



O boato como comunicação do mercado financeiro digital¹

Valdir Martins²

Pontifícia Universidade Católica – PUC/SP

RESUMO

A civilização mediática tem como premissa uma organização baseada na intermediação da vida social através de instrumentos e ferramentas comunicacionais desenvolvidas pelas novas tecnologias digitais, eclodindo com a predominância do mercado como único universal humano e seus desdobramentos através do mercado financeiro, e da análise do fenômeno do Boato como elemento vital para a dinâmica dos mercados. O impacto causado pela velocidade enquanto violência, na esfera social e sobretudo no mundo corporativo, especificamente no mercado financeiro é abordado através da demonstração conceitual e crítica das diversas passagens históricas e as adaptações do capital no novo cenário infotécnico, com preponderância e atenção aos aspectos de fluidez, liquidez e superficialidade da atualidade, sustentado pela disputa entre tempo e espaço.

Palavras-Chaves: Globalização – Boato – Comunicação Digital – Mercado Financeiro

1. A Globalização dos Mercados Financeiros Digitais

Conforme assinala Gonçalves³: “Muito se tem discutido sobre os efeitos da globalização dos mercados financeiros. Dois temas destacam-se: o de sua regulamentação e o de sua relação com, a assim denominada, economia real. Argumenta-se que, na economia real, a produção da indústria e de serviços deve condicionar o movimento financeiro. O choque sobrevém quando é a cauda que passa a abanar o cachorro. Enfim, quando o mercado financeiro passa a dominar, invertendo a relação que tinha com a realidade da economia. Tal domínio se dá sob a forma de uma colossal movimentação de capital, capital sem lastro real.” (GONÇALVES-2000:36).

Este fenômeno da globalização e da internacionalização das economias transformou o mercado financeiro em segmento estratégico, e de suma importância para as economias e para a gestão do país, além de termômetro sobre a condição de o país reagir às crises internacionais. Hoje, mais do que nunca o desempenho da economia de um país reflete no globo como um todo, influenciando as atividades de grande parte do mundo financeiro.

¹ Trabalho apresentado ao GT de Comunicação organizacional, relações públicas e propaganda, do Intercom 2007.

² Doutorando em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica (PUC-SP), Mestre em Comunicação e Mercado pela Fundação Cásper Líbero(SP). e-mail: valmarti@terra.com.br

³ Gonçalves, Luiza Helena Pinheiro. O discurso do capitalista. São Paulo: Via Lettera, 2000.



Neste contexto de dinâmica das relações, da internacionalização das economias e da atuação cada vez mais crescente da globalização, enquanto fenômeno de nosso tempo, encontramos o capital financeiro representado, sobretudo pelas bolsas de valores de todo o mundo ditando as regras e provocando mudanças bruscas e significativas no quadro internacional.

O processo de globalização embora exaustivamente discutido e analisado pode ser interpretado como a abertura das economias nacionais, orientadas pelas instituições transnacionais para a expansão do comércio mundial. A globalização pode ser também a livre circulação do capital financeiro, que faz os índices das bolsas de valores brasileiras se desvalorizarem, com a crise econômica observada em algum país emergente ou com a instabilidade política ocorrida na Tailândia. Ocorre, hoje em dia, o que chamamos de interrelação dos mercados. A globalização pode, ainda, ser entendida como a busca de eficiências imposta pela nova dinâmica do mercado, quer seja pela disputa de mercados consumidores ou por fontes de suprimentos globais, impondo aos países uma participação integral em sua manifestação. Essa nova sociedade afluenta tem como uma de suas características a manipulação de imagens aliada à busca desenfreada dos lucros, mesmo que para isso seja utilizada formas pouco éticas na sua obtenção. O mercado torna-se proeminente e adorna-se a um “reality show” idealizado. Ocorre o que Guy Debord chamou de “sociedade do espetáculo”, onde o parecer tornou-se mais importante que o ser ou mesmo o ter. É um completo deslocamento dos valores sociais e humanos até então conhecidos.

Muitos autores procuraram aproximar o processo de uma faceta humana, entretanto outros diagnosticaram o contrário, observe a definição de Gordimer⁴ : “A visibilidade da globalização deriva dos imensos avanços tecnológicos do século XX, particularmente nos meios de comunicação: do satélite em meio às estrelas ao computador em todos os escritórios. A informação pode ser trocada com o mundo inteiro em tempo real; a distância não significa nada desde que o jato tenha combustível para devorá-la. A globalização tem todos os meios para se regulamentar, na forma que vem tomando até agora: primordialmente como um mundo único de investimento, uma superferramenta de finanças internacionais. Mas ela tem um rosto humano?”

