

Pública

PEQUENOS NEGÓCIOS, GRANDE BRASIL

Ensaio Sobre Desenvolvimento,
Território e Vida Econômica



©2025. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae

Todos os direitos reservados

A reprodução não autorizada desta publicação,
no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais
(Lei nº 9.610/1998)

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae

SGAS 605 – Conjunto A – CEP 70200-904 – Brasília/DF

Telefone: (61) 3348-7312

www.sebrae.com.br

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional

José Zeferino Pedrozo

Diretor-Presidente

Décio Lima

Diretor Técnico

Bruno Quick Lourenço de Lima

Diretor de Administração e Finanças

Margarete Castro Coelho

Unidade de Capitalização e Serviços Financeiros

Gerente

Valdir Oliveira

Gerente Adjunto

Weniston Abreu

Março 2026

DEDICATÓRIA

Aos pequenos negócios do Brasil,
que transformam esforço em vida,
caminho em futuro
e cotidiano em país.

Aos colegas e parceiros
que, com generosidade, inteligência e cuidado,
compartilharam ideias, reflexões e esperanças
que deram forma a este livro.

E a todos que acreditam
que um Brasil mais justo e mais humano
começa nos pequenos mundos que o sustentam.

Sumário

PREFÁCIO	6
INTRODUÇÃO	8
I - Desigualdade Regional como Sintoma Estrutural	11
II - Bioeconomia, Território e Autonomia	16
III - A Amazônia como Sujeito Econômico	22
IV - Economias da Invenção e do Cuidado	28
V - Encadeamentos Produtivos e a Força das Conexões	35
VI - A Economia Do Cuidado Como Infraestrutura Invisível Dos Pequenos Negócios No Brasil	40
VII - Financiamento e Orientação Financeira como Estrutura de Cuidado	50
VIII - Tecnologia e Pequenos Negócios	54
IX - A Sustentabilidade que Já Existe	60
X- Territórios Inteligentes	65
XI - A Economia da Cultura	69
XII - Cooperativismo e Redes de Solidariedade	76
XIII - Educação Empreendedora	80
XIV - Crédito, Finanças e Inclusão	85
XV - Saúde Mental e Subjetividade dos Empreendedores	90
XVI - Burocracia, Políticas Públicas e a Vida Real dos Pequenos Negócios	95
XVII - Segurança Jurídica e Ambiente Regulatório	100
XVIII - Pequenos Negócios e Inserção Internacional	105
XIX - Logística, Infraestrutura e Circulação da Produção Local	114
XX - Digitalização, Tecnologia e Inteligência Artificial	119
XXI - Economia Circular e Pequenos Negócios	124



XXII - Governos Locais e Empreendedorismo	129
XXIII - Investimento, Inovação e Território	136
XXIV - Trabalho, Tempo e Vida	141
XXV - Confiança, Comunidade e Capital Social	146
XXVI - Ativos de Propriedade Industrial como Fator de Desenvolvimento dos Pequenos Negócios	151
POSFÁCIO	159
NOTA DO ORGANIZADOR	162
SOBRE OS AUTORES	164

PREFÁCIO

Conhecimento compartilhado para compreender o Brasil dos Pequenos Negócios

Valdir Oliveira

Este livro é fruto de um esforço coletivo de reflexão sobre os pequenos negócios e sobre o papel decisivo que desempenham na economia e na vida social brasileira. Reúne artigos elaborados por profissionais do Sistema Sebrae que, a partir de distintas áreas de atuação, experiências territoriais e campos do conhecimento, oferecem uma leitura qualificada e plural dos desafios contemporâneos do desenvolvimento.

A obra nasce da prática institucional e do contato cotidiano com os territórios. Os textos aqui reunidos não se limitam a formulações abstratas ou generalizações conceituais. Eles partem da observação atenta da realidade vivida pelos pequenos negócios, de seus desafios diários, de suas estratégias de permanência e de sua capacidade de transformar trabalho em renda, renda em dignidade e atividade econômica em vida social, mesmo em contextos marcados por escassez, instabilidade e desigualdade.

O Sistema Sebrae ocupa, no Brasil, uma posição singular no apoio aos pequenos negócios. Sua presença capilar, sua atuação continuada e sua interlocução com empreendedores, governos e agentes financeiros permitiram a construção de um vasto patrimônio de conhecimento aplicado sobre empreendedorismo, desenvolvimento territorial, políticas públicas, inovação e inclusão produtiva. Este livro cumpre a função de socializar esse conhecimento, organizando-o em reflexão crítica e colocando-o a serviço de uma compreensão mais humana e mais responsável da economia brasileira.

A diversidade temática da coletânea reflete a complexidade do micro e macroambiente onde reside o pequeno negócio brasileiro. Os artigos percorrem temas como desigualdades regionais, bioeconomia, Amazônia, economia do cuidado, financiamento, inovação, sustentabilidade, cultura, encadeamentos produtivos, saúde mental, ambiente regulatório e governança local. Esse escopo amplia o entendimento sobre os pequenos negócios, reconhecendo-os não apenas como unidades produtivas, mas como

expressões concretas dos territórios, das relações sociais e das trajetórias humanas que lhes dão sentido.

A articulação deste volume coube a Giovanni Beviláqua, economista e funcionário do Sistema Sebrae, cuja atuação se distingue por uma orientação profundamente humanista. Sua leitura da economia parte do reconhecimento de que indicadores, políticas e modelos só ganham significado quando conectados às pessoas, às suas histórias e às condições reais em que vivem e trabalham. Em seus estudos e reflexões, o desenvolvimento não é tratado como um fim em si mesmo, mas como um meio para reduzir desigualdades, ampliar oportunidades e preservar a dignidade humana.

Ao organizar esta coletânea, Giovanni reafirma um compromisso que atravessa toda a obra: enfrentar a desigualdade como o maior desafio econômico do nosso tempo. Esse compromisso se expressa no cuidado com a escolha dos temas, na atenção às dimensões sociais e subjetivas da atividade econômica e na forma como os pequenos negócios são apresentados — não como números ou categorias abstratas, mas como sujeitos que sustentam comunidades, produzem vínculos e mantêm o país em funcionamento nos momentos mais difíceis.

Sua contribuição se manifesta, sobretudo, na forma como conduz o processo coletivo. Há, em sua atuação, uma ética do cuidado: escutar com atenção, integrar diferentes perspectivas, respeitar trajetórias e construir unidade sem apagar singularidades. Trata-se de uma articulação que reconhece o conhecimento como uma construção compartilhada e entende que pensar a economia exige sensibilidade para lidar com pessoas, territórios e desigualdades históricas.

O valor desta obra reside justamente nesse caráter coletivo e humano. Ela expressa a convicção de que o desenvolvimento econômico e social não se impõe de cima para baixo, mas se constrói a partir do diálogo entre conhecimento técnico, experiência territorial e compromisso público com a redução das desigualdades. Ao socializar esse conhecimento, funcionários do Sistema Sebrae reafirmam que o papel da instituição não se resume ao apoio direto aos empreendedores, mas também à produção de pensamento aplicado, ético e atento às pessoas que dão vida à economia.

Que este livro contribua para ampliar o entendimento sobre os pequenos negócios e para fortalecer iniciativas que reconheçam sua centralidade na construção de um Brasil mais justo, mais inclusivo e mais atento às diferenças que atravessam seus territórios e sua gente.

Boa leitura!

INTRODUÇÃO

Compreender o Brasil exige um exercício de aproximação. Exige olhar para as práticas que sustentam a vida cotidiana, para os territórios onde histórias se acumulam, para as relações que formam comunidade e para os pequenos negócios que, silenciosamente, mantêm o país em movimento. Esta coletânea nasceu exatamente desse gesto.

Ao longo dos últimos meses, reunimos reflexões que atravessam áreas diversas do conhecimento para interpretar o desenvolvimento brasileiro a partir daquilo que ele tem de mais concreto: as formas de viver, trabalhar, criar, resistir e imaginar que emergem dos pequenos mundos econômicos espalhados pelo país.

Os vinte e seis artigos reunidos neste livro compõem uma paisagem ampla e interligada da vida econômica brasileira. Eles percorrem desigualdades regionais que moldam possibilidades de existência, exploram a bioeconomia que nasce dos biomas, tratam da Amazônia como sujeito econômico, investigam as economias do cuidado e da invenção que sustentam grupos minorizados, analisam as conexões entre empresas de diferentes portes e examinam a dimensão afetiva, financeira e emocional que atravessa o cotidiano dos pequenos negócios.

Essas reflexões se expandem em direção ao futuro, discutindo inovação territorial, tecnologia, inteligência artificial, sustentabilidade vivida, inserção internacional, circularidade e investimento. E retornam, depois, ao corpo e ao tempo — ao trabalho, à exaustão, ao cuidado, à subjetividade e aos vínculos comunitários — encerrando o livro com uma reflexão sobre confiança, vida coletiva e capital social como forças estruturantes do país.

Cada um desses textos parte de um ângulo diferente; juntos, compõem uma leitura integrada do Brasil.

O livro se inicia examinando as desigualdades regionais, revelando como elas estruturam limites e possibilidades para os pequenos negócios e para o desenvolvimento. Em seguida, mergulhamos na bioeconomia dos biomas e na Amazônia como sujeito vivo, mostrando que a floresta, o cerrado, a caatinga e demais territórios são inteligências econômicas em si mesmos, e não apenas recursos a serem explorados.

Avançamos então para as economias da invenção e do cuidado, observando como empreendedoras, empreendedores negros, seniores, periféricos e grupos

minorizados criam práticas de sobrevivência e continuidade em ambientes adversos, fazendo da criatividade e do vínculo ferramentas de transformação.

Os artigos seguintes exploram encadeamentos produtivos, enfatizando que nenhum negócio prospera sozinho, e mostram como a economia do cuidado — invisível, emocional e cotidiana — é a infraestrutura silenciosa que mantém empreendedores em pé.

Depois disso, analisamos a subjetividade financeira, compreendendo crédito, dívida e investimento como fenômenos emocionais, interpretativos e culturais, e não apenas contábeis.

Discute-se também inovação e tecnologia, retirando-as do glamour e recolocando-as no território; e mostra-se que sustentabilidade já existe nas práticas simples e inteligentes dos pequenos negócios brasileiros muito antes de virar palavra da moda.

Ao longo do percurso, adentramos ainda reflexões sobre territórios inteligentes, sobre a economia da cultura, sobre cooperativismo e solidariedade, sobre educação empreendedora como prática emancipadora, sobre logística e infraestrutura como experiência vivida, sobre a economia digital e sobre a circularidade como expressão cultural e material dos territórios.

Essas análises nos conduzem ao papel dos governos locais, cuja presença, postura e linguagem moldam o clima econômico e emocional dos territórios.

E o volume se expande ainda mais ao incluir um ensaio sobre investimento e ecossistemas de inovação, examinando o investimento como encontro entre mundos, como tradução cultural e como maturação subjetiva.

Finalmente, os dois últimos artigos trazem ao centro aquilo que sustenta toda a obra: o tempo vivido e os vínculos que tornam a economia possível.

Exploramos o relógio real dos pequenos negócios — marcado por pressões, improvisos, sobrecargas e ciclos que entrelaçam a vida econômica ao cuidado - e encerramos o livro com uma reflexão sobre confiança, comunidade e capital social, mostrando que a economia brasileira não acontece apenas nas transações, mas no espaço entre duas pessoas, onde se constroem reconhecimento, reciprocidade e pertencimento.

Para interpretar esse mosaico, foi necessário recorrer a um método interdisciplinar que construímos ao longo do processo. Tomamos a economia como base para compreender estruturas e incentivos; a sociologia para captar redes, desigualdades e vínculos; a antropologia para interpretar narrativas territoriais e práticas culturais; a psicanálise para iluminar subjetividades,

medos e desejos; a filosofia social e a teoria crítica para situar racionalidades, tensões e imaginários; a geografia para analisar o território como forma viva; e os estudos de inovação e tecnologia para compreender as novas fronteiras de futuro.

Cada disciplina se torna lente e, ao mesmo tempo, caixa de ferramentas - e é na combinação entre elas que reside a força interpretativa deste livro.

A obra foi construída em diálogo contínuo com colegas especialistas do Sebrae que trouxeram a excelência de repertórios distintos, experiências territoriais profundas e sensibilidades complementares. Mesmo quando a escrita se concentrou em uma única voz, ela foi sempre atravessada por conversas, sugestões, inquietações e aprendizados mútuos. Essa inteligência compartilhada é o que oferece ao leitor uma visão ampla, generosa e crítica do Brasil real.

Cada artigo é um pequeno mundo que, lidos juntos, revelam um país inteiro. Um país que existe concretamente nos territórios, mas que ainda precisa ser reconhecido em sua grandeza simbólica, social e econômica.

Trata-se de um convite para olhar o Brasil devagar, com profundidade, cuidado e sem idealizações. É um chamado para repensar o desenvolvimento social e econômico como o que ele é essencialmente, isto é, uma obra inexoravelmente coletiva. E é, acima de tudo, a afirmação de que os pequenos negócios guardam uma inteligência do país que merece ser ouvida.

Que esta leitura inspire reflexão, diálogo e novas formas de ação, e, sobretudo que ajude a iluminar os caminhos pelos quais um grande Brasil continua nascendo todos os dias, a partir de seus pequenos mundos.

