

INCLUSÃO DAS MULHERES COMO INVESTIDORAS NA BOLSA DE VALORES DE SÃO PAULO

LIMITES E AMBIGUIDADES

JOYCE ANSELMO

**INCLUSÃO DAS
MULHERES COMO
INVESTIDORAS NA
BOLSA DE VALORES
DE SÃO PAULO**

CONSELHO EDITORIAL ACADÊMICO
Responsável pela publicação desta obra

Ana Lúcia de Castro
Maria Orlanda Pinassi
Carla Gandini Giani Martelli
Maria Teresa Miceli Kerbauy

JOYCE ANSELMO

**INCLUSÃO DAS
MULHERES COMO
INVESTIDORAS NA
BOLSA DE VALORES
DE SÃO PAULO**
LIMITES E AMBIGUIDADES

**CULTURA
ACADÊMICA** 
Editora

© 2013 Editora Unesp

Cultura Acadêmica

Praça da Sé, 108

01001-900 – São Paulo – SP

Tel.: (0xx11) 3242-7171

Fax: (0xx11) 3242-7172

www.culturaacademica.com.br

feu@editora.unesp.br

CIP – BRASIL. Catalogação na Fonte
Sindicato Nacional dos Editores de Livros, RJ

A627i

Anselmo, Joyce

Inclusão das mulheres como investidoras na bolsa de valores de São Paulo [recurso eletrônico]: limites e ambiguidades / Joyce Anselmo. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2013.

recurso digital

Formato: ePDF

Requisitos do sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-7983-476-9 (recurso eletrônico)

1. Mulheres de negócios – 2. Sucesso nos negócios. 3. Liderança em mulheres. 4. Livros eletrônicos. I. Título.

14-08263

CDD: 650.1

CDU: 65.011.4

Este livro é publicado pelo Programa de Publicações Digitais da Pró-Reitoria de Pós-Graduação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp)

Editora afiliada:



Asociación de Editoriales Universitarias
de América Latina y el Caribe



Associação Brasileira de
Editoras Universitárias

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 sendo 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 de mestrado 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 Nespom (Núcleo de Estudos e Pesquisa sobre Sociedade, Poder, Organização e Mercado), Antonia Celestine 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, Roberto Grün e Julio Donadone.

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)

SUMÁRIO

Prefácio	13
Lista de abreviaturas e siglas	17
Introdução	19
1 A sociologia econômica como instrumento de análise	29
2 A educação financeira como um investimento socialmente responsável	43
3 Democratização e popularização da BM&FBovespa	61
4 A popularização das finanças via educação financeira: os projetos educacionais desenvolvidos pela BM&FBovespa	73
5 Inclusão das mulheres como investidoras na Bovespa: limites e ambiguidades	91
Considerações finais	123
Referências	127
Anexos	135

PREFÁCIO

Novos personagens entram em cena: limites e ambiguidades da inclusão das mulheres na Bolsa de Valores

O estudo de mestrado de Joyce Anselmo tem como objeto de investigação algo bastante contemporâneo, a saber, as novas estratégias de dominação simbólicas produzidas e reproduzidas pelo capitalismo contemporâneo. Mais especialmente, a autora se preocupa com o programa de inclusão das mulheres como investidoras na Bolsa de Valores e as estratégias de educação financeira nesse processo.

A autora nos informa que a opção por esse objeto de estudo deu-se devido ao contexto contemporâneo de maior acesso ao crédito, o tema do endividamento das famílias de classe média presente na grande imprensa e o interesse de organismos internacionais, tanto do setor público quanto do setor privado para a necessidade de uma maior conscientização da população no que concerne ao uso prudente do crédito.

Assim, fazendo uso da abordagem sociológica, a autora encara a problemática buscando definir a Bolsa de Valores como um espaço social em que existem dominados e dominadores, assim

como “novos entrantes”. Da mesma forma, a autora pontua a bolsa de valores como um espaço historicamente construído como masculino e, portanto, chama a sua atenção os “projetos sociais” da bolsa de valores, os quais tem como personagem central a mulher e a família. Segundo a autora, a criação de um espaço para a educação financeira das mulheres na Bolsa de Valores de São Paulo merece atenção especial, não somente da economia, mas ainda, e, sobretudo, de estudos sociológicos, pois estes podem destacar variáveis para além dos aspectos econômicos.

Nesse momento, indico a primeira contribuição desse livro, a saber, a identificação de elementos sociais, culturais, políticos, simbólicos inseridos em um fenômeno considerado econômico, a bolsa de valores, contribuindo fortemente para uma área que tem se institucionalizado no Brasil, a sociologia econômica. Acrescento, ainda, que a autora realizou uma interessante e atualizada revisão bibliográfica sobre sociologia econômica, considerando não somente a produção contemporânea, mas a produção dos clássicos, tais como Marx, Weber, Durkheim, Simmel. Nesse momento, a autora nos mostra que desde a sua gênese, a sociologia pontua duras críticas à economia e resgata a importância dos elementos sociais presentes nos fenômenos ditos econômicos, mas comumente ignorados pela economia. O seu capítulo de revisão bibliográfica pode ser lido como um programa de estudos para os iniciantes em sociologia econômica.

Como a área de sociologia econômica encontra-se em formação no Brasil, o estudo de Joyce vem na direção de indicar que mercados são construções sociais, no seu caso, o mercado de educação financeira, assim como nos indicar que fenômenos econômicos estão enraizados no tecido social, negando a premissa da teoria econômica clássica de que a sociedade é um anexo da economia; no caso estudado por Joyce, isso fica claro quando a autora mostra a bolsa de valores utilizando-se de elementos sociais (mulher, família, inclusão social) para legitimar seus novos produtos e serviços.

Concretamente, algumas questões levaram a autora ao seu campo empírico, tais como: qual o panorama político que facilitou a criação de uma bolsa de valores sociais? Quais são os aliados da bolsa de

valores nesse processo? Quais os discursos produzidos? Qual o perfil das mulheres que procuram o curso de inclusão financeira? Qual a eficácia desse programa?

Com essas indagações e sem se intimidar com análises que diabolizam ou endeusam o mercado, a autora faz revelações fundamentais para a compreensão do capitalismo contemporâneo. Assim, sua pesquisa revela o presidente da Bovespa, Raymundo Magliano Filho, como porta-voz fundamental nesse processo. Como amigo do então presidente Lula, teve nele um interlocutor central nos projetos de popularização da bolsa de valores. Da mesma forma, as preferências sociológicas do presidente da Bolsa, tais como Antonio Gramsci, teriam inspirado a criação do programa de bolsa de valores sociais, que o presidente da Bovespa denomina de “Bolsa de Valores de esquerda”.

Nesse interim, a pesquisa indica a aliança com personagens inesperados, tais como sindicalistas oriundos da Força Sindical, da CGT e mesmo da CUT, os quais passaram a fazer parte dos conselhos da bolsa de valores sociais e a falar de parcerias entre capital e trabalho. Dentre os discursos produzidos no processo, a autora destaca a relação entre inclusão das mulheres e responsabilidade social, a relação entre democratização da bolsa de valores e a governança corporativa e, finalmente, as convergências entre capital e trabalho. Outros temas não menos importantes que a autora toca durante seu estudo é sobre o mercado de consultoria criado pelo projeto de bolsa de valores sociais e a indústria de autoajuda, via autoajuda financeira.

Em diálogo com as pesquisas de Luc Bolstanki e Chiapello, a autora nos revela os eufemismos do capitalismo, que para se adaptar a nova ordem vigente se desloca em direção a valores socialmente legítimos, como as questões sociais, explicitadas pela inclusão das mulheres, o debate sobre responsabilidade social e governança corporativa, que corresponde aos temas de democracia e transparência. De uma maneira geral, Anselmo afirma que o capitalismo se inspira numa agenda de esquerda para implantar seus programas financeiros.

Portanto, o livro de Joyce Anselmo é um exemplo brasileiro da tese defendida por Bolstanki e Chiapello, a saber, que o capitalismo se inspira nos próprios desejos, anseios e angústias da sociedade para se reinventar, mantendo-se como modelo de produção dominante. No caso estudado por Joyce, o “novo” espírito do capitalismo brasileiro contemporâneo utiliza-se de questões caras a sociedade brasileira, como a inclusão social, visando se legitimar e se reproduzir. Trata-se de uma dominação das finanças via cultura, por isso, uma dominação simbólica.

Nesse processo, Joyce nos mostra que as mulheres que procuram os cursos direcionadas a elas são, em sua maioria, o que poderíamos chamar de classe média. E que apesar de estarem num espaço dedicado aos homens, as mulheres são recebidas com um curso que enfatiza estereótipos de gênero (mulheres como consumidoras, mulheres procuram engenheiro para casar etc.), ao mesmo tempo em que os cursos, as palestras e as cartilhas destinadas ao público feminino trabalham a reprodução biológica e social das mulheres, colocando-as como dominadas no espaço social da bolsa de valores.

