14º FEPEG
FÓRUM DE ENSINO, PESQUISA EXTENSÃO E GESTÃO
"O conhecimento (re)Visitado: Novos desafios para a Universidade"
ISSN: 1806-549X

AUTOR(ES): VITOR WINNER SILVA MARTINS

ORIENTADOR(A): BRUNO LUCAS SALIBA DE PAULA

A CONSTRUÇÃO SOCIAL DO PEQUENO INVESTIDOR NO MERCADO FINANCEIRO: UMA ANÁLISE HISTÓRICA E SOCIOTÉCNICA

Introdução

O mercado financeiro atualmente é uma instituição que movimenta bilhões de reais todos os dias. Segundo os dados da B³ (2020), empresa que administra a bolsa brasileira, entre os meses de janeiro e agosto de 2020 foram movimentados R$ 16.187.340.871.000,00 de reais através das negociações tradicionais de ações, contratos futuros, opções e suas outras diversas modalidades de investimentos. Além disso, o mercado financeiro motiva uma intensa circulação de dinheiro através de cursos, palestras, workshops, grandes eventos e também através de corretoras, empresas que fazem a mediação entre a B³ e os investidores. Durante anos o mercado financeiro foi visto como jogos de azar pelo público geral brasileiro, onde a sorte presenteia alguns e o azar a grande maioria (BONALDI, 2018). Entretanto essa mentalidade tem sido alterada cada vez mais, o que tem atraído diversos pequenos investidores para dentro da bolsa de valores brasileira. Segundo a revista Valor Investe, (2020) entre o ano de 2018 até agosto de 2020 o número de pessoas físicas na bolsa aumentou três vezes e meia, encostando na casa dos 3 milhões de Cadastros de pessoas físicas (CPF's) listados na Bolsa. Esse grande aumento aparentemente surge de alguns pontos específicos de alterações nas relações a que esses pequenos investidores ou possíveis investidores estão sendo submetidos. Do ponto de vista histórico, essas modificações estão atreladas à alteração dos mecanismos sociotécnicos de negociação ou também ao interesse próprio das instituições que giram em torno desse mercado com o objetivo de aumentar lucros. Logo, diante de todos esses novos processos e deste grande "boom" de pessoas físicas entrando no mercado financeiro, este trabalho justifica-se através do argumento de entender como isso pode influenciar na construção social do pequeno investidor. Temos como objetivo é entender o processo de construção social desse pequeno investidor através de pontos específicos, como contexto histórico, mudanças sociotécnicas e discursos legitimadores usados para cooptar esse pequeno investidor. Além de entender como se deu esse processo de formação do pequeno investidor também buscamos compreender algumas das relações a que esses indivíduos são submetidos após se tornarem um investidor, principalmente com os agentes de cooptação do mercado. Utilizamos como base teórica para este estudo autores como Paraná (2017) que nos apresenta as grandes mudanças sociotécnicas nos mecanismos de negociação na bolsa de valores. Outra base é Bonaldi (2018) que demonstra que como essa evolução sociotécnica, aliada a outros temas, gerou uma mudança da mentalidade do pequeno investidor. Perez e Trindade (2017), por sua vez, nos ajudaram a entender um pouco dos simbolismos ligados aos vídeos relacionados ao mercado financeiro, no qual grande parte destes são ligados a propagandas das pessoas que vendem cursos, vinculados principalmente pelo Youtube.

Material e Métodos

Está pesquisa está sendo realizada através de revisão bibliográfica de autores como Bonaldi (2018) e Paraná (2017) para termos noção dos processos históricos em volta da construção social do pequeno investidor e também das mudanças sociotécnicas no mercado financeiro. Também fizemos a análise documental de um material composto relatórios da B³, reportagens de veículos financeiros e por fim propagandas em formato de vídeo relacionados a corretoras e vendedores de curso, conteúdos que em sua maioria são voltados para o mercado financeiro e para o pequeno investidor. Dentro desta análise utilizamos as noções apresentadas por autores como Mota, Bittencourt e Viana (2015) como também Perez e Trindade (2017), a partir dessas noções buscamos principalmente nos vídeos entender os significados apresentados nas falas e nas imagens destes vídeos, buscando assim entender como isso influenciaria na construção social do pequeno investidor.