I - Desigualdade Regional como Sintoma Estrutural

Pequenos Negócios Entre Limites Históricos E Futuros Possíveis

Giovanni Beviláqua

1. Introdução: o país que se dobra, mas não necessariamente se parte

Existe um Brasil que conhecemos pelas estatísticas e outro que encontramos quando conversamos com pessoas que tentam, todos os dias, manter vivo o pequeno negócio que sustenta suas famílias e comunidades. Para muitos desses empreendedores, a desigualdade regional não é um conceito abstrato. Ela é o preço mais alto do frete, o atraso na estrada que nunca termina, a ausência do banco mais próximo, a internet mal instalada, o sonho adiado por falta de garantia, a sensação incômoda de que o progresso tem endereço certo e que raramente coincide com o seu.

A desigualdade regional brasileira não se resume a números, ainda que eles digam muito. Ela se aproxima mais do que Hegel chamava de experiência concreta da vida ética, que inclui não apenas as instituições formais, mas também aquilo que as pessoas sentem, imaginam e incorporam no cotidiano. Talvez por isso ela persista há séculos, ajustando-se às novas paisagens econômicas como um rio antigo que aprende a contornar pedras recentes.

É nesse território complexo que vivem os pequenos negócios, que formam a espinha dorsal da economia brasileira. São eles que traduzem, no cotidiano, as contradições históricas descritas por Celso Furtado, as desigualdades estruturais analisadas por Marx e as percepções simbólicas capturadas por Bourdieu. E, ao mesmo tempo, são esses mesmos pequenos negócios que carregam uma capacidade admirável de inventar caminhos, costurar redes, criar vínculos e atravessar dificuldades com dignidade silenciosa.

Este artigo busca compreender esse cenário de um ponto de vista interdisciplinar, tecendo uma leitura que combina economia política, psicanálise, sociologia, filosofia e desenvolvimento territorial. A intenção não é

complexificar a realidade, mas torná-la inteligível, humana e, sobretudo, transformável.

2. O capitalismo brasileiro e suas repetições estruturais

Quando Celso Furtado descreveu o subdesenvolvimento como um sistema que se reproduz a si mesmo, ele não estava oferecendo um diagnóstico pessimista, mas uma chave interpretativa. O desenvolvimento brasileiro se desenrolou de forma concentrada, articulando modernidade e desigualdade numa mesma engrenagem, como se fossem irmãos siameses incapazes de seguir caminhos distintos. A história econômica do país consolidou polos que acumulam infraestrutura, serviços, inovação e oportunidades, enquanto grandes regiões aprenderam a crescer apesar das ausências.

Se Marx estivesse sentado num banco de praça em Belém, Petrolina ou Santarém, provavelmente notaria o óbvio que os números insistem em confirmar: as relações econômicas não se distribuem de modo neutro. Elas seguem o fluxo do capital, que, por sua própria natureza, prefere o terreno já irrigado. Isso não significa que regiões periféricas estejam condenadas, mas que começam a corrida alguns metros atrás, carregando uma mochila que combina história, geografia, políticas públicas insuficientes e, às vezes, uma pitada de fatalismo coletivo.

A economia ortodoxa chamaria isso de “diferenças de produtividade”, mas a heterodoxia lembraria que produtividade não é uma essência natural, mas uma construção histórica que depende de crédito, tecnologia, educação, infraestrutura, segurança institucional e, claro, de autoestima coletiva. Karl Polanyi iria além e diria que mercados não flutuam no vácuo; eles dependem de instituições que estruturam a vida econômica. E quando essas instituições estão ausentes, os mercados se tornam frágeis, instáveis e injustos.

Essa assimetria aparece com nitidez na vida dos pequenos negócios. Uma costureira no sertão nordestino que não tem acesso a crédito barato trabalha sob condições muito mais adversas que um microempreendedor urbano do Sudeste. Um extrativista amazônico precisa enfrentar custos logísticos que fariam qualquer economista ortodoxo chorar. E um pequeno produtor do Cerrado precisa lidar com cadeias de valor que remuneram pouco quem trabalha e muito quem intermedeia.

Esses não são desvios. São repetições estruturais de uma economia desenhada para ser desigual.

3. A dimensão subjetiva da desigualdade: territórios que sentem

Se a economia política explica a estrutura, a psicanálise ajuda a compreender a textura. Freud nos ensinou que o sofrimento não é apenas individual, mas também social. Klein mostrou como o medo e a ansiedade moldam nossas relações com o mundo. Winnicott lembrou que pessoas precisam de ambientes suficientemente bons para se desenvolver. Bion advertiu que a confusão é uma forma de vida em sociedades que dificultam o pensamento. André Green recolocou o vazio e o apagamento no centro da experiência moderna.

Esses autores parecem distantes dos pequenos negócios, mas basta ouvir dois minutos de qualquer empreendedora de bairro para perceber que estão mais próximos do que imaginamos. A desigualdade regional gera uma forma particular de sofrimento, que é silenciosa, difusa e persistente. Ela não se apresenta como dor aguda, mas como uma sensação constante de que a vida, apesar de digna e valiosa, poderia ser um pouco menos difícil.

Byung-Chul Han descreve nossa época como a era do cansaço. Talvez não exista definição mais precisa para muitos pequenos empreendedores brasileiros, que acumulam funções, responsabilidades e tarefas como se fossem empresas inteiras comprimidas em um único corpo. Zygmunt Bauman falaria em modernidade líquida, em que vínculos se dissolvem e apoios evaporam. Bourdieu lembraria que desigualdades são também desigualdades de capitais simbólicos e culturais. E é exatamente essa combinação que surge nos territórios brasileiros mais vulneráveis: falta de reconhecimento, falta de rede, falta de tempo, falta de descanso, falta de horizonte.

No entanto, existe ali também uma força admirável. Pequenos negócios são, muitas vezes, o que Winnicott chamaria de “áreas potenciais de criação”, espaços onde indivíduos inventam modos de existir que não estavam previstos na estrutura social. São pequenos atos de resistência que reafirmam a vida contra a tendência do mundo de torná-la pesada.

4. Desenvolvimento territorial como prática social e horizonte de país

Desenvolver territórios não é apenas investir em infraestrutura, embora isso seja necessário. É reconstruir o que Hegel chamaria de vida ética coletiva, composta de instituições, rituais, expectativas, hábitos e reconhecimentos. Nancy Fraser ampliaria essa ideia ao afirmar que justiça exige não apenas redistribuição, mas também reconhecimento e participação. Milton Santos acrescentaria que território é sempre uma fusão de sistemas técnicos e sistemas humanos, e que desenvolvimento não pode ignorar nenhum dos dois.

Hartmut Rosa introduz o conceito de ressonância, que descreve a experiência de estar em relação viva com o mundo. Pequenos negócios prosperam quando existe ressonância entre pessoas, comunidades e instituições. Quando essa conexão se enfraquece, a vida econômica se torna árida, e o empreendedor trabalha como quem empurra uma pedra montanha acima, sem saber ao certo se chegará ao topo.

O Sebrae, nesse contexto, funciona como uma espécie de mediador institucional, capaz de criar ressonância onde ela ainda é frágil. Sua presença em territórios vulneráveis ajuda a organizar redes, estimular confiança e gerar novas possibilidades. Às vezes, basta um pequeno gesto institucional para que uma comunidade inteira reencontre seu senso de possibilidade.

Desenvolvimento territorial, portanto, não é apenas técnica. É cultura, vínculo, confiança, expectativa e imaginação.

5. Conclusão: o futuro talvez seja pequeno, mas isso não significa que será menor

A desigualdade regional brasileira é antiga e complexa, mas não é imutável. Ela se transforma quando territórios se fortalecem, quando redes se consolidam e quando pequenos negócios são reconhecidos como protagonistas do desenvolvimento e não como coadjuvantes. A economia brasileira precisa aprender a considerar esses pequenos empreendimentos como motores de criatividade, cultura e dignidade.

O desenvolvimento começa quando o país decide olhar para si com mais cuidado e com menos pressa. Quando reconhece que não existe economia forte sem cidadãos fortes, que não existe inovação sem imaginação e que não existe crescimento sustentável sem vínculos comunitários sólidos.

A desigualdade se combate com políticas públicas, claro, mas também se enfrenta com escuta, com reconhecimento, com presença, com cuidado e com a coragem de imaginar outro Brasil.

E talvez, apenas talvez, seja nos pequenos negócios que esse futuro já começou.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. Dialética do Esclarecimento. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

- BAUMAN, Zygmunt. Modernidade Líquida. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BION, Wilfred R. Aprender com a Experiência. Rio de Janeiro: Imago, 1991.
- BION, Wilfred R. Atenção e Interpretação. Rio de Janeiro: Imago, 1991.
- BOURDIEU, Pierre. O Poder Simbólico. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011.
- BYUNG-CHUL HAN. Sociedade do Cansaço. Petrópolis: Vozes, 2015.
- FRASER, Nancy. Redistribuição ou Reconhecimento. São Paulo: Boitempo, 2003.
- FREUD, Sigmund. O Mal-Estar na Civilização. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.
- FURTADO, Celso. Formação Econômica do Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- HEGEL, G. W. F. Fenomenologia do Espírito. Petrópolis: Vozes, 2014.
- KLEIN, Melanie. Inveja e Gratidão. Rio de Janeiro: Imago, 1984.
- LACAN, Jacques. O Seminário, Livro 11. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- MARX, Karl. O Capital, Livro I. São Paulo: Boitempo, 2013.
- MILTON SANTOS. A Natureza do Espaço. São Paulo: Edusp, 2008.
- POLANYI, Karl. A Grande Transformação. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- ROSA, Hartmut. Aceleração e Alienação. São Paulo: Unesp, 2019.
- WINNICOTT, Donald. O Brincar e a Realidade. Rio de Janeiro: Imago, 1975.

II - Bioeconomia, Território e Autonomia

Pequenos Negócios Na Reconstrução Brasileira De Seus Biomas

Paulo Renato Macedo Cabral

Giovanni Beviláqua

1. Introdução: a vida que pulsa nos biomas brasileiros

Nos últimos anos, a palavra bioeconomia ganhou espaço em discursos políticos, relatórios internacionais e reuniões estratégicas. Este “modismo” inclusive da Bioeconomia, fez surgir uma Indústria de diagnósticos, estudos, teses e palestras sobre o tema, sem qualquer vínculo com a realidade de quem vive e trabalha com a economia da vida. É curioso notar, entretanto, que muitas vezes ela aparece como um conceito tecnificado, quase asséptico, desconectado da vida real das pessoas que vivem e trabalham nos territórios brasileiros. A verdade é que a bioeconomia, quando olhada de perto, não se apresenta como uma categoria abstrata, mas como um conjunto de práticas vivas, encarnadas em gente que coleta frutos, transforma alimentos, cria pequenas redes de produção, preserva saberes tradicionais e luta para manter o que é seu diante das constantes promessas de progresso que chegam sempre um pouco atrasadas. A Bioeconomia se utiliza do conhecimento do passado, para projetar as soluções e oportunidades do presente e do futuro.

O Brasil é um mosaico biológico, cultural e econômico composto por Cerrado, Caatinga, Mata Atlântica, Amazônia, Pantanal, Pampa e por zonas costeiras que se reinventam diariamente. Cada um desses biomas abriga não apenas espécies e ecossistemas, mas também modos de vida, histórias e economias populares que lembram muito a observação de Marcel Mauss sobre o fato de que não existe economia sem cultura, e não existe cultura sem práticas materiais que deem forma ao cotidiano. A bioeconomia brasileira não é, portanto, um setor isolado, mas um espelho da própria diversidade do país.

Os pequenos negócios são protagonistas desse espelho vivo. Eles traduzem em escala humana uma realidade que combina natureza, trabalho e identidade.

E fazem isso muitas vezes sem glamour, sem slogans, sem capital de risco e sem drones sobrevoando a floresta. Fazem porque precisam, porque querem e porque acreditam que o território é mais do que um cenário; é um vínculo.

Este artigo procura explorar essa complexidade com uma visão interdisciplinar que une economia política, psicanálise, sociologia, antropologia e filosofia social. A intenção é construir um olhar capaz de manter o rigor analítico sem perder a leveza e a ternura que a vida cotidiana merece, mesmo em seus momentos mais difíceis.

2. Os biomas brasileiros como espaços de criação econômica

Observar os biomas brasileiros a partir da bioeconomia é semelhante a olhar um vitral iluminado: cada região reflete uma cor própria, mas todas compõem uma imagem coerente quando vistas em conjunto. O Cerrado, por exemplo, é muitas vezes percebido como um espaço de passagem entre a Amazônia e o Sudeste, embora seja um dos biomas mais ricos em frutos nativos do planeta. Produtos como pequi, baru e araticum revelam uma economia baseada na coleta cuidadosa, no beneficiamento artesanal e na produção comunitária. Não é apenas uma questão de mercado; é, como diria Milton Santos, uma combinação de técnica, cultura e afeto territorial.

O semiárido nordestino, frequentemente reduzido à imagem da seca, abriga uma sociobiodiversidade surpreendente. As comunidades desenvolvem práticas de convivência com o clima que são verdadeiras tecnologias sociais, capazes de transformar um ambiente desafiador em território fértil para pequenas cadeias produtivas de mel, licuri, umbu, artesanato e agricultura familiar. Ali, a bioeconomia não nasce como resposta à moda internacional, mas como expressão de uma longa história de adaptação criativa.

