

38º Encontro Anual da ANPOCS

**SPG01. As ações econômicas governamentais como construções
sociais**

**A Educação Financeira no Brasil e o diálogo entre
Estado e Mercado**

Joyce Anselmo

Outubro de 2014

A Educação Financeira no Brasil e o diálogo entre Estado e Mercado

Joyce ANSELMO¹

RESUMO

A proposta apresentada aborda o tema da “popularização/ democratização” da Bolsa de Valores de São Paulo, a partir do projeto Bovespa Vai Até Você, além de apresentar evidências que apontam para a aproximação entre o Governo Lula e o mercado financeiro, apontando para o que podemos denominar de “moralização/domesticação do capitalismo” (JARDIM, 2010). A partir dos pressupostos da Sociologia Econômica, consideramos os mercados como construções sociais, assim, buscou-se apreender o projeto de educação financeira da Bolsa não apenas no que concerne aos seus aspectos econômicos mas, principalmente, como um processo que envolve valores morais, culturais, políticos, simbólicos e sociais.

Palavras Chaves: Educação Financeira; Bolsa de Valores; Estado.

INTRODUÇÃO

A pesquisa apresentada busca analisar o fenômeno da educação financeira no Brasil, especificamente, o projeto de democratização e popularização desenvolvido pela Bolsa de Valores de São Paulo, o **Bovespa Vai Até Você**. O intuito central é apresentar a maneira como o projeto de educação financeira

¹ Doutoranda do Programa de Pós Graduação em Ciências Sociais da UNESP, Campus de Araraquara. Mestra em Ciências Sociais pelo Programa de Pós Graduação em Ciências Sociais da UNESP, Campus de Araraquara.

Email: joyceanselmo@gmail.com

Agência de Fomento: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Capes.

desenvolvido por uma instituição que é considerada o "modelo exemplar" do mundo das finanças, esteve em constante diálogo com o Estado.

O projeto desenvolvido pela Bolsa de Valores de São Paulo, foi criado no ano de 2001, a partir da presidência de Raymundo Magliano Filho (2001-2008), que ficou conhecido pelo codinome de o "Revolucionário da Bolsa", personagem que teve papel decisivo para a construção da imagem de uma Bolsa de Valores Social.

Em linhas gerais, o projeto surge com o intuito de desmistificar a imagem da Bolsa de Valores como um "cassino" para ricos, como local de especuladores e, sobretudo, relacionado à imagem do público masculino. Dessa forma, o projeto procurou integrar uma grande diversidade de grupos, levando a educação financeira e o conhecimento sobre o mercado de capitais, para as fábricas, aeroportos, academias, praias, shoppings, cinemas e com a criação de um curso direcionado especificamente para o público feminino, o Mulheres em Ação (ANSELMO, 2013).

No entanto, cabe ressaltar que o projeto de educação financeira, objeto da proposta apresentada, surgiu em um contexto fortemente marcado pelo discurso da necessidade de uma conscientização financeira. Compreendida como uma crença produzida no mundo das finanças, buscar-se-á compreender a educação financeira não apenas no que concerne aos seus aspectos econômicos mas, principalmente, como um processo que envolve valores morais, culturais, políticos, simbólicos e sociais presentes no mercado e que se configuram e se (re) configuram, colaborando para a transformação cognitiva da sociedade (LEITE, 2011), em um contexto fortemente marcado pela "dominação cultural das finanças" (GRÜN, 2007).

Em linhas gerais, embora o tema da educação financeira venha sendo há muito discutido em países como Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, Austrália e Nova Zelândia, no Brasil as iniciativas são bastante recentes, sendo um misto de estratégias de caráter público e privado. Buscando estimular mudanças culturais

nos indivíduos, o projeto de educação financeira, paralelamente, visa transformar a cultura das organizações e do capitalismo contemporâneo.

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

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

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

No Brasil, a nível estatal, o tema da educação financeira aparece pela primeira vez durante o Governo Lula, a partir da criação no ano de 2007 da Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF) e, em 2010, do Comitê Nacional de Educação Financeira (CONEF), aprovado pelo Decreto nº 7.397², de 22 de dezembro do mesmo ano.