⁴ Gordimer, N. Cartas para as futuras gerações: A face humana da globalização. Caderno Mais!, Folha de S. Paulo, 30.01.2000.



A análise de Ricardo Estacolchic⁵ é preciosa na percepção de como o mercado vem sendo tratado atualmente, elevado à categoria de ciência, antropomorfizado, e totalmente paradoxal. Nele o autor coloca que “habitualmente nos referimos ao mercado, como se este fosse um sujeito, o que pode ser constatado em enunciados como: o mercado reagiu bem à declaração do ministro, ou o mercado ficou nervoso com a venda da companhia tal. Ele sugere que, se lidamos com o mercado como se este fosse um sujeito, por que não fazemos então seu diagnóstico? Para concluir que esse sujeito, que no decorrer de um mesmo dia se mostra maníaco, ora deprimido, ora esquizóide, ora paranóico, além de histérico, fóbico e obsessivo, seria portanto, completamente irracional. O autor conclui ironicamente que o mercado é considerado como o paradigma da racionalidade e da objetividade.”

O mercado é tratado como uma verdadeira religião, onde temos um deus todo poderoso (mercado), que se apresenta de maneira onipresente, onisciente, e que nunca erra. Nós é que não sabemos analisá-lo adequadamente. E, aliás, não permite questionamentos aos seus fundamentos (dogmas sagrados). E nesse contexto de contradições e esgarçamento do tecido social encontramos o sujeito, aniquilado e indefeso diante de todas as agruras e perspectivas nefastas do seu meio ambiente.

Portanto, a evolução do capitalismo está diretamente ligada a um desenvolvimento do mundo baseada em princípios referentes a incentivo ao individualismo e à competição, no triunfalismo do indivíduo sobre o outro. Pelas circunstâncias de atualidade, temos o sistema financeiro internacional no comando das ações mundiais, sobretudo as bolsas de valores, representando a ditadura do capital financeiro, e os interesses dos grandes grupos econômicos.

2. Mercado Fragmentado

Para que se possa entender o comportamento e as regras que regem o mercado brasileiro, necessitamos compreender como o mercado americano funciona, visto a interrelação desses e os princípios umbilicais que os contornam. O mercado mais desenvolvido do mundo é o americano devido a algumas circunstâncias essenciais e seus fundamentos econômicos.

Desde a Segunda Guerra Mundial a evolução do mercado está atrelada à concepção de consumo e à construção discursiva que embala e justifica a ansiedade

⁵ Estacolchic, Ricardo. Corrupção. In: Goldenberg, Ricardo (org.) Goza!. Salvador: Ágalma, 1997.



sagaz da substituição abrupta de produtos. Entretanto, o comportamento do mercado é um desdobramento do próprio modelo capitalista de produção e consumo através do qual a sua natureza expansionista transformou todos os conceitos em mercadorias capazes de abrigarem valor de troca e, na seqüência buscou atingir o máximo de mercados consumidores considerados viáveis para seus produtos.

Esse período de expansão rompe com normas e regras dos Estados Nacionais, os quais são obrigados a abrirem seus mercados. Dessa forma diminui a interferência dos Estados nos relacionamentos dos mercados, eclodindo com a eliminação do controle de capitais especulativos e da taxa fixa de câmbio instituídos através do sistema de Breton Woods⁶. A nova configuração tem como base a livre circulação de mercadorias, de capitais financeiros e, a adoção da taxa flutuante de câmbio. Tem-se início o cerne do processo de globalização, sustentado, sobretudo pela globalização financeira.

Um aspecto fundamental da matriz capitalista está contido na relação capital-trabalho e seus conflitos inerentes. A visão clássica da teoria administrativa que se preocupava com que o trabalhador desenvolvesse suas atividades de forma especializada e correta, no corpo de uma sociedade disciplinar baseada no rígido controle e acompanhamento por parte dos superiores. Entretanto, na sociedade globalizada a relação passa a ser regida por uma suposta flexibilidade nas ações e na tolerância com os funcionários. A grande lógica construída impõe uma ideologia de trabalho flexível e sem vínculos empregatícios, sem o apego entre trabalhador-empresa. Deve haver um relacionamento de prestação de serviços e conseqüentemente nenhuma segurança de manutenção do emprego.