A Mata Atlântica, com sua biodiversidade fragmentada e suas cidades densamente povoadas, apresenta outra dimensão da bioeconomia. Ela aparece nas hortas periurbanas, nas cozinhas de pequenos restaurantes que resgatam ingredientes nativos, nas feiras de produtores locais, nos coletivos de agroecologia e nos empreendedores que reinventam práticas antigas com ferramentas contemporâneas. Há, nessa convivência entre floresta e cidade, um tipo de beleza que recorda Fernand Braudel e sua ideia de que a longa duração se manifesta nos gestos mais discretos.

O Pantanal é um capítulo à parte. Seu ciclo de cheias, sua paisagem mutável e sua fauna exuberante produzem uma economia que depende de observar, respeitar e dialogar com os ritmos da natureza. A pecuária tradicional, o turismo de base comunitária e o artesanato pantaneiro revelam um modo de produção que não pode ser compreendido com os critérios clássicos de

produtividade industrial. Aqui, como diria Polanyi, o mercado está enraizado na vida social e ambiental, e não o contrário.

A Amazônia, por fim, é o grande laboratório vivo da bioeconomia mundial. O que impressiona não é apenas sua biodiversidade, mas a qualidade narrativa de suas cadeias produtivas: açaí, castanha, cacau nativo, óleos vegetais, artesanatos, mel de abelhas nativas e uma infinidade de outros produtos que combinam história, cuidado, conhecimento tradicional e trabalho manual. É uma economia que transforma sementes em futuro e que, como lembraria Viveiros de Castro, fala sempre por meio de múltiplas ontologias, onde humanos, plantas, rios e espíritos participam ativamente da construção do mundo.

Observar todos esses biomas como espaços de criação econômica é perceber que a bioeconomia brasileira não é algo que está chegando. Ela já está aqui, há séculos, carregada por mãos pequenas e narrativas grandes.

Do ponto de vista da clássica abordagem das vantagens competitivas das nações os Biomas Brasileiros quanto bem trabalhados sob a ótica da Bioeconomia em todos os seus sentidos e potencialidades (turismo, ancestralidade, educação e insumos) podem se tornar a grande oportunidade para o nosso país criar e exportar produtos únicos para o mundo, quando incorporados à Ciência e Tecnologia os produtos e processos dos biomas podem ser uma das novas fronteiras de valor agregado para o Brasil revelar ao mundo.

3. Disputa de narrativas sobre desenvolvimento

Toda vez que o Brasil tenta discutir desenvolvimento, corre o risco de repetir velhas fórmulas que tratam os territórios como caixas vazias esperando ser preenchidas por algum projeto iluminado vindo de fora. A Teoria Crítica nos alerta para esse risco ao mostrar que a racionalidade moderna tende a transformar a natureza em recurso e as pessoas em operadores de sistemas econômicos que raramente perguntam se a vida está melhorando de fato.

Marx já havia observado que o capitalismo tende a concentrar valor e deslocar seus custos para as periferias. Mészáros ampliou essa reflexão ao argumentar que vivemos em um sistema sociometabólico que organiza não apenas a produção, mas também o tempo, o desejo e a subjetividade. Achille Mbembe mostrou como formas coloniais persistem na maneira como selecionamos territórios dignos de investimento e territórios destinados ao sacrifício. E Žižek, com seu humor desconcertante, lembraria que às vezes defendemos práticas que nos prejudicam simplesmente porque convivemos há tanto tempo com elas que não conseguimos imaginá-las de outro modo.

A bioeconomia corre o risco de reproduzir essas lógicas quando é concebida apenas como uma nova modalidade de extração sustentável. Para que ela seja realmente transformadora, precisa estar ancorada em políticas públicas sensíveis ao território, em redes comunitárias sólidas, em modelos econômicos que valorizem o trabalho e a criatividade das populações locais, e em instituições que saibam ouvir mais do que prescrever.

Nesse ponto, a contribuição de Fraser e Honneth é valiosa. Eles mostram que justiça não se limita a redistribuir renda, mas também exige reconhecimento e participação. E é exatamente isso que falta em muitas regiões brasileiras: o reconhecimento da inteligência territorial que sustenta pequenos negócios, cooperativas, agriculturas familiares e extrativismos responsáveis.

A disputa de narrativas sobre desenvolvimento não é apenas acadêmica; é profundamente política. O Brasil precisa escolher se quer uma bioeconomia que repete padrões coloniais ou se deseja construir uma bioeconomia que floresce de dentro para fora, a partir de sua própria diversidade.

A Bioeconomia não pode ser entendida como uma “nova agricultura” ou com a máxima de que ..” no Brasil, se plantando tudo dá..” a Bioeconomia requer um olhar e estratégica específica e inclusiva. Em essência grande parte dos produtos da Bioeconomia tem origem extrativista, algumas espécies já são plantadas (ex Açaí, Guaraná), mas a grande riqueza ainda permanece ou sempre estará na Floresta ou no território, logo o acesso aos insumos, prescinde por exemplo da conservação ambiental, das políticas públicas que criam áreas de manejo florestal e reservas extrativistas. O primeiro elo do território com a Bioeconomia são as pessoas e comunidade que lá habitam, elas que conhecem o território, as florestas, biomas e suas riquezas, as comunidades extrativistas são a verdadeira riqueza da Bioeconomia, estas muitas vezes menosprezadas e inseridas em narrativas tradicionais de subdesenvolvimento e de dominação colonial. A cadeia da Bioeconomia não pode ser comparada ou apoiada como a cadeia do Agronegócio, ela tem uma outra lógica, comunidades, cooperativas e empresas que agregam valor e acessam o mercado necessitam conviver respeitosamente e sistemicamente para a que a Bioeconomia exista.

4. A dimensão subjetiva da bioeconomia: desejo, vínculo e possibilidade

A psicanálise oferece um pano de fundo essencial para compreender por que muitos pequenos negócios prosperam mesmo em condições adversas. Freud já observava que o trabalho é uma das formas privilegiadas de sublimação humana, pois organiza energia psíquica e oferece sentido à existência. Klein ajudou a compreender como ambivalência e reparação fazem parte do processo de criação. Winnicott ensinou que ambientes suficientemente bons

permitem que a criatividade floresça. Bion advertiu que sociedades instáveis produzem confusão e ataques ao pensamento. E André Green destacou o risco contemporâneo do apagamento subjetivo, que transforma o indivíduo em espectador de sua própria vida.

Essas reflexões ganham corpo quando se observa o cotidiano dos pequenos empreendedores brasileiros. Muitas vezes, abrir um negócio não é apenas uma decisão econômica, mas uma tentativa de reconstruir um vínculo com o mundo. É a busca por um reconhecimento que Hegel consideraria essencial para a formação da subjetividade. É a tentativa de produzir continuidade em ambientes marcados pela incerteza. É um gesto de resistência e, ao mesmo tempo, de esperança.

Byung-Chul Han, ao descrever a sociedade do desempenho, ajuda a entender por que tantos empreendedores se sentem culpados por não dar conta de tudo. Bauman explicaria que vivem pressionados por vínculos frágeis e suportes instáveis. Bourdieu lembraria que carregam capitais desiguais que impactam sua capacidade de competir. E a antropologia, com sua atenção às práticas locais, mostraria que cada território possui formas próprias de cuidado, reciprocidade e pertencimento que influenciam a economia.

A bioeconomia, nesse sentido, não é apenas um setor econômico emergente. Ela é uma linguagem afetiva que permite às pessoas criarem futuro a partir dos recursos, histórias e vínculos de seus próprios territórios.

5. Conclusão: a bioeconomia como horizonte brasileiro

O Brasil possui uma das maiores biodiversidades do planeta, mas sua maior riqueza talvez seja outra: a capacidade de transformar essa biodiversidade em cultura, trabalho e história. Os pequenos negócios revelam essa alquimia cotidiana. Eles mostram que a bioeconomia brasileira não precisa ser importada de nenhum manual internacional; ela já existe, viva, imperfeita e cheia de potencial.

A questão central é saber se teremos a coragem política e social de fortalecer essa base. Isso implica políticas públicas consistentes, instituições confiáveis, infraestrutura adequada, acesso a crédito, redes de inovação e, sobretudo, reconhecimento. Implica ouvir comunidades, valorizar saberes tradicionais, apoiar agricultores familiares, fortalecer arranjos produtivos locais e integrar ciência, tecnologia e cultura de maneira equilibrada. O sistema Sebrae deu um passo importante no Brasil no que tange a revelação e apoio à Bioeconomia, o programa Inova Biomas, vem revelando o talento das comunidades e a importância da agregação da Ciência, Tecnologia e Inovação nos processos

desta nova cadeia, necessitamos aprender e ampliar a iniciativa, mas esta já provou que a Bioeconomia pode ser um novo vetor de riqueza para o país.

O futuro do Brasil talvez dependa menos de grandes projetos e mais da nossa capacidade de compreender, apoiar e dignificar esses pequenos mundos que já reinventam nossos biomas. Talvez dependa de enxergarmos que desenvolvimento não é uma corrida, mas uma construção paciente, feita de encontros, cuidados e imaginações compartilhadas.

A bioeconomia é uma oportunidade. E, nas mãos certas, pode ser também uma promessa de país.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Gustavo; ARAÚJO, Flávia. Bioeconomia e sociobiodiversidade no Brasil: perspectivas e desafios. *Revista de Desenvolvimento Sustentável*, v. 10, n. 2, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/>

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BION, Wilfred R. *Aprender com a Experiência*. Rio de Janeiro: Imago, 1991.

BOURDIEU, Pierre. *O Poder Simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011.

FRASER, Nancy; HONNETH, Axel. *Redistribuição ou Reconhecimento*. São Paulo: Boitempo, 2003.

FREUD, Sigmund. *O Mal-Estar na Civilização*. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

FURTADO, Celso. *Formação Econômica do Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

HAN, Byung-Chul. *Sociedade do Cansaço*. Petrópolis: Vozes, 2015.

KLEIN, Melanie. *Inveja e Gratidão*. Rio de Janeiro: Imago, 1984.

MARX, Karl. *O Capital, Livro I*. São Paulo: Boitempo, 2013.

MÉSZÁROS, István. *Para Além do Capital*. São Paulo: Boitempo, 2002.

MILTON SANTOS. *A Natureza do Espaço*. São Paulo: Edusp, 2008.

III - A Amazônia como Sujeito Econômico

Pequenos Negócios Na Disputa Pelo Futuro Do Brasil

Gustavo de Lima Cezário

Giovanni Beviláqua

1. Introdução: quando um território começa a falar

Há lugares que não são meros espaços geográficos. A Amazônia é um deles. Ela tem uma voz própria, que não é apenas ecológica, mas também histórica, política, afetiva e imaginária. É um corpo vivo formado por rios que se movem como serpentes pacientes, florestas que respiram em ritmos ancestrais e povos que respondem por cada semente plantada, com uma intimidade que nenhuma universidade conseguiria ensinar por completo.

A Amazônia fala, mas nem sempre a ouvimos. E quando ouvimos, muitas vezes traduzimos mal.

Para os pequenos negócios que vivem nesse território, a Amazônia não é cenário; é condição existencial. Ela define tempos, humores, ciclos, oportunidades e limites. Um extrativista de castanha-do-pará sabe disso de um jeito que dispensa teorias. Uma agricultora ribeirinha que produz cacau nativo entende de economia política sem ter lido Marx. Um grupo de artesãos do Xingu compreende reconhecimento e luta por dignidade com uma precisão que Honneth aplaudiria. E jovens empreendedores amazônidas conhecem o que Bauman chamaria de modernidade líquida com a naturalidade de quem navega rios desde criança.

Este artigo é um convite para pensar o desenvolvimento econômico da Amazônia baseado no aporte intensivo de inovação na bioeconomia, valorizando a floresta como bioativo capaz de ampliar a renda na região. É preciso reconhecer os pequenos negócios amazônicos como a grande engrenagem neste novo modelo climático por um futuro mais sustentável e saudável para todos.

2. A Amazônia como economia viva: rios, florestas e mercados que não cabem no manual

Muitas análises econômicas sobre a Amazônia partem de categorias que se encaixam mal na realidade. Produtividade, escala, custo marginal e competitividade global são conceitos úteis, mas insuficientes para compreender economias que seguem ritmos próprios. A floresta opera segundo um tempo que Hegel talvez chamasse de dialética orgânica: crescimento, queda, regeneração e vida em constante processo. A economia amazônica é parte desse fluxo e não seu oposto.

Açaí, cacau nativo, andiroba, castanha, óleos vegetais, borracha, mel de abelhas nativas, turismo de base comunitária, artesanato indígena e ribeirinho: essas cadeias produtivas não funcionam como linhas de montagem. Funcionam como redes. Não respondem apenas ao mercado mundial; respondem também ao rio cheio ou ao rio baixo, à chuva excessiva ou à escassez dela, ao tempo da coleta, da secagem, da viagem de barco, da feira local.

Karl Polanyi ficaria satisfeito ao observar como essas economias permanecem profundamente enraizadas na sociedade. O mercado é uma parte da vida, mas não a vida inteira. Isso não significa romantizar a floresta, e sim admitir que existem formas de produção que não cabem nas planilhas tradicionais de *business plan*.

O problema é que o Brasil, historicamente, preferiu olhar para a Amazônia como estoque, não como economia. Por vezes, isolam a região como reserva intocável, outras vezes querem chamar de área improdutiva, tentando empurrá-la para modelos exógenos que não respeitam sua sociologia íntima.

