrer da facilidade das mulheres para lidarem com múltiplas situações ao mesmo tempo e de terem a sensibilidade de detectar detalhes imperceptíveis para a maioria dos homens.

O **Mulheres em Ação** foca-se na importância da educação financeira para a sociedade atual. Assim, utilizando exemplos do cotidiano, as mulheres presentes são chamadas a participarem, dando suas opiniões. Saber consumir, poupar e planejar bem as finanças seria, no entanto, o ponto inicial para a conquista de uma melhor qualidade de vida. Embora difícil em um primeiro momento, poupar seria, como observa o consultor o primeiro passo. Assim inicia-se a dinâmica sobre o que se faria ao ganhar o primeiro milhão e a facilidade, apresentada de maneira matemática, para conquistar os próximos.

Depois que eu ganho o primeiro milhão, o segundo é mais fácil. Sim ou não? Se eu desse R\$ 100.000,00 a casa uma de vocês aqui agora, o que vocês fariam? Para ganhar nosso primeiro milhão precisaríamos ganhar 900%. Ok.

Isso é matemática, não tem erro, não tem como fugir. Para ganhar o segundo milhão precisaríamos ganhar 100%, é mais fácil. Para ganhar o terceiro milhão, 50%. Para ganhar o quarto, 25%. Para ganhar o quinto milhão eu só preciso de 12,5%. Para ganhar, ou melhor, quando eu chego ao quinto milhão eu preciso fazer alguma coisa? O dinheiro trabalha sozinho para mim?(Dados da Pesquisa)

Ser, Ter e Fazer, são apresentados como os três verbos que indicam o compromisso em fazer com que o dinheiro trabalhe para você. A partir desse ponto, nota-se a maneira como as diferenças culturais influenciam as escolhas feitas. Embora não seja explicitado dessa maneira, mas sim a partir de um exemplo que revela a maneira diferente como ricos, pobres e pessoas pertencentes à classe média lidam com a questão do dinheiro, podemos ressaltar a importância em compreender os aspectos culturais, sociais e políticos quando se tem como intuito analisar o uso feito do dinheiro, já que, como consideramos, esse uso é social não visando somente à o interesse estritamente utilitário, como enfatizado pela teoria econômica neoclássica.

A importância dada aos aspectos culturais pode ser exemplificada a partir das seguintes considerações do consultor:

O rico diz: eu vou ter prazer em fazer. Ele trabalha, ganha a „grana“, aplica e com o seu dinheiro aplicado ele compra todos os seus desejos. Então, ele faz o dinheiro trabalhar para ele. Ter, ser e fazer, é quando o dinheiro trabalha para você. „Bacana“. Como pensa um pobre que ganha e uma pessoa de classe média. Pobre tem mania de falar que nunca vai ser rico. Não é? O outro fala assim. Tenho que trabalhar, porque se chegar no final do mês não tem como pagar luz, gás, telefone, internet. Não é verdade? Tem uns que falam assim. Tudo o que eu ganhar eu vou gastar, porque quando eu morrer eu aproveitei a vida. O pior é que não morre, passa dos 80 anos. O pior é que é assim. (Dados da Pesquisa)

Deixando de lado as considerações tecidas acerca da fragilidade feminina no que se refere da racionalização do uso do dinheiro em comparação ao homem e a relação entre consumo e mulher, o conteúdo apresentado e a maneira como é apresentado em pouco se difere do curso destinado ao público misto, composto por homens e mulheres.

Como vimos, assim como no curso do módulo Master, utilizados *cases*, um deles tem como personagem uma jovem de 24 anos, com uma renda de R\$ 3.000,00 que vivia no bairro da Liberdade, na cidade de São Paulo. Mas, algo importante a ser notado e destacado é a maneira como algumas participantes, sobretudo as com aparência mais jovem, transferem aos namorados os gastos com diversão. Assim, pode ser destacada a maneira como as mulheres encontram-se imersas em categorias de pensamento pautadas nas diferenças homólogas como as destacadas por Bourdieu (1999).

Ao final da dinâmica surgem as seguintes perguntas, direcionadas a todas as agentes presentes, que devem se auto indagar quando planejam o próprio futuro: qual é seu sonho? O que você está fazendo para que seu sonho se realize? Você está preparada para imprevistos? Você sabe que sua capacidade de poupar é o trabalho do seu sonho?

Como parte do curso, é realizada uma visita ao **Espaço Raymundo Magliano Filho**, que também é um dos projetos educacionais da BM&FBovespa. Onde antes era realizado o pregão viva-voz, hoje há um espaço cultural que tem como intuito instruir os visitantes sobre a importância da bolsa de valores para a economia nacional, não apenas para o setor das finanças, mas também para o setor produtivo, já que ao abrirem capital, as empresas recebem recursos que ao serem investidos aumentam a capacidade produtiva e geram mais empregos.

Depois de realizada a visita ao Espaço, localizado no prédio da Rua XV de Novembro, inicia-se a segunda parte do curso, na qual foram apresentados os diferentes tipos de investimento, em renda fixa e variável, dando maior ênfase ao mercado de ações.

Embora seja um espaço social destinado às mulheres, nota-se, a partir da ida a campo, que a construção desse espaço é mais carregada de simbolismo do que efetivamente marcado por diferenças estruturais. Há uma série de ferramentas que não estão disponíveis para os outros módulos, como um *site*⁴¹ e uma rádio.

Por fim, serão apresentadas as agentes que compuseram o público presente no curso em uma das ocasiões, a partir da análise do questionário aplicado.

⁴¹ Site Mulheres em Ação: <<http://www.bmfbovespa.com.br/Mulheres/Home.asp>>.

5.3.O perfil das agentes que compõem esse espaço social

Um ponto que merece destaque no que se refere às visitas a campo realizadas durante o curso oferecido pelo módulo **Educar-Mulheres em Ação**, são as agentes que compuseram esse espaço social.

O que podemos concluir nas visitas à Bolsa é que entre as mulheres presentes nos cursos, uma quantidade mínima era composta por negras. O que ocorreu tanto em ocasião do curso **Educar-Master** quanto nas duas ocasiões do **Mulheres em Ação**.

No entanto, para evitar conclusões precipitadas, foi escolhido também como instrumento metodológico, além da observação, a coleta de uma amostra, a partir da aplicação de um questionário. Porém, a aplicação do questionário só foi possível em uma das ocasiões.

Outra questão que deve ser ressaltada, antes de abordarmos a amostra em si, é a indisponibilidade da própria Bolsa de Valores. Inúmeras tentativas de contato, seja por email, pessoalmente ou por telefone, não obtiveram sucesso. De acordo com a instituição, nenhum estudo ou dados foram levantados sobre as mulheres que procuraram pelo curso durante os 10 anos em que este é realizado.

Acerca do questionário (ANEXO V), um elemento levado em conta foi a simplicidade das perguntas e o tempo que as entrevistadas levariam para responder, evitando assim o desinteresse das mesmas.

Sobre os tipos de amostragem, existem as “probabilísticas”, na qual cada elemento da população tem uma probabilidade conhecida e diferente de zero de ser selecionada na amostra; e as amostragens “não probabilísticas”, em que a seleção dos elementos da população depende em parte do julgamento do pesquisador de campo.

No caso pesquisado, uma amostra probabilística é praticamente impossível de ser realizada, em função de que seria preciso contar com uma lista de todas as pessoas que tenham assistido o curso em um período determinado, selecionar uma quantidade dos mesmos com alguma técnica aleatória, e entrar em contato com cada uma para aplicar o questionário.

Nesse caso, foi utilizada para o levantamento dos dados uma “amostragem por conveniência ou acidental”, na qual o pesquisador de campo escolhe os elementos da população mais acessíveis. Este tipo de amostragem é “adequada e frequentemente utilizada para geração de ideias em pesquisas exploratórias. Amostras por conveniência podem ser

facilmente justificadas em um estágio exploratório da pesquisa, como base para a geração de hipóteses”⁴².

Com uma população presente no curso de 48 mulheres, foram aplicados os questionários a 20, ou seja, a 41% do total de mulheres que assistiram o curso em uma das ocasiões.

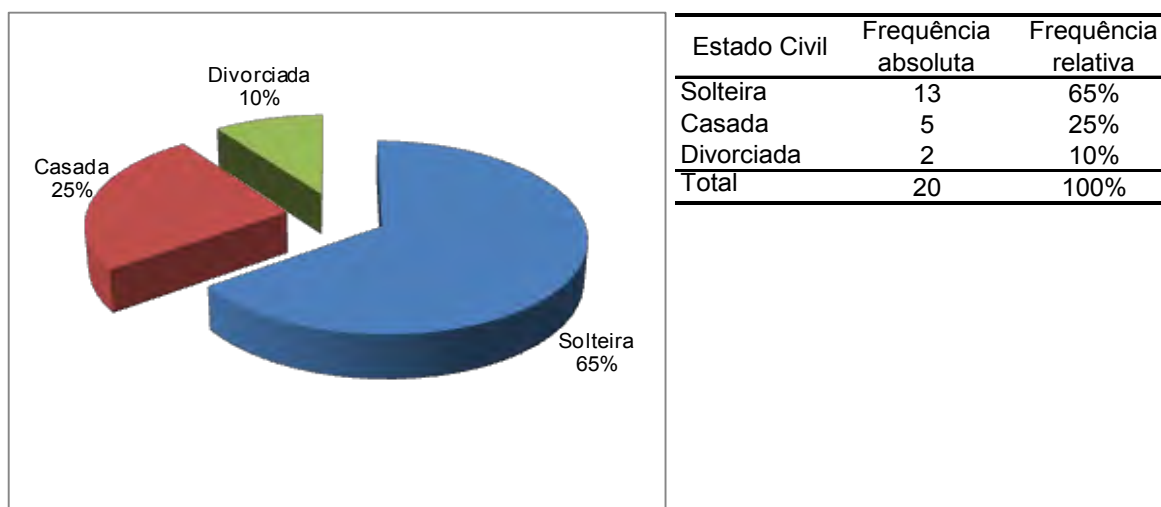
No que se refere aos aspectos mais gerais e perceptíveis, o público era composto por mulheres que pareciam não ter muita familiaridade com os termos referentes ao mundo das finanças. Porém, diferentemente do que ocorrera em um ambiente misto, como o do módulo **Master**, no caso do **Mulheres em Ação**, as agentes envolvidas mostraram-se mais desinibidas, tirando de dúvidas simples as mais elaboradas.