Essa nova estruturação do capitalismo atinge os mercados e se esgota, sendo necessário um repensar de seus pilares constitutivos visto a própria essência do modelo de expansão. Introduce-se então a intensificação do processo produtivo e da exploração qualificada dos mercados já constituídos. A maneira como isso ocorre merece destaque, sendo que ao explorar um mercado já existente e intensificar a produção, necessitava-se de algo que viabilizasse esse constructo, ou seja, temos a internalização de métodos criativos e inovadores na produção, que irão gerar produtos cada vez mais diferentes e sofisticados com características sedutoras aos consumidores. No entanto, o ciclo não estava fechado ainda, existia a problemática da finitude dos mercados e novamente teríamos um esgotamento do consumo. A grande descoberta foi transformar esses

⁶ Trata-se do modelo de economia adotado pelos países após a Segunda Guerra Mundial.



produtos em mercadorias descartáveis, com um ciclo de vida efêmero, introduzindo constantes alterações e inovações no intuito de que o consumidor tenha permanente sensação de mudança graças à velocidade de substituição dos produtos. “Lacan classifica as mercadorias como pequenos objetos para causar desejo (objeto a). Ora, se o discurso capitalista estrutura um modo de laço social em que o objeto convém ao sujeito, isto parece implicar uma satisfação que seria incompatível com a estrutura do desejo. Mas uma mercadoria consumida não consome a satisfação, relança sempre uma falta. Uma coisa é o que anuncia o discurso corrente, o imaginário propagado em que se fala de adequados objetos de satisfação, outra coisa é a estrutura do denominado discurso capitalista.” (GONÇALVES-2000:68).

Naturalmente para que o projeto obtivesse êxito faltava um respaldo e avaliação que justificasse racionalmente o comportamento consumista incentivado, e isso aconteceu com o discurso da inovação, da evolução e da tecnologia sempre presente e criativa. Podemos considerar uma certa amoralidade do mercado e mesmo a predominância de seu utilitarismo.

Muitos autores consideram essa construção ideológica e empresarial como populismo de mercado, onde os termos do discurso capitalista do momento ganham respaldo de supostos intelectuais do mercado, aliada a propaganda incisiva e freqüente nos meios de comunicação, abusando de elementos mercadológicos e de uma aura definitiva e irreversível do momento histórico. Ressalte-se, ainda, que os teóricos do mercado e seus defensores impunham a bandeira de que através do livre mercado os cidadãos atingem a real democracia, resumindo-se à liberdade de escolha dos produtos a consumir. Essa suposta democracia de mercado prescinde até mesmo e sobretudo da presença do Estado, entendido como agente bloqueador dos anseios de liberdade popular. Essa construção ideológica e mercadológica não aceita contrapontos, descarta a contrariedade de seus opositores através da desqualificação dos argumentos, acusando-os de ultrapassados, saudosistas, conservadores e defensores da inépcia e da inoperância empresarial. Observamos uma preponderância dos valores de mercado sobre todos os demais, alterando completamente a rotina das pessoas e conseqüentemente a perda de referências, conforme aponta Soros⁷: “Os valores de mercado impregnaram áreas das sociedades que antes eram governadas por considerações não relacionadas ao próprio mercado. Refiro-me às relações pessoais, à política e às profissões como direito e

⁷ Soros, George. A crise do capitalismo. Rio de Janeiro: Campus, 1998.



medicina. Ademais, constata-se uma alteração sutil e gradual, ainda que profunda, na maneira como operam os mecanismos de mercado”.

A fundamentação argumentativa chega a deslocar a própria elite existente até então como identificados ao ócio, ao tradicionalismo de uma riqueza baseada na vagabundagem e em um estilo de vida frívolo. Os empresários da nova economia são identificados a estilos arrojados, à informalidade, à juventude e à rebeldia com a atual sociedade aristocrata. Inaugura-se o estilo de vida da nova economia. Naturalmente o trabalho de construção e valorização desse estereótipo está ligado aos modismos e interesses divergentes da nova estrutura empresarial e social. Ocorre o incentivo ao empreendedorismo e essas características são valorizadas. Muitos intelectuais alardeiam a chegada do novo tempo, sobretudo empolgados com a adoção em larga escala da tecnologia.

O avanço do mercado é observado através do deslocamento dos interesses da economia baseada na produção para o ganho obtido através da bolsa de valores. Essa situação de encantamento com os mecanismos de mercado leva a um estado de euforia através das constantes valorizações das ações das corporações. Todos são instruídos a utilizar as “benesses” existentes nesse mercado que aparenta não ter limites e não deixa sinais de esgotamento.

Casos de sucesso repercutem por todo o território americano demonstrando as possibilidades existentes no mercado de ações para todos os cidadãos, desde os grandes investidores até mesmo o mais humilde operário do interior do País. Ocorre o que Thomas Frank⁸ chamou de fundamentalismo de mercado, onde nenhuma de suas regras podem ser contestadas e a crença nos pilares ajuda a solidificar o sistema.