Milton Santos, sempre preciso, lembrava que desenvolvimentos autênticos surgem quando técnica e território encontram um ponto de harmonia. É isso que os pequenos negócios amazônicos fazem diariamente: combinam saberes tradicionais, inovações improvisadas, redes familiares, coletividade e uma enorme capacidade de adaptação.

3. Uma economia política da floresta

A Amazônia é, ao mesmo tempo, um bioma e um espelho. Ela devolve ao Brasil a imagem de sua própria contradição: um país com vocação para a diversidade e o cuidado, mas historicamente preso a padrões coloniais de exploração. Achille Mbembe descreve com elegância desconfortável como certas regiões

do mundo são tratadas como zonas de sacrifício. A Amazônia conhece bem esse papel, imposto por ciclos econômicos que vão da borracha ao desmatamento contemporâneo.

Marx já tinha alertado que o capital tende a concentrar valor no centro e custos na periferia. A Amazônia não é periferia apenas geográfica; é periferia simbólica. Sempre esteve na borda das decisões, mas no centro dos desejos exploratórios. E esse desequilíbrio histórico dificulta a consolidação de pequenos negócios amazônicos como protagonistas.

Fraser e Honneth nos ajudam a compreender que justiça econômica exige reconhecimento e participação efetiva. A economia amazônica fracassa quando ignora seus atores locais, e floresce quando incorpora suas vozes. O mesmo vale para políticas públicas e para a atuação das empresas. A bioeconomia floresta-adentro não pode ser pensada como extração sustentável para atender mercados globais ansiosos por certificados verdes. Ela precisa ser concebida como desenvolvimento regenerativo de dentro para fora.

É aqui que Hirschman retorna, com sua teoria dos encadeamentos. Ele lembraria que nenhum produto amazônico deveria andar sozinho. Cada cadeia precisa gerar outras cadeias, criando sistemas produtivos robustos. Mas isso só é possível se houver reconhecimento da Amazônia como sujeito econômico, e não como fornecedora passiva de insumos ecológicos.

4. Subjetividade amazônica: desejo, pertencimento e a coragem de persistir

A psicanálise oferece um atlas sensível para compreender o empreendedor amazônico. A vida na floresta exige uma forma distinta de presença psíquica.

Freud diria que é impossível enfrentar adversidades sem sublimação. Klein lembraria que viver perto da natureza produz ambivalências profundas, e ao mesmo tempo intensifica a capacidade de reparação. Winnicott falaria que a floresta oferece um ambiente suficientemente bom, embora a sociedade ao redor raramente ofereça o mesmo. Bion explicaria que pensar em contextos turbulentos requer enorme capacidade de sonhar acordado sem sucumbir à ansiedade. E André Green mostraria que regiões historicamente negligenciadas sofrem risco constante de apagamento simbólico.

O empreendedor amazônico vive entre esses mundos. Ele precisa lidar com o peso da distância, com a fragilidade da infraestrutura, com oscilações climáticas, com a falta de crédito, com a ausência do Estado e com a presença ocasional de agentes externos que prometem muito e compreendem pouco. E, mesmo assim, segue adiante.

Essa persistência é mais do que resiliência. É uma forma de reconhecimento hegeliano: afirmar-se como sujeito num mundo que frequentemente tenta reduzi-lo a objeto. É, também, uma forma de humor vital. Muitos empreendedores amazônicos carregam uma sabedoria que lembra a frase atribuída a Guimarães Rosa: viver é muito perigoso, mas é bom.

Esse humor leve, que não é ironia, mas lucidez, ajuda a compreender por que tantos pequenos negócios amazônicos florescem contra o senso comum. Eles fazem isso porque desejam participar do mundo, e porque reconhecem, talvez inconscientemente, que sua existência é uma forma de cuidado com a própria floresta.

5. O futuro do Mundo pode estar aqui, se tivermos coragem de ouvir

O bioma amazônico pode nos ensinar como catalisar a transição para um novo modelo produtivo frente ao contexto geopolítico atual, em que as Pequenas Empresas estão no centro das atenções. De acordo com Jorge Arbache, eventos climáticos extremos, volatilidade no fornecimento e nos preços de energia e água, impactos sobre logística, produtividade do trabalho e acesso ao crédito afetam de maneira desproporcional as PMEs, sobretudo em territórios mais vulneráveis e em setores intensivos em recursos naturais.

A maturidade deste ecossistema passa pela dimensão do desenvolvimento territorial, políticas estaduais e municipais capazes de reorganizar a produção local, integrando infraestruturas de escoamento conectadas a vocações regionais como turismo, com estratégia de economia circular que diminuem dependência de cadeias longas e frágeis.

A segunda dimensão a ser priorizada é o encurtamento das cadeias de valores por meio da propagação de agroindústria. Grandes complexos estratégicos com energia limpa (powershoring) criam novas dinâmicas locais. Plataformas de mercado digital e a inclusão de insumos amazônicos por grandes varejistas, a exemplo de superalimentos, cosméticos, fármacos, madeira, podem virar o jogo para manter a floresta em pé.

É preciso ainda desenvolver novas tecnologias, substituir os incentivos da velha indústria para maior aporte em startups na região. Embalagens com selo amazônico, indicações geográficas de produtos naturais, pesquisa e prototipagem como estratégias de agregação de valor. A dimensão da inovação com valorização dos recursos naturais requer novos modelos de financiamento com visão de longo prazo.

Aqui nos conectamos a agenda climática já estabelecida como prioridade na COP31: *Roadmaps da Floresta, Transition away* e 1.3 Trilhões para o Clima. O

desafio é chegar na última milha, como a valorização dos pequenos engajados em serviços ecossistêmicos, em aceleradores globais em tecnologias já existentes como compostagem de orgânicos e redução de zonas de calor em cidades, mais instituições públicas e privadas investindo em Bioeconomia.

Falar de Amazônia como sujeito econômico é reconhecer que o desenvolvimento brasileiro não pode continuar prisioneiro do eixo histórico que sempre concentrou renda, oportunidades e infraestrutura no Sudeste. É perceber que há uma inteligência econômica dispersa nos biomas, e que a Amazônia guarda uma das mais poderosas.

O futuro da bioeconomia brasileira passa por três movimentos fundamentais. O primeiro é reconhecer e fortalecer os pequenos negócios amazônicos como protagonistas. O segundo é integrar essas cadeias produtivas em sistemas robustos de encadeamento regional e nacional. O terceiro é abandonar o modelo de exploração em nome de um modelo de cooperação institucional, territorial e cultural.

Se o Brasil quiser de fato reinventar seu futuro, terá de ouvir os rios, as mulheres extrativistas, os jovens empreendedores indígenas, os agricultores familiares, os mestres de saberes tradicionais e todos aqueles que constroem cotidiano adentro o que nenhum relatório internacional é capaz de expressar por inteiro.

A Amazônia não é promessa. É presente. E seus pequenos negócios são, talvez, o nosso melhor ensaio de futuro.

REFERÊNCIAS

- ARBACHE, Jorge. Sustentabilidade, Mudança do Clima e Oportunidades Econômicas para as Micro, Pequenas e Médias Empresas. 2026.
- BAUMAN, Zygmunt. Modernidade Líquida. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BOURDIEU, Pierre. O Poder Simbólico. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011.
- BYUNG-CHUL HAN. Sociedade do Cansaço. Petrópolis: Vozes, 2015.
- FREUD, Sigmund. O Mal-Estar na Civilização. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.
- FRASER, Nancy; HONNETH, Axel. Redistribuição ou Reconhecimento. São Paulo: Boitempo, 2003.
- FURTADO, Celso. Formação Econômica do Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- HIRSCHMAN, Albert. Estratégia do Desenvolvimento Econômico. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1958.
- KLEIN, Melanie. Inveja e Gratidão. Rio de Janeiro: Imago, 1984.
- MARX, Karl. O Capital, Livro I. São Paulo: Boitempo, 2013.
- MBEMBE, Achille. Necropolítica. São Paulo: n-1, 2018.
- MILTON SANTOS. A Natureza do Espaço. São Paulo: Edusp, 2008.
- POLANYI, Karl. A Grande Transformação. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- ROSA, Hartmut. Aceleração e Alienação. São Paulo: Unesp, 2019.
- VIVEIROS DE CASTRO, Eduardo. Metafísicas Canibais. São Paulo: CosacNaify, 2014.
- WINNICOTT, Donald. O Brincar e a Realidade. Rio de Janeiro: Imago, 1975.

IV - Economias da Invenção e do Cuidado

O Empreendedorismo Minorizado como Força Vital do Desenvolvimento Brasileiro.

Márcio Borges

Giovanni Beviláqua

1. Introdução: o país que se reinventa pelas bordas

Quando pensamos em desenvolvimento econômico, ainda é comum imaginar grandes parques industriais, megaprojetos, startups de tecnologia ou grandes corporações capazes de movimentar cifras impressionantes. Mas quem caminha pelas ruas, feiras, mercados, becos, rios, aldeias e bairros do Brasil percebe que o país não se sustenta a partir do centro, e sim das bordas. É nas margens que brota a maior parte da economia real. E é nelas que encontramos as mulheres empreendedoras, os empreendedores negros, os trabalhadores seniores, os empreendedores LGBTQIA+ e todos os grupos que a sociedade insiste em chamar de "minorias", embora constituam numericamente a maioria.

Esses grupos não carregam apenas histórias de dificuldades. Carregam também a criatividade que mantém o país funcionando em silêncio. São eles que garantem comida na mesa, roupas bem costuradas, serviços essenciais, inovação cotidiana, cuidado, afetos e redes que nem sempre aparecem nos relatórios oficiais.

Pensar o empreendedorismo minorizado não é fazer um recorte identitário. É olhar para o coração pulsante da economia brasileira.

2. A economia da desigualdade: estrutura que pesa, mas não paralisa

A desigualdade no Brasil não é defeito. É método. Marx teria facilidade em perceber como as estruturas produtivas foram organizadas historicamente para concentrar valor em certos corpos e territórios, deixando outros com as

tarefas mais duras e menos remuneradas. Piketty, com sua elegante matemática histórica, confirmaria que a desigualdade não diminui espontaneamente; ela precisa ser enfrentada.

E, no entanto, o Brasil vive uma contradição poderosa. É justamente nos grupos mais atingidos pela desigualdade que encontramos a força empreendedora mais vibrante. Mulheres, pessoas negras, idosos, comunidade LGBTQIA+ e empreendedores periféricos criam negócios não porque querem “abraçar riscos”, como muita literatura gerencial gosta de romantizar, mas porque precisam sobreviver com engenhosidade. Naomi Klein já lembrava que criatividade floresce nos momentos de tensão, e no Brasil essa tensão é cotidiana.

Mas não há nisso apenas sofrimento. Há também potência. Celso Furtado falava de “formações históricas” que moldam economias e subjetividades. Os grupos minorizados carregam uma formação histórica marcada por trabalho, precariedade e luta, mas também por cultura, resistência e invenção.

O empreendedorismo minorizado não é um subproduto da desigualdade. É uma resposta criativa a ela.

3. Mulheres empreendedoras: quando cuidado se transforma em economia

O empreendedorismo feminino é a maior força invisível do país. Ele emerge onde o Estado falta, onde o mercado falha e onde a vida exige que alguém faça algo para que a história continue. Mulheres criam negócios porque precisam criar caminhos. E fazem isso articulando cuidado, sobrevivência, desejo e inteligência prática.

Winnicott tinha razão ao dizer que o cuidado é uma forma complexa de criação. Ele falava das relações maternas, mas sua intuição se aplica ao trabalho feminino em geral. O cuidado organiza o mundo, embora raramente receba reconhecimento como trabalho econômico.

Na economia ortodoxa, esse cuidado aparece como “custo de oportunidade”. Na heterodoxa, aparece como “trabalho reprodutivo”. Na filosofia social, aparece como “invisível estrutural”, na expressão de Fraser. Mas é no cotidiano que ele aparece como economia concreta. Milhões de mulheres brasileiras fazem cálculos minuciosos, conciliam múltiplas tarefas, organizam finanças domésticas, cuidam da família, administram o negócio e ainda encontram tempo para sonhar.

Quando uma mulher empreende, ela mobiliza redes, famílias, vizinhanças e afetos.

Seu negócio não é apenas uma fonte de renda. É um ponto de estabilidade para o território.

O Brasil ainda não compreendeu plenamente o peso econômico disso. Talvez porque grande parte desse trabalho, como diria Simone de Beauvoir, não pareça extraordinário, embora seja absolutamente fundamental.

4. Empreendedorismo negro: quando a história se transforma em projeto de futuro

Não existe análise séria da economia brasileira sem considerar o trabalho negro. É impossível, historicamente e moralmente. A escravidão não foi um capítulo. Foi uma arquitetura que moldou a distribuição de renda, de oportunidades, de capital cultural e de reconhecimento até hoje.

Bourdieu explica que desigualdade se perpetua por meio de capitais simbólicos e disposições incorporadas ao longo do tempo. Sueli Carneiro e Lélia Gonzalez lembram que o racismo brasileiro é cordial e silencioso, mas brutal em seus efeitos. Angela Davis fala do caráter político do trabalho negro, e Mbembe revela como corpos racializados são frequentemente tratados como vidas menos investíveis.

Nesse cenário, o empreendedorismo negro surge como forma de autonomia, afirmação e identidade. São negócios que não vendem apenas produtos; vendem dignidade, cultura, beleza, estética, memória e futuro.