Portanto, mesmo com o crescimento do interesse das mulheres pela bolsa de valores, a autora afirma de forma bem provocadora, que as ambiguidades e os estereótipos com os quais as mulheres são tratadas permitem uma inclusão, ainda que conservadora, o que estaria em homologia com as relações de gênero na sociedade em geral.

Abordando temas diversos que dialogam entre si nesse estudo, como a bolsa de valores, questões de gênero, mercado financeiro, Governo Lula, Joyce nos oferece um interessante livro sobre os novos modos de dominação via finanças. Por fim, além de permitir a compreensão do capitalismo, nos oferece novos elementos para a compreensão do próprio Governo Lula, o qual tem provocado o interesse de diversos pesquisadores de todas as áreas das Ciências Humanas.

Maria Chaves Jardim (Unesp-Nespom)

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
CDC	Crédito Direto ao Consumidor
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 do 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
IBGC	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
PNMPO	Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado
PPP	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

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 presente no 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 cons-

trução 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 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” (idem, ibidem), 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, em 2003, o “Financial Education Project”; em 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 Enef e, em 2010, do Conef, aprovado pelo Decreto nº 7.397,¹ de 22 de dezembro do mesmo ano.

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

No âmbito privado, uma importante iniciativa nesse sentido foi a da Bovespa, que a partir 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 programa será compreendido como um “espaço social”,² 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, *ibidem*, p.31).

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 Bonaldi (2010). Em 2002, aponta o autor, o número de investidores pessoa física na Bovespa somavam 80 mil; no ano de

2 Entende-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).

2007, havia 255 mil investidores e, em 2009, o número já ultrapassava meio milhão, totalizando, no início de 2011, 603.512 mil.

Enquanto o número de investidores pessoa física (pequenos investidores) aumentou consideravelmente, o número de mulheres investindo no mercado de capitais também cresceu. Se em 2002 esse 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 (ibidem) 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, ibidem, p.117).

Dada a importância que vem conquistando o público feminino no que concerne às finanças, uma abordagem sociológica so-

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

4 Assef; Luquete (2011).

5 Fronkel (2006).

bre 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, disciplina que vê como resíduo as questões sociais, culturais, simbólicas, as quais serão privilegiadas nesse livro.

Como observa Grün (op. cit.), 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, *ibidem*, 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 estrutura esse livro, resultado de uma dissertação, cabe situarmos a BM&FBovespa dentro do SFN, a fim de tornar claro que se o “campo das finanças” pode ser visto como um todo, a instituição Bovespa é parte que o compõe.

Tecnicamente exemplificado, o SFN 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 superior é o 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 CVM,⁶ a primeira um órgão executivo e a segunda a responsável por 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, 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 Capitais.⁷

Mas é no ano de 2008 que a Bolsa Brasileira ganhou 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.

Considerando o exposto acima, mais que uma análise sobre uma suposta mudança de hábitos das mulheres que procuram pelo curso de educação financeira oferecido pela BM&FBovespa, a intenção aqui é enfatizar os mecanismos/estratégias utilizadas pela bolsa de

6 “A CVM 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, 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 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>

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

valores para atraí-las, em cujas estratégias estaria inserido o projeto Mulheres em Ação. Criado no ano de 2003, o projeto surge com a campanha de popularização do mercado de capitais, adotando como um de seus desafios a divulgação do que denomina de “cultura do poupar”, que, além do mais, tem como intuito ser um canal entre o mercado de ações e as mulheres, sobretudo a partir de um trabalho de educação financeira.

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 metodológico para este estudo foi consultado tanto o site da BM&FBovespa, como revistas especializadas em economia e estudos sociológicos sobre educação financeira. Além disso, foi a partir da presença da autora desse livro nos cursos realizados pela Bovespa, tanto no Mulheres em Ação quanto no Educar-Master, que foram levantados os dados que compõem a pesquisa.

O livro está organizado da seguinte forma:

“A sociologia econômica enquanto instrumento de análise” compõe a primeira parte desse livro; já o segundo capítulo recebeu o título “A educação financeira como um investimento socialmente responsável”, pelo fato do Mulheres em Ação e, mais amplamente, os projetos 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), uma possível moralização/domesticação das finanças, utilizando-as em projetos de infraestrutura para o país.

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 da eficácia simbólica desempenhada 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, investigado em pesquisa empírica realizada pela autora do livro.

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

No último capítulo, “Inclusão das mulheres como investidoras na Bovespa”, que dá nome a esse livro 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, e, 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 IV), que foi realizada em uma das ocasiões do curso.

Em suma, para analisarmos essa suposta “revolução simbólica”⁸ que vem 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 feita uma certa dominação simbólica⁹ na sociedade, já que nessa revolução são inculcadas categorias de pensamento na sociedade, “sobretudo quadros mentais sobre a relação entre finanças/economia e sociedade” (Jardim, no prelo, p.7).

8 “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, *op. cit.*, p.125).

9 Retomando Bourdieu (*ibidem*), 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 este livro pode parecer desnecessário, já que no decorrer do texto serão apresentadas as leituras que contribuíram 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. Acreditamos que isso se faz necessário, porque a sociologia econômica é, ainda, pouco difundida no Brasil.

Nesse sentido, 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 ditos “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*, que é a seguir definido:

[...] 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 e 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 esse papel crítico, eles aplicaram seu próprio modelo analítico ao estudo dos fenômenos econômicos” (Raud-Matted, *ibidem*, 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, *ibidem*, p.128).

De acordo com Steiner (*op. cit.*), 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” (*ibidem*, p.10).

Por mais que Durkheim (2010) não tenha definido o que entendera como mercado (Raud-Matted, *op. cit.*), 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 (*op. cit.*), na medida em que o trabalho social se divide. As sociedades ao se expandirem e se diversificarem, quando 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). Para Durkheim, mesmo na sociedade contemporânea encontramos elementos não racionais (como a moral de um grupo) nas decisões aparentemente racionais ligadas a economia. Isso aconteceria porque os responsáveis pela institucionalização de leis e de contratos usariam elementos morais, presentes nas suas categorias mentais, para a definição dessas leis e regras. Logo, apesar do direito, a moral ainda é um elemento presente em todos os tipos de contratos.

Assim, o contrato deve ser compreendido como uma construção social, já que, como demonstra Durkheim (ibidem), ele só é possível devido a uma regulamentação, 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 de determinar em que condições os contratos são executórios e, se for o caso, restaurá-los sob sua forma natural (Durkheim, *ibidem*, p.203).

Partindo desses pressupostos, baseando-se no papel dos costumes na construção social das relações contratuais, Durkheim (*ibidem*) refuta a ideia de que os agentes econômicos busquem somente seus interesses. Se a sociedade tivesse como característica primeira o interesse, “poderíamos duvidar com razão de sua estabilidade” (*ibidem*, 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, *ibidem*).

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 (*op. cit.*) que “a existência e o funcionamento dos mercados não podem ser explicados sem que se recorra às instituições e representações sociais” (Steiner, *ibidem*, 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, 2008). 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 autoinspeção. [...] Para Weber, a tarefa consistia em explicar o predomínio de determinadas ideias e ideais em um determinado estágio de desenvolvimento institucional (Douglas, *ibidem*, p.99).

Como assinala Steiner (op. cit.), 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” (*ibidem*, 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, *ibidem*).

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, op. cit.), 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, op. cit., p.13).

Como destacado por Swedberg (op. cit.), 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, *ibidem*, 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 (2001), 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*.

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, *op. cit.*, 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, *ibidem*, 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, *op. cit.*, p.23).

A partir de Weber, segundo Steiner (*ibidem*), 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, *ibidem*, 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, *ibidem*):

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, *ibidem*, 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, *ibidem*, 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.

Na contemporaneidade, os primeiros trabalhos que reivindicam o status de “nova sociologia econômica”¹ 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, *ibidem*).

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 (*ibidem*), 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 moralidade generalizada e a abordagem subsocializada dos dispositivos institucionais impositivos 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, *ibidem*, p.15).

1 Não ignoramos o debate travado entre a sociologia americana sobre a existência de uma “nova” sociologia econômica ou de uma sociologia econômica.

Além de Granovetter, podemos citar os principais especialistas da sociologia econômica nos Estados Unidos (Swedberg, op. cit.), 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 (ibidem), 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 Steiner,² em *O Desencantamento 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: “Bourdieu possui uma análise muito mais estrutural e talvez mais realista” (Swedberg, 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

2 Curso intensivo: crítica da economia política: altruísmo, dom e bens simbólicos. Ministrado por Phillippe Steiner entre os dias 27 de setembro e 8 de outubro na Universidade Estadual Paulista (Unesp – campus de Araraquara).

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, *ibidem*, 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*).

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” (*idem*, *op. cit.*, 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” (*idem*, *ibidem*, 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 (*ibidem*, p.107), 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, *ibidem*).

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 uti-

litarismo)? 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 (idem, ibidem, p.108-109).