Nessa perspectiva observamos a busca desenfreada por ganhos constantes e na inabalável solidez do mercado de ações americano. Outro desdobramento desse momento histórico (década de 80 e 90) pode ser visualizado através da afronta direta às entidades sindicais que obviamente não concordavam com os métodos de mercado empregados pelas corporações, bem como à condenação da intervenção do Estado nas engrenagens do mercado.

Entretanto, para conseguir aniquilar o movimento sindical, o capital utilizou-se de um dispositivo muito interessante, ou seja, começou a remunerar os executivos das empresas através de bônus e ações da própria corporação, incentivando sutilmente este

⁸ Frank, Thomas. Deus no céu e o mercado na terra. Rio de Janeiro: Record, 2004.



último a aderir a todos os instrumentos valorizados pelo mercado, ou seja, através da valorização da empresa significava ganho para o próprio executivo possuidor das ações. Na linguagem de mercado representava maior produção, enxugamento de despesas e, conseqüentemente demissões. Esse instrumento aliado à desterritorialização da estrutura da empresa quebrou o vínculo entre a entidade e seus funcionários. Era chegado o momento de o capital deslocar-se para lugares mais atraentes em um curto espaço de tempo. Ele não tinha mais o compromisso com a localidade onde estava instalada as empresas.

Esse fenômeno radicalizou-se com o advento da internet e das possibilidades de investimento rápido não só nas bolsas de valores americanas, mas em qualquer região do globo que interessasse. Tudo isso balizado sempre por um discurso extremamente competente. Chega-se a defender que o operário demitido terá um futuro melhor ao investir sua indenização no mercado acionário e receber eternamente ganhos capazes de superar seus vencimentos como empregado. Além disso, busca-se destruir a noção de Estado protetor e que visa o bem-estar social. Definitivamente esse interesse não deve existir e cada um deve ser capaz de cuidar de si próprio. Estavam colocados todos os ingredientes para a ditadura do mercado, a competitividade crescente e, do individualismo social.

A lógica introduzida pelo discurso mercadológico consegue propagação por todo o globo graças à desterritorialização do capital e, sobretudo pela tecnologia da informação que propiciou a aceleração dos processos através do uso do vetor velocidade. Transforma-se assim a velocidade em fator fundamental para a transmutação dos meios. Paul Virilio⁹ enfatiza que “a velocidade absoluta dos novos meios de transmissão telemáticos vem dominar, por sua vez, a velocidade relativa dos antigos meios de transporte, e a aceleração local dos veículos dá lugar à aceleração global dos vetores de uma informação em vias de globalização”.

O mundo torna-se espacialmente curto e as distâncias são suprimidas pela velocidade e sua derivação da aceleração. Novamente é Virilio quem descreve com muita acuidade essa passagem: “Cada vez que inauguramos uma aceleração, não apenas reduzimos a extensão do mundo, mas esterilizamos também os deslocamentos e a grandeza dos movimentos, tornando inútil o gesto do corpo locomotor. Da mesma forma, perdemos o valor mediador da ação em proveito da imediatez da interação”...

⁹ Virilio, Paul. A bomba informática. São Paulo: Estação Liberdade, 1999.



“Assim, as grandes velocidades substituem progressivamente as grandes extensões, e a superfície – as imensas superfícies do globo terrestre – cede lugar à interface da velocidade global”. (VIRILIO-1999:119)

Por fim, o autor descaracteriza a própria fórmula da aldeia global, onde referenda o impacto da velocidade no novo mundo social. “De fato, a velocidade-limite das ondas que veiculam mensagens e imagens é a própria informação, independentemente de seu conteúdo, a ponto de a célebre fórmula de Marshall McLuhan precisar sofrer uma correção: A mensagem não é o meio, mas somente sua velocidade”. (VIRILIO-1999:120)

Verificamos que o discurso de inabalabilidade do mercado e suas regras, a incapacidade de vivermos fora desse sistema e da impotência ante a provocar-se mudanças na estrutura ideológica e prática consegue respaldo e aceitação popular, levando a todos agirem de forma pré-determinada. O discurso torna-se eficaz por contrastar aspectos da realidade com os anseios das pessoas. Gonçalves ilustra de forma decisiva essa passagem: “Entre discurso e realidade, a relação não é de cunho fotográfico. Também não é o caso de considerar o discurso como abstração, síntese geral, que partindo da realidade, encontra tradução na escrita correspondente. A estrutura discursiva está inscrita na realidade, está lá, produzindo-a e sustentando-a . Da mesma forma, o discurso, que funda e define cada realidade, não se reduz a uma espécie de visão de mundo; esta pertence mais ao imaginário relativo ao discurso vigente. Vale dizer ainda que o discurso tampouco se confunde com cultura. O que existe é liame social, modo de enlaçamento, que só se instaura e reina na medida da imersão na linguagem, a qual atravessa e constitui o falante. Nesta dimensão importam o sujeito, a função da palavra e o campo da linguagem.” (GONÇALVES-2000:32)