A participação nas dinâmicas também se mostrou maior com este público; a todo tempo que chamadas a participarem, expunham suas ideias, sobretudo, quando as questões eram relacionadas a o que se deseja para o futuro. Não só a relação entre consultor e participantes se tornou mais descontraída, como também entre as próprias agentes, principalmente durante o café e as exposições sobre o mercado de ações no **Espaço Raymundo Magliano Filho**.

No que concerne à amostra, a mediana⁴³ da idade das mulheres que responderam ao questionário foi de 25 anos, ou seja, o público era composto em sua maioria por mulheres jovens, no qual a mais nova tinha 17 e a mais velha 50 anos. Acerca do estado civil dessas mulheres, obtivemos o seguinte resultado, presente no Gráfico I.

⁴² Conteúdo disponível em: <http://www.fecap.br/adm_online/art23/tania2.htm>

⁴³ Pode-se definir a mediana como uma medida de localização do centro da distribuição dos dados, definida do seguinte modo: ordenados os elementos da amostra, a mediana é o valor (pertencente ou não à amostra) que a divide ao meio, isto é, 50% dos elementos da amostra são menores ou iguais medianas e os outros 50% são maiores ou iguais à mediana. Para a sua determinação utiliza-se a seguinte regra, depois de ordenada a amostra de n elementos: se n é ímpar, a mediana é o elemento médio; se n é par, a mediana é a semissoma dos dois elementos médios.

GRÁFICO I. Estado civil das agentes que compõem a amostra

Fonte: Elaboração própria.

Portanto, do total, apenas 25% eram casadas e entre as mulheres solteiras, apenas uma revelou ter filhos. E do total, apenas uma diz ter 3 filhos e nenhuma mais de 3. No que se refere ao nível de escolaridade, que compunha uma das questões, 80% das agentes estão concluindo, concluíram o ensino superior ou são pós-graduadas. No entanto, um dado nos revela a possível resposta para a falta de intimidade da maioria presente no que se refere aos conceitos próprios das ciências econômicas; do total das mulheres da amostra apenas três das que responderam fazem ou fizeram seu curso superior nas áreas de administração, contabilidade ou economia.

Acerca da questão que tinha como intuito demonstrar a renda familiar, a amostra revelou que 50% das mulheres têm renda familiar entre 4 e 8 salários mínimos, e 30% entre 2 e 3 salários. Ou seja, 80% das agentes que compuseram a amostra compõem a classe média, que corresponde hoje a mais de 50% da população e possuem uma renda mensal⁴⁴ entre R\$1.244 e R\$4.976. Lembramos que a definição de classe aqui é estritamente econômica. O que não quer dizer que ignoramos todos os outros debates, tais como aquele que consideram o capital cultural em sua definição. (BOURDIEU, 2011). Compreende-se que as classes sociais, tal como assinalado por Bourdieu (1997), é um recorte no interior do espaço social, que parte

⁴⁴ Embora consideramos essas agentes como pertencentes a classe média, para a FGV, uma família é considerada de classe média (classe C) quando tem renda mensal entre R\$ 1.064 e R\$ 4.591.

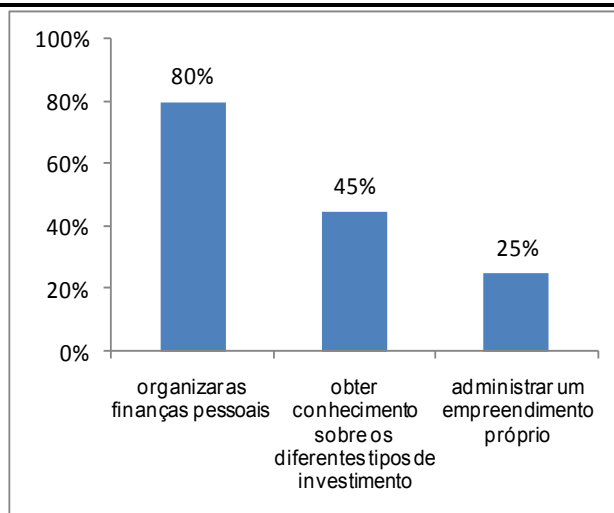
do pressuposto da “diferenciação social”, levando em consideração os diversos tipos de capital existentes. Para Bourdieu:

Uma coisa como uma classe ou, mais geralmente, um grupo mobilizado por e pela diferença de seus interesses só pode chegar à existência ao preço e no termo de um trabalho de construção inseparavelmente teórico e prático. [...] o trabalho simbólico de constituição ou de consagração que é necessário para criar um grupo unido (imposições de nomes, de siglas, de signos de união, manifestações públicas, etc.) terá maiores probabilidades de ter êxito se os agentes sociais sobre os quais se exerce tenderem, dada sua importância no espaço das posições sociais e também das disposições e dos interesses associados a essas posições, a reconhecer-se mutuamente e a reconhecer-se num mesmo projeto (político ou outro). (BOURDIEU, 1997, p.33-34)

Sobre se possuem ou não algum tipo de investimento, 60% dizem não possuir nenhum tipo de investimento. Das 40% que possuem, nenhuma investe em renda variável. Embora o programa tenha como intuito atrair novas investidoras ao mercado de ações quando são questionadas sobre o que as motivaram a procurar o curso, obtivemos o seguinte resultado, disponível no Gráfico II. Porém, cabe mencionar que a frequência absoluta aparece maior que o total de mulheres que responderam ao questionário pelo fato desta questão estar aberta a mais de uma resposta.

GRÁFICO II. Qual a motivação para procurar o curso

Motivação		
organizar as finanças pessoais	16	80%
obter conhecimento sobre os diferentes tipos de investimento	9	45%
administrar um empreendimento próprio	5	25%
Total	30	



Fonte: Elaboração própria.

Embora o objetivo expresso pelos cursos da bolsa seja o de atrair mulheres interessadas em investir no mercado de ações, como mostra o Gráfico II, a maior motivação para a procura está em aprender a organizar as finanças pessoais, seguida da curiosidade em conhecer os diversos tipos de investimento e de obterem informações para administrarem um empreendimento próprio.

O mais importante a ser retirado a partir dessa amostra é que os dados obtidos vão na contramão do que a Bolsa de Valores de São Paulo pretende divulgar, sobretudo, em ocasião da pesquisa encomendada e realizada pela Data Popular. Ao considerarem apenas as respostas das mulheres com renda própria e com pelo menos um carro na família, deixaram de lado as agentes que estiveram presentes em maior número no curso aquelas com idade entre 20 e 25 anos, universitárias e sem renda própria (não só quando o questionário foi aplicado, mas em ocasião de outra participação no curso, que contava com um público aparentemente bastante similar).

Os dados coletados a partir do questionário e a participação nos cursos buscou traçar um breve perfil das agentes que compõem esse tipo de espaço social. Portanto, esse aspecto não foi o que mais instigou a investigação, tornando-se um secundário para este estudo.

Concluiu-se, portanto, que as agentes que compõem esse espaço social são em sua maioria jovens, solteiras, brancas, pertencentes à chamada classe média, não possuindo nenhum tipo de investimento. Em várias ocasiões, as próprias agentes destacavam o fato de procurarem pelo curso para driblar o tempo de ócio. Em relação a este fato, uma das mulheres presente revelou que seu filho buscava cursos para que ela saísse um pouco de casa, conhecesse novas pessoas. Algumas jovens presentes também destacaram o fato de participarem do curso para completar as **Atividades Complementares** exigidas pela universidade.

Assim, o mais importante a ser ressaltado, e que mais mereceu nossa atenção, é a maneira como a Bolsa propõe uma mudança cultural em relação às mulheres e o mercado financeiro, porém pautando-se em pressupostos conservadores, situando as agentes, como vimos, em posição de inferioridade quando comparadas aos homens e, sobretudo, associadas a imagem da família.

Ao verificarmos a maneira como a mulher é associada à imagem da família, notamos, portanto, que mais que uma discussão sobre gênero e emancipação, a análise de espaços como o **Mulheres em Ação**, deve perpassar por uma revisão acerca do papel da família em nossa sociedade e como é construída a concepção do que entendemos por família.

Acerca desse tema, Philippe Ariès, em *História Social da Criança e da Família* (1981), ressalta como se desenvolveu a família, a partir de uma revolução escolar e sentimental, marcada, sobretudo, pelo papel da criança. Em sua análise, afirma que uma iconografia da família passa a ser percebida somente a partir do século XVI. Dessa forma, conclui que o que se compreende como o sentimento da família “era desconhecido na Idade Média e nasceu nos séculos XV-XVI, para se exprimir com um rigor definitivo no século XVII” (ARIÈS, 1981, p. 210-211). No entanto, o nascimento e o desenvolvimento do sentimento de família só se “impôs tiranicamente às consciências coletivas” (ARIÈS, 1981, p173), a partir do século XVIII.

A família conjugal moderna seria, para Ariès, a consequência de uma evolução que teria se iniciado no final da Idade Média, com o enfraquecimento dos laços de linhagem e

com o aumento “da autoridade do marido dentro da casa” (ARIÈS, 1981, p. 214), com uma maior submissão da mulher e dos filhos.

No entanto, a transformação da família estaria profundamente ligada à modificação das relações internas da mesma com as crianças. De acordo com Ariès:

[...] toda a educação se fazia através da aprendizagem, e dava-se a essa noção um sentido muito mais amplo do que o que ela adquiriu mais tarde. As pessoas não conservavam as próprias crianças em casa: enviavam-nas a outras famílias, com ou sem contrato, para que elas morassem e começassem suas vidas, ou, nesse novo ambiente, aprendessem as maneiras de um cavaleiro ou um ofício, ou mesmo para que frequentassem uma escola e aprendessem as letras latinas. Essa aprendizagem era um hábito em todas as classes. (ARIÈS, 1981, p. 229)

Porém é, para o autor, a partir da substituição da aprendizagem pela escola que passa a haver uma aproximação entre os pais e as crianças, dessa forma, a família passa a concentrar-se em torno da criança. Portanto, a extensão da escolaridade entre meninos e meninas ocorreu em momentos distintos. Enquanto os meninos, a partir dos séculos XVI e XVII, já tinham acesso à escola, as meninas passam a tê-lo a partir de finais do século XVIII e início do XIX.