Resultados e Discussão

Como primeiro ponto buscamos entender o processo de construção social do pequeno investidor brasileiro que fez com que houvesse essa grande entrada de pequenos investidores na bolsa. Como Bonaldi (2018) apresenta em sua pesquisa sobre esse tema, entre 2008 e 2010 há um discurso usado para legitimar a entrada na bolsa por pequenos investidores, segundo o autor a noção apresentada era de que o Brasil estaria superando um capitalismo burocrático de um Estado forte, presente, ineficiente, protecionista e estaria entrando num estado de capitalismo mais globalizado onde a dependência do Estado seria menor, logo as empresas teriam que optar pelo financiamento via bolsa, o que possibilitaria altos ganhos. Esse fato é refletido na análise e fala de muitos educadores e captadores de clientes para o mercado financeiro.

Outro ponto que pode ser apontado aqui como possível adição a construção social desse pequeno investidor é a evolução sociotécnica dos mecanismos de operação dentro dos mercados, do pregão viva voz onde os investidores tinham que entrar em contato com o corretor e o corretor entrar em contato com o agente que realizaria os pedidos dos clientes (PARANÁ, 2017). Antes disso, se usava um telégrafo para registrar as variações dos ativos (BONALDI, 2018). Entretanto, a partir dos anos 2000, começou-se um movimento de digitalização de inovação dentro das bolsas de valores mundiais, que começou com a introdução de grande computadores responsáveis por registrar as ordens enviadas pelos agentes econômicos até o desenvolvimento de robôs de alta frequência responsáveis por realizar operações em milissegundos conhecidos como HFT's (*High Frequency Trading*) (PARANÁ, 2017). Sendo assim podemos ver a quantidade de mudanças nos sistemas sociotécnicos de operações na bolsa, porém até então para o pequeno investidor muitos desses mecanismos ainda eram difíceis de conseguir, o que mudou com a popularização de uma tecnologia chamada *Homebroker*, introduzida na bolsa brasileira em 1999, porém veio a se tornar popular e viável para o uso por pessoas físicas somente cerca de 10 anos depois. Essa tecnologia permite com que o investidor através de um cadastro em uma corretora consiga visualizar os preços de ações, variações, volume de negociações e uma série de outros indicadores (BONALDI, 2018). Com a mudança nos dispositivos sociotécnicos, surgimento do *homebroker*, percebemos, assim como Bonaldi (2018), uma mudança forte na mentalidade do pequeno investidor, pois a possibilidade de negociar de dentro de casa ou em um aparelho que seja conectado à internet deu ao investidor uma sensação de poder e liberdade, pois não era necessário manter toda aquela relação de dependência com a corretora, de ter que ligar para o corretor esperar ele entrar em contato com o negociante no pregão somente para realizar uma operação. Como afirma Bonaldi (2018, p. 8), "vemos que o *homebroker* é o dispositivo sociotécnico de representação e de intelecção do mercado, que constitui a dimensão material própria ao processo de expansão social do pequeno investidor, capaz de difundir uma 'sensação de poder' – e, até mesmo, um caráter lúdico a uma prática econômica – entre esses sujeitos". Por fim temos um aspecto fundamental para a entrada desses pequenos investidores que é a facilidade de acesso as negociações com a velocidade de atualização dos preços, independência dos agentes da corretora, realização pessoal de cada negócio, o que acaba gerando uma real difusão de poder que é passada para o pequeno investidor.

Como último ponto nesse processo de construção temos os fatores envolvidos ao comércio que gira em torno do próprio mercado financeiro. Inicialmente, temos o papel das corretoras que ganham através de taxas cobradas em cada operação realizada pelos investidores, essas taxas são conhecidas como taxas de corretagem que variam entre cada corretora, ou seja, as corretoras ganham em cima da quantidade de operações realizadas pelos investidores, a partir disso as corretoras investem em um marketing para atrair mais investidores para dentro da bolsa negociando através de seu *homebroker* e assim aumentando o faturamento da empresa. Esse marketing é apresentado de diversas formas, como aponta Bonaldi (2018), seja através de *workshops*, palestras, eventos, cursos, propagandas maçantes através de algoritmos, tudo isso voltado para cooptar o pequeno investidor para o mercado financeiro. Para além desses produtos existe uma venda de ideias, estilos de vida através de um discurso que legitima o investimento em bolsa. Noções como chance de multiplicar o capital investido em múltiplas vezes, propagandas através de pessoas bem sucedidas com um simbolismo representado por carros de luxo, relógios de marcas, celulares dentre outros aparatos. Isto apontado após uma breve explicação de alguns pontos sobre o mercado.