Com base na estruturação do mercado de consumo, em que a democracia está vinculada à permissão em escolher os produtos e serviços de sua preferência, onde supostamente existem diferenças significativas entre eles, ou seja, escolher mais do mesmo deparamo-nos com o mercado financeiro, que foi o maior beneficiário da predominância do modelo descrito.

O mercado financeiro por sua natureza pretende-se racional e arrogante. Entretanto, fenômenos não baseados em fórmulas matemáticas e estatísticas e previsíveis, estão presentes permeando o comportamento do mercado e de seus agentes. Caso não ocorresse a interferência de aspectos incontrolláveis o comportamento do mercado seria basicamente o mesmo e manteria uma determinada coerência, visto os



acessos aos mais diversos instrumentos de mensuração e acompanhamento. Esse aspecto imponderável seria a participação dos agentes e de seus comportamentos subjetivos, ou seja, as atitudes dos agentes/participantes influenciam profundamente o mercado financeiro, sobretudo as atitudes impensadas, drásticas e radicais que contrariam a suposta lógica adotada pela maioria.

Esse fenômeno da interferência da subjetividade dos agentes foi chamada de reflexividade por George Soros. “Reflexividade exprime que o nosso pensamento influencia ativamente os eventos de que participamos e que são o objeto do nosso pensamento”. (SOROS-1998:38). Soros discute a reflexividade nas esferas das ciências sociais e econômicas, demonstrando que seu conceito é tão elementar que não entende como outros estudiosos não o vislumbraram. Enfatiza, entretanto que não foi o seu descobridor, mas que outros pensadores já haviam introduzido algum elemento de indeterminação em suas análises científicas. No campo de discussão dos assuntos econômicos há uma crença generalizada de que estão sujeitos a leis naturais inelutáveis, comparáveis às leis da física. A crença naturalmente está equivocada.

O próprio Soros defende que o sistema de mercado, como qualquer outra organização humana, é intrinsecamente falho. “Os constructos sociais, em geral, e os mercados financeiros, em particular, são intrinsecamente imprevisíveis”. (SOROS-1998:67). A aceitação da validade absoluta da economia de mercado e de seus pressupostos pode levar às análises errôneas e interferir na leitura adequada dos fenômenos sociais e econômicos.

A lógica reside em que a teoria econômica é a tentativa mais abrangente para buscar uma aderência às Ciências Naturais. Os economistas clássicos se inspiraram na física newtoniana. Seu objetivo era estabelecer leis de validade universal, que fossem utilizadas tanto para explicar como para prever o comportamento econômico, e esperavam atingir esse propósito mediante o conceito de equilíbrio. Esse tipo de postura fez com que esses pensadores focalizassem os resultados definitivos e desconsiderassem as perturbações temporárias, ou seja, buscavam entender o princípio do equilíbrio e do conhecimento perfeito do mercado. No caso dos participantes do mercado financeiro a grande expectativa é antever os preços de mercado, sobretudo no mercado acionário.

Embora sejam importantes, os preços de mercado não revelam a atitude dos participantes, ou seja, a interpretação convencional pressupõe a variável dos preços de mercado baseado nos balanços patrimoniais, nos lucros e dividendos e, nas perspectivas de desempenho das empresas, são os considerados fundamentos de mercado. Entretanto,

a análise desses fundamentos estão sujeitos às interpretações dos agentes, o que de início inclui a variável da imprevisibilidade.

Dessa forma, no mercado financeiro o que importa é o comportamento futuro, embora consideremos o passado. As estimativas e apostas levam em conta um conjunto de elementos indicativos das empresas para uma avaliação dos participantes. Podemos elencar entre os elementos, a capacidade de colocação de suas ações no mercado e o conseqüente levantamento de capital, as configurações de seus empréstimos, a imagem da empresa, entre outros, que influenciarão definitivamente a valorização das empresas e de seus fundamentos.