Cabe enfatizar que, para Bourdieu (ibidem, p.110), 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, ibidem); 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 (ibidem, p.115), 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”.

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 da 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 apud 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, op. cit.), Lebaron (2011) centra sua análise na “dimensão simbólica dos processos de dominação [...] e na característica social dos agentes que são seus vetores” (idem, ibidem, 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 (ibidem), os Estados Unidos permanecem credores 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” (idem, ibidem, 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, Lopes Júnior (2011) concluiu que embora pulverizadas em diversas instituições, as publicações na área estão circunscritas, principalmente, em três: Universidade Federal de São Carlos (UFScar), Universidade de São Paulo (USP) e Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

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

Lopes Júnior (ibidem) analisou cento e trinta e uma produções, compostas por artigos publicados em periódicos, dissertações e teses de doutorado. Para ele:

No Brasil, mais do que o apelo suscitado pelo novo, o que potencializou o desenvolvimento 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 (idem, *ibidem*, 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 precursores da nova sociologia econômica, os mais incorporados na produção intelectual brasileira foram Granovetter e Bourdieu, referências em 50% das produções analisadas.

Em *Um balanço da sociologia econômica no Brasil*, Lopes Júnior (*ibidem*) 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 Unidos.³ O motivo dessa longa exposição deve-se a isso. Pesquisadores fora do campo da sociologia econômica 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.

3 Entre pesquisadores que são referência na sociologia econômica brasileira podemos citar: Roberto Grün: estágio de complementação de doutoramento na École des hautes études en sciences sociales, em Paris, sob orientação de Pierre Bourdieu. Nadya Araújo: pós-Doutorado no Massachusetts Institute of Technology, nos Estados Unidos. Ricardo Abramovay: vários pós-doutorados, entre eles na Université de Versailles-Saint-Quentin-en-Yvelines e na École des hautes études en sciences sociales, ambas na França.

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 (PUCRS), Maria 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 como o contexto político em que foi construído o projeto de uma bolsa de valores popular.

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 de 2007, o projeto Mulheres em Ação, assim como os outros projetos educacionais da BM&FBovespa, encontram-se listados no site intitulado Em Boa Companhia,¹ criado em 2005. Trata-se de uma ferramenta que possibilita ao investidor saber quais empresas listadas na bolsa possuem projetos de sustentabilidade.

De acordo com os principais porta-vozes do mercado financeiro, as ações desenvolvidas nesse âmbito pelo setor privado estariam contribuindo para o crescimento sustentável do Brasil. Para eles, 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

1 Disponível em: <<http://www.bmfbovespa.com.br/wrs/index.asp>>.

positivamente a forma como o mercado vê a instituição e valoriza suas ações” (Site Em Boa Companhia).

Em 2013, cinquenta e três empresas estão listadas no site Em Boa Companhia (Anexo I), e desenvolvem, de acordo com a instituição, projetos de sustentabilidade. Dos projetos desenvolvidos, setenta são na área ambiental, quarenta na área de capacitação profissional, trinta e sete na área de cidadania, trinta e sete na área de comunidade, cinquenta e sete na área cultural, treze na área de esportes, dezessete em outras áreas, dezoito em mudanças climáticas e sessenta e quatro na área de educação, distribuídos em vinte e cinco empresas, conforme demonstra a Tabela I:

Tabela 1 – 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
Odonto Prev

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, em 2005, o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), financiado pela International Finance Corporation (IFC).² 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,

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).

2 A 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>.

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, op. cit.).

Dada essa conjuntura, para compreender o cenário no qual se inserem os projetos educacionais da Bovespa, 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.

Governo Lula e a aproximação com o mercado financeiro

A visita de Lula à sede da Bovespa, 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. Durante a campanha presidencial, foi firmado o dever em honrar com os compromissos assumidos durante os oito anos de Governo Fernando Henrique Cardoso. Na mesma ocasião, Lula ressaltou que o nervosismo dos mercados e a especulação da época, mais que o temor pela ascensão de um governante de “esquerda”, estaria relacionada com a crise na qual o país se encontrava.

Para Jardim (ibidem), 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 Par-

ceria Público-Privada (PPP), o Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado (PNMPO), 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 financeiro e o político.

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 PPP seria, portanto, “uma expressão da ‘domesticação das finanças’ no Governo Lula” (Jardim, *ibidem*, p.116), já que buscou utilizar recursos da iniciativa privada, nesse caso, incluindo os fundos de pensão, para a inversão em atividades produtivas, capazes de gerar emprego e renda.

Aponta Jardim 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, *ibidem*, 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 da 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 do Tempo de Serviço (FGTS) em investimento produtivo.

Já o PNMPO 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 (*ibidem*), 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, *ibidem*, p.119).

Nessa conjuntura, no ano de 2003 foi 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, *ibidem*, 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 (*ibidem*), 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, em 2005.

Para Jardim (*ibidem*, 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)³ marca uma disputa acerca da utilização dos recursos do FGTS no mercado financeiro, já que um de seus objetivos é de que os recursos do Fundo sejam utilizados para a compra de ações. Para Jardim (ibidem), uma relação de forças, entre setor financeiro e de construção, começou 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, para membro do Conselho de Administração da Bovespa, bem como a criação dos clubes de investimento, tais como o 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 (ibidem), 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 go-

3 O BVS prevê que os trabalhadores devem adquirir somente ações de empresas com governança corporativa. Listadas no nível I ou II de governança corporativa ou ainda no Novo Mercado da Bovespa.

verno 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”.

Já que o Governo Lula considerou os programas de educação financeira como responsabilidade social, trataremos brevemente da gênese da responsabilidade social no próximo item.

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 outros. 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 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, *ibidem*).

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, *ibidem*, 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, *ibidem*, 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 (*op. cit.*), 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, *ibidem*), 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 (1953), *Social Responsibilities of the Businessman*, considerada o marco inicial, alcançando repercussão tanto no meio acadêmico quanto no empresarial (Duarte; Dias, 1986; Sartore, 2010; Jardim, 2010).

A popularização do tema nos Estados Unidos é iniciada, de acordo com Duarte e Dias (*op. cit.*), 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, *ibidem*).

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, *ibidem*, 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, *op. cit.*, p.31).

Já nos anos 1980, com o intuito de desenvolver uma ponte entre o foco no acionista e o foco na sociedade, Friedman amplia o trabalho anteriormente desenvolvido por Carroll (Sartore, *ibidem*), 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, foi 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 (*ibidem*), 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, *ibidem*, 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, *ibidem*, 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; 3) a empresa está sujeita ao controle por parte da sociedade (Kreitlon, *ibidem*).

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, *ibidem*, 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 pró-ativa permite antecipar-se a novas legislações ou mesmo evitá-las. Para Kreitlon (*ibidem*):

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, *ibidem*, 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 (ibidem) 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 em 1997, com o intuito de estabelecer uma rede de organizações empresariais para promover a responsabilidade social na América Latina.

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 por meio de campanhas de entidades não governamentais, da mídia, e de empresas motivadas pelas campanhas, sobretudo a Ação da Cidadania contra a Miséria e pela Vida liderada por Betinho em 1993, do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase). *Grosso 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* – uma vez

que foi uma ponte entre o empresariado brasileiro e o espaço internacional – quanto por ser o seu conceito de responsabilidade social empresarial referência nacional.

Dado o desenvolvimento e a incorporação da ideia de responsabilidade social em nosso país, paralelamente a isso 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, com a condição de 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, *ibidem*).

Para Grün (*ibidem*), 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 (Flings-tein, 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 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).

A governança corporativa é tema correlato dessa pesquisa, pois se consolida no Brasil em momento da popularização da Bovespa e durante o Governo Lula. Aliás, os princípios defendidos pela governança estimulam a abertura de ações na bolsa e como consequência, sua “popularização”, objeto desse livro.

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 de 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 à “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 à 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, cunhado pela consultoria inglesa *SustainAbility*, em 1994, estaria representado 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, em 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).⁴

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 da 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

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

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 (1999).

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” (idem, *ibidem*, 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 (*op. cit.*), o espírito do capitalismo:

[...] fornece, ao mesmo tempo, uma justificação do capitalismo e um ponto de apoio crítico que possibilita denunciar a distância 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 cognitiva,⁵ ou na Bovespa, como poderemos

5 De acordo com Grün, 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.

ver com os projetos de popularização apresentados no próximo item. Ocorre também, paralelamente, como mencionamos, a aproximação entre Estado e mercado a partir do conceito de desenvolvimento colocado pelo Governo Lula e a 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. São consideradas nesse livro como “campo de poder”, já que no campo das finanças se criam estratégias para a sua legitimidade na sociedade. Uma das estratégias é objeto desse livro: a inclusão das mulheres na bolsa de valores.

Como aponta Grün (2005), a noção de “campo de poder”, desenvolvida por Bourdieu, nos possibilita enxergar melhor os contornos que tomam o capitalismo brasileiro. Assim, percebemos melhor 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. Da mesma forma, o discurso da governança corporativa é aceito tanto pelas elites sindicais como pelas políticas de esquerda.