Um segmento que tem crescido muito juntamente com a quantidade de investidores que entram na bolsa é o segmento de venda de cursos educacionais para o "ensino" de como operar dentro da bolsa de valores. O mercado financeiro apresenta diversas maneiras e processos de ganho de lucros, tais como *day trade* (operações que se iniciam e se encerram no mesmo dia), *swing trade* (operações que se iniciam mas não tem que necessariamente serem fechadas no mesmo dia), *position*,

mercado de opções e outros tipos de investimentos. Aqui nós iremos analisar os cursos mais voltados para *day trade* e *swing trade*. A partir disso pessoas que se autodenominam *expert* no assunto têm começado a produzir diversos vídeos chamativos para atrair pessoas a comprar seu curso e ter o mesmo "sucesso" no mercado financeiro que eles, o problema em si é que muitos desses *experts* se apresentam como profissionais vencedores no mercado (MOTA; BITTENCOURT; VIANA, 2015). Já que não existe um órgão que fiscaliza, seria a mesma coisa de um professor de matemática ministrar aulas de matemática e não ser formado em nada que lhe de possibilidade ministrar essa aula. O pequeno investidor é atraído por esses vídeos através de seus simbolismos, carros de luxo, relógios, casas, estilo de vida, viagens e falas persuasivas e isso gera uma identificação nos internautas que visualizam essas propagandas, algo como uma marca identitária e empática (PEREZ; TRINDADE, 2017). Esses vendedores de cursos investem em marketing pesado através das plataformas de Instagram e Youtube, sendo assim eles têm um alcance satisfatório através dos algoritmos dessas plataformas. Como exemplo temos um vídeo de um desses *experts* chamado Suriel Ports que tem um Canal chamado "Ports Trader", em seus vídeos intitulados "Seja um Trader de Elite" e "Seja Bem-Vindo ao canal Ports Trader", essa dinâmica de jogar com luxos, como carros, celulares, apartamentos, objetos de valor e também com frases de efeito em seu vídeo de promoção do curso. Para além disso é possível notar o discurso que causa empatia e marca identitária apresentado por Perez e Trindade (2017) sem muito esforço apenas nos títulos dos vídeos, como "Do PROUNI a Multimilionário com Day Trade" e "Fazer Day Trade com R$ 100,00 – Como Começar Com Pouco Dinheiro". Há o uso de situações a que grande parte dos internautas estão submetidos e com isso ele gera um sentimento empático que atrai a pessoa cada vez mais ao seu canal. Ou seja, é mais um mecanismo de construção social do pequeno investidor brasileiro e que gera uma gatilho de entrada na bolsa através da captação desses investidores ou aspirantes a investidores com determinadas situações de vida, como pode-se perceber apenas nos títulos dos vídeos do canal citado.

Com relação a toda essa questão simbólica desses vídeos dos *experts* vamos descrever brevemente e resumidamente o início do vídeo "Seja um Trader de Elite". Ele começa com o Suriel dizendo que "cada decisão que eu tomo é calculada" ao mesmo tempo em que vemos diversas cenas durante essa frase, como ele fazendo anotações, digitando no computador e novamente ele comenta "é preciso saber onde entrar e onde sair. A recompensa por saber essa resposta é ilimitada", neste momento passando várias marcas de carros de luxo, como Audi, Land Rover e Porsche, após algumas cenas e falas ele entra em um Porsche e diz a seguinte frase, "a liberdade que você sempre sonhou pode estar na palma da sua mão". Ao fim desta cena ele está com um celular na mão, e o vídeo continua com aviões e helicópteros. Em uma breve análise deste trecho percebemos cenas sedutoras que buscam atrair o interlocutor a acreditar que o que ele possui de bens foi gerado pela sua "profissão", e que é possível conseguir também. A fala mais emblemática é de que a liberdade está na palma da mão o que libera um discurso empático e uma marca identitária para atrair o possível investidor. Diante de todos esses dados podemos ver como é difícil sobreviver no mercado financeiro e que muitos desses investidores são captados através de falsas promessas e venda de ilusões por parte das corretoras e desses *experts* auto intitulados.