O empreendedorismo negro brasileiro é uma das maiores expressões de criatividade cultural do país. A moda afro-brasileira, os salões, os negócios gastronômicos, a produção artística, os serviços comunitários, os coletivos digitais, as startups periféricas, as redes de cuidado e os arranjos autogeridos são provas diárias de que a criatividade negra sustenta parte significativa da economia urbana.

Aqui também há humor inteligente, ironia fina, crítica social e esperança. Há o que José do Patrocínio chamaria de "rebeldia doce", e o que Abdias do Nascimento chamaria de "soberania estética". É um empreendedorismo que não pede licença. Ele existe e resiste.

5. Empreendedorismo LGBTQIA+: construindo valor e dignidade em meio à diversidade

O empreendedorismo LGBTQIA+ no Brasil emerge como uma poderosa manifestação de resiliência, inovação e busca por dignidade. Historicamente marginalizada e sujeita a preconceitos e discriminação em diversos setores da sociedade, a comunidade LGBTQIA+ frequentemente encontra no empreendedorismo um caminho para a autonomia financeira, a afirmação de identidade e a criação de espaços seguros e inclusivos.

Este ecossistema empreendedor não apenas gera renda, mas também produz valor cultural e social inestimável. Negócios liderados por pessoas LGBTQIA+ muitas vezes se destacam pela criatividade, pela capacidade de identificar nichos de mercado não atendidos pela economia tradicional e pela construção de redes de apoio comunitário. Seja na moda, na gastronomia, na tecnologia, nos serviços de bem-estar ou nas artes, esses empreendedores trazem perspectivas únicas e soluções inovadoras que enriquecem o tecido social e econômico.

É um tipo de empreendedorismo que, como o empreendedorismo negro ou feminino, não pede licença para existir. Ele representa a construção de futuro a partir de experiências vividas e da vontade de transformar desafios em oportunidades, promovendo a inclusão e a representatividade. Além disso, muitos desses negócios se tornam “laboratórios de invenção” e “centros comunitários”, reverberando a ideia que Milton Santos descreve para os territórios periféricos, um local de fusão de técnica, cultura e improviso criativo, agora aplicado à construção de uma economia mais justa e plural. Eles são agentes de mudança que, ao prosperar, abrem caminho para um Brasil mais equitativo e inovador.

6. Empreendedores seniores: experiência como forma de capital

O Brasil está envelhecendo, e isso não é problema. É sinal de que vivemos mais. O desafio é transformar esse envelhecimento em potência, e não em medo. O empreendedor sênior conhece algo que Bauman chamaria de solidez em tempos líquidos. Ele conhece ritmos diferentes, estratégias elegantes, histórias de vida que funcionam como mapas de navegação.

Contrariando narrativas capacitistas, empreendedores 60+ são:

- mais resilientes,
- mais pacientes,
- experientes em gestão emocional,
- excelentes mediadores sociais,
- mais propensos a construir redes de confiança,

- e muitas vezes menos impulsivos.

Byung-Chul Han talvez dissesse que essa presença pausada é medicina para a sociedade do cansaço. O Brasil precisa dessa sabedoria intergeracional para construir uma economia menos ansiosa, mais cooperativa e, paradoxalmente, mais inovadora.

7. Periferias e territórios minorizados: laboratórios de invenção

A periferia não é falta. É forma. É estética. É linguagem. É sociabilidade. É economia cultural, econômica e política simultaneamente.

Na periferia, o pequeno negócio é:

- extensão do lar,
- centro comunitário,
- escola de afeto,
- espaço terapêutico,
- ponto de encontro,
- e laboratório urbano.

Para o psicanalista Wilfred Bion, grupos criam mundos emocionais próprios. O sociólogo Jessé Souza lembra que a classe trabalhadora popular produz formas de solidariedade que a elite não compreende. Por sua vez, o eminente antropólogo Eduardo Viveiros de Castro, mundos diferentes coexistem sem hierarquia e não podemos esquecer de Milton Santos, para o qual o território periférico é uma fusão de técnica, cultura e improviso criativo

Esses territórios são matrizes de inovação. O que falta não é talento. É capital, infraestrutura, crédito e reconhecimento.

8. Conclusão: o Brasil que pode nascer das mãos que já trabalham

O empreendedorismo minorizado não é exceção. É regra. Não é alternativa. É fundamento. Não é vulnerabilidade. É potência, embora exija reparação histórica, apoio institucional e reconhecimento pleno.

O futuro do desenvolvimento brasileiro depende de reconhecer isso. Depende de políticas públicas que ofereçam crédito, tecnologia, redes e cuidado. Depende de empresas que se abram para encadeamentos produtivos inteligentes. Depende de universidades que valorizem saberes populares.

Depende de governos que escutem o território. Depende de uma sociedade que compreenda onde está sua verdadeira riqueza.

O Brasil que queremos já existe, embora muitas vezes silencioso. Ele trabalha em feiras, cozinhas, quintais, ribeiras, salões, ateliês, favelas e rios. Ele é feminino, negro, sênior, LGBTQIA+, indígena, periférico, plural e teimosamente criativo.

Este artigo é um convite para que, como profissionais, gestores públicos e cidadãos, olhemos para essas “economias da invenção e do cuidado” com a atenção e o reconhecimento que elas merecem. O futuro do desenvolvimento brasileiro não está apenas nos grandes centros, mas pulsa nas mãos que já trabalham nas bordas. É tempo de amplificar essas vozes e investir em quem, com resiliência e engenhosidade, constrói um país mais justo, próspero e inclusivo.

REFERÊNCIAS

ABDIAS do Nascimento. O Quilombismo. São Paulo: Editora Perspectiva, 2002.

BAUMAN, Zygmunt. Modernidade Líquida. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BION, Wilfred R. Atenção e Interpretação. Rio de Janeiro: APEGIC, 2007.

BOURDIEU, Pierre. O Poder Simbólico. Lisboa: Edições 70, 2021.

BYUNG-CHUL HAN. Sociedade do Cansaço. Petrópolis: Vozes, 2015.

CARNEIRO, Sueli. Racismo, Sexismo e Desigualdade no Brasil. São Paulo: Selo Negro, 2011.

DAVIS, Angela. Mulheres, Raça e Classe. São Paulo: Boitempo, 2016.

FRASER, Nancy. Redistribution or Recognition? A Political-Philosophical Exchange. Editora Verso, 2004.

FURTADO, Celso. Formação Econômica do Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

GONZALEZ, Lélia. Por um Feminismo Afro-Latino-Americano. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2020.

KLEIN, Naomi. Sem Logo: a tirania das marcas em um planeta vendido. Rio de Janeiro: Record, 2002.

MARX, Karl. O Capital, Livro I. São Paulo: Boitempo, 2013.

MBEMBE, Achille. Necropolítica. São Paulo: n-1, 2018.

MILTON SANTOS. A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção (Volume 1). São Paulo: Edusp, 2023.

PIKETTY, Thomas. O Capital no Século XXI. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2014.

SOUZA, Jessé. A Ralé Brasileira. São Paulo: Editora Contracorrente, 2017.

SUELI CARNEIRO. Racismo, sexismo e desigualdade no Brasil. São Paulo: Selo Negro, 2011.

VIVEIROS DE CASTRO, Eduardo. A Inconstância da Alma Selvagem. São Paulo: Cosac Naify, 2002.

WINNICOTT, Donald. O Brincar e a Realidade. Rio de Janeiro: Imago, 1975.

V - Encadeamentos Produtivos e a Força das Conexões

Como Integrar Pequenos, Médios E Grandes Negócios Para Transformar O Brasil

Renato Perlingeiro Salles Junior

Giovanni Beviláqua

1. Introdução: a economia como um tecido que ainda não aprendemos a costurar

O Brasil não precisa apenas produzir mais. Precisa se conectar melhor.

Por muitos anos, o país construiu uma economia com enorme diversidade produtiva, forte capacidade empreendedora e empresas de excelência em diversos setores. Ainda assim, uma fragilidade estrutural persiste: nossas conexões produtivas continuam menos densas do que poderiam ser.

Temos pequenos negócios inovadores, resilientes e profundamente conectados aos seus territórios. Temos médias empresas em expansão. Temos grandes corporações com presença global. Mas, com frequência, esses atores ainda operam em paralelo — quando poderiam estar operando em rede.

Essa fragmentação tem custo econômico, social e estratégico.

Quando pequenos negócios não conseguem acessar cadeias produtivas estruturadas, perdem oportunidades de crescimento. Quando grandes empresas não desenvolvem fornecedores locais, por exemplo, perdem resiliência, agilidade e capacidade de inovação. Quando cadeias produtivas não se consolidam, o país perde competitividade.

Por outro lado, quando essas conexões se estruturam, os resultados são transformadores.

A integração produtiva aumenta a produtividade, fortalece a inovação, distribui renda com mais equilíbrio e amplia a capacidade competitiva das empresas e

dos territórios. Não se trata de uma agenda acessória. Trata-se de um dos fundamentos do desenvolvimento econômico moderno.

É com essa visão que o Sebrae estruturou a estratégia de Conexões Corporativas, promovendo a integração qualificada de pequenos negócios às cadeias de valor de médias e grandes empresas e contribuindo para a construção de ecossistemas econômicos mais robustos, inovadores e sustentáveis.

Mais do que promover conexões, o objetivo é construir relações produtivas duradouras e estruturar redes econômicas capazes de sustentar ciclos longos de desenvolvimento e geração de negócios em rede.

2. O Brasil cresceu sem consolidar uma rede produtiva consistente

A trajetória econômica brasileira foi marcada por avanços importantes, mas também por discontinuidades estruturais. Grandes empresas surgiram e se consolidaram, mas muitas vezes sem o desenvolvimento simultâneo de redes densas de fornecedores locais.

Milhões de pequenos negócios operam como ilhas produtivas, com acesso limitado a mercados estruturados, tecnologia e inovação. Essa realidade limita o potencial de crescimento dessas empresas e reduz a capacidade do país de ampliar sua competitividade global.

A reorganização das cadeias globais cria uma janela histórica de oportunidade para países capazes de estruturar cadeias produtivas integradas, resilientes e sustentáveis.

3. Por que integrar negócios de diferentes portes muda tudo

A integração produtiva transforma profundamente a dinâmica econômica.

Pequenos negócios contribuem com agilidade e inteligência territorial. Médias empresas atuam como pontes estruturais. Grandes empresas oferecem escala, acesso a mercados e capacidade de investimento.

Quando esses atores operam em rede, os efeitos são multiplicadores: aumento da produtividade, aceleração da inovação, ampliação da competitividade e fortalecimento dos territórios.

Essa realidade tem começado a mudar à medida que políticas e programas estruturados passam a atuar diretamente na construção de pontes. A experiência recente brasileira demonstra que, quando empresas-âncora se engajam deliberadamente no desenvolvimento da sua cadeia de valor, os

resultados são expressivos: pequenos negócios elevam seus padrões de qualidade, adotam novas tecnologias e ampliam sua inserção em mercados mais sofisticados.

Essa abordagem tem sido fortalecida por iniciativas nacionais que estruturam essas conexões de forma estratégica, criando ambientes onde empresas de diferentes portes podem se encontrar, dialogar e construir relações produtivas sustentáveis. Trata-se de um processo gradual, mas que aponta para a formação de um novo paradigma de desenvolvimento econômico baseado na integração e não no isolamento.

4. A dimensão humana das redes: confiança, presença e reconhecimento

Redes produtivas são construídas não apenas com contratos, mas com confiança.

Instituições como o Sebrae atuam como mediadoras, preparando fornecedores, reduzindo assimetrias e construindo pontes entre empresas de diferentes portes.

Essa mediação institucional é fundamental para transformar potencial produtivo em capacidade competitiva efetiva.

5. O papel do Estado e das instituições na construção dessa rede

A experiência internacional demonstra que nenhum país estruturou cadeias produtivas robustas sem atuação estratégica institucional.

Essa agenda ganha ainda mais relevância no contexto das transformações globais associadas à transição climática e à reconfiguração das cadeias produtivas. A COP30, que será realizada no Brasil, representa uma oportunidade histórica para posicionar o país como referência na construção de cadeias produtivas mais sustentáveis, inclusivas e resilientes.

A transição para uma economia de baixo carbono exigirá o engajamento de milhares de pequenos negócios, seja na adaptação de processos produtivos, na incorporação de novas tecnologias ou na oferta de soluções inovadoras. Integrar esses negócios às cadeias produtivas maiores não é apenas uma estratégia econômica, mas uma condição essencial para que o país possa responder aos desafios climáticos e, ao mesmo tempo, promover desenvolvimento com inclusão.

Iniciativas que conectam pequenos negócios a grandes empresas, especialmente em setores estratégicos como energia, bioeconomia,

agroindústria e economia circular, serão decisivas para que o Brasil transforme sua diversidade produtiva em vantagem competitiva global.

6. Conclusão: o desenvolvimento que nasce das conexões que ainda não fizemos

Nos últimos anos, o Brasil tem dado passos importantes nessa direção. Programas estruturados, fóruns nacionais dedicados ao fortalecimento das cadeias e setores e a crescente integração dessa agenda com temas globais, como sustentabilidade e transição climática, indicam que o país começa a reconhecer o valor estratégico dos encadeamentos produtivos.

O desafio agora é ampliar essa agenda, aprofundar essas conexões e transformá-las em política permanente de desenvolvimento econômico. Não se trata apenas de apoiar pequenos negócios, mas de construir uma economia mais integrada, mais resiliente e mais preparada para o futuro.