Diante de todas essas razões o comportamento esperado dos agentes é presumivelmente previsto, e Soros faz a seguinte análise: “A constatação justificaria o comportamento de seguir a tendência, que é capaz de arrastar mercados financeiros para o que chamo de território distante do equilíbrio” ... “o importante a perceber é que o comportamento de seguir a tendência não é necessariamente irracional”. (SOROS-1998:81).

Colocado dessa forma, os participantes do mercado abastecidos de informações, analisadas as condições e seguindo a tendência dos demais agentes teriam um desempenho previsto. Já com o componente da reflexividade caracterizado pelo comportamento dos agentes e suas intenções deparamo-nos com a imprevisibilidade do contexto e da influência de um fator contundente.

O comportamento do agente é afetado por diversos aspectos, e no mercado financeiro o boato reveste-se de importância fundamental. Sua interferência não só nas cotações dos papéis, mas principalmente nas engrenagens do sistema financeiro incorpora informações de caráter duvidoso e pode conduzir a diversas possibilidades. E o boato como fenômeno da comunicação, aliado à reflexividade do agente encontra terreno fértil para a disseminação de informações que irão interferir no mercado.

Além disso, a composição psicológica do boato e o comportamento psicológico dos agentes denotam a presença desses elementos atuantes no mercado financeiro, construindo uma condição analítica de avaliação psicanalítica do mercado financeiro.

Portanto, discutidos os pressupostos e alicerces do mercado financeiro, entendemos ser perfeitamente viável uma construção metodológica do tratamento psicanalítico do mercado através da inferência do boato e de suas ilações. Pretende-se com tal abordagem expressar as manifestações humanas do mercado e como conseqüência à sistematização dos elementos de forma a racionalizar seu entendimento

como semiótica e comunicação.

3. O Boato como Fenômeno Comunicacional do Mercado Financeiro Digital

Dentro desse contexto paradigmático da pós-modernidade encontramos um fenômeno típico de nossa atualidade de mercado, ou seja, o boato. Particularmente, no mercado financeiro a sua presença causa modificações extremas, além de ser um fator determinante nas oscilações do mercado.

O boato financeiro pode ser entendido a partir da tipologia e origens nas condicionantes apresentadas no estudo do boato de natureza psicossocial, sendo que ele também está ligado a fatores emocionais através do mecanismo psicológico que fundamenta sua crença na projeção, onde as pessoas em estado de ansiedade têm tendência a tomar seus desejos por realidade.

Outra característica observada no boato financeiro e que mantém correlação com os demais está contido na espontaneidade ou não de seu surgimento. Podemos considerar como espontâneo o boato genuíno, no qual se expressam desejos disfarçados, positivos ou negativos, distinguindo-o do boato pré-fabricado, colocado intencionalmente em circulação, com a finalidade de propaganda ou contrapropaganda como é o caso do boato financeiro.

Além desse aspecto, há o componente sociológico, que diz respeito a difusão do mesmo. Expressando disfarçadamente desejos inconscientes, ele será percebido somente por pessoas que tiverem as mesmas referências simbólicas, para as quais o boato terá a mesma ressonância espelhando o ambiente da Bolsa de Valores de São Paulo (BOVESPA).

De acordo com Monique Augras¹⁰: “a difusão do boato faz-se num meio homogêneo, com a mesma linguagem e com os mesmos interesses”.

Esses elementos constitutivos do boato e as condições propícias para seu surgimento encontram terreno fértil no mercado financeiro, visto as características de ansiedade, tensão e ambigüidade das informações veiculadas.

Augras sintetiza de maneira conclusiva a questão: “Em suma, o boato expressa as tendências inconscientes de um grupo, desde que esse grupo se encontre numa situação de insegurança, de tensão emocional, de incerteza no tocante às informações. Quanto maiores forem as tensões, em particular quando a própria sobrevivência do

¹⁰ Augras, Monique. Opinião pública: teoria e processo. Petrópolis: Vozes, 1970.



grupo estiver em jogo, mais facilmente aparecerão boatos, mais difícil será desfazê-los, porque serão fundamentalmente

arraigados em motivos inconscientes.”(AUGRAS-1970:82).

O boato se difunde, em função da importância que os fatos têm para a vida das pessoas, quando as notícias recebidas são incompletas e/ou ambíguas, ou ainda, quando envolvem a incapacidade dos indivíduos de entendê-las ou aceitá-las. Tal ambigüidade advém do fato de as notícias não serem claras ou serem apresentadas em versões conflitantes.

O período de duração do boato financeiro normalmente delimita-se em um dia, ou seja, o ciclo de vida do boato restringe-se à abertura e fechamento do movimento financeiro, onde o boato nasce, tem seu desenvolvimento e dissipa-se no final do período. No entanto podem ter a duração de alguns dias ou mesmo semanas, dependendo de sua tipologia e estrutura. A curtíssima duração do boato financeiro é sua principal característica.