Para o autor,

[...] 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 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 em que é posto em questão o valor relativo das diferentes espécies de capital (Bourdieu, 1997, p.33).

Compreendendo o programa de educação financeira como uma estratégia de responsabilidade social, promovida pela Bovespa, assim como o contexto político no qual o programa foi criado – mais especialmente as alianças entre o então presidente da bolsa de valores e o presidente Lula –, passaremos a apresentar o projeto de popularização e democratização da Bovespa, a partir do qual nasce o Mulheres em Ação, nosso objeto de investigação.

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 (2004), 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 (ibidem) 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, *ibidem*, p.84).

A partir de uma análise histórica desse universo, em *A Bolsa* (2004), 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 Müller (2006), *O mercado exemplar*, fruto de uma pesquisa realizada na Bovespa nos anos de 1990. Nessa 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 (*ibidem*) 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 (*op. cit.*), 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, *ibidem*, p.47).

Da mesma forma que as bolsas, a moeda foi e ainda é objeto de atenção por parte dos sociólogos da economia (Steiner, *ibidem*). 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. A lógica monetária é organizada para Simmel a partir da relação dos homens e destes com os objetos.

Já em *El significado social del dinero*, Zelizer (2011) 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 (*ibidem*) 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” (Zelizer, *ibidem*, p.34).¹

Ressalta Zelizer (*ibidem*) 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

1 Tradução: 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” (N. A.).

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 Bovespa têm que ser compreendidas dentro do contexto político, social e cultural em que estão inseridas, sobretudo, como salientado anteriormente, pela aproximação entre Estado e mercado.

Inicialmente, é importante afirmar que 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 Magliano Corretora. Tal como aponta Leite (2008), este personagem tem papel central e inovador no que tange ao mercado financeiro brasileiro nos últimos anos.

Sobre a 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 Contribuição Provisória sobre Movimentação Financeira (CPMF), que, desde o ano de 1997, estaria reduzindo a competitividade do mercado acionário brasileiro.² O mais importante a ser destacado nessa empreitada foram as alianças conquistadas, sobretudo

2 “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 Depository 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).

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 ocorreu anos antes da batalha pela isenção da 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 (ACSP), e Paulinho, uma liderança sindical emergente, subiram juntos ao palanque reivindicando interesses tanto do capital quanto do trabalho (Pilagallo, 2004).

Então, em 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 Bovespa 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 simbolizar uma suposta convergência de interesses entre capital e trabalho, assim como os projetos de popularização, que adiante serão abordados, ganhou 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 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-se 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” (idem, *ibidem*, p.33).

A primeira estatal a promover a venda pulverizada de ações, ou seja, para toda a população, foi a Petrobrás. Em 2000, trezentos e trinta e sete mil trabalhadores puderam usar parte de seus

recursos depositados no Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS) 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 seiscentos mil trabalhadores.

Porém, como nota Pilagallo (*ibidem*), nos dois casos, o efeito das vendas das ações tanto da Petrobrás quanto da Vale foi limitado. 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 Bovespa. 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 seguir, 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 esses 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 aqueles que almejam ganhos imediatos. É nesse contexto

que Raymundo Magliano Filho assume a presidência da Bovespa que, mais tarde, no ano de 2007, veio a se tornar BM&FBovespa, com a junção da 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 mil e trezentos 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*, Magliano 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 nosso personagem criou o programa de popularização Bovespa Vai Até Você. Como diz Magliano na entrevista 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”. “Aí 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” (*Época Negócios*, jun. 2009).

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 Bovespa.

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, como a governança corporativa (ideia de transparência e democracia) e a responsabilidade social. 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 precursor 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 popularização na área em

geral, consultores da Bovespa 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, do Rio de Janeiro a Carajás, no Pará, ocasião em que foram visitados trabalhadores da Companhia Vale do Rio Doce.

O programa de popularização Bovespa Vai Até Você, criado em 2002, abarca os módulos expostos a seguir:

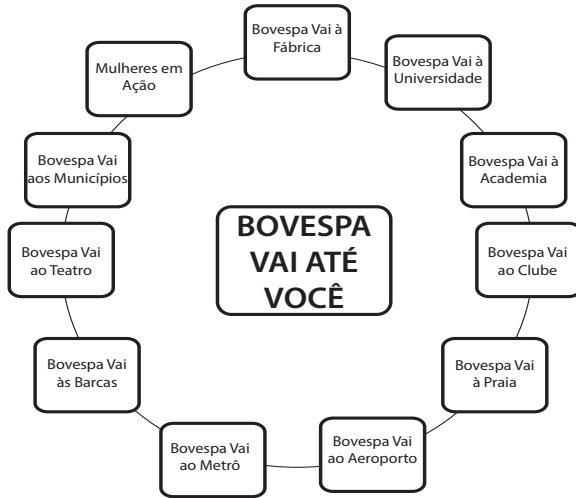


Figura 1 – Módulos que compõem o Projeto Bovespa Vai Até Você

Fonte: Elaboração própria com base nos dados do livro *A Bolsa na Estrada* (Pilagallo, op. cit.).

Como mostra o organograma, a Bovespa prioriza diversos setores da cultura e da sociedade, visando atingir o público dos mais diversos espaços, a saber: os estudantes universitários, os frequentadores das academias, clubes, praias (Bovespa Vai à Universidade, Bovespa Vai à Academia, Bovespa Vai ao Clube e Bovespa Vai à Praia); quem necessita de serviços tais como aeroportos, metrô, barcas (Bovespa Vai ao Aeroporto, Bovespa Vai ao Metrô e Bovespa Vai às Barcas) e, também locais como teatros (Bovespa Vai ao Teatro) e municípios distantes de centros financeiros (Bovespa Vai ao Município).

É nesse contexto, em diálogo com temas sociais, 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 ressignificação da própria instituição 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, criando uma nova forma de pensar. Nesse contexto, a aproximação com o governo, com a educação, com as questões sociais, e o trabalho realizado pela imprensa, sobretudo a imprensa de negócio, foram determinantes para a construção de uma 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 a 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, foi 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 em 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. Para melhor compreensão do programa Mulheres em Ação, apresentaremos nesse capítulo um mapeamento dos programas educacionais existentes na bolsa de valores, visando argumentar no sentido do objetivo da produção de uma nova *doxa* e da construção de um novo *habitus* coletivo via educação financeira. No limite, estamos sugerindo novas formas simbólicas de dominação das finanças, nesse caso, via Bolsa de Valores Sociais.

Dito isso, argumentamos que segundo informações obtidas na pesquisa empírica, 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 a 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, op. cit.). Para tanto, foram entrevistadas mil e quinhentas 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 ditas 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, *ibidem*, p.80).

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

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 traz 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, *ibidem*, p.80).

Surgiu, portanto, a ideia de criar um projeto que atendesse às necessidades do público feminino. Para a responsável pela consultoria, Fátima Pacheco Jordão, o perfil das mulheres que emergiu a partir da pesquisa seria o de uma “arquiteta do futuro”, em negação à ideia de mulher com olhar adocicado e idílico. Em termos teóricos, essas novas mulheres saberiam das dificuldades que estavam

diante delas reconhecendo os instrumentos que elas precisavam conhecer para alcançar seus objetivos. Para isso só faltava informação, o que a bolsa iria fornecer.

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 esses 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 prepará-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&FBovespa,¹ 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 7 e 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, Porco e 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”.² Nota-se que o Turma da Bolsa tem como foco central a construção de uma cultura de pou-

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

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

pança 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 pela sociedade.

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

d. Desafio BM&FBovespa

A versão presencial do Desafio BM&FBovespa³ 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 vinte e quatro grupos e doze professores orientadores.

3 Mais informações sobre o Programa Desafio BM&FBovespa estão disponíveis em: [<http://www.bmfbovespa.com.br/InstSites/DesafioBovespa/>](http://www.bmfbovespa.com.br/InstSites/DesafioBovespa/).

e. Espaço Raymundo Magliano Filho⁴

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 10h às 17h.

Na Quadro I estão esquematizados, de maneira simplificada, os projetos de popularização da BM&FBovespa no âmbito educacional, a fim de que o leitor possa se localizar sobre os produtos de “educação” oferecidos pela bolsa.

Quadro 1 – Projetos de Popularização na área de Educação

Projetos de popularização da BM&FBovespa	
Projeto Educar	Outros cursos
Educar Júnior	Associação Profissionalizante
Educar Teen	Turma da Bolsa
Educar Sênior	Educação Financeira
Educar Master	Desafio BM&FBovespa
Educar Família	Espaço Raymundo Magliano Filho
Educar Mulheres em Ação	

Fonte: elaboração própria com base nas informações disponíveis no web site da BM&FBovespa.