Embora, o tema da educação financeira seja recente no Brasil, sobretudo no âmbito estatal, procuraremos destacar que o empreendimento realizado pela Bolsa de Valores foi possível, em grande parte, a partir das alianças formadas com personagens centrais, tanto do Governo Federal, no caso o presidente, Luis Inácio Lula da Silva (2003-2010), como com lideranças sindicais, sobretudo, com Paulinho da Força. Como exemplo emblemático da aproximação entre esferas comumente

² 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

vistas como opostas, podemos citar a visita do então candidato a presidência, Lula, à sede da Bolsa de Valores de São Paulo, com o intuito de amenizar o fervor do mercado financeiro com a certeza de sua eleição.

Assim, enfatizaremos os discursos e o papel desempenhado por esses que chamaremos de "agentes chave" para a construção da imagem de uma Bolsa de Valores Social.

O enfoque temporal dos dados apresentados está circunscrito entre os anos de 2001 e 2010. Anos que englobam a criação do projeto de educação financeira da BM&FBovespa e os dois Governos do Presidente Lula (2003-2010), período no qual ocorreu um intenso diálogo entre as esferas pública e privada no Brasil.

Acerca da coleta dos dados apresentados, recorreremos a análise materiais disponíveis na imprensa especializada, tanto em revistas (Revista Época Negócios, Revista Bovespa, Isto É Negócios, etc.) como no site da Bolsa de Valores de São Paulo³, assim como da Bolsa de Valores Socioambientais⁴ e do Em Boa Companhia⁵, ferramenta que disponibiliza dados aos investidores sobre as empresas que possuem projetos de responsabilidade social.

No próximo item esboçaremos fatos que demonstram a aproximação do Governo Lula, considerado de “esquerda” com o mercado financeiro.

1. 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, 2010), 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”.

³ **BM&FBovespa**<<http://www.bmfbovespa.com.br>>

⁴ **Bolsa de Valores Socioambientais (BVSA)**<<https://www.bvsa.org.br/>>

⁵ **Em Boa Companhia**<<http://www.bmfbovespa.com.br/wrs/index.asp>>

No mesmo ano, a Carta ao Povo Brasileiro 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 Parceria 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 íterim, 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)⁶ 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.

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.

⁶ 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.

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 governo implementou reformas sociais via mercado, este implementou projetos financeiros via social. Enquanto de um lado há o discurso de “socialização do mercado”, de outro lado há o de “finanças populares”.

2. A “POPULARIZAÇÃO DA BOLSA DE VALORES DE SÃO PAULO E O DIÁLOGO COM O ESTADO

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).

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 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 brasileiro⁷. O mais importante a

⁷ “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

ser destacado nessa empreitada foram as alianças conquistadas, sobretudo com Paulinho da Força, presidente da Força Sindical, que vieram a contribuir tanto para a imagem de uma bolsa de valores popular como para a concretização do programa Bovespa Vai Até Você.

Como retratado pelo livro *A Bolsa na estrada* (2004), o primeiro encontro de Paulinho e Magliano em prol de um objetivo comum 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.

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).

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 ins-

piração 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.