Outra característica própria é a diversificação de acontecimentos do boato que insere-se no mercado diariamente. A cada dia novos boatos surgem. Eles emergem de todas as formas, e invariavelmente mantêm correlação com fatores que influenciarão o desempenho do mercado, e mais especificamente a bolsa de valores de São Paulo. Além da duração, o boato financeiro reflete com constância a temática da informação com valor monetário, e envolve personalidades capazes de movimentarem a economia do país. A aposta financeira transforma o boato no elemento propulsor da bolsa de valores, e de acordo com os depoimentos colhidos dos agentes do mercado, possibilitam a existência da especulação. Eles apresentam-se predominantemente de duas formas: os boatos espontâneos resultado da própria dinâmica do mercado financeiro, que trabalha com grande quantidade de informações; e os boatos manipulatórios produzidos por fontes interessadas em determinadas posições de mercado.

Essas especificidades do boato financeiro o caracterizam numa tipologia própria que engendra aspectos atinentes à proposição de uma nova abordagem epistemológica do objeto, e conseqüentemente apresenta-se como o embrião teórico de um fato natural constatado, suscetível de estudo científico.

Considerando-se as condições explicitadas, o boato no mercado financeiro possui propriedades que o particularizam, tornando esse fenômeno de comunicação, enquanto manifestação espontânea surgida sob bases fundamentais de tensão, stress e

pressão exaladas no mercado, uma categoria de estudo ímpar, localizado e com sólidos pilares teóricos.

O boato financeiro coloca-se como uma perspectiva de estudo das expiações humanas (a exemplo da fofoca) e das explicitações das angústias e sensações psicológicas (rumor) com adornos de manifestações inerentes ao descolamento existente entre capital especulativo e produção, refletindo as disparidades originárias da globalização desigual dos mercados.

O boato insere-se nesse contexto como aquele elemento capaz de modificar o comportamento do mercado financeiro descrito por Soros, e trazendo em seu bojo características próprias dos estudos psicanalíticos. Allport e Postman¹¹ analisaram o fenômeno e delinearão pressupostos para seu entendimento.

O boato se difunde, em função da importância que os fatos têm para a vida das pessoas, quando as notícias recebidas são incompletas e/ou ambíguas, ou ainda, quando envolvem a incapacidade dos indivíduos de entendê-las ou aceitá-las. Tal ambigüidade advém do fato de as notícias não serem claras ou serem apresentadas em versões conflitantes.

Outra importante fonte psicológica de boato é a vontade ou desejo que o indivíduo tem de entender e simplificar eventos muito complicados e/ou sucessivos. Através do boato, as pessoas buscam a simplificação e o entendimento dos eventos. A este esforço, Allport chama de busca do entendimento ou da simplificação.

Um dos pilares de análise está contido na deformação que o rumor sofre através de sua circulação e da racionalização que as pessoas procuram exercer, o que irá influir de maneira significativa nas relações sociais.

Duas condições são necessárias para o surgimento e circulação do rumor, ou seja, a importância que o assunto deve conter para que desperte a atenção das pessoas, e a existência de ambigüidade na informação repassada, o que irá produzir ansiedade e interpretações diversas.

O rumor é um fenômeno que tem suas bases fundamentais estabelecidas em sua circulação dentro de um meio social homogêneo, onde pessoas com mentalidades semelhantes permitem que o rumor cresça e se propague com avidez.

Apesar de o rumor estar intimamente interligado aos anseios, sentimento e desejos humanos, procuramos racionalizar os acontecimentos de forma a torná-los

¹¹ Allport, Gordon e Postman, Leo. Psicologia del rumor. Buenos Aires: Editorial Psique-Juncal – 1947.



compreensíveis e sujeitos a uma explicação e que tenha um significado. Allport ilustra essa passagem da seguinte maneira: “E o empenho na busca de explicação abarca muito mais que nossa tendência impulsiva para prover espúrias bases racionais e justificar nossos estados de ânimo contingentes.” (ALLPORT – 1947:06).

O esforço em racionalizar o rumor cumpre o objetivo de descarregar as tensões emocionais e prover uma saída verbal capaz de trazer alívio aos indivíduos. A presença desse traço psicológico do rumor serve de conforto e proteção para os estados de ânimo dos indivíduos.