Ao passo que a vida escolar passa a se desenvolver e a estreitar as relações entre pais e filhos (já que estes não são mais enviados para aprendizagem à casa de outras pessoas), educadores moralistas, a partir do século XVII, passam a contestar o papel privilegiado da primogenitura (ARIÈS, 1981). Assim, desenvolve-se a ideia de respeito à igualdade dos filhos.

Para o autor, é a partir da maior intimidade entre pais e filhos e, de um novo clima afetivo e moral, que o sentimento de igualdade entre as crianças pode se desenvolver. O surgimento desse sentimento familiar só é possível, no entanto, por ser paralelo aos progressos de uma vida privada e ao surgimento da intimidade doméstica.

O aumento da intimidade ocorrera, para Ariès (1981), apenas a partir de uma reorganização da própria casa e da reforma dos costumes. De acordo com as descrições presentes na obra, não havia divisões entre os cômodos nas casas, pessoas, amigos, criados e clientes circulavam sem distinção. *Grosso modo*, a vida pública foi substituída por uma vida privada, na medida em que a sociabilidade tradicional se dissolveu.

Entendida dessa forma, para Ariès (1981), a família deixou de ser apenas uma instituição do direito privado para a transmissão dos bens e do nome, e assumiu a função moral e espiritual, passando a formar os corpos e as almas. (ARIÈS, 1981, p. 277). Em suma, para o autor:

A família moderna retirou da vida comum não apenas as crianças, mas uma grande parte do tempo e da preocupação dos adultos. Ela corresponde a uma necessidade de intimidade, e também de identidade: os membros da família se unem pelo sentimento, o costume e o gênero. (ARIÈS, 1981, p.278)

Embora mencionado de maneira breve, o estudo de Ariès é extremamente detalhado e merece, certamente, uma análise pormenorizada. No entanto, a ideia aqui é apresentar, algumas concepções que podem introduzir uma pesquisa sobre a família e o papel que esta desempenha hoje em nossa sociedade.

Dessa forma, é de importância imprescindível, ressaltarmos, as considerações levantadas por Bourdieu (1997) acerca da família. Para o sociólogo francês, o discurso corrente sobre a família se apoia em certo idealismo, já que esta nos é apresentada como destituída das mazelas, como o lugar da confiança e da “dádiva”, ou seja, como uma unidade estável, não influenciada pelas discrepâncias individuais.

A família assim, para Bourdieu (1997) é considerada uma “construção social arbitrária”, que embora seja um “princípio de construção da realidade social” ele próprio é “socialmente construído e comum a todos os agentes socializados de certa maneira” (BOURDIEU, 1997, p.95).

Em outras palavras, inscrita no *habitus*, a família é compreendida para o autor como “um princípio de visão e de divisão, que todos temos no espírito, porque nos foi inculcado através de um trabalho de socialização operado num universo que era ele próprio organizado segundo a divisão em famílias” (BOURDIEU, 1997, p.95). É a família um princípio de construção, um dos elementos constitutivos de nosso *habitus*, uma estrutura mental inculcada em todos os cérebros.

Bourdieu conclui que:

Se a família surge como a mais natural das categorias sociais, e se por isso está voltada a fornecer o modelo de todos os *corpos sociais*, é porque a categoria do familiar funciona, nos *habitus*, como esquema classificatório e princípio de construção do mundo social e da família como corpo social particular, que se adquire precisamente no interior de uma família como ficção social realizada. (BOURDIEU, 1997, p. 96)

Desempenhando um papel determinante na manutenção da sociedade, como uma instituição social legítima, na reprodução da estrutura e das relações sociais; a família, portanto, deve ser compreendida levando-se em conta o trabalho simbólico e prático que “tende a transformar a obrigação de amar em disposição amante e a dotar cada um dos membros da família de um “espírito de família” gerador de dedicações, de generosidades, de solidariedade [...]” (BOURDIEU, 1997, p.97). Porém, para Bourdieu, esse trabalho simbólico e prático é incumbido às mulheres, já que são consideradas as responsáveis pela manutenção e harmonia do lar. No entanto, embora esse trabalho seja reservado à mulher, ressalta que, compreendida como um campo, a unidade doméstica está inscrita nos limites da dominação masculina.

Assim, para Bourdieu, a família funciona como um campo, no qual são travadas “relações de força física, econômica e sobretudo simbólica [...] e em suas lutas pela conservação ou transformação dessas mesmas relações de força”(BOURDIEU, 1997, p. 97). Em suma, uma análise bourdiana da família deve:

[...] sem dúvida deixar de apreender a família como um dado imediato da realidade social para a vermos como um instrumento da construção dessa realidade; mas devemos, além disso, superar o questionamento operado pelos etnometodólogos para nos perguntarmos quem constitui os instrumentos de construção que eles põem em evidencia e para pensarmos as categorias familiares como instituições que existem, que na objetividade do mundo, sob a forma desses corpos sociais a chamamos famílias, quer nos espíritos sob a forma de princípios de classificação aplicados tanto pelos agentes comuns como pelos operadores encartados das classificações oficiais. (BOURDIEU, 1997, p. 100)

Seguindo a argumentação elaborada por Bourdieu, o trabalho de Remi Lenoir (2005), busca compreender como é construída a imagem do que entendemos hoje como família, que para este é a mais “familiar” das categorias existentes. Em trabalho intitulado *La genealogía de la moral familiar*, pergunta-se sobre o momento no qual a “família” teria aparecido como uma estrutura naturaliza ao ponto de não ser necessário perguntar a partir de quais condições foi construída e feita a perpetuação dessa categoria (ao mesmo tempo cognitiva e social). Buscando apreender como se produz e se reproduz a categoria familiar (LENOIR, 2005), ressalta que:

Sin duda, la “crisis” o el “resurgir” de la familia, tantas veces anunciados y denunciados según los avatares de las curvas que indican el número de bodas y natalidad, están ligados a las transformaciones de las estrategias de reproducción llevadas a cabo por los agentes sociales que tienen en cuenta los cambios económicos y sociales con mayor o menor acierto y retraso.(LENOIR, 2004, p. 212)⁴⁵

Para Lenoir (2005), portanto, a família deve ser vista como a instituição central para a perpetuação da ordem social que, embora tenha sofrido transformações, continua sendo “*la pieza principal del sistema de instrumentos de reproducción de la estructura social*”⁴⁶ (LENOIR, 2005, p. 224); como estratégia de reprodução dos grupos sociais e dos modos de representação do mundo social que lhe correspondem.⁴⁷

Dessa forma, a partir das evidências empíricas, parte-se do entendimento que o mercado da educação financeira, a construção de um espaço social direcionado a educar financeiramente as mulheres e mesmo a maneira como essas agentes se compreendem e são compreendidas nesse universo, é uma construção social, “o resultado de um conjunto não coordenado de decisões institucionais (políticas, jurídicas, econômicas), de relações pessoais e culturais que sofrem e veiculam as contingências da história” (STEINER, 2006, p.75).

⁴⁵ “Sem dúvida, a “crise” ou o “ressurgir” da família, tantas vezes anunciados e denunciados segundo os avatares das curvas que indicam o número de casamentos e de natalidade, estão ligados às transformações das estratégias de reprodução levadas a cabo pelos agentes sociais que têm em conta as mudanças econômicas e sociais com maior ou menor acerto e atraso”. (Tradução da autora)

⁴⁶ “a peça principal do sistema de instrumentos de reprodução da estrutura social”. (Tradução da autora)

⁴⁷ Para Lenoir, a propagação de determinada moral familiar deve ser compreendida como um instrumento de dominação, sobretudo, política. Já que os grupos sociais utilizam de seus diversos tipos de capitais (no sentido de Bourdieu), para sobreporem-se uns aos outros em um campo de lutas, cuja visão de mundo do dominante prevalece.

Uma construção social pautada em pressupostos ambíguos e conservadores, uma vez que a “nova” mulher, denominada assim pela Bolsa de Valores de São Paulo, tem sua imagem associada ao consumo (não entendido como parte da integração social, tal como nos sugere Douglas) e à ideia de família pautada na dicotomia homem/mulher, fruto da dominação masculina ressaltada por Bourdieu (1999).

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O caminho trilhado por esta pesquisa possibilitou que traçássemos o cenário no qual vem sendo desenvolvido o tema da educação financeira no Brasil. Vimos que os projetos educacionais da BM&FBovespa estão na agenda do que se compreende hoje por investimento socialmente responsável, assim, uma digressão histórica acerca dos pressupostos da responsabilidade social serviu para situarmos o tema que se pretendeu apresentar.

Dessa forma, podemos concluir que o mercado da educação financeira no Brasil é uma construção social, que vêm ocorrendo tanto no setor público quanto no privado, não podendo ser apreendida, portanto, como algo dado, mas sim como resultante das interações sociais e das lutas simbólicas inerentes a este espaço.

Como apontamos no decorrer do texto, o campo das finanças, busca legitimação aproximando-se de elementos anteriormente compreendidos como da “esquerda”. Dessa forma o discurso da responsabilidade social ganha ênfase, bem como o de uma Bolsa de Valores popular.

Assim, o capitalismo das finanças ganha legitimidade e obtém recursos fora de si mesmo, na esfera social e cultural, “em crenças sobre as quais, em determinado momento, ele tem poder de persuasão, em ideologias marcantes, mesmo nas que lhe são hostis, inseridas no contexto cultural em que o capitalismo evolui” (JARDIM, 2010, p.69).

Em outras palavras, apropriando-se de elementos antes pertencentes ao campo social, o capitalismo das finanças busca, por meio da educação financeira, legitimidade em conceitos que têm suas origens e sua valorização no âmbito dos direitos humanos e da sociedade.