É nesse processo que iniciativas como o Conexões Corporativas ganham significado histórico. Elas não são apenas programas ou eventos. São parte da construção de uma nova arquitetura econômica para o Brasil.

O Brasil já possui os elementos necessários para construir uma economia mais competitiva, inovadora e sustentável.

Nosso desafio agora é ampliar, aprofundar e estruturar as conexões entre empresas, territórios e instituições.

Porque é nas conexões que cadeias produtivas se fortalecem. É nas conexões que empresas crescem. E é nas conexões que o desenvolvimento econômico se sustenta no longo prazo.

O futuro da economia brasileira passa, necessariamente, pela força dessas conexões.

Referências

FURTADO, Celso. Formação Econômica do Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

HIRSCHMAN, Albert. Estratégia do Desenvolvimento Econômico. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1958.

MAZZUCATO, Mariana. O Estado Empreendedor. São Paulo: Portfolio-Penguin, 2014.

NELSON, Richard; WINTER, Sidney. Uma Teoria Evolucionária da Mudança Econômica. Campinas: Editora da Unicamp, 2005.

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

RODRIK, Dani. Rumo a uma Economia mais justa. São Paulo: Companhia das Letras, 2021.

SCHUMPETER, Joseph. Capitalismo, Socialismo e Democracia. Rio de Janeiro: Zahar, 1984.

SEBRAE. Conexões Corporativas: promovendo a integração de pequenos negócios às cadeias produtivas nacionais e globais. Brasília: Sebrae, 2025.

OECD. Global Value Chains and SMEs: Enhancing SME Participation in Global Markets. Paris: OECD Publishing, 2023.

UNIDO. Industrial Development Report 2024: Industrialization in the Digital Age. Vienna: United Nations Industrial Development Organization, 2024.

VI - A Economia Do Cuidado Como Infraestrutura Invisível Dos Pequenos Negócios No Brasil

Alessandra Campos Martins de Lima Ciuffo

Giovanni Beviláqua

1. Introdução: quando o trabalho que sustenta a vida sustenta também a economia

Existe uma parte da economia que não aparece nos relatórios oficiais, nos gráficos de produtividade ou nas estatísticas de desempenho empresarial. Essa parte é silenciosa, cotidiana e profundamente ligada ao que chamamos de cuidado. É o trabalho que organiza a vida antes que qualquer outra atividade possa existir. É o tempo dedicado aos filhos, aos idosos, à casa, ao preparo de alimentos, ao apoio emocional, à gestão das pequenas crises diárias que quase nunca ganham nome.

O cuidado não acontece nas sombras porque seja menor ou menos importante. Ele acontece nas sombras porque, historicamente, escolhemos não o iluminar. E, no entanto, ele é a base invisível de toda atividade econômica, especialmente dos pequenos negócios. Quem sustenta um pequeno empreendimento no Brasil sabe que o trabalho produtivo e o trabalho de cuidado se entrelaçam de forma intensa. A padaria da manhã só existe porque alguém acordou muito antes para preparar tudo. A loja no bairro só abre porque alguém cuidou da casa, das crianças ou da rotina familiar. O empreendimento de quem empreende sozinho depende do equilíbrio emocional que alguém ajudou a construir.

A economia do cuidado é uma infraestrutura invisível. Sem ela, os pequenos negócios simplesmente não funcionam.

2. O cuidado como trabalho estruturante: o que a economia tradicional não conseguiu explicar

A economia tradicional sempre teve dificuldade em lidar com o cuidado, porque ele não se encaixa nas categorias clássicas de produção. Não é um produto que se contabiliza, tampouco um serviço facilmente mensurável. Ele envolve afeto, tempo, presença, responsabilidade, vínculo e uma sorte de habilidades emocionais e práticas que a teoria econômica nunca soube valorizar plenamente.

A realidade, no entanto, insiste em mostrar que o cuidado é parte essencial da produtividade, especialmente no universo dos pequenos negócios. Sem cuidado, não há rotina possível. Sem rotina, não há estabilidade. Sem estabilidade, não há sustentabilidade econômica. Pode-se debater produtividade, inovação e competitividade, mas nada disso se mantém se a base humana estiver fragilizada.

Quando se observa de perto a vida de pequenos empreendedores, percebe-se que o cuidado aparece de muitas formas. Ele está na mãe solo que equilibra o negócio e a criação dos filhos, no senhor que abre sua pequena oficina e cuida da esposa idosa, nos casais que dividem tarefas para conseguir tocar o empreendimento, na vizinhança que se mobiliza quando alguém adoece, no apoio emocional que familiares e amigos oferecem.

O cuidado, portanto, é uma forma de trabalho que dá suporte para que todos os outros trabalhos existam. É como uma espécie de músculo emocional e social que sustenta a economia inteira.

3. A dimensão subjetiva do cuidado: vínculos, reconhecimento e estabilidade emocional

Quando pensamos no cuidado apenas como tarefa, perdemos sua dimensão mais profunda. O cuidado envolve vínculos, reconhecimento e estabilidade emocional. É ele que permite que pessoas enfrentem a incerteza, o medo, a ansiedade e as pressões do cotidiano empreendedor. Nenhum pequeno negócio sobreviveria sem a força emocional de quem o conduz. E essa força, muitas vezes, é cultivada por meio de relações de cuidado.

O cuidado é também uma forma de reconhecimento. Ele sinaliza que alguém importa, que sua existência tem valor, que seu trabalho é significativo. Pequenos empreendedores enfrentam desafios intensos, como insegurança financeira, jornadas longas e exigências emocionais. Quando recebem cuidado,

encontram um espaço interno de fôlego e resiliência que dá continuidade às suas atividades. É no cuidado que se cria a capacidade de suportar o que é difícil sem perder o sentido do próprio esforço.

Em muitos casos, o cuidado reparte o peso emocional da responsabilidade empreendedora. Ele faz com que o fardo seja compartilhado, ainda que simbolicamente. Isso é essencial em um país onde milhões de pequenos negócios são tocados por uma única pessoa.

4. A relação entre cuidado e território: comunidades que sustentam pequenos negócios

O cuidado não nasce apenas dentro das famílias. Ele aparece também nas comunidades. Bairros, vilas, periferias, quilombos, aldeias e ribeirinhas têm culturas de cuidado distintas e, muitas vezes, muito mais fortes do que as que se encontram nos centros urbanos mais individualistas.

É comum que vizinhos cuidem de crianças, que um pequeno negócio empreste mão de obra a outro em momentos de aperto, que alguém leve comida quando um empreendedor adoece ou que a comunidade se mobilize para apoiar alguém que está recomeçando. Em territórios vulneráveis, a economia do cuidado não é uma ideia abstrata. É uma prática cotidiana.

As comunidades produzem cuidado porque compreendem que sua própria sobrevivência depende disso. Quando o cuidado se enfraquece, os pequenos negócios também enfraquecem. Quando a comunidade se fortalece, a economia acompanha. A relação entre cuidado e território é profunda, afetiva e historicamente construída. Ela revela que desenvolvimento não é apenas renda, mas também laços.

5. O cuidado como motor oculto de inovação

Há uma dimensão pouco discutida: o cuidado também produz inovação. Ele oferece estabilidade emocional e mental que permite que pessoas criem, experimentem e testem novas ideias. Quando alguém se sente apoiado, tende a arriscar mais e a aprender com mais coragem. Em pequenos negócios, essa criatividade silenciosa é essencial.

Muitas inovações não surgem de laboratórios, mas de cozinhas, quintais e oficinas domésticas. Elas nascem quando alguém tem tempo para observar, paciência para testar e serenidade para recomeçar. Tudo isso é possível porque existe cuidado sustentando a vida ao redor.

O cuidado permite que empreendedores enxerguem possibilidades onde outros veriam apenas falta de recursos. Ele estimula redes de colaboração, troca de experiências e ajuda mútua. Ele cria condições subjetivas para que a inovação floresça de maneira espontânea e orgânica.

Para além de ser uma força subjacente, o cuidado pode e deve ser reconhecido como um ativo tangível, gerador de valor e um potente diferencial de inovação no mercado. Transformar o "invisível" em um serviço ou produto explícito abre um vasto leque de oportunidades para pequenos e médios negócios, que podem prosperar ao profissionalizar e contextualizar o cuidado.

A inovação, nesse contexto, não se limita a avanços tecnológicos, mas abrange a criação de modelos de negócios, serviços e produtos que respondam de forma mais humana, inclusiva, eficiente e personalizada às demandas de cuidado que hoje recaem majoritariamente sobre indivíduos e famílias, muitas vezes de forma não remunerada e exaustiva.

6. Cuidado Personalizado e Integrado: O Mercado do Bem-Estar Holístico

A complexidade da vida contemporânea, somada ao envelhecimento populacional e às novas configurações familiares, gera uma demanda crescente por serviços de cuidado que vão além do básico. Aqui, a inovação reside na capacidade de oferecer soluções que integrem diferentes aspectos do bem-estar, proporcionando conveniência e tranquilidade:

- **Plataformas de Conciliação Vida-Trabalho:** Negócios que oferecem serviços de apoio domiciliar para empreendedores e profissionais, como gestão de tarefas domésticas, suporte escolar para filhos, agendamento de compromissos e até mesmo o preparo de refeições saudáveis. A proposta é aliviar a carga mental e prática, permitindo que o empreendedor foque em seu negócio, sabendo que sua "infraestrutura invisível" está sendo bem gerida.
- **Serviços de Cuidado ao Idoso com Foco em Vínculo e Atividade:** Longe do modelo hospitalar, surgem oportunidades em home care que priorizam a manutenção da autonomia, a socialização e o engajamento cognitivo dos idosos. Isso inclui desde acompanhamento para passeios e atividades culturais até a organização de grupos de convivência e a mediação de novas aprendizagens (uso de tecnologia, hobbies).
- **Cuidado Materno e Paternal Extensivo:** Além do *babysitting* tradicional, há espaço para serviços que ofereçam suporte integral a pais e mães em diferentes fases, desde doulas e consultoras de amamentação até apoio pós-parto que inclua auxílio na organização da casa, preparo de refeições e suporte

emocional, estendendo-se ao acompanhamento do desenvolvimento infantil e à oferta de atividades lúdicas e pedagógicas em domicílio.

- **Pet Care Humanizado:** Para muitos, animais de estimação são membros da família. Serviços que oferecem cuidado não apenas físico (alimentação, passeios), mas também emocional (companhia, brincadeiras, adestramento positivo) representam um nicho em crescimento, especialmente para empreendedores com rotinas intensas.

7. Tecnologia a Serviço do Cuidado: Humanizando o Digital

A tecnologia pode ser uma grande aliada na profissionalização e escalabilidade dos serviços de cuidado, desde que utilizada para amplificar a dimensão humana, e não para substituí-la.

- **Aplicativos de Gestão de Cuidado Familiar:** Ferramentas que conectam familiares e cuidadores profissionais, permitindo o compartilhamento de informações sobre a rotina, medicação, alimentação e necessidades especiais de um indivíduo. Isso otimiza a comunicação e garante um cuidado mais coordenado e eficaz, especialmente para famílias geograficamente dispersas.
- **Dispositivos de Monitoramento e Assistência Remota:** Sensores que monitoram a saúde ou a movimentação de idosos, alertando cuidadores ou familiares em caso de emergência, sem invadir a privacidade. Assistentes virtuais podem auxiliar na lembrança de medicamentos ou na realização de exercícios cognitivos, complementando o cuidado presencial.
- **Plataformas de Conexão entre Cuidadores e Cuidar-se:** Aplicativos que não apenas conectam cuidadores profissionais a famílias, mas também oferecem treinamentos, suporte psicológico e comunidades de troca para os próprios cuidadores. Ao cuidar de quem cuida, esses negócios promovem a sustentabilidade e a qualidade do serviço.

8. Cuidado Corporativo: Bem-Estar como Estratégia de Negócio

Grandes e pequenas empresas estão percebendo que o bem-estar de seus colaboradores está diretamente ligado à produtividade e retenção de talentos. Oferecer soluções de cuidado como benefício pode ser um grande diferencial:

- **Programas de Apoio à Parentalidade e Maternidade:** Empresas que contratam serviços de consultoria e apoio para pais e mães que retornam ao

trabalho, incluindo creches corporativas, auxílio-creche, palestras sobre desenvolvimento infantil e flexibilidade de horários.

- **Suporte ao Cuidado de Idosos e Pessoas com Deficiência:** Oferta de informações, redes de apoio e até mesmo subsídios para que colaboradores possam conciliar suas responsabilidades profissionais com o cuidado de familiares dependentes.
- **Serviços de Bem-Estar e Saúde Mental no Ambiente de Trabalho:** Desde programas de mindfulness e coaching para gestão de estresse até acesso facilitado a terapia e acompanhamento psicológico.

9. Profissionalização e Capacitação em Cuidado:

A formalização do setor de cuidado passa pela qualificação da mão de obra.

- **Escolas e Cursos de Cuidadores:** Instituições que ofereçam formação técnica e humanizada para cuidadores de idosos, crianças e pessoas com deficiência, abordando não apenas aspectos práticos, mas também éticos e emocionais do cuidado.
- **Certificação e Selos de Qualidade:** Criação de selos que atestem a qualidade e a segurança dos serviços de cuidado, gerando confiança para os consumidores e valorizando os profissionais certificados.

Ao integrar esses aspectos em seus modelos de negócio, empreendedores podem não apenas gerar lucro, mas também contribuir para uma sociedade mais equitativa e com melhor qualidade de vida, elevando o status do cuidado de uma "infraestrutura invisível" para um setor econômico vibrante e inovador.