Informamos que o programa Mulheres em Ação surgiu, em um primeiro momento, como um dos módulos do programa de popu-

4 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>>.

larização do mercado financeiro Bovespa Vai Até Você. Entretanto, atualmente faz parte de um projeto de educação financeira mais amplo, intitulado Educar, conforme mostra a figura acima.

A seguir serão tecidas algumas considerações mais amplas sobre o Projeto Educar e seus respectivos módulos.

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 (op. cit.), de que existem laços de solidariedade social entre os agentes presentes nesse espaço social. Assim, cremos na necessidade de apontar - sobretudo no que concerne ao âmbito da educação financeira via bolsa de valores - aqueles aspectos que dizem respeito à construção de novas crenças e de um novo *habitus* econômico junto aos brasileiros.

No que se refere ao Projeto Educar, tal como assinalado no site da BM&FBovespa,⁵ este debruça-se, sobretudo, na questão da gestão das finanças pessoais. Cada módulo oferecido tem como

5 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>>.

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 seu futuro, assim como o hábito de poupar e de diversificar os investimentos sejam valores a serem seguidos.

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

Já os módulos Educar-Master, Educar-Família e Educar-Mulheres em Ação, esquematizados na Tabela II, têm inscrições on-line, 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.

No entanto, 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*⁶ do “planejar”, “poupar” e do “investir”.

6 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 2 – 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, 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 um público que não tivera anteriormente contato com o mercado financeiro e seus conceitos. Em ocasião da participação da autora desse livro no curso Educar-Master, tanto a partir da análise do material didático, como pela exposição do consultor financeiro, nota-se a ênfase dada à importância da necessidade de uma mudança na postura da população diante do dinheiro.

Composto por vinte e oito tópicos, Introdução e Bibliografia, cada um dos conteúdos do material didático entregue no curso não ultrapassa duas páginas. Com uma linguagem simples e acessível,

discorre de maneira informal sobre os seguintes pontos, que correspondem ao disposto no material:

Tabela 3 – Conteúdo Programático – Cartilha Programa Educar-Master

Capítulo	Conteúdo
1	A importância da educação financeira
2	O que precisamos saber
3	A moeda
4	Como a moeda é usada na economia
5	O que é risco?
6	Noções sobre o Sistema Financeiro Nacional (SFN)
7	Os juros
8	O que é inflação?
9	Planejamento financeiro
10	Administrando seu dinheiro
11	A sociedade de consumo
12	As armadilhas
13	Orçamento pessoal e familiar
14	Como fazer para que sobre dinheiro
15	O que fazer com o dinheiro que sobra
16	Aposentadoria
17	Planejando a educação dos filhos
18	Investindo no mercado financeiro
19	O investidor
20	Os vários tipos de poupança
21	Planejar o futuro
22	No que posso investir?
23	Comprando um imóvel

24	Aplicando em títulos de renda fixa
25	A importância do mercado de ações para a economia
26	Você pode ser um dos novos sócios dessas empresas
27	Investindo em ações
28	Passo a passo

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

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, à poupança e à 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 auto-gestão 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.

Notamos que vários termos econômicos são trazidos de maneira a simplificar sua compreensão, tais como fluxo real,⁷ fluxo monetário,⁸ agentes econômicos superavitários⁹ e agentes econômi-

7 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).

8 Entende-se por fluxo monetário aquele 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).

9 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).

cos deficitários,¹⁰ 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 é possível notar 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 (op. cit.), de que as finanças nos são apresentadas como um “mundo no qual indivíduos sem amarras se 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, *ibidem*, 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

10 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).

vocês? O que vocês pretendem 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 que você opta por contratar um seguro para o seu carro?

Nota-se, portanto, que a descontração é a característica primordial no decorrer do curso. Um linguajar cotidiano e exemplos comuns estão presentes a todo o momento no discurso do 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, nas quais é possível perceber um misto de autoajuda e autoajuda financeira. Vejamos: “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 desafio 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 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, à conduta de cada um; considerações essas que fogem dos pressupostos maximizadores da teoria econômica, que tratam as necessidades financeiras de cada um como algo homogêneo, como se todos almejassem o mesmo padrão de vida. Portanto, notamos aqui uma ambiguidade: ao mesmo tempo em que as teorias econômicas falam de preferências fixas e do *homo economicus* maximizador, o discurso do consultor prioriza a trajetória de cada um, dentro de um pacote padrão do que a bolsa entende sobre educação financeira.

O que a bolsa busca durante as seis 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 à 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 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 “Quem já possui capital herdado deve apenas aproveitar?” surge na fala do consultor, a resposta é um enfático “não!” Assim, o consultor defende que os ricos devem ser mais prudentes para com o uso do dinheiro do que os pobres. 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 se devem planejar as finanças 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 às 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 de os 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: *liquidez*,¹¹ *segurança*¹² e *rentabilidade*.¹³ 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 *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 ele a necessidade de conscientizar os agentes acerca de ser inevitável uma mudança cultural que vem a ser obtida apenas por meio da educação financeira. Ou seja, o mercado de ações é de fato o objetivo a ser atingido no curso.

A pesquisa de campo nos mostrou a maneira como a esfera cultural está presente no discurso dos agentes que promovem os cursos de educação financeira, realidade esta que encontra-se também presente nos livros de autoajuda financeira, tal como apontado por Leite (2011). Para a autora, a emergência desses novos segmentos ocorre concomitantemente ao desenvolvimento e crescimento do mercado financeiro no Brasil, envolvendo, de acordo com o estudo apresentado pela autora, palestras e a venda de livros elaborados por consultores financeiros, que chamamos sociologicamente de gurus, os quais buscam catequizar a sociedade em direção a uma religião, a educação financeira. Essa catequização/evangelização pode ser observada nos sites que promovem o tema tal como nos outros projetos educacionais realizados na própria bolsa de valores.

O curso torna claro que, para os gurus, 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, ou

11 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.

12 Segurança diz respeito ao risco percebido pelo investidor.

13 Rentabilidade é o retorno que esperamos obter com o investimento efetuado.

seja, na história inscrita no *habitus* coletivo. 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 apresentam-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).

No que se refere ao público participante do curso, no qual realizamos pesquisa de campo, das cento e oitenta e uma pessoas inscritas, cento e duas 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 homens e mulheres.

Outra característica marcante é o fato de grande maioria ter certa familiaridade com o vocabulário da ciência econômica, estando mais atentos e 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 à 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 simbólico¹⁴ importante, ressaltado principalmente com a entrega do certificado para aqueles que acompanham o curso. O cenário que nos foi apresentado, a partir da presença em campo, é

14 Tal como assinalado na obra de Bourdieu, o termo capital não refere-se apenas ao acúmulo de bens e de riquezas econômicas, mas a todo o recurso ou poder que se manifesta em uma atividade social. “Assim, além do capital econômico, é decisiva 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.

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 Bovespa com a 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 faz parte do projeto Educar. O próximo capítulo abordará esse tema.

5

INCLUSÃO DAS MULHERES COMO INVESTIDORAS NA BOVESPA: LIMITES E AMBIGUIDADES

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 construção social da dominação masculina. Procura demonstrar como a estrutura social e os constrangimentos vieram a contribuir para a perpetuação dessa dominação que, para ele, no modo como é imposta e vivenciada, é 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 da 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, *ibidem*, 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, *ibidem*, 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 têm 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 ain-

da 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 em 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 evidência de algo indiscutível. Porém, para ele, 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, consequentemente, 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 as 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, por meio 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 distintivas “que a arbitrariedade cultural institui se encarnam em *habitus*¹ claramente diferenciados

1 “[...] 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).

“O *habitus* é esse princípio gerador e unificador que traduz as características intrínsecas e relações de uma posição em um estilo de vida unitário, ou seja, um conjunto unitário de eleição de pessoas, de bens e de práticas” (Bourdieu, 1997, p.19).

“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).

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 por meio 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 mesmos, 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, mais que sobre os outros (Touraine, 2007, p.43).

Contraopondo-se à argumentação de Bourdieu (1999), Touraine (ibidem) 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. 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 mantê-las 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” (Touraine, *ibidem*, 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 (*ibidem*) afirma que as mulheres pós-feministas não seriam representadas pelas feministas, porém a vitória das feministas teria permitido a transformação da consciência operária 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 (*op. cit.*) a responsável por criar uma imagem caricatural das mulheres sendo necessário insistir na diversidade desta *vasta categoria*, procurando *actrices* (atrizes)² por detrás das vítimas.

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

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” (Touraine, *ibidem*, p.31).

A discussão aqui apresentada sobre o projeto Mulheres em Ação vai ao encontro dos 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 *Mulherinvest*, 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”.

de Alain Touraine. Touraine prefere “atrizes” ao termo “atores”, para enfatizar a autonomia das mulheres diante do mundo masculino.

A Tabela IV a seguir 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 4 – 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: *Mulherinvest*, março de 2011.

* Dados englobam o período de janeiro de 2011 a março do mesmo ano.