Seguindo as pistas deixadas por Boltanski e Chiapello (1998), além de uma nova crença, a educação financeira pode ser considerada um “novo espírito do capitalismo”. Esse espírito do capitalismo é compreendido aqui como:

[...] um conjunto de crenças associadas à ordem capitalista que contribuem para justificar e sustentar essa ordem, legitimando os modos de ação e as disposições coerentes com ela. Essas justificações, sejam elas gerais ou práticas, locais ou globais, expressas em termos de virtude ou em termos de justiça, dão respaldo ao cumprimento de tarefas mais ou menos penosas e, de modo mais geral, à adesão de um estilo de vida, em sentido favorável à ordem capitalista. (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2008, p. 42)

Busca-se, portanto, a partir dos projetos de democratização e popularização da Bolsa de Valores de São Paulo, reiterar a importância do mercado financeiro para o setor produtivo brasileiro. Ao passo que buscam desmistificar a imagem da Bolsa como um cassino para ricos, divulga a crença de que, com a expansão do mercado de ações, aumentariam os investimentos das empresas na produção, tendo como consequência a criação de novos empregos.

Com esse discurso foram conquistadas alianças, tanto com representantes das centrais sindicais como com representantes do Governo, possibilitando assim que a Bolsa se aproximasse dos trabalhadores a partir de projetos como o **Bovespa Vai Até Você**. Para tanto, também foi criada a imagem de um líder popular, a partir de Raymundo Magliano Filho, o “revolucionário da bolsa”.

Embora afirme Leite (2008) que a iniciativa de uma Bolsa de Valores popular tenha sido de Magliano, sem participação do Governo, esta pesquisa considera que a construção social desse mercado só foi possível, por ocorrer em paralelo às ações no âmbito estatal, no qual membros do Governo Lula, “como Ricardo Berzoini, sindicalistas e profissionais do mercado financeiro, reclamaram da ausência da educação financeira e enfatizaram a importância de projetos com o objetivo de educar financeiramente o povo brasileiro” (JARDIM, no prelo, p.5); contexto no qual ocorrera, como sugere Jardim (2010), uma domesticação/moralização das finanças a partir do Governo Lula.

Ações governamentais, como o CONEF (Comitê Nacional de Educação Financeira) e o ENEF (Estratégia Nacional de Educação Financeira), foram concomitantes aos projetos no âmbito privado. Acontecimentos como esses, afirmam a tese de que a noção de “campo de poder” proposta por Bourdieu (1997) é recorrente na análise proposta.

Portanto, para atrair novos investidores para o mercado de ações foi necessário uma operação que revelasse não apenas a importância do mercado de capitais para a economia, mas, também, um amplo projeto de educação financeira, que propõe um diálogo entre o econômico e o social. A essa esfera está circunscrito o projeto **Mulheres em Ação**, a partir do qual a BM&FBovespa busca legitimidade social via projeto de inclusão das mulheres no mercado de ações.

Educar financeiramente passou a ser um investimento socialmente responsável, já que por meio da educação os indivíduos ganhariam autonomia e seriam incluídos socialmente, a partir de um projeto democrático e de cidadania. Apresentado dessa forma, o principal objetivo do **Mulheres em Ação** é o de fomentar uma cultura de poupança e de formação de patrimônio, explicando à população como administrar suas finanças (LEITE, 2008).

Contudo, cabe salientar que é diante de uma “guerra cultural”, na qual as “finanças catequizam diversos grupos de atores segundo seu evangelho” (GRÜN, 2007, p.395), que é criado esse espaço social exclusivo para o público feminino.

Portanto, ao analisarmos esse espaço através do trabalho de campo, concluímos que mesmo com o objetivo de promover, em princípio, uma revolução simbólica contra os efeitos da visão que relaciona às finanças, no caso, a Bolsa de Valores, ao domínio masculino, essa revolução pode ser considerada conservadora, por associar as mulheres, tal como foi observado a partir da análise do *Guia de Planejamento Financeiro* e do discurso do consultor financeiro, às categorias de pensamento circunscritas nos pares homólogos observados por Bourdieu (1999).

Assim, as mulheres são associadas ao consumo, a estarem mais suscetíveis às variações emocionais e, como podemos notar, como responsáveis pela manutenção da harmonia do lar, o que leva a vermos uma construção social naturalizada como *in natura* (BOURDIEU, 1999). Portanto, pode-se concluir que mesmo esse espaço construído exclusivamente para o público feminino, encontra-se submerso no que Bourdieu denomina de violência simbólica que se institui, tanto no discurso das agentes que procuram pelo curso, como no dos consultores financeiros:

[...] por intermédio da adesão que o dominado não pode deixar de conceder aos dominantes (e, portanto, à dominação) [...] quando os esquemas que ele põe em ação para se ver e se avaliar, ou para ver e avaliar os dominantes (elevado/baixo, masculino/feminino, negro/branco etc.), resultam da incorporação de classificações, assim naturalizadas, de que seu ser social é produto. (BOURDIEU, 1999, p.48)

Embora possa parecer ambíguo um projeto de mudança e inclusão marcado por aspectos conservadores, associados a uma determinada visão da “condição feminina”, cremos que toda mudança, mesmo que lenta, é válida. Sobretudo, quando as mudanças que ocorrem nas estruturas mentais são lentas e requerem um amplo processo de incorporação.

BIBLIOGRAFIA

- ARIÈS, Philippe. **História Social da Criança e da Família**. Rio de Janeiro: Editora LTC, 1981.
- BEGHIN, Nathalie. **A Filantropia Empresarial – nem caridade, nem direito**. São Paulo: Editora Cortez, v122, 2005 (Coleção Questões de Nossa Época)
- BOLTANSKIN, L; CHIAPELO, E. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- BONALDI, Eduardo Villar. **O Pequeno Investidor na Bolsa de Valores: uma análise da ação e da cognição econômica**. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade de São Paulo, USP. 2010.
- BOURDIEU, Pierre. **A Dominação Masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1999.
- _____. **A Economia das Trocas Linguísticas**. São Paulo: EDUSP, 1998.
- _____. **O Campo Econômico**. Política e Sociedade. Florianópolis, v.6. 2005. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/politica/article/view/1930/1697>>. Acesso em: Janeiro de 2012.
- _____. **A Distinção: crítica social do julgamento**. Porto Alegre: Zouk, 2011.
- _____. **O Desencantamento do Mundo**. Estruturas Econômicas e Estruturas Temporais. São Paulo: Editora Perspectiva, 1979.
- _____. **O Poder Simbólico**. Lisboa: EDIFEL, 1989.
- _____. **Razões Práticas**. Sobre a Teoria da Ação. Portugal: Celta Editora, 1997.
- COSTA, Eduardo Homem da **Fundamentos de Responsabilidade Social Empresarial**. Rio de Janeiro: Editora La Salle, 2007.
- DECOL, René. **Na agenda 2005, foco na educação**. Edição Janeiro/Março 2005: <<http://www.bmfbovespa.com.br/InstSites/RevistaBovespa/93/Mulheres.shtml>>. Acesso: Maio de 2012.

DECOL, René; SANTIAGO, Rosângela. **O talento feminino em ação**. Revista Bovespa. Edição Outubro/Dezembro de 2004: <<http://www.bmfbovespa.com.br/InstSites/RevistaBovespa/92/Mulheres.shtml>>. Acesso: Maio de 2012.

DONADONE, Julio Cesar; JARDIM, Maria A. Chaves (Orgs.). **As Centralidades e as Fronteiras das Empresas do Século XXI**. Bauru, SP: Edusc, 2011.

DOUGLAS, Mary. **Como as Instituições Pensam?** São Paulo: EDUSP, 2008.

DOULAS, Mary; Isherwood, Baron. **O Mundo dos Bens**. Para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.

DURKHEIM, Émile. **As Formas Elementares da Vida Religiosa**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

_____. **Da Divisão do Trabalho Social**. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

DUARTE, Gleuso Damasceno Duarte; DIAS, José Maria A. M. **Responsabilidade Social: a empresa hoje**. Rio de Janeiro: Editora LTC, 1986.

Entrevista Raymundo Magliano Filho. Amplia-se o papel da BOVESPA. Revista Bovespa. Edição Outubro/Dezembro de 2006. Disponível em: <<http://www.bmfbovespa.com.br/InstSites/RevistaBovespa/100/Entrevista.shtml>>. Acesso: Junho de 2012.

GARCIA-PARPET, Marie France. **A Construção Social de um Mercado Perfeito** : o caso de Fontaines-en-sologne. Estudos Sociedade e Agricultura, 20, abril de 2003: p. 5-44. Disponível em: <<http://r1.ufrj.br/esa/index.php?cA=db&aI=214&vT=da&vA=8>>. Acesso: Fevereiro de 2012.

GRANOVETTER, Mark. **Economic action and social structure: the problem of embeddedness**. American Journal of Sociology. V.91, n.3, p. 481-510.

_____.

GRÜN, Roberto. A Evolução da Governança Corporativa no Brasil: inovações financeiras, convergência das elites e estabilização do sistema. In: JARDIM, Maria A. Chaves (Org.). **A**

Natureza Social das Finanças: Fundos de pensão, Sindicalistas e recomposição das elites. Bauru, SP: Edusc, 2011.

_____ **Convergência das elites e inovações financeiras:** a governança corporativa no Brasil. Revista Brasileira de Ciências Sociais, v.20 n.58, p.67-90. 2005.

_____ **Decifra-me ou te devoro!** As Finanças e a Sociedade Brasileira. MANA, v.13 n.2, p.381-410, 2007.

_____ **MODELOS DE EMPRESA, MODELOS DE MUNDO:** sobre algumas características culturais da nova ordem econômica e da resistência a ela. Revista Brasileira de Ciências Sociais, vol. 14, n. 41. Outubro de 1999. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v14n41/1755.pdf>. Acesso em Dezembro de 2012.

JARDIM, Maria Chaves. **Entre a solidariedade e o risco.** Sindicatos e fundos de pensão em tempos de Governo Lula. São Paulo: Annablume, 2009.

_____ **Fundos de Pensão no Brasil:** Novo Ethos Sindical? In: Colóquio Saber e Poder, Focus, Unicamp, 10/2008 <<http://www.fe.unicamp.br/focus/textos/JARDIM%20%20Fundos%20de%20pensao%20no%20Brasil.pdf>>. Acesso em: Março de 2012.

_____ **Nova Elite no Brasil?** Sindicalistas e ex-sindicalistas no mercado financeiro. In: Sociedade e Estado, Brasília, v. 24, n. 2, p. 363-399, maio/ago. 2009. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/se/v24n2/03.pdf>. Acesso em: mar. 2012.