Conclusão

Diante do exposto podemos inferir que o processo de construção social do pequeno investidor vem ocorrendo gradativamente, não podemos afirmar a total influência de cada um desses pontos neste processo, entretanto são pontos específicos que muito provavelmente causam influência mesmo que parcialmente na mudança de subjetividade de uma parcela da população brasileira, e que por isso optam por entrar na bolsa e se tornam um pequeno investidor. Um exemplo disso são os avanços sociotécnicos que observamos, como a adição do *homebroker*, que possivelmente possibilitou e democratizou o acesso a bolsa de valores a um grande número de pessoas. Outro fator de possível influência foi o papel das corretoras e dos "*experts*" que fomentaram os pequenos investidores através de simbolismos e venda de sonhos dificilmente alcançáveis visando a lucratividade própria, como apresentamos anteriormente. Entretanto salientamos que essa subjetividade pode mudar, assim como em 2008 como apresenta Bonaldi (2018) houve um aumento de pequenos investidores naquele período, porém ao analisarmos os anos posteriores esse número ficou estagnado ou pouco crescente até 2018 esse fato pode ocorrer novamente ou não, isso depende de muitas variáveis. Sendo assim acreditamos que esse movimento é flutuante, assim como o mercado, que entra em ciclos de alta e de baixa, e que também novos aparatos sociotécnicos e tipos relações tem mais possibilidades de alterar esse contexto. Por fim apontamos que esse tipo de estudo é dificilmente esgotado graças a grande variabilidade a que o tema está submetido, e graças a isso esse assunto pode ser estudado nas mais diversas formas.

14º FEPEG
FÓRUM DE ENSINO, PESQUISA EXTENSÃO E GESTÃO
"O conhecimento (re)Visitado: Novos desafios para a Universidade"
ISSN: 1806-549X

Agradecimentos

Gostaria de agradecer ao meu professor orientador Bruno Lucas Saliba de Paula e a todos que me ajudaram na pesquisa.

Referências

BONALDI, E. V. O pequeno investidor na bolsa brasileira: ascensão e queda de um agente econômico**. Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v.33 n. 97, mar.2018.
B³. Resumo das operações, 2020. Disponível em: < http://www.b3.com.br/pt_br/market-data-e-indices/servicos-de-dados/market-data/consultas/mercado-de-derivativos/resumo-das-operacoes/estatisticas/>. Acessado em 18/09/2020
CHAGUE, F.; GIOVANNETTI, B. É possível viver de day-trade em ações? **Revista Brasileira de finanças**. Rio de Janeiro, v.18, n. 3, setembro 2020.
MOTA, B. S.; BITTENCOURT, M.; FERNANDES VIANA, P. M. A influência de Youtubers no processo de decisão dos espectadores: uma análise no segmento de beleza, games e ideologia. **E-Compós**, v. 17, n. 3, 9 mar. 2015.
PARANÁ, E. A digitalização do mercado de capitais no Brasil: tendências recentes. **Boletim de Economia e Política Internacional**, Brasília, n. 23, maio/ago. 2017.
PEREZ, C.; TRINDADE, E. Consumo midiático: youtubers e suas milhões de visualizações: como explicar. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 26, 2017, São Paulo, **Anais.** São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2017.Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/arquivos_2017/trabalhos_arquivo_8ZFMQLRPRBSKXOZF8L5N_26_5510_16_02_2017_07_32_30.pdf>. Acessado em 16/09/2020.
BERTÃO, N. Número de pessoas físicas na bolsa cresce ainda mais em agosto e encosta em 3 milhões. **Valor Investe**, São Paulo, 02, setembro, 2020. Renda variável. Disponível em: < https://valorinveste.globo.com/mercados/renda-variavel/noticia/2020/09/02/numero-de-pessoas-fisicas-na-bolsa-cresce-ainda-mais-em-agosto-e-encosta-em-3-milhoes.ghtml >. Acessado em: 18/09/2020.