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; e essa também não é a intenção desse livro. Nesse contexto, acrescentamos que houve um importante aumento no número dessas agentes, ao mesmo tempo que, de acordo com o censo de 2010, 37%³ das famílias brasileiras são “chefiadas” por mulheres, em comparação a 22,2%, no ano 2000.

As considerações levantadas no próximo item são resultado de pesquisas de campo realizadas em diversas ocasiões. Nelas, observamos, sobretudo, o discurso do consultor financeiro respon-

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

sável por ministrar o curso e a observação do público que compõe esse espaço social. Para mapeamento do público, utilizamos, no caso do programa Mulheres em Ação, um questionário (Anexo IV) que teve como intenção levantar uma amostra acerca do perfil das mulheres que procuram determinado curso.

A seguir, segue a descrição do conteúdo do material didático entregue para os participantes na ocasião do curso.

Cartilha programa Educar-Mulheres em Ação

A imagem de uma mulher com seu computador portátil e uma criança nos braços: essa é a capa do material didático (Anexo III) entregue no curso. O chamado *Guia de Planejamento Financeiro* é, 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, como realizadoras não apenas de seus desejos particulares, mas, também, familiares.

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

Tabela 5 – Guia de Planejamento Financeiro: Programa Educar-Mulheres em Ação

Capítulos	Conteúdo
1	Você tem mais dinheiro do que imagina!
2	Família, a união faz a força
3	O outro lado: a sedução do crédito
4	Discutir a relação
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. Encontramos aqui a magia que algumas instituições, como a escola, criam e consagram. No capitalismo das finanças, a bolsa de valores seria um excelente exemplo de instituição que cria magia, separando a sociedade entre profanos (excluídos da bolsa) e sagrados (incluídos na bolsa).

Cabe mencionar que a planilha apresentada no Mulheres em Ação é idêntica à apresentada no programa Educar-Master (que também está disponível no site da bolsa de valores). A única diferença observada é referente à cor. Enquanto a direcionada ao público geral possui as cores da Bovespa, a direcionada às mulheres é roxa, procurando destacar certa “feminilidade”, certa homologia com a cor rosa, socialmente ligada à delicadeza, ao refinamento dos gostos, habilidades ditas femininas.

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 aquelas advindas do salário, do aluguel, pensão, horas extras, décimo terceiro 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: telefone, água, luz, internet, combustível, supermercado, e as com cuidados pessoais (academia, manicure, cabeleireira, esteticista, clube). Já as extras são as despesas para as quais todos devem estar preparados. Quando dizem 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 via 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 (Bourdieu, 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, por exemplo, 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 remetem a mulher à visão masculina, fruto da dominação masculina.

De acordo com Bourdieu (1999) a estrutura social e os constrangimentos seriam os responsáveis pela perpetuação da dominação, constrangimentos estes resultantes da violência simbólica.⁴ Para controlar os impulsos tidos como “típicos do público feminino”, o curso de educação financeira propõe 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;

4 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 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” (ibidem, p.11).

2. Seja seletiva. Se você vai comprar algo à 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 ‘corromper’ 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 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*).

De acordo com a crença produzida pelo espaço das finanças, especialmente dos programas sociais na bolsa de valores, seria, no en-

tanto, 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 sugestão é conversar com eles explicando que devem se organizar melhor no próximo mês. Nesse contexto, uma questão que também merece ser destacada é o conteúdo conservador presente no material. Como conservador, entendemos o trato dado às mulheres, ou seja, consideradas consumistas, e também a maneira como essas mulheres estão ligadas à imagem de responsáveis pela educação dos filhos, pelo diálogo e pela manutenção do lar. Outro aspecto pode 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”, interpretamos que os idealizadores do projeto e responsáveis pela elaboração do material distribuído não levaram 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 homoafetivas. Esta análise não pretende discutir essas particularidades, porém, não podemos deixar de enfatizar a forma conservadora como a que esse curso, que pretende uma inclusão das mulheres, se posiciona. Trata-se de ambiguidades e paradoxos, os quais estariam em diálogo com os deslocamentos realizados pelo capitalismo ao buscar novos adeptos, tal qual discutido por Boltanski e Chiapello (1999).

No material produzido pela Bolsa de Valores Popular, os diversos tipos de família existentes são ignorados, assim como as novas habilidades adquiridas pela mulher na contemporaneidade. No material didático é ressaltado, também, 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. Essa mesma questão foi vista por Jardim (2002) sobre a aquisição de planos de previdência privada para recém-nascidos. Esses planos deveriam

garantir o futuro dessas crianças, segundo material divulgado pelas empresas da época.

O curso de inclusão das mulheres na bolsa de valores apresenta a seguinte tabela:

Tabela 6 – Planejamento com Educação

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

Fonte: Guia de Planejamento Financeiro do curso Mulheres em Ação.

Já o terceiro capítulo, 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 do guia de planejamento financeiro 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.

No próximo item apresentaremos as diversas impressões colhidas nas participações nos cursos, para em seguida serem apresentados os dados da amostra colhida com a aplicação do questionário.

O dia a dia do curso de inclusão das mulheres

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 e/ou guru da autoajuda repetem-se como se a ocasião fosse a mesma.

Durante o curso presencial, assim como no conteúdo da cartilha apresentado no item anterior, observamos que no discurso do consultor financeiro a mulher é associada ao consumismo, como quem mais facilmente se entrega às suas mazelas por puro prazer. Nota-se que a inserção da mulher no mercado financeiro a partir da educação financeira está carregada das pré-noções do senso comum.

Nesse ínterim, não podemos deixar de mencionar, brevemente, o que nos ensinou Douglas e Isherwood (2004) sobre o consumo. Antes de uma crítica ou de uma apologia ao consumo, Douglas e Isherwood sugerem que coloquemos o consumo de volta nos processos sociais, devendo ele, 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; Isherwood, *ibidem*, p.26).

Para tanto, os padrões de consumo devem ser compreendidos como um sinal de integração social. De modo geral, para Douglas (*ibidem*), 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 caso do curso para a inclusão das mulheres na bolsa aqui discutido, 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; Isherwood, *ibidem*, p.26). Assim, no caso das mulheres, o consumo seria mais fruto de sua necessidade psicológica do que um “fato social”, no sentido durkheimiano.

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 à “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-guru:

“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).

Como vemos, a construção social da feminilidade é banalizada nas falas do consultor, que resume a questão de forma simplificada e estereotipada.

Nessa direção, algumas “qualidades” são atribuídas como inatas ao gênero feminino. Assim o consultor discorre sobre a facilidade das mulheres para lidarem com as múltiplas situações ao mesmo tempo e de terem a sensibilidade de detectar detalhes imperceptíveis para a maioria dos homens. Enfim, o senso comum é a *doxa* dominante desse espaço social.

Teoricamente, o Mulheres em Ação foca-se na importância da educação financeira para a sociedade contemporânea. 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 cada 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).

Ter, ser 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, notamos no discurso do consultor 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 do dinheiro, já que, como consideramos, esse uso é social e não visa somente ao 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 à 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 aquelas destacadas por Bourdieu (1999).

Ao final dessa exposição, o consultor coloca as seguintes perguntas num tom sério e dramático: 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, o consultor nos convida a visitar o 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 15 de Novembro, em São Paulo, o consultor inicia 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, nossas observações empíricas nos permitem afirmar que a construção social desse espaço de inclusão das mulheres é mais simbólico do que efetivamente marcado por diferenças estruturais. Ademais, há uma série de ferramentas que não estão disponíveis para os outros módulos (inclusive para o direcionado aos homens), como um site⁵ 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.

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

O perfil das agentes que compõem esse espaço social

Algo que merece destaque neste livro são as agentes (mulheres) que compuseram esse espaço social.

Inicialmente, é importante indicar 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, também escolhemos como instrumento metodológico, além da observação, a coleta de uma amostra a partir da aplicação de um questionário. A aplicação do questionário, porém, só foi possível em uma das ocasiões.

Outra questão que deve ser ressaltada, antes de abordarmos a amostra em si, é a indisponibilidade para pesquisa na própria bolsa de valores. Inúmeras tentativas de contato, seja por e-mail, pessoalmente ou por telefone não obtiveram sucesso. De acordo com a instituição, nenhum estudo ou dados foram levantados sobre as mulheres que procuraram o curso durante os dez anos em que este é realizado. Apesar de sinalizarmos interesse em realizar esse estudo, não fomos recebidos.

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

Com uma população presente de quarenta e oito mulheres no curso, foram aplicados os questionários a vinte delas, ou seja, a 41% do total de mulheres que assistiram ao 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 desde dúvidas simples até as mais elaboradas.

A participação nas dinâmicas também se mostrou maior com este público; a todo momento que eram chamadas a participar, expunham suas ideias, sobretudo, quando as questões eram relacionadas ao 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 mediana⁶ de idade das mulheres que responderam ao questionário era 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 1.