_____ **Observatório de Investimentos na Amazônia.** Fundos de Pensão. Relatório Final ao Instituto de Estudos Socioeconômicos – Inesc. 21/10/2010. Disponível em: <http://observatorio.inesc.org.br/visualizar_estudos.php?id=38>. Acesso: Março de 2012.

_____ **O mercado de educação financeira:** discurso, atores e instituições. Dados. Campinas, no prelo.

KREITLON, Maria Priscila. **A Ética nas Relações entre Empresas e Sociedade:** Fundamentos Teóricos da Responsabilidade Social Empresarial. XXVIII – Encontro da ANPAD. Curitiba-PR, 2004. Disponível em: <<http://www.gestaosocial.org.br>>. Acesso em: Setembro de 2012.

LEBARON, Frédéric. “Mundialização financeira ou imposição do modelo norte-americano?” In: JARDIM CHAVES, Maria A. (org). **A natureza social das finanças**. Bauru: Edusc, 2011, p. 33-46.

LEITE, Elaine da Silveira. **As Finanças para o Bem**. III Seminário Internacional Organizações e Sociedade. Inovações e Transformações Contemporâneas. Porto Alegre, 2008.

_____. **Reconversão de Habitus**: o advento do ideário de investimento no Brasil. Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de São Carlos, 2011.

LENOIR, Remi. **La genealogía de la moral familiar**. *Política y Sociedad*, Vol. 42 Núm. 3, 2005. Disponível em: <<http://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/23976>>. Acesso: Fevereiro de 2013.

LOPES JÚNIOR, Edmilson. **Umbalanco da sociologia econômica**. In: XV Congresso Brasileiro de Sociologia, 2011, Curitiba. XV Congresso Brasileiro de Sociologia. Curitiba: SBS, 2011. v. 1. p. 1-21.

MÜLLER, L. H. A. **O Mercado Exemplar**: um estudo antropológico sobre a bolsa de valores. Porto Alegre: Zouk, 2006.

NASSAR, José Roberto; Pahim Jr., Fábio. **Com IPO, a Bolsa é notícia**. Revista Bovespa. Outubro/Dezembro de 2007. Disponível em: <<http://www.bmfbovespa.com.br/InstSites/RevistaBovespa/104/Capa.shtml>>. Acesso: Junho de 2012.

O Revolucionário da Bolsa. Revista Época Negócios. Janeiro de 2009. Disponível em: <<http://epocanegocios.globo.com/Revista/Common/0,,EMI22128-16380,00-O+REVOLUCIONARIO+DA+BOLSA.html>>. Acesso: Maio de 2012.

PILAGALLO, Oscar. **A Bolsa na Estrada**: a história da campanha para popularizar o mercado de ações. São Paulo: Bgamez Comunicação, 2004.

POLANYI, Karl. **A Grande Transformação**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

Pour une meilleure éducation financière. Enjeux et initiatives. Organização de Cooperação e Desenvolvimento Econômico. Éditions OCDE, 2005.

RAUD-MATTED, Cecília. **A Construção Social do Mercado em Durkheim e Weber**. Revista Brasileira de Ciências Sociais. Vol. 20, nº 57. Fevereiro de 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v20n57/a08v2057.pdf>

SARTORE, Mariana de Souza. **Convergência de Elites**. A Sustentabilidade no Mercado Financeiro. Tese apresenta do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal de São Carlos, 2010.

_____ Responsabilidade social empresarial e investimento socialmente responsável: o espaço da sustentabilidade empresarial em debate. In: DONADONE, Julio Cesar; JARDIM, Maria A. Chaves (Orgs.). **As Centralidades e as Fronteiras das Empresas do Século XXI**. Bauru, SP: Edusc, 2011.

SIMMEL, Georg. **Filosofia del Dinero**. Madri: Instituto de Estudios Políticos, 1977.

STEINER, Philippe. **A Sociologia Econômica**. São Paulo: Atlas, 2006.

SWEDBERG, Richard. **Sociologia Econômica: hoje e amanhã**. Tempo Social, 16(2), 2004.

_____ **Max Weber e o espírito do capitalismo**. São Paulo: Pioneira, 1967.

WEBER, Max. **A Bolsa**. Portugal: Relógio D'Água, 2004.

_____ **A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo**. São Paulo: Centauro, 2001.

_____ **Economia e Sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva**. 3ª Ed. Vol. 1. Brasília: Editora UNB, 2000.

ZELIZER, Viviana. **Dualidades Perigosas**. Mana. Estudos de Antropologia Social. n.15. v. 1, 2009. pp. 237-256. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/mana/v15n1/09.pdf>>. Acesso em: Junho de 2012.

_____ **El Significado Social del Dinero**. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2011.

Sítios Visitados

Banco Central do Brasil<<http://www.bcb.gov.br>>

BM&FBovespa<<http://www.bmfbovespa.com.br>>

Bolsa de Valores Socioambientais (BVSA)<<https://www.bvsa.org.br/>>

Comissão de Valores Mobiliários<<http://www.cvm.gov.br/>>

Em Boa Companhia<<http://www.bmfbovespa.com.br/wrs/index.asp>>

Expo Money<<http://www.expomoney.com.br/>>

Ibase <<http://www.ibase.br>>

IBGE<<http://www.ibge.gov.br>>

Instituto Ethos de Responsabilidade Social <<http://www3.ethos.org.br/>>

International Finance Corporation (IFC) <<http://www1.ifc.org>>

MulherInvest <<http://mulherinvest.wordpress.com/>>

Mulheres em Ação<<http://www.bmfbovespa.com.br/mulheres/>>

OCDE <<http://www.oecd.org>>

Palácio do Planalto<<http://www.planalto.gov.br>>

ANEXO I. Empresas Listadas no *site* Em Boa Companhia

ALL – América Latina Logística

Banco Bradesco

Banco do Brasil

Banrisul S/A

BM&FBOVESPA

Braskem

BRF Brasil Foods S.A

Cataguazes-Leopoldina

CCR

Celesc

CeluloseIrani S.A

CEMIG

Centrais Elétricas Brasileiras S.A. – Eletrobras

Coelce

Companhia de Gás de São Paulo – Comgas

Companhia Vale do Rio Doce

COPASA - Companhia de Saneamento de Minas Gerais

Copel

Cosan

CPFL Energia

CSU Cardsystem

Cyrela Brazil Realty

Diagnósticos da América S/A

Dixie Toga

Duke Energy

Duratex

EDP Energias do Brasil

Gerdau

Grupo Pão de Açúcar

Invepar

Itaú

JBS S.A

Klabin S.A.

LIGHT S.A

MAHLE Metal Leve S.A

MRV Engenharia e Participações

Natura Cosméticos S.A.

OdontoPrev

OHL Brasil S.A

Paraná Banco

Porto Seguro Cia de Seguros Gerais

Profarma Distribuidora de Produtos Farmacêuticos

Redecard

Sabesp

Sanepar

Santos Brasil Participações S/A

Souza Cruz S.A

Suzano Papel e Celulose

TAM Linhas Aéreas S.A

Telefônica e Vivo

Tim Participações S.A

Ultrapar Participações S.A

WEG

Fonte: Site Em Boa Companhia. Disponível em: <http://www.bmfbovespa.com.br/WRS/Index.asp>

ANEXO II. Carta ao Povo Brasileiro⁴⁸

O Brasil quer mudar. Mudar para crescer, incluir, pacificar. Mudar para conquistar o desenvolvimento econômico que hoje não temos e a justiça social que tanto almejamos. Há em nosso país uma poderosa vontade popular de encerrar o atual ciclo econômico e político.

Se em algum momento, ao longo dos anos 90, o atual modelo conseguiu despertar esperanças de progresso econômico e social, hoje a decepção com os seus resultados é enorme. Oito anos depois, o povo brasileiro faz o balanço e verifica que as promessas fundamentais foram descumpridas e as esperanças frustradas.

Nosso povo constata com pesar e indignação que a economia não cresceu e está muito mais vulnerável, a soberania do país ficou em grande parte comprometida, a corrupção continua alta e, principalmente, a crise social e a insegurança tornaram-se assustadoras.

O sentimento predominante em todas as classes e em todas as regiões é o de que o atual modelo esgotou-se. Por isso, o país não pode insistir nesse caminho, sob pena de ficar numa estagnação crônica ou até mesmo de sofrer, mais cedo ou mais tarde, um colapso econômico, social e moral.

O mais importante, no entanto, é que essa percepção aguda do fracasso do atual modelo não está conduzindo ao desânimo, ao negativismo, nem ao protesto destrutivo. Ao contrário: apesar de todo o sofrimento injusto e desnecessário que é obrigada a suportar, a população está esperançosa, acredita nas possibilidades do país, mostra-se disposta a apoiar e a sustentar um projeto nacional alternativo, que faça o Brasil voltar a crescer, a gerar empregos, a reduzir a criminalidade, a resgatar nossa presença soberana e respeitada no mundo.

A sociedade está convencida de que o Brasil continua vulnerável e de que a verdadeira estabilidade precisa ser construída por meio de corajosas e cuidadosas mudanças que os responsáveis pelo atual modelo não querem absolutamente fazer. A nítida preferência popular pelos candidatos de oposição que tem esse conteúdo de superação do impasse histórico nacional em que caímos, de correção dos rumos do país.

A crescente adesão à nossa candidatura assume cada vez mais o caráter de um movimento em defesa do Brasil, de nossos direitos e anseios fundamentais enquanto nação

⁴⁸Disponível em: <http://www.iisg.nl/collections/carta_ao_povo_brasileiro.pdf>

independente. Lideranças populares, intelectuais, artistas e religiosos dos mais variados matizes ideológicos declaram espontaneamente seu apoio a um projeto de mudança do Brasil. Prefeitos e parlamentares de partidos não coligados com o PT anunciam seu apoio. Parcelas significativas do empresariado vêm somar-se ao nosso projeto. Trata-se de uma vasta coalizão, em muitos aspectos suprapartidária, que busca abrir novos horizontes para o país.

O povo brasileiro quer mudar para valer. Recusa qualquer forma de continuísmo, seja ele assumido ou mascarado. Quer trilhar o caminho da redução de nossa vulnerabilidade externa pelo esforço conjugado de exportar mais e de criar um amplo mercado interno de consumo de massas. Quer abrir o caminho de combinar o incremento da atividade econômica com políticas sociais consistentes e criativas. O caminho das reformas estruturais que de fato democratizem e modernizem o país, tornando-o mais justo, eficiente e, ao mesmo tempo, mais competitivo no mercado internacional. O caminho da reforma tributária, que desonere a produção. Da reforma agrária que assegure a paz no campo. Da redução de nossas carências energéticas e de nosso déficit habitacional. Da reforma previdenciária, da reforma trabalhista e de programas prioritários contra a fome e a insegurança pública.