10. Políticas Públicas para o Cuidado: Remunerar, Valorizar e Estruturar uma Nova Economia

A economia do cuidado é a "base invisível de toda atividade econômica". Contudo, essa base, essencialmente sustentada por mulheres e em grande parte não remunerada, opera em um vácuo de reconhecimento social e econômico. A ausência de políticas públicas que enderecem essa realidade é uma falha estrutural que perpetua desigualdades, precariza vidas e impede o pleno desenvolvimento socioeconômico do país. A necessidade de políticas

públicas que remunerem as pessoas que se dedicam ao cuidado é, portanto, um imperativo de justiça social, eficiência econômica e desenvolvimento humano.

10.1. O Imperativo da Remuneração: Por que Pagar por Aquilo que Sempre Foi "Gratuito"?

A pergunta sobre a remuneração do cuidado é central. Se o cuidado é um "trabalho que sustenta a vida" e, por extensão, "sustenta também a economia", ignorar seu valor financeiro é uma distorção econômica e uma injustiça social profunda.

- **Reconhecimento do Valor Econômico:** O cuidado envolve tempo, afeto, presença, responsabilidade e habilidades. Ao atribuir um valor monetário a esse trabalho, as políticas públicas o tiram das "sombras" e o inserem na contabilidade nacional, evidenciando sua contribuição para o PIB e para a sustentabilidade social. Não se trata de mercantilizar o afeto, mas de reconhecer o trabalho intrínseco a ele.
- **Combate à Desigualdade de Gênero:** A carga do cuidado recai desproporcionalmente sobre as mulheres, impedindo muitas vezes sua plena participação no mercado de trabalho formal ou limitando suas oportunidades de ascensão profissional. A remuneração do cuidado seria uma política fundamental para diminuir essa lacuna de gênero, garantindo autonomia financeira e reduzindo a dependência econômica.
- **Redução da Pobreza e Vulnerabilidade:** Muitas pessoas que dedicam suas vidas ao cuidado de familiares dependentes (idosos, crianças, pessoas com deficiência) vivem em situação de pobreza, sem acesso a direitos trabalhistas, previdência social ou renda mínima. A remuneração e a formalização do cuidado podem tirá-las da invisibilidade e da precariedade, promovendo a dignidade e a segurança social.
- **Sustentabilidade do Sistema de Cuidado:** Sem apoio, cuidadores informais podem sofrer de sobrecarga física e mental, levando ao esgotamento (burnout) e à falência do sistema de cuidado familiar. Políticas de remuneração e apoio são essenciais para manter a capacidade de cuidado na sociedade, garantindo que aqueles que necessitam recebam a atenção adequada.

10.2. Propostas de Políticas Públicas para a Remuneração e Valorização do Cuidado

A complexidade da economia do cuidado exige um conjunto articulado de políticas, que vão desde a remuneração direta até a criação de infraestrutura de suporte.

- 10.2.1. Remuneração Direta e Formalização do Trabalho de Cuidado
 - o **"Salário-Cuidado" ou Renda Básica para Cuidadores:** Criação de um programa de transferência de renda específico para cuidadores familiares de pessoas dependentes, condicionado à comprovação da necessidade de cuidado e à dedicação integral. Este benefício poderia ser integrado a programas de segurança social existentes ou ser um novo auxílio financeiro.
 - o **Inclusão Previdenciária de Cuidadores Informais:** Garantir que cuidadores informais tenham acesso à previdência social, permitindo que contribuam ou que suas contribuições sejam subsidiadas pelo Estado, assegurando direitos como aposentadoria, auxílio-doença e pensão por morte, reconhecendo seu trabalho como uma forma de contribuição social.
 - o **Formalização do Trabalho de Cuidador Domiciliar:** Incentivos fiscais e desburocratização para a contratação de cuidadores profissionais por famílias, além de programas de capacitação e certificação que valorizem essa profissão, garantindo direitos trabalhistas e salários justos.
- 10.2.2. Investimento em Infraestrutura Pública de Cuidado
 - o **Expansão de Creches e Pré-Escolas de Qualidade:** Aumentar o número de vagas e a qualidade da educação infantil pública, liberando pais e mães para o mercado de trabalho ou para a gestão de seus pequenos negócios, como bem pontuado no artigo.
 - o **Centros Dia para Idosos e Pessoas com Deficiência:** Criação e fortalecimento de espaços onde idosos e pessoas com deficiência possam passar o dia com atividades estimulantes e cuidado profissional, aliviando a carga dos cuidadores familiares e promovendo a socialização.
 - o **Redes de Apoio Comunitário e Colaborativo:** Fomentar iniciativas comunitárias de cuidado, como bancos de tempo para troca de serviços de cuidado, cooperativas de cuidadores e programas de voluntariado intergeracional, por meio de editais de fomento e apoio técnico.
- 10.2.3. Licenças e Flexibilização do Trabalho
 - o **Licença Parental Ampliada e Flexível:** Extensão da licença parental remunerada para pais e mães, e sua flexibilização para que possa ser utilizada em momentos de maior necessidade de cuidado (doença de um filho, adaptação escolar, etc.).
 - o **Licença para Cuidado de Familiar Doente:** Criação de licenças remuneradas específicas para que trabalhadores possam se ausentar para

cuidar de familiares doentes ou em situações de emergência, sem prejuízo de sua renda ou emprego.

o **Incentivos à Flexibilização Empresarial:** Políticas que incentivem empresas a adotar modelos de trabalho flexíveis (teletrabalho, horários flexíveis, jornada reduzida) para pais, mães e cuidadores, com apoio técnico e benefícios fiscais.

- 10.2.4. Sensibilização e Mudança Cultural

o **Campanhas de Conscientização:** Realização de campanhas públicas que visem desmistificar o cuidado como "obrigação feminina" ou "tarefa invisível", promovendo a corresponsabilidade social e de gênero no cuidado.

o **Inclusão da Economia do Cuidado nos Currículos:** Integrar a discussão sobre o valor do cuidado e a economia do cuidado em diferentes níveis de ensino, desde a educação básica até a superior, para formar cidadãos mais conscientes e agentes de transformação.

Ao implementar essas políticas, o Brasil daria um passo fundamental para reconhecer o que "desenvolvimento não acontece apenas quando empresas crescem, mas quando vidas são sustentadas". A valorização e remuneração dos cuidadores não é um gasto, mas um investimento estratégico na infraestrutura humana e social que impulsiona o país, especialmente seus pequenos negócios. É hora de o Estado, em conjunto com a sociedade, "iluminar" o que, por tanto tempo, foi convenientemente mantido nas sombras.

11. Conclusão: colocar o cuidado no centro é reconhecer o que sempre sustentou o país

A economia brasileira só pode ser compreendida plenamente quando reconhece que seu verdadeiro alicerce não está apenas nas vendas, nos investimentos ou nos índices de produtividade. Está naquilo que permite que tudo isso exista: o cuidado.

Quando tomamos o cuidado como força econômica, vemos que ele sustenta a rotina dos pequenos negócios, organiza territórios, fortalece vínculos e cria condições para inovação. Ele é a base silenciosa, mas indispensável, da vida econômica do país.

Valorizar a economia do cuidado é reconhecer que desenvolvimento não acontece apenas quando empresas crescem, mas quando vidas são sustentadas. É compreender que produtividade depende de dignidade, que

inovação depende de estabilidade emocional e que o Brasil só será forte quando o cuidado deixar de ser invisível.

Os pequenos negócios sabem disso intuitivamente. Eles vivem essa verdade todos os dias. Talvez seja hora de o país inteiro aprender com eles.

REFERÊNCIAS

FOLBRE, Nancy. *Who Pays for the Kids? Gender and the Structures of Constraint*. Londres: Routledge, 1994.

FRASER, Nancy. *Fortunas do Feminismo*. São Paulo: Boitempo, 2019.

FEDERICI, Silvia. *Calibã e a Bruxa*. São Paulo: Elefante, 2017.

HIRSCHMAN, Albert. *Estratégia do Desenvolvimento Econômico*. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1958.

FURTADO, Celso. *Formação Econômica do Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

VII - Financiamento e Orientação Financeira como Estrutura de Cuidado

O Dinheiro Que Sustenta Os Pequenos Negócios E O Futuro Do Brasil

Heloiza Cleide Rodrigues da Silva

Giovanni Beviláqua

1. Introdução: o dinheiro que circula e o dinheiro que amedronta

Poucas palavras carregam tanta ambivalência quanto “dinheiro”. Ele pode ser possibilidade ou ameaça, conforto ou angústia, ferramenta ou fantasma. No universo dos pequenos negócios, essa ambiguidade se intensifica. O dinheiro aparece como desejo de autonomia, como esperança de futuro e como medo de não dar conta. Para muitos empreendedores, lidar com finanças é enfrentar diariamente um espelho que devolve a imagem de suas vulnerabilidades.

Por isso, falar de financiamento e orientação financeira não é apenas discutir números. É discutir vidas. É discutir a capacidade de sustentar sonhos, famílias, territórios e identidades. É compreender que a economia se infiltra na biografia de cada pessoa, moldando humores, rotinas, expectativas e a própria maneira de estar no mundo.

Este artigo parte de uma premissa simples, mas ainda pouco compreendida: o financiamento não é apenas capital, é cuidado; e a orientação financeira não é apenas técnica, é acolhimento. Quando um empreendedor recebe apoio para organizar suas contas, para entender o fluxo de caixa, para ler seus próprios números sem medo, ele não está apenas aprendendo contabilidade. Ele está aprendendo a se relacionar com sua própria história econômica.

2. A técnica financeira e o cotidiano real: quando a teoria encontra o balcão

A linguagem financeira costuma ser apresentada como algo distante da vida comum. Termos como capital de giro, margem de contribuição, custo fixo e juro composto parecem pertencer a outro mundo. No entanto, no balcão de uma padaria, no salão de uma cabeleireira, no barco de um extrativista ribeirinho ou na oficina de um artesão, esses conceitos se manifestam em formas muito concretas.

O capital de giro aparece como a dúvida silenciosa sobre se haverá dinheiro para repor estoque. A margem de contribuição se revela quando o empreendedor calcula mentalmente se vale a pena ter uma promoção. O custo fixo está na preocupação com o aluguel, a energia ou o transporte. E o juro composto aparece quando uma dívida pequena se transforma em um problema grande, sem que a pessoa tenha percebido o caminho que levou até ali.

A técnica financeira, quando traduzida para a vida real, deixa de ser intimidadora e passa a ser ferramenta de clareza. A orientação financeira, nesse sentido, precisa ser acessível, dialogada e sensível ao cotidiano. Ela deve respeitar o tempo, o medo e o ritmo de cada pessoa. Porque ninguém aprende sobre dinheiro apenas com números. Aprende com narrativa, com experiência e com a sensação de que não está sendo julgado.

3. A dimensão subjetiva do dinheiro: medo, vergonha e coragem

A psicanálise nos ajuda a compreender por que muitos empreendedores evitam olhar para suas finanças. Não se trata apenas de falta de conhecimento técnico, mas de medo do que pode ser descoberto. O dinheiro carrega a ansiedade da insuficiência, a culpa de não ter feito o que "deveria" e a fantasia de que um erro financeiro revela algum tipo de falha pessoal.

Essa experiência emocional é muito mais comum do que se imagina. Há quem evite anotar despesas porque teme perceber que ganha menos do que precisa. Há quem adie o reajuste de preços por receio de desagradar clientes. Há quem mantenha uma dívida sem renegociar porque sente vergonha. Há quem confunda o fluxo da empresa com o fluxo pessoal porque nunca aprendeu a separá-los. Há quem veja toda conversa sobre planejamento como uma ameaça à sua autoconfiança.

O dinheiro, como dizia Freud de forma indireta, é um dos lugares onde depositamos nossos desejos e temores mais profundos. Ele mobiliza fantasias de perda, de controle e de reconhecimento. Por isso a orientação financeira eficaz precisa ser também uma escuta. Ela deve acolher a ansiedade e dar ao empreendedor um espaço simbólico onde olhar para os números não doa.

Quando isso acontece, o planejamento deixa de ser punição e se torna cuidado consigo mesmo.

4. O financiamento como campo de desigualdade: o CEP que pesa mais que o CNPJ

Não se pode falar de crédito no Brasil sem reconhecer sua desigualdade estrutural. O acesso ao financiamento é profundamente determinado pelo território, pela cor, pelo gênero e pelo histórico social. O juro é mais alto onde há mais vulnerabilidade. O crédito é mais restrito justamente para quem teria mais a ganhar com ele. A análise de risco, embora técnica, herda preconceitos históricos que se perpetuam de forma silenciosa.

Empreendedores negros, mulheres, idosos, jovens periféricos e negócios localizados em territórios vulneráveis enfrentam barreiras que vão muito além da documentação. A exigência de garantias é muitas vezes incompatível com a realidade econômica dessas pessoas. A avaliação de risco raramente leva em conta a criatividade, a resiliência ou as redes comunitárias que sustentam esses empreendimentos. Para quem está na ponta, o crédito aparece como porta entreaberta. É possível enxergar o que está dentro, mas entrar é outra história.

Aqui, a orientação financeira tem papel decisivo. Ela ajuda empreendedores a apresentar seus números, a organizar sua contabilidade, a preparar bons pedidos de crédito e a negociar com mais segurança. Ela também ajuda a construir confiança, reduzindo a distância simbólica entre instituições financeiras e vidas reais. Aos poucos, essa mediação transforma o financiamento em algo menos ameaçador e mais acessível.