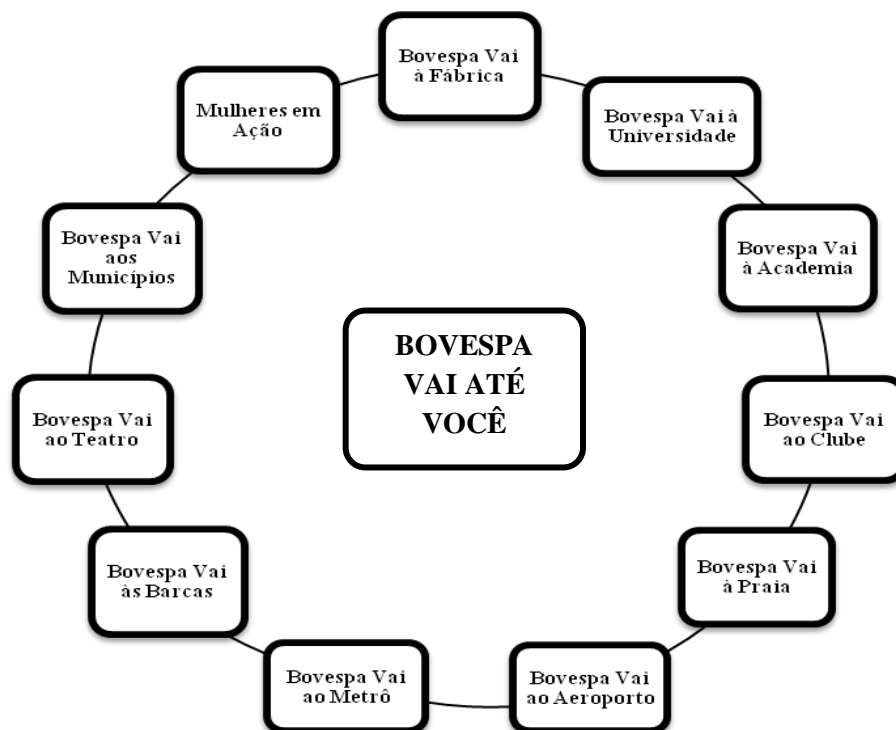
Com o Bovmóvel, base itinerante que leva conhecimento didático sobre o mercado financeiro ao público em geral, consultores da Bovespa tiveram sua primeira empreitada em empresas localizadas na Grande São Paulo e na Região Metropolitana de Campinas. A primeira visita foi realizada na fábrica da Olympus, 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 I. Módulos que compõem o Projeto Bovespa Vai Até Você



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

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.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O caminho trilhado pela pesquisa apresentada nos possibilitará traçar o cenário no qual vem sendo desenvolvido o tema da educação financeira no Brasil.

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

presidente da Bovespa e o presidente Lula são citados como fundamentais nessa dinâmica.

Podemos concluir que 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 sobre as quais, em determinado momento, ele tem poder de persuasão, em ideologias marcantes, mesmo nas que lhe são hostis, inseridas no contexto cultural em que o capitalismo evolui” (JARDIM, 2010, p.69).

Em outras palavras, apropriando-se de elementos antes pertencentes 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 (1998), além de uma nova crença, a educação financeira pode ser considerada um “novo espírito do capitalismo”. Esse “espírito do capitalismo” é compreendido 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, 1998, p. 42)

A Bolsa de Valores busca, a partir dos projetos de democratização e popularização da Bolsa de Valores de São Paulo, reiterar a importância do mercado financeiro para o setor produtivo brasileiro. Ao passo que 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.

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

Ações governamentais, como o CONEF (Comitê Nacional de Educação Financeira) e o ENEF (Estratégia Nacional de Educação Financeira), foram concomitantes aos projetos no âmbito privado. Acontecimentos como esses, afirmam a tese de que a noção de “campo de poder” proposta por Bourdieu (1997) é fundamental para compreensão de diálogos entre a esfera política, econômica e civil. O “campo de poder”, tal como nos apresenta Bourdieu (1997), não deve ser confundido com o campo político e não é um campo como os outros. É:

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

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.

Assim, 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.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANSELMO, Joyce. *A Inclusão das Mulheres como Investidoras na Bolsa de Valores de São Paulo: limites e ambiguidades*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2013.

BOLTANSKI, L; CHIAPELO, E. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

BOURDIEU, Pierre. **A Distinção: crítica social do julgamento**. Porto Alegre: Zouk, 2011.

_____. **O Desencantamento do Mundo**. Estruturas Econômicas e Estruturas Temporais. São Paulo: Editora Perspectiva, 1979.

_____. **O Poder Simbólico**. Lisboa: EDIFEL, 1989.

_____. **Razões Práticas**. Sobre a Teoria da Ação. Portugal: Celta Editora, 1997.

GRÜN, Roberto. A Evolução da Governança Corporativa no Brasil: inovações financeiras, convergência das elites e estabilização do sistema. In: JARDIM, Maria A. Chaves (Org.). **A Natureza Social das Finanças: Fundos de pensão, Sindicalistas e recomposição das elites**. Bauru, SP: Edusc, 2011.

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

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

JARDIM, Maria Chaves. **Entre a solidariedade e o risco.** Sindicatos e fundos de pensão em tempos de Governo Lula. São Paulo: Annablume, 2010.

_____ 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.

LEITE, Elaine S. **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.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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