O PT e seus parceiros têm plena consciência de que a superação do atual modelo, reclamada enfaticamente pela sociedade, não se fará num passe de mágica, de um dia para o outro. Não há milagres na vida de um povo e de um país.

Será necessária uma lúcida e criteriosa transição entre o que temos hoje e aquilo que a sociedade reivindica. O que se desfez ou se deixou de fazer em oito anos não será compensado em oito dias. O novo modelo não poderá ser produto de decisões unilaterais do governo, tal como ocorre hoje, nem será implementado por decreto, de modo voluntarista. Será fruto de uma ampla negociação nacional, que deve conduzir a uma autêntica aliança pelo país, a um novo contrato social, capaz de assegurar o crescimento com estabilidade.

Premissa dessa transição será naturalmente o respeito aos contratos e obrigações do país. As recentes turbulências do mercado financeiro devem ser compreendidas nesse contexto de fragilidade do atual modelo e de clamor popular pela sua superação.

À parte manobras puramente especulativas, que sem dúvida existem, o que há é uma forte preocupação do mercado financeiro com o mau desempenho da economia e com sua fragilidade atual, gerando temores relativos à capacidade de o país administrar sua dívida interna e externa. É o enorme endividamento público acumulado no governo Fernando Henrique Cardoso que preocupa os investidores.

Trata-se de uma crise de confiança na situação econômica do país, cuja responsabilidade primeira é do atual governo. Por mais que o governo insista, o nervosismo dos mercados e a especulação dos últimos dias não nascem das eleições.

Nascem, sim, das graves vulnerabilidades estruturais da economia apresentadas pelo governo, de modo totalitário, como o único caminho possível para o Brasil. Na verdade, há diversos países estáveis e competitivos no mundo que adotaram outras alternativas.

Não importa a quem a crise beneficia ou prejudica eleitoralmente, pois ela prejudica o Brasil. O que importa é que ela precisa ser evitada, pois causará sofrimento irreparável para a maioria da população. Para evitá-la, é preciso compreender que a margem de manobra da política econômica no curto prazo é pequena.

O Banco Central acumulou um conjunto de equívocos que trouxeram perdas às aplicações financeiras de inúmeras famílias. Investidores não especulativos, que precisam de horizontes claros, ficaram intranquilos. E os especuladores saíram à luz do dia, para pescar em águas turvas.

Que segurança o governo tem oferecido à sociedade brasileira? Tentou aproveitar-se da crise para ganhar alguns votos e, mais uma vez, desqualificar as oposições, num momento em que é necessário tranquilidade e compromisso com o Brasil.

Como todos os brasileiros, quero a verdade completa. Acredito que o atual governo colocou o país novamente em um impasse. Lembrem-se todos: em 1998, o governo, para não admitir o fracasso do seu populismo cambial, escondeu uma informação decisiva. A de que o real estava artificialmente valorizado e de que o país estava sujeito a um ataque especulativo de proporções inéditas.

Estamos de novo atravessando um cenário semelhante. Substituímos o populismo cambial pela vulnerabilidade da âncora fiscal. O caminho para superar a fragilidade das finanças públicas é aumentar e melhorar a qualidade das exportações e promover uma substituição competitiva de importações no curto prazo.

Aqui ganha toda a sua dimensão de uma política dirigida a valorizar o agronegócio e a agricultura familiar. A reforma tributária, a política alfandegária, os investimentos em infraestrutura e as fontes de financiamento públicas devem ser canalizadas com absoluta prioridade para gerar divisas.

Nossa política externa deve ser reorientada para esse imenso desafio de promover nossos interesses comerciais e remover graves obstáculos impostos pelos países mais ricos às nações em desenvolvimento.

Estamos conscientes da gravidade da crise econômica. Para resolvê-la, o PT está disposto a dialogar com todos os segmentos da sociedade e com o próprio governo, de modo a evitar que a crise se agrave e traga mais aflição ao povo brasileiro.

Superando a nossa vulnerabilidade externa, poderemos reduzir de forma sustentada a taxa de juros. Poderemos recuperar a capacidade de investimento público tão importante para alavancar o crescimento econômico.

Esse é o melhor caminho para que os contratos sejam honrados e o país recupere a liberdade de sua política econômica orientada para o desenvolvimento sustentável.

Ninguém precisa me ensinar a importância do controle da inflação. Iniciei minha vida sindical indignado com o processo de corrosão do poder de comprar dos salários dos trabalhadores.

Quero agora reafirmar esse compromisso histórico com o combate à inflação, mas acompanhado do crescimento, da geração de empregos e da distribuição de renda, construindo um Brasil mais solidário e fraterno, um Brasil de todos.

A volta do crescimento é o único remédio para impedir que se perpetue um círculo vicioso entre metas de inflação baixas, juro alto, oscilação cambial brusca e aumento da dívida pública.

O atual governo estabeleceu um equilíbrio fiscal precário no país, criando dificuldades para a retomada do crescimento. Com a política de sobrevalorização artificial de nossa moeda no primeiro mandato e com a ausência de políticas industriais de estímulo à capacidade produtiva, o governo não trabalhou como podia para aumentar a competitividade da economia.

Exemplo maior foi o fracasso na construção e aprovação de uma reforma tributária que banisse o caráter regressivo e cumulativo dos impostos, fardo insuportável para o setor produtivo e para a exportação brasileira.

A questão de fundo é que, para nós, o equilíbrio fiscal não é um fim, mas um meio. Queremos equilíbrio fiscal para crescer e não apenas para prestar contas aos nossos credores.

Vamos preservar o superávit primário o quanto for necessário para impedir que a dívida interna aumente e destrua a confiança na capacidade do governo de honrar os seus compromissos.

Mas é preciso insistir: só a volta do crescimento pode levar o país a contar com um equilíbrio fiscal consistente e duradouro. A estabilidade, o controle das contas públicas e da inflação são hoje um patrimônio de todos os brasileiros. Não são um bem exclusivo do atual governo, pois foram obtidos com uma grande carga de sacrifícios, especialmente dos mais necessitados.

O desenvolvimento de nosso imenso mercado pode revitalizar e impulsionar o conjunto da economia, ampliando de forma decisiva o espaço da pequena e da microempresa, oferecendo ainda bases sólidas para ampliar as exportações. Para esse fim, é fundamental a criação de uma Secretaria Extraordinária de Comércio Exterior, diretamente vinculada à Presidência da República.

Há outro caminho possível. É o caminho do crescimento econômico com estabilidade e responsabilidade social. As mudanças que forem necessárias serão feitas democraticamente, dentro dos marcos institucionais. Vamos ordenar as contas públicas e mantê-las sob controle. Mas, acima de tudo, vamos fazer um Compromisso pela Produção, pelo emprego e por justiça social.

O que nos move é a certeza de que o Brasil é bem maior que todas as crises. O país não suporta mais conviver com a idéia de uma terceira década perdidas. O Brasil precisa navegar no mar aberto do desenvolvimento econômico e social. É com essa convicção que chamo todos os que querem o bem do Brasil a se unirem em torno de um programa de mudanças corajosas e responsáveis.

Luiz Inácio Lula da Silva

São Paulo, 22 de junho de 2002

ANEXO III. Diário de Campo. Curso Educar-Master

Curso Educar-Master realizado no dia 31 de maio de 2012

Com um total de 181 inscritos compareceram ao curso 82 pessoas. Embora com aparência heterogênea nota-se sobretudo a presença de jovens, porém, em relação ao gênero podemos dividir o público quase que igualmente entre homens e mulheres. Trajados de maneira informal, em sua maioria de jovens com aparência universitária, esses homens e mulheres são em sua maioria brancos.

O curso está sendo ministrado no imponente prédio da Bolsa de Mercadorias e Futuro localizado na Praça Antonio Prado, no centro da cidade de São Paulo. Durante alguns instantes eu e os demais participantes aguardamos no saguão do edifício, já que foi permitida a entrada somente dez minutos antes do início do curso, que teve início às 9 horas da manhã.

Ao subirmos e esperamos alguns minutos em um dos espaços culturais da BM&FBOVESPA, que pode ser considerado uma sala de espera, fomos acomodados no auditório – confortável e espaçoso. Após alguns minutos de atraso inicia-se o curso. Ministrado pelo consultor financeiro da Bolsa de Valores, Renato Silva, são apresentados os focos que perpassam o curso.

Logo de início Renato diz como será realizado o curso. Em primeiro lugar aborda que o foco na primeira parte (que ocorreu no período da manhã – das 9:00 às 12:00 horas) será direcionado à educação financeira. Nota-se, desde as primeiras palavras o uso de um linguajar não técnico próximo a realidade das pessoas que não possuem intimidade com o mundo das finanças.

Outro aspecto logo percebido é o uso de frases que podemos denominar “frases de efeito” sendo estas entre outras:

- “Sem poupar não existe investidor”;
- “Sem poupar não se conquista os objetivos da vida”;
- “Tratamos o EU S/A”;
- “Nós temos que dar resultados favoráveis”;
- “Os jovens são as vedetes do dia”;
- “O desafio fica, o dinheiro vai”;

- “Somos os protagonistas de nossas vidas”;
- “Temos que construir a curva de sustentabilidade de nossas vidas”;
- “Eu preciso ou eu quero?”;
- “Eu preciso, eu quero, que posso?”.

Fica nítido que o uso desse tipo de expressão obtém o resultado imediato a descontração dos participantes que sentem-se à vontade para elaborar questões, desde as mais simples como, por exemplo, o que seria um ativo, como algumas mais complexas como a se é melhor investimos em ações do tipo ON ou PN⁴⁹.

Curioso desde o início do curso é a falta de uma explanação sobre a conjuntura econômica brasileira e mundial. Porém são apresentados alguns dados como a falta de hábito do brasileiro em poupar, que corresponderia, como observa o consultor financeiro, a apenas 30% das famílias em brasileiras.