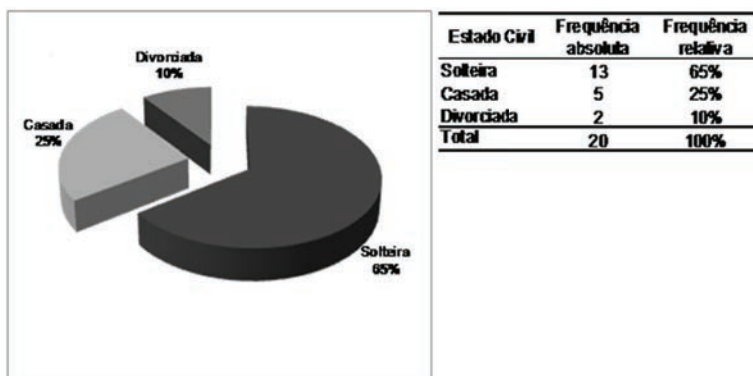


Gráfico 1 – Estado civil das agentes que compõem a amostra
Fonte: elaboração própria.

Portanto, do total, apenas 25% eram casadas, e entre as mulheres solteiras apenas uma revelou ter filhos. Desse total, apenas

6 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.

uma disse ter três filhos e nenhuma mais de três. No que se refere ao nível de escolaridade, que compunha uma das questões, 80% das agentes estão concluindo ou 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 quatro e oito salários mínimos, e 30% entre dois e três 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 mensal⁷ 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 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

7 Embora consideramos essas agentes como pertencentes à 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.

mutuamente e a reconhecer-se num mesmo projeto (político ou outro) (Bourdieu, 1997, p.33-34).

Sobre a posse de algum tipo de investimento, 60% dizem não possuir nenhum tipo de investimento. Dos 40% de mulheres 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, o interesse em organizar as finanças pessoais foi o mais citado, conforme Gráfico 2.

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	

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	

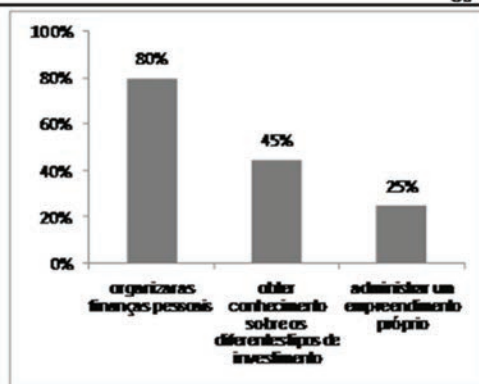


Gráfico 2 – Qual a motivação para procurar o curso?

Fonte: elaboração própria.

Assim, embora o objetivo expresso pelos cursos da bolsa seja o de atrair mulheres interessadas em investir no mercado de ações, o questionário aplicado junto às participantes do curso indica que 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 Bovespa 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 edição do curso, que contava com um público aparentemente bastante similar).

Os dados coletados a partir do questionário e da 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 e não possuem nenhum tipo de investimento. Em várias ocasiões, as próprias agentes destacavam o fato de procurarem o curso para driblar o tempo de ócio. Em relação a esse fato, uma das mulheres presentes 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 integrá-los às atividades complementares exigidas pela universidade.

Assim, o fato mais relevante, e que mais mereceu nossa atenção, foi a maneira como a bolsa propõe uma mudança cultural em relação às mulheres e ao mercado financeiro, porém pausando-se em pressupostos conservadores, situando as agentes, como vimos, em posição de inferioridade quando comparadas

aos homens e, sobretudo, associadas à imagem da família, da reprodução biológica e social.

Ao verificarmos a maneira como a mulher é associada à imagem da família, notamos, que, mais que uma discussão sobre gênero e emancipação, a análise do espaço social Mulheres em Ação indica a necessidade de se discutir o papel da família em nossa sociedade e como é construída a concepção do que entendemos por família. Isso será feito no próximo item desse livro de forma breve. Esse tema deverá ser aprofundado em pesquisas futuras.

A família como instrumento de violência simbólica

Acerca desse tema, Philippe Ariès (1981) ressalta como a família se desenvolveu 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” (p.173) 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 dela 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: envia-

vam-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 cavalheiro 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).

Segundo o autor, a partir da substituição da aprendizagem pela escola é 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, *ibidem*). 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 ocorrerá, para Ariès (*ibidem*), 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, 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 o corpo e a alma (Ariès, *ibidem*, 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).

Essa mesma perspectiva é defendida por Gerard Mauger (2013), autor que entende a família como transmissor tanto do capital cultural quanto econômico ao filho, realizando, nesse processo, uma violência simbólica com os herdeiros. Como resultado desse processo, o autor nos informa que a mulher ocupa papel central nessa reprodução biológica e social. É a mulher o personagem central na manutenção tanto da ordem biológica quanto da ordem social.

Na mesma perspectiva que Mauger, 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 ela 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.

Assim, para Bourdieu, a família 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, *ibidem*, 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. Entendemos que a bolsa de valores, apesar de pretender pelo menos teoricamente a inclusão das mulheres, na prática trabalha com elementos simbólicos que exprimem a mulher como submissa, como dominada simbolicamente.

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 evidência 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 ele 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 naturalizada 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 (ibidem, p.212) 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.⁸

Para Lenoir, 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*”⁹

8 Tradução: 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.

9 Trad.: A peça principal do sistema de instrumentos de reprodução da estrutura social.

(Lenoir, *ibidem*, p.224), como estratégia de reprodução dos grupos sociais e dos modos de representação do mundo social que lhe correspondem.¹⁰

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).

O mercado da educação financeira para mulheres é uma construção social pautada em pressupostos ambíguos e conservadores, uma vez que a “nova” mulher, assim denominada pela Bovespa, 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).

Embora mencionamos de maneira breve algumas discussões sobre família, lembramos que esse não é o tema central do nosso livro. Entretanto, ele não poderia ser ignorado aqui, pois trata-se de um tema que possibilita uma interessante agenda que venha a colocar em evidência a categoria de família, discussões de gênero e o mercado financeiro.

10 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.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O caminho trilhado neste livro 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 deste livro.

Concluimos que o mercado da educação financeira no Brasil é uma construção social que vem 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. Os diálogos entre o então presidente da Bovespa e o então presidente Lula foram citados como fundamentais nessa dinâmica.

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

Assim, o capitalismo das finanças ganha legitimidade e obtém recursos fora de si mesmo, na esfera social e cultural, “em crenças so-

bre 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 à esfera 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 (1999), 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, *ibidem*, p.42).

A bolsa de valores busca, a partir dos projetos de democratização e popularização da Bovespa, reiterar a importância do mercado financeiro para o setor produtivo brasileiro. Assim como busca desmistificar a imagem da bolsa como um cassino para ricos, divulgando 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 Leite afirme (2008) que a iniciativa de uma Bolsa de Valores Popular tenha sido de Magliano, sem participação do gover-

no, 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 das finanças a partir do Governo Lula.

Ações governamentais, como o Comitê Nacional de Educação Financeira (CONEF) e a Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF), foram concomitantes aos projetos no âmbito privado. Acontecimentos como esses confirmam a tese de que a noção de “campo de poder” proposta por Bourdieu (1997) é fundamental para compreensão de diálogos entre a esfera política, econômica e civil.

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, sobretudo, 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 inclusão da mulher no domínio masculino (a bolsa de valores), 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 o 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).

Apesar das características econômicas do projeto de inclusão das mulheres na bolsa de valores, entendemos que este deve ser analisado sociologicamente, pois está contribuindo, mesmo que indiretamente, para o reforço de categorias reproduzidas na sociedade, como aquelas relacionadas à construção da identidade feminina. Trata-se, em certa medida, de novas formas simbólicas de dominação, construídas pelo “novo espírito do capitalismo”, e, portanto, devem ser estudadas e reveladas pela lente dos trabalhos sociológicos.