5. O papel das instituições: mediação, presença e confiança

Nenhum pequeno negócio cresce sozinho. E nenhuma relação financeira saudável se sustenta sem mediação institucional. O Sebrae, as cooperativas de crédito, as universidades, os bancos públicos e as iniciativas comunitárias são fundamentais na construção de um ambiente seguro para o empreendedor aprender, errar, se reorganizar e recomeçar.

A orientação financeira, quando oferecida de forma humanizada, transforma números em possibilidades. Ela cria uma espécie de piso emocional e técnico que sustenta o empreendedor em seus momentos mais delicados. Sem essa mediação, a pessoa carrega sozinha a ansiedade de tomar decisões financeiras sem referências. Com ela, descobre que planejar pode ser menos um ato de controle e mais um ato de cuidado.

O financiamento, por sua vez, só se torna desenvolvimento quando vem acompanhado de presença. A presença institucional é o que faz o empreendedor sentir que não está sozinho. Que pode aprender no próprio ritmo. Que pode ser acompanhado. Que existe alguém que acredita no seu negócio.

6. Conclusão: olhar para o dinheiro é olhar para a vida

Mais do que planilhas, gráficos ou indicadores, finanças são histórias. Cada pequeno negócio carrega, dentro de si, uma biografia econômica. Ela é feita de tentativas, erros, acertos, improvisos, esperanças, dívidas renegociadas, sonhos que amadurecem e boletos que precisam ser pagos.

O financiamento e a orientação financeira, quando tratados com humanidade, têm a capacidade de transformar essa biografia em um caminho mais seguro, mais claro e mais digno. Planejar não é frieza. É cuidado. Financiar não é risco. É aposta no país real. Orientar não é ensinar. É caminhar junto.

Se um dia o Brasil compreender isso de forma ampla, haverá mais pequenos negócios fortes, mais territórios sólidos, mais redes enraizadas e mais estabilidade econômica. Porque, no fim das contas, o dinheiro não é apenas o que circula na economia. É o que permite que a vida continue.

REFERÊNCIAS

- FEDERICI, Silvia. Calibã e a Bruxa. São Paulo: Elefante, 2017.
- FOLBRE, Nancy. Who Pays for the Kids? Gender and the Structures of Constraint. Londres: Routledge, 1994.
- FURTADO, Celso. Formação Econômica do Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- HIRSCHMAN, Albert. Estratégia do Desenvolvimento Econômico. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1958.
- FRASER, Nancy. Fortunas do Feminismo. São Paulo: Boitempo, 2019.

VIII - Tecnologia e Pequenos Negócios

Um Encontro Necessário Para Reinventar o Futuro Brasileiro

Agnaldo de Almeida Dantas

Giovanni Beviláqua

1. Introdução: o futuro que parecia distante, mas que sempre esteve aqui

A conversa sobre inovação no Brasil ganhou, nos últimos anos, uma velocidade própria. Parecia que o país precisava correr atrás de um trem que já estivesse em movimento. Mas, quanto mais acelerávamos o discurso, mais distante ficava a sensação de pertencimento. Era como se a inovação tivesse sido sequestrada para dentro de auditórios com ar-condicionado, discursos empolgados e palavras em inglês, enquanto a vida cotidiana seguia seu ritmo de sempre, silencioso e denso.

O fato é que o futuro tecnológico do Brasil não será construído apenas pelos espaços tradicionalmente dedicados à inovação. Ele precisa nascer do encontro entre dois mundos que raramente conversam: o das startups, com sua energia experimental, e o dos pequenos negócios, com sua inteligência cotidiana profundamente enraizada no território. Esse encontro não costuma acontecer porque temos usado as palavras “inovação” e “transformação digital” como se fossem entidades abstratas, quando, na verdade, são movimentos humanos, culturais e sociais.

Este artigo tenta aproximar essas duas linguagens - a da tecnologia e a da vida real - para imaginar um futuro brasileiro mais coerente, mais simples e mais inclusivo.

2. O que separa uma startup de um pequeno negócio: e por que isso importa

É comum ouvir que startups são “pequenos negócios inovadores”. Embora essa frase pareça simpática, ela produz mais confusão do que clareza. Uma startup pode até ter o tamanho de um pequeno negócio, mas sua natureza é distinta. O pequeno negócio nasce para operar; a startup nasce para buscar um modelo. O pequeno negócio procura estabilidade; a startup procura escala. O pequeno negócio cresce devagar, de acordo com o ritmo da comunidade em que está inserido; a startup tenta crescer rapidamente, antes que o mercado a ultrapasse.

Dizer isso não é criar hierarquia. É apenas reconhecer que se trata de tempos diferentes. O mundo das startups vive da experimentação, do risco e de uma certa impaciência estratégica. O mundo dos pequenos negócios vive da presença, da regularidade e da inteligência silenciosa de quem precisa integrar trabalho, vida e território. Quando confundimos essas duas realidades, perdemos a chance de construir pontes verdadeiras entre elas. Quando as distinguimos com calma, percebemos que elas podem se complementar de maneira extraordinária.

A frase que resume tudo é simples: toda startup começa pequena, mas nem todo pequeno negócio quer ou precisa ser uma startup. E está tudo bem.

3. O mito do glamour tecnológico e o risco da inovação descolada do território

A imagem que construímos da inovação, no Brasil, foi muitas vezes moldada por exemplos externos. Celebramos empresas que cresceram de forma meteórica e passamos a acreditar que todo processo de inovação precisa ser veloz, disruptivo, agressivo e ambicioso. Esse imaginário transformou a palavra “tecnologia” quase em um fetiche, como se fosse a solução universal para qualquer problema. Mas inovação sem território é como uma planta sem raízes. Cresce rápido demais, mas não se sustenta.

O país criou um ecossistema em que startups, muitas vezes, nascem de referências estrangeiras, sofrem pressão por aceleração e buscam soluções que parecem sofisticadas, mas que nem sempre dialogam com a vida real dos brasileiros. É assim que surgem produtos digitais que impressionam no PowerPoint, mas não encontram lugar no cotidiano. É assim também que muitos empreendedores sentem que o mundo da inovação não foi feito para eles, como se fosse um clube seletivo e distante.

Mas a inovação verdadeira nasce de encontros simples. Ela não exige glamour, exige atenção. Ela não exige velocidade, exige coerência. Ela não exige ruptura,

exige compreensão do território. A tecnologia só ganha sentido quando se coloca a serviço da vida.

4. A inovação silenciosa dos pequenos negócios: o futuro acontecendo à luz do dia

Se quisermos ver onde o futuro realmente cresce no Brasil, basta observar a rotina dos pequenos negócios. Há mais invenção em uma feira livre do que em muitos eventos sofisticados. Um agricultor que adapta seu cultivo às mudanças climáticas está inovando. Uma cabeleireira que usa redes sociais para ampliar sua clientela está inovando. Um pequeno restaurante que reorganiza seu estoque para evitar desperdícios está inovando. Essas inovações são pequenas na forma e enormes na consequência.

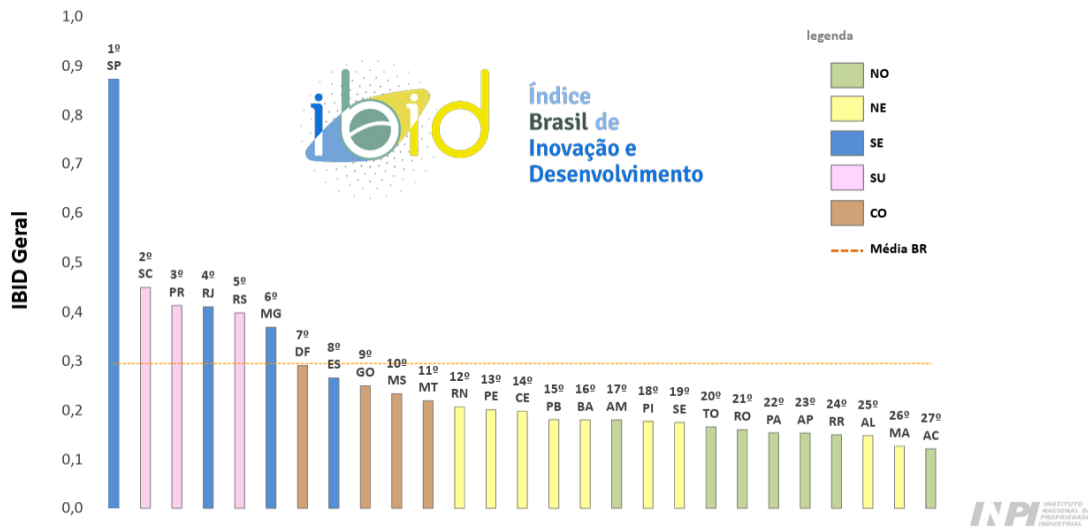
Elas mostram que o país tem uma inteligência prática que não depende de laboratórios ou fundos de investimento. O que falta não é criatividade; é conexão. O Brasil ainda não aprendeu a aproximar startups — com sua capacidade de testar soluções tecnológicas — dos pequenos negócios — com sua percepção finíssima das necessidades reais das pessoas.

Quando essas duas forças se encontram, nasce algo raro: uma inovação que respeita o ritmo do país. Uma tecnologia que não é imposta, mas construída junto. Uma solução que não vem de fora para dentro, mas de dentro para fora.

5. Os problemas do ecossistema brasileiro de inovação: concentração, desigualdade e pressa

O ecossistema de inovação brasileiro não é frágil; ele é assimétrico. A energia criadora existe, mas está distribuída de maneira desigual. A maioria das startups se concentra em poucas cidades, deixando de fora regiões inteiras que possuem potencial extraordinário. O acesso a capital é restrito, e quando aparece, exige velocidade que não condiz com a vida econômica do país. A desigualdade digital ainda é profunda, e milhões de empreendedores fazem o possível com conexões instáveis, equipamentos limitados e pouca formação. Dados recentes do Índice Brasil de Inovação e Desenvolvimento (IBID, 2025) revelam que as desigualdades regionais no acesso ao ecossistema de inovação não são apenas econômicas, mas estruturais. Este estudo mostrou, por exemplo, o quanto as regiões Norte e Nordeste possuem desigualdades estruturais persistentes em inovação.

IBID – Ranking geral 2025


 Índice
Brasil de
Inovação e
Desenvolvimento


Há também um problema de linguagem. Pequenos negócios muitas vezes não se aproximam das startups porque sentem que não pertencem àquele universo. E startups raramente se aproximam dos pequenos negócios porque acreditam que a inovação deve ocorrer em ambientes sofisticados e acelerados.

Essa distância não nasce de má vontade. Ela nasce de imaginários diferentes. Mas imaginários podem ser reescritos.

6. Como reverter esses problemas: inovação como diálogo e não como imposição

O caminho para transformar o ecossistema de inovação brasileiro não passa por grandes rupturas, e sim por grandes encontros. É preciso criar espaços onde pequenos negócios e startups conversem sem hierarquias, sem vergonha e sem tecnicismos desnecessários. É preciso desacelerar o imaginário da inovação e permitir que projetos amadureçam no tempo brasileiro — um tempo menos veloz, mas mais profundo.

Diante dessa necessidade, o Sebrae, por exemplo, desenvolveu programas como o ELI – Ecossistema Local de Inovação e Ativa, que visam estruturar em cada território uma rede articulada de atores, recursos e ativos que favorecem a criação de um melhor ambiente para desenvolver e fortalecer os negócios inovadores. A força do projeto é a colaboração: cada ecossistema é composto por representantes da academia, do poder público, da sociedade civil e da

iniciativa privada. Juntos, esses atores trabalham para identificar desafios e desenvolver programas, ações e eventos inovadores que muitas vezes resultam na transformação de comunidades inteiras.

Exemplos como este mostram que políticas públicas podem estimular essa ponte criando formação digital acessível, fortalecendo instituições que já conhecem os territórios e promovendo ambientes em que a experimentação seja segura e humana. Startups, por sua vez, precisam aprender a observar antes de propor, e a se aproximar dos pequenos negócios com humildade e escuta.

E os pequenos negócios precisam ser reconhecidos como parte do ecossistema de inovação, porque sem eles a tecnologia perde sua função social.

Quando esses movimentos acontecem, a inovação deixa de ser promessa e se torna prática. Ela deixa de ser discurso e se torna parceria. Ela deixa de ser idealização e se torna Brasil. Como exemplo prático dessa parceria, o Índice Brasil de Inovação e Desenvolvimento (IBID, 2025) identificou que, mesmo diante da alta desigualdade territorial brasileira, os Estados do Nordeste são os mais eficientes na conversão de seus insumos em produtos de inovação.

7. Conclusão: a tecnologia que nasce quando mundos finalmente se encontram

A inovação que interessa ao país não é a que imita modelos externos, nem a que busca velocidade a qualquer custo. É a inovação que nasce do encontro entre tempos diferentes. As startups trazem experimentação e risco. Os pequenos negócios trazem sensibilidade e presença. Quando esses mundos se reconhecem, algo novo surge: um futuro brasileiro mais completo.

Esse encontro, porém, exige o reconhecimento de que pequenos negócios desenvolvem o que Nelson e Winter (2005) chamam de "rotinas organizacionais" — formas de conhecimento tácito, acumulado ao longo do tempo, que não podem ser simplesmente substituídas por soluções tecnológicas padronizadas. A inovação