Aborda-se a questão da carência de educação financeira em nossa sociedade que levaria ao mau uso do crédito e ao grande endividamento das famílias. O acesso fácil ao crédito seria, no entanto, prejudicial às pessoas que não possuem uma orientação acerca do bom uso do dinheiro. Também é ressaltado o fato de os brasileiros consumirem 130% de seus salários, enquanto o ideal seria poupar, no mínimo 10% do salário.

A educação é dividida como sendo de dois tipos, uma formal – sabe social e cultural representada pela Família e pela Escola⁵⁰ –, e outra financeira baseada nos pressupostos de como saber consumir, poupar, planejar a vida financeira, ou seja, administrar o dinheiro. A educação formal não responderia, de acordo com Renato, às necessidades que requerem uma vida financeiramente bem planejada. No entanto, uma afirmação destacada é a que nas palavras de Renato remete aos **aspectos subjetivos da Educação Financeira**, já que esta está atrelada ao modo de viver, à conduta de cada pessoa. Para tanto é destacada a necessidade em diferenciarmos o consumo necessário daquele ligado ao desejo e ao excesso.

⁴⁹ As ações de tipo ON são as denominadas Ordinárias Nominativas. Ao investir nessas ações o acionista tem direito de votos em assembleia, porém, não tem direito preferencial aos dividendos. Já, as ações de tipo PN são as Preferenciais Nominativas sendo aquelas com as quais o acionista tem prioridade no recebimento dos dividendos, porém, não concede direito de voto em assembleia.

⁵⁰Essa consideração acerca do papel da Família e da Escola na Educação Formal nos remete aos pressupostos de Pierre Bourdieu, para quem essas duas instituições possuem papel determinante para a transmissão e perpetuação da dominação simbólica.

Acerca da Educação Financeira são lançadas algumas regras que temos que seguir, são elas:

- Devemos estabelecer os objetivos a serem alcançados;
- Temos que entender a importância do dinheiro em nossa vida;
- Devemos manter o princípio de equilíbrio na vida, a partir da consonância entre o hoje o que se espera para o amanhã;
- Devemos evitar o **efeito aparência**;

Em seguida são apresentados os benefícios de educarmo-nos financeiramente que são apresentados da seguinte maneira:

- Ao se educar financeiramente vive-se com menos preocupação;
- Planejando-nos vivemos com mais autonomia e tomamos decisões mais acertadas;
- Consumimos com responsabilidade produtos e serviços;
- Adquirimos somente os bens que necessitamos;
- Eliminamos o estresse causado pelo endividamento.

Após essa breve exposição é dado um intervalo de 15 minutos para um café, entre as 10:00 horas e as 10:15.

Ao voltarmos o foco direciona-se para a questão de planejarmos nossa aposentadoria. Para tanto, é apresentado um esquema do ciclo de vida financeiro de uma pessoa, sendo este composto por três fases: a **juventude** – fase em que se deve poupar e investir, porém, até os 30 anos pode-se correr riscos; a **meia idade** – fase onde devemos adotar uma atitude conservadora, que corresponde à faixa etária entre os 50 e 60 anos; e, por fim a fase da **aposentadoria** – na qual o poupador goza dos benefícios conquistados durante a vida.

A importância da aposentadoria é ressaltada pela maior expectativa de vida do brasileiro. Nesse momento é apresentado o exemplo do *Playboy* carioca Jorginho Guinle, ex proprietário do Copacabana Palace, que tinha como meta de vida gastar toda sua fortuna até

os 75 anos, porém teve os seus planos frustrados quando acabou com seu patrimônio antes do previsto e veio a falecer com mais de 80 anos. Nas palavras do consultor:

Mesmo aqueles que têm uma fortuna é melhor se planejarem. Quando se tem dinheiro tem que ter ainda mais responsabilidade, olhem o caso do Jorginho Guinle, planejou gastar toda sua fortuna até o dia de sua morte, mas calculou mal (risos), viveu mais 15 anos da caridade dos outros.

Em seguida são apresentados dois “cases”. A primeira situação é a de um jovem chamado André O jovem de 21 anos, estudante de administração pública, trabalha em um banco, tem um salário de R\$1.000,00 e foi presenteado pelo pai com um automóvel. Na situação simulada André vive reclamando da insuficiência de seus rendimentos, porém, a fim de demonstrar que o problema não é o baixo salário, mas sim o planejamento inadequado, surge a seguinte questão: "quanto o gasto com o carro consome da renda bruta de André?". Para tanto é utilizada uma planilha que tem como intuito detectar onde está o erro no orçamento do jovem. Já, na segunda situação André está casado e ele e sua esposa têm que administrar o orçamento familiar. Porém, o mais importante em destacar é a dinâmica empregada.

Todos os participantes nesse momento são chamados a participar. É apresentada uma planilha de orçamento pessoal e familiar e nos dois casos os participantes participam da dinâmica optando pelos ajustes que devem ser feitos no orçamento dos personagens. Animados todos participam e dão suas opiniões. É assim que se finaliza a primeira parte do curso, as 12:00 horas.

Ao voltarmos do almoço, as 14:00 horas, o foco migra para a apresentação do Sistema Financeiro Nacional (SFN) , fundado no ano de 1964 e da função da Comissão de Valores Mobiliários (CVM), que seria um órgão técnico que teria como função fiscalizar e normatizar o mercado de capitais.

Então são apresentados os aspectos dos investimentos no que concerne a sua segurança (risco percebido pelo investidor), liquidez (grau de facilidade com o qual conseguimos converter um ativo em dinheiro) e rentabilidade (o retorno que esperamos obter com o investimento). Ressalta Renato Silva que um investimento não pode contar juntos esses três aspectos. Em suas palavras:

Se alguém te oferecer essas três coisas juntas, segurança, liquidez e rentabilidade, pode pegar seu dinheiro e sair correndo. É impossível garantir as três. Quanto maior a segurança menor é a rentabilidade e vice versa.

Em seguida são ressaltados os perfis dos investidores: conservador, moderado ou agressivo. Porém não foi dedicado muito tempo a esse item sendo ressaltado pelo consultor financeiro que há um questionário na apostila que nos ajudaria a definir qual nosso tipo de investidor.

Após essa explanação é feito uma pausa de mais 15 minutos, entre as 16:00 horas e as 16:15. Voltamos então para a reta final do curso que parecia ser aguardada com entusiasmo pelos participantes, uma vez que estes durante todo o tempo questionaram o consultor financeiro sobre o tema.

Nesse ponto é ressaltada a falta de cultura dos brasileiros em investir em ações. É utilizado o exemplo dos norte americanos que investiriam em ações porque isso está enraizado em suas culturas. Podemos, no entanto, notar que a maneira como a esfera cultural está presente no discurso dos agentes que promovem os cursos de educação financeira. Para estes, a falta de hábito do brasileiro em investir em ações está ligado à instabilidade econômica ainda presente no imaginário dos brasileiros.

Por fim são apresentados os tipos de investimento: imóveis, títulos de renda fixa (letras hipotecárias, CDB – pré e pós-fixados⁵¹ –, Títulos Públicos) e Ações. O maior enfoque é o de desmitificar o risco que foi atribuído ao investimento em ações. É ressaltado que a figura do investidor é diferente da do especulador e que embora seja entre os tipos de investimento o mais arriscado é este também o que possui maior liquidez.

Como última consideração a respeito da presença à campo nesse dia 31 de maio de 2012 cabe enfatizar o empenho da BM&FBOVESPA e de seu projeto educacional em conquistar novos investidores, porém não aqueles que se dirigem aos fundos ou clubes de investimento, mas investidores individuais. O foco, de acordo com Renato Silva é “conquistar

⁵¹ O Certificado de Depósito Bancário pré-fixado é aquele em que o rendimento pago será determinado previamente, se no dia do em que é efetuado, a taxa de rendimento é de 0,5% a.m., o mesmo será pago no momento do vencimento. Já, o CDB pós-fixado sofre as flutuações do mercado. Se na data de contratação a taxa é de 0,5% e no dia do vencimento é de 1%, o valor a ser pago será o de 1%, porém o mesmo ocorre se a taxa cair.

mais CPFs". Mostrou-se ser este o foco principal da instituição. Por fim são entregues os certificados.

ANEXO IV. Diário de Campo. Curso Educar-Master Mulheres em Ação

Curso Educar-Master Mulheres em Ação realizado no dia 16 de Julho de 2012

Inicialmente agendado para o dia 12 de julho de 2012, a data do curso foi alterada para o dia 16 devido a reformas que estavam sendo realizadas. Tanto eu quanto as outras participantes fomos avisadas por email sobre a mudança de dia do curso.

Todas fomos direcionadas ao prédio do *Jockey Club* localizado na Rua Boa Vista, no centro da cidade de São Paulo. Nota-se desde os primeiros momentos um ambiente mais descontraído que àquele do curso que participei do Módulo **Educar-Master**. Ao adentrar no elevador com uma das participantes iniciei uma conversa perguntando se iria participar do curso, qual sua idade (me disse que tinha 21 anos) e como soube do curso (respondeu que soube do curso através de uma amiga que já havia participado).

Chegando ao andar indicado nos aguardava o consultor financeiro que ministraria o curso, cujo nome é Luis Alberto. Assinamos uma lista de presença e pegamos a cartilha. Aproveitando a oportunidade perguntei ao consultor como poderia mais informações sobre o Projeto, ele, no entanto, bastante atencioso passou o contato de um dos responsáveis pela imprensa da BM&FBOVESPA, Gustavo.

Perguntei ainda a Luis Alberto se ele, assim como os outros consultores, era funcionário da própria Bolsa de Valores ou se era de outra instituição. Respondeu-me, sem rodeios, que é funcionário da BM&FBOVESPA e que a maioria de seus colegas também eram cabendo somente a casos excepcionais a contratação de outros consultores (em algum evento importante, feiras, fóruns).

Em seguida me direcionei ao auditório onde foi ministrado o curso. Assim que cheguei, abordei as participantes presentes e as entreguei o questionário que foi preparado previamente, dizendo sobre o que se tratava a pesquisa. Sem exceção todas responderam de maneira bastante simpática. Assim notei certa solidariedade entre as mulheres que participavam do curso; umas conversavam com as outras em clima amistoso, o que assinala também a curiosidade das mesmas em saber quem eram as colegas ao lado.