REFERÊNCIAS

- ARIÈS, P. *História social da criança e da família*. Rio de Janeiro: Editora LTC, 1981.
- ASSEF, A.; LUQUETE, M. *Meninas normais vão ao shopping, meninas iradas investem na Bolsa*. São Paulo: Saraiva, 2011.
- BEGHIN, N. *A filantropia empresarial – nem caridade, nem direito*. São Paulo: Editora Cortez, v.122, 2005. (Coleção Questões de Nossa Época).
- BM&FBOVESPA. Índice de Responsabilidade Social. Disponível em: <<http://www.bmfbovespa.com.br/indices/ResumoIndice.aspx?Indice=ISE&idioma=pt-br>>. Acesso em: jan. 2013.
- BOLTANSKIN, L; CHIAPELLO. *O novo espírito do capitalismo*. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- BONALDI, E. V. *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, P. *A dominação masculina*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1999.
- _____. *A economia das trocas linguísticas*. São Paulo: Edusp, 1998.
- _____. *O campo econômico. Política & Sociedade*, Florianópolis, v.4, n.6 2005. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufsc>>

- br/index.php/politica/article/view/1930/1697>. Acesso em: jan. de 2012.
- _____. *A distinção: crítica social do julgamento*. Porto Alegre: Zouk, 2011.
- _____. *O desencantamento do mundo. Estruturas econômicas e estruturas temporais*. São Paulo: Perspectiva, 1979.
- _____. *O poder simbólico*. Lisboa: Edifel, 1989.
- _____. *Razões práticas. Sobre a teoria da ação*. Portugal: Celta Editora, 1997.
- BOURDIEU, P.; DARBEL, A.; RIVET, J.-P.; SEIBEL, C. *Travail et travailleurs en Algérie*. Paris: Mouton, 1963.
- BOWEN, H. R. *Social Responsibilities of the Businessman*, New York: Harper and Brothers, 1953.
- COSTA, E. H. da. *Fundamentos de responsabilidade social empresarial*. Rio de Janeiro: Editora La Salle, 2007.
- DECOL, R. Na agenda 2005, foco na educação. *Revista Bovespa*. Jan.-mar. 2005. Disponível em: <<http://www.bmfbovespa.com.br/InstSites/RevistaBovespa/93/Mulheres.shtml>>. Acesso: maio 2012. Não disponível.
- DECOL, R.; SANTIAGO, R. O talento feminino em ação. *Revista Bovespa*, out.-dez. 2004 Disponível em: <<http://www.bmfbovespa.com.br/InstSites/RevistaBovespa/92/Mulheres.shtml>>. Acesso: maio 2012.
- DONADONE, J. C.; JARDIM, M. A. C. (Orgs.). *As centralidades e as fronteiras das empresas do século XXI*. Bauru: Edusc, 2011.
- DOUGLAS, M. *Como as instituições pensam?* São Paulo: Edusp, 2008.
- DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. *O mundo dos bens. Para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.
- DUARTE, G. D. D.; DIAS, J. M. A. M. *Responsabilidade social: a empresa hoje*. Rio de Janeiro: Editora LTC, 1986.
- DURKHEIM, É. *As formas elementares da vida religiosa*. São Paulo: Martins Fontes, 1996.
- _____. *Da divisão do trabalho social*. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

- ENTREVISTA Raymundo Magliano Filho. Amplia-se o papel da Bovespa. *Revista Bovespa*, out-dez. 2006. Disponível em: <<http://www.bmfbovespa.com.br/InstSites/RevistaBovespa/100/Entrevista.shtml>>. Acesso: jun. 2012.
- FRONKEL, L. P. *Mulheres boazinhas não enriquecem*. São Paulo: Editora Gente, 2006.
- GARCIA-PARPET, M. F. A construção social de um mercado perfeito: o caso de Fontaines-en-sologne. *Estudos Sociedade e Agricultura*, n.20, p.5-44, abr. 2003. Disponível em: <<http://r1.ufrj.br/esa/index.php?cA=db&aI=214&vT=da&vA=8>>. Acesso: fev. 2012.
- GRANOVETTER, Mark. *Ação econômica e estrutura social: o problema da imersão*. *RAE electron*. [online]. 2007, vol.6, n.1, pp. 0-0. ISSN 1676-5648.
- GRÜN, R. A evolução da governança corporativa no Brasil: inovações financeiras, convergência das elites e estabilização do sistema. In: JARDIM, M. A. C. (Org.). *A natureza social das finanças: fundos de pensão, sindicalistas e recomposição das elites*. Bauru: 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*, v.14, n.41, out. 1999. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbc-soc/v14n41/1755.pdf>>. Acesso em: dez. 2012.
- GUIA DE PLANEJAMENTO FINANCEIRO. BM&FBovespa. 2013.
- HIRSCH, P. MICHAELS, S & R. FRIEDMAN, “ ‘Mãos Sujas’ versus ‘Modelos Limpos’: estará a sociologia em risco de ser seduzida pela economia?”, in *A Nova Sociologia Econômica*, Celta, 2003.

- JARDIM, C. M. A. (Org). *A natureza social das finanças*. Bauru: Edusc, 2011. p. 33-46.
- JARDIM, M. C. *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? Colóquio Saber e Poder, Focus, Unicamp, out. 2008. Disponível em: <http://www.fe.unicamp.br/focus/textos/JARDIM%20%20Fundos%20de%20pensao%20no%20Brasil.pdf>. Acesso em: mar. 2012.
- _____. Nova elite no Brasil? Sindicalistas e ex-sindicalistas no mercado financeiro. *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 out. 2010. Disponível em: <http://observatorio.inesc.org.br/visualizar_estudos.php?id=38>. Acesso: mar. 2012.
- _____. *O mercado de educação financeira: discurso, atores e instituições*. Dados. Campinas: no prelo.
- _____. *O mercado das previdência: elementos sócio-culturais no mercado*. Dissertação de mestrado. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção. Universidade Federal de São Carlos. 2002.
- KREITLON, M. P. 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: set. 2012.
- LEBARON, F. Mundialização financeira ou imposição do modelo norte-americano? In: JARDIM, M. C. *A natureza social das finanças: fundos de pensão, sindicalistas e recomposição das elites*. Bauru Edusc, 2011.
- LEITE, E. da S. 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*, v.42, n.3, 2005. Disponível em: <<http://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/23976>>. Acesso: fev. 2013.
- LOPES JÚNIOR, E. Um balanço da sociologia econômica. XV Congresso Brasileiro de Sociologia, 2011. Curitiba: SBS, 2011. v.1. p.1-21.
- MAUGER, G. Juventude e geração. Curso intensivo ministrado no campus da Unesp de Araraquara, entre 12 e 19 de junho de 2013. Organização: Maria Jardim.
- MÜLLER, L. H. A. *O mercado exemplar: um estudo antropológico sobre a bolsa de valores*. Porto Alegre: Zouk, 2006.
- NASSAR, J. R.; PAHIM JR. F. Com IPO, a Bolsa é notícia. *Revista Bovespa*, out.-dez. 2007. Disponível em: <<http://www.bmfbovespa.com.br/InstSites/RevistaBovespa/104/Capa.shtml>>. Acesso: jun. 2012.
- OCDE. L'importance de l'éducation financière. *Synthèses*, jul. 2006. Disponível em: <<http://www.oecd.org/fr/daf/fin/education-financiere/37228067.pdf>>. Acesso em: julho de 2012.
- O REVOLUCIONÁRIO DA BOLSA. *Revista Época Negócios*, jan. 2009. Disponível em: <<http://epocanegocios.globo.com/Revista/Common/0,,EMI22128-16380,00-O+REVOLUCIONARIO+DA+BOLSA.html>>. Acesso: maio 2012.
- PILAGALLO, O. *A bolsa na estrada: a história da campanha para popularizar o mercado de ações*. São Paulo: Bgamez Comunicação, 2004.
- POLANYI, K. *A grande transformação*. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- POUR UNE meilleure éducation financière. Enjeux et initiatives. Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), 2005.
- RAUD-MATTED, C. A construção social do mercado em Durkheim e Weber. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v.20,

- n.57, fev. 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v20n57/a08v2057.pdf>>.
- SARTORE, M. de S. Convergência de elites. A sustentabilidade no mercado financeiro. Tese apresentada no 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, J. C.; JARDIM, M. A. C. (Orgs.). *As centralidades e as fronteiras das empresas do século XXI*. Bauru: Edusc, 2011.
- SIMMEL, G. *Filosofia del Dinero*. Madri: Instituto de Estudios Políticos, 1977.
- STEINER, P. *A sociologia econômica*. São Paulo: Atlas, 2006.
- SWEDBERG, R. Sociologia econômica: hoje e amanhã. *Tempo Social*, v.16, n.2, dez. 2004.
- _____. *Max Weber e o espírito do capitalismo*. São Paulo: Pioneira, 2005.
- TOURAINÉ, A. *O mundo das mulheres*. Petrópolis: Vozes, 2007.
- WEBER, M. *A Bolsa*. Lisboa: Relógio D'Água, 2004.
- _____. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. São Paulo: Centauro, 2001.
- _____. *Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva*. 3.ed. v.1. Brasília: Editora UnB, 2000.
- ZELIZER, V. Dualidades perigosas. *Mana. Estudos de Antropologia Social*, v.1, n.15, p. 237-256, 2009. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/mana/v15n1/09.pdf>>. Acesso em: jun. 2012.
- _____. *El significado social del dinero*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2011.

Sites

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>

ANEXOS

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
Celulose Irani 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.
Odonto Prev
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 Brasileiro¹

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

1 Disponível em: http://www.iisg.nl/collections/carta_ao_povo_brasileiro.pdf.

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 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 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 como 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 ideia de uma terceira década perdida. 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
Capa da Guia de Planejamento do Mulheres em
Ação



ANEXO IV

Questionário

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

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:

.....

SOBRE O LIVRO

Formato: 14 x 21 cm

Mancha: 23,7 x 42,5 paicas

Tipologia: Horley Old Style 10,5/14

EQUIPE DE REALIZAÇÃO

Coordenação Geral

Arlete Quaresma