Dessa forma, o boato/rumor contém componentes psicológicos que afetam o comportamento dos agentes financeiros e interfere diretamente no desempenho de suas ações, alterando o cenário mercadológico e atuando como elemento inesperado, humano, e comunicacional.

4. Considerações Finais

O intuito do presente trabalho é tentar demonstrar as formas analíticas de avaliação da passagem de uma fase histórica considerada modernidade para a pós-modernidade, ou da modernidade sólida para a modernidade líquida, etapas de evolução das relações sociais e econômicas.

Tem como pretensão identificar a nova faceta do capitalismo em seu estágio avançado, dentro de um mundo semiotizado e caracterizado pelas predominâncias das imagens como forma de ordenação dos valores e, de uma condução do mercado como o único universal restante da modernidade, bem como da ditadura econômico-financeira vivenciada pelo mundo.

Nessa turbulência temos a mundialização do capital como maneira de financeirização da riqueza global, sobretudo a inserção do mercado financeiro, mais especificamente das bolsas de valores como ente responsável pela circularização do dinheiro mundial.

O boato insere-se nessa dinâmica dos mercados, eivado de significados e intenções, caracterizado pela fluidez, rapidez, e dificuldade de identificação de sua origem, como termômetro e regulador do mercado tão irracional, tendo como componentes seu surgimento inesperado, reflexividade e, fenômeno típico da comunicação moderna.

**Referências Bibliográficas:**

- ALLPORT, Gordon W. e POSTMAN, Leo. **Psicologia del rumor**. Buenos Aires: Editorial Psique - Juncal 1131 - 1947.
- AUGRAS, Monique. **Opinião pública: teoria e processo**. Petrópolis: Vozes, 1970.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.
- _____. **Globalização: as conseqüências humanas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999.
- _____. **Modernidade e Ambivalência**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999.
- BERNSTEIN, Peter L. **Desafio aos Deuses: A fascinante história do risco**. Rio de Janeiro: Elsevier, 1997.
- CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- CHAUÍ, Marilena de Souza. **Cultura e Democracia: o discurso competente e outras falas**. São Paulo: Moderna, 1982.
- CHESNAIS, Francois. **A mundialização do capital**. São Paulo: Xamã, 1996.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- FONTENELLE, Isleide Arruda. **O nome da marca**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2002.
- FRANK, Thomas. **Deus no céu e o mercado na terra**. Rio de Janeiro: Record, 2004.
- FREITAS, Jeanne Marie Machado de. **Comunicação e Psicanálise**. São Paulo: Escuta, 1992.
- FREUD, Sigmund. **O Futuro de Uma Ilusão**. In: Obras Escolhidas. São Paulo: Imago, 1974.
- _____. **O Mal-Estar na Civilização**. In: Obras Escolhidas. São Paulo: Imago, 1974.
- _____. **Psicologia de Grupo e Análise do Eu**. In: Obras Escolhidas. São Paulo: Imago, 1974.
- GIDDENS, Anthony. **As conseqüências da modernidade**. São Paulo: Editora UNESP, 1991.
- GOLDENBERG, Ricardo (org.) – **Goza! : Capitalismo, globalização e psicanálise**. Salvador: Ágalma, 1997.
- GONÇALVES, Luiza Helena Pinheiro. **O discurso do capitalista**. São Paulo: Via Lettera, 2000.
- HABERMAS, Jürgen. **O discurso filosófico da modernidade**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- HARVEY, David. **A condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. São Paulo: Loyola, 1992.
- JAMESON, Fredric. **Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio**. São Paulo: Ática, 1997.
- KUMAR, Krishan. **Da sociedade pós-industrial à pós-moderna: novas teorias sobre o mundo contemporâneo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- NEGRI, Antônio; HARDT, Michael. **Império**. Rio de Janeiro: Record, 2004.
- SOROS, George. **A crise do capitalismo**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
- TAVARES, Maria da Conceição; FIORI, José Luís. (orgs.). **Poder e dinheiro**. Rio de Janeiro: Vozes, 1997.
- TEIXEIRA, Marcus do Rio. **Objeto do desejo, objeto do gozo, objeto de consumo**. In: Revista da Associação Psicanalítica de Curitiba. No. 3, 2004.
- TRIVINHO, Eugênio. **Velocidade e violência: dromocracia como regime transpólitico da cibercultura**. In: Porto, Sérgio Dayrell (Org.). A incompreensão das diferenças: 11 de setembro em Nova York. Brasília: IESB, 2002. p. 257-272.
- VIRÍLIO, Paul. **Cibermundo: a política do pior**. São Paulo: Teorema, 2000.
- _____. **A bomba informática**. São Paulo: Estação Liberdade, 1999.