Os questionários foram aplicados a 20 mulheres das 48 presentes. Todas estavam vestidas de maneira bastante informal e bastante sorridentes. Nesse clima foi iniciado o curso, às 13:30 horas.

Em um primeiro momento passou a ser abordada a importância da Educação Financeira (assim como no Módulo Master), porém a todo o momento nota-se, no discurso do consultor financeiro, uma visão a mulher como associada ao consumismo, como quem mais facilmente se entrega as mazelas do puro prazer. Desde o início há o foco na chamada **sensibilidade feminina**, que mais apurada, quando devidamente orientada financeiramente (a partir da educação financeira), seria a responsável por melhor administrar os recursos dentro da casa.

É ressaltada ainda a importância da mulher para a economia brasileira, já que esta veio a conquistar a independência financeira e sendo, de acordo com o consultor, o recurso das mulheres o que predomina em 38% dos lares. São apresentados ainda dados sobre os investidores individuais, que hoje corresponderiam a 30% do volume negociado. Dentro desses desse volume 40% se referiria a casais, 30% a mulheres e, os restantes 30% a homens.

Então passa a ser apresentado o curso que lançado no ano de 2002, foi uma iniciativa da então Bolsa de Valores de São Paulo, BOVESPA, a partir do **Projeto Bovespa Vai Até Você** (projeto que visa transmitir conceitos básicos do mercado de ações ao público). Porém, nota-se desde o início do curso a pouca familiaridade das participantes presentes com o vocabulário do mundo financeiro. No entanto é importante que seja enfatizada a maior desenvoltura e dinamismo dessas mulheres, que em nem um momento apresentavam-se constrangidas.

Assim como no curso do qual participei anteriormente, este também apresenta como ponto central a importância da educação financeira para a sociedade brasileira uma vez que 85% da população é composta por deficitários, gastando 130% de seus salários. É ressaltado o fato de a educação financeira não estar presente no currículo de nossas escolas, enquanto nos Estados Unidos, Europa e Ásia essa já é uma realidade.

Ser educado financeiramente seria, portanto, saber consumir, poupar e planejar bem nossas vidas. Bastante dinâmico, o consultor passa a enfatizar a questão de conquistar o primeiro milhão, sendo mais fácil ganhar o segundo depois de conquistado o primeiro, em suas palavras:

Depois que eu ganho o primeiro milhão, o segundo é mais fácil. Sim ou não? Se eu desse R\$ 100.000,00 a casa uma de vocês aqui agora, o que vocês fariam? Para ganhar nosso primeiro milhão precisaríamos ganhar 900%. Ok. Isso é matemática, não tem erro, não tem como fugir. Para ganhar o segundo milhão precisaríamos ganhar 100%, é mais fácil. Para ganhar o terceiro milhão, 50%. Para ganhar o quarto, 25%. Para ganhar o quinto milhão eu só preciso de 12,5%. Para ganhar, ou melhor, quando eu chego ao quinto milhão eu preciso fazer alguma coisa? O dinheiro trabalha sozinho para mim?

Com essas palavras do consultor inicia-se a explanação acerca da necessidade de poupar. Ser, Ter e Fazer, são os três verbos que indicam o compromisso em fazer com que o dinheiro trabalhe para você.

Em seguida passa a ser enfatizada a diferente maneira como ricos, as pessoas de classe média e os pobres lidam com a questão do dinheiro.

O rico diz: eu vou ter prazer em fazer. Ele trabalha, ganha a „grana“, aplica e com o seu dinheiro aplicado ele compra todos os seus desejos. Então, ele faz o dinheiro trabalhar para ele. Ter, ser e fazer, é quando o dinheiro trabalha para você. „Bacana“. Como pensa um pobre que ganha e uma pessoa de classe média. Pobre tem mania de falar que nunca vai ser rico. Não é? O outro fala assim. Tenho que trabalhar, porque se chegar no final do mês não tem como pagar luz, gás, telefone, internet. Não é verdade? Tem uns que falam assim. Tudo o que eu ganhar eu vou gastar, porque quando eu morrer eu aproveitei a vida. O pior é que não morre, passa dos 80 anos. O pior é que é assim.

Assim inicia-se a explanação sobre a necessidade de poupar e de vivermos de acordo com nossas reais condições. Nesse ponto não é notada muita diferença em relação ao curso anterior, a diferença mais importante é na maneira como as participantes são conduzidas a participarem, o que acaba ocorrendo naturalmente. Casos do cotidiano são utilizados.

É ressaltada também a questão da aposentadoria, onde é enfatizado o fato do envelhecimento, com a seguinte expressão: “experimentem morrer duras”. Planejar a aposentadoria seria, no entanto, essencial. Uma vez que algumas questões são igualmente abordadas tanto em um quanto em outro curso, creio que esse diário de campo deve trazer

alguns aspectos mais sutis no que se refere à mudança discursiva e o que mais chama a atenção no foco em certa futilidade feminina. A mulher seria motivada ao consumo devido a brigas com namorados maridos, problemas no trabalho, observa o consultor:

A mulher adora um shopping. Ainda mais quando briga com o namorado ou com o marido. Aí liga para a amiga. Então entra na loja e tem um prazer tremendo em gastar. Tem umas que saem da loja, dão uma volta no shopping e se arrependem de ter comprado. Por que eu comprei? Mas aquilo dá um prazer tremendo. O homem quando briga com a namorada, ele liga para o amigo vai para o bar e enche a cara. Cada um tem o prazer que merece, mas quanto eu vou pagar por isso?

Outro ponto a ser destacado é a maneira como a mulher sempre está associada aos homens. Isso ocorre tanto no discurso do consultor financeiro quando no de algumas mulheres, sobretudo quando é mencionada a relação homem e mulher como única e natural, o que vem a ressaltar um conservadorismo por ambas as partes. A mulher provedora do lar é sempre mencionada. Como aquela que tem a função de dialogar com os filhos e de ter uma relação transparente com o marido. As atribuições domésticas, de manutenção do lar são destinadas às mulheres.

Esse aspecto foi notado no decorrer de todo o curso. Assim foi apresentado o ciclo de vida financeira, a dinâmica da planilha de orçamento pessoal que teve como “*case*” uma jovem de 24 anos, com uma renda de R\$ 3.000,00 que vivia no bairro da Liberdade, na cidade de São Paulo. Mas, algo importante a ser notado e destacado é a maneira como algumas participantes, sobretudo as com aparência mais jovem, transferem aos namorados os gastos com diversão.

Acabando a primeira parte do curso, que ocorreu até as 15:50 horas, foram ressaltados os passos que devemos seguir para planejar nosso futuro, são eles:

- Qual é seu sonho?
- O que você está fazendo para que seu sonho se realize?
- Você está preparada para imprevistos?
- Você sabia que sua capacidade de poupar é o trabalho do seu sonho?

Essa primeira parte encerra-se com o consultor Luis Alberto realizando a seguinte questão para algumas mulheres: qual é seu sonho? As respostas giraram em torno da questão do planejamento da vida financeira para a velhice.

Durante o intervalo fomos encaminhadas para o Espaço Raymundo Magliano Filho. Lá assim que entrei iniciei uma conversa com um dos responsáveis pela área de comunicação que imediatamente se empenhou em me presentear com um livro sobre a popularização da Bolsa de Valores. Porém não o encontrou e pediu para que eu pedisse um exemplar na biblioteca da própria bolsa. Felizmente consegui.

Após um breve café a equipe da BM&FBOVESPA iniciou a explicação sobre o Espaço, em seguida foi apresentado um filme 3D de com doze minutos de duração onde é explicado, de maneira simples o significado da bolsa de valores para a sociedade brasileira.

Aproveitei o tempo em que estive no Espaço para conversar com uma das participantes do curso. Com 47 anos, a participante expôs a dificuldade em mudar sua cultura em relação ao dinheiro. Ressalta que, assim como seus pais e avós, tem como hábito ter o dinheiro em espécie na carteira e de não sentir confiança em investir, principalmente no mercado financeiro, já que este, desde sua infância, está associado a um universo de risco, destinado a pessoas aventureiras, a figura do especulador.

Passados 30 minutos voltamos ao prédio do *Jockey Club*, onde seria finalizado o curso. Assim como no módulo anterior, a segunda parte teve como foco apresentarmos os diferentes tipos de investimento, sobretudo, o investimento em ações. Por fim, são entregues os certificados.

Sendo o conteúdo dos cursos praticamente o mesmo – mudando somente o foco dado à família e a educação dos filhos –, o mais relevante nessa ida a campo foi destacar a maneira como as mulheres são relacionadas às intempéries das emoções, sendo mais passionais que os homens e, portanto ligadas ao consumismo. Outra observação é de a noção de casais heterossexuais e de mulheres afetivamente dependente dos homens estarem presente tanto no discurso de Luis Alberto como das participantes.

ANEXO V. Capa da Guia de Planejamento do Mulheres em Ação

Guia de Planejamento Financeiro



BM&FBOVESPA
A Nova Bolsa



ANEXO VI. Questionário

Observações: este questionário é parte da investigação sobre a inclusão das mulheres no mercado financeiro e tem como intuito traçar o perfil das mesmas.

QUESTIONÁRIO ANÔNIMO

1. Idade:

2. Estado Civil:

Solteira Casada Divorciada Viúva Outro

3. Filhos:

Nenhum 1 2 3 mais de 3

4. Escolaridade:

Ensino Fundamental Ensino Médio Incompleto
 Ensino Médio Completo Ensino Superior Incompleto
 Ensino Superior Completo Pós Graduada

5. Se possui curso superior, qual?

.....

6. Renda familiar:

até 1 salário mínimo 2 a 3 salários mínimos
 4 a 8 salários mínimos 9 a 16 ou mais salários mínimos
 17 ou mais salários mínimos

7. Atividade:

Dona de casa Vinculada a uma empresa Profissional Liberal
 Funcionária Pública Empreendedora Estudante

8. Possui algum tipo de investimento, qual?

sim não

Qual:.....

9. Onde obteve conhecimento sobre o Projeto Educar-Mulheres em Ação?

.....

10. O que a motivou a procurar o curso:

organizar as finanças pessoais administrar um empreendimento próprio
 obter conhecimento sobre os diferentes tipos de investimento outro

Caso queira contribuir para a próxima etapa da pesquisa, por favor, deixe-nos seu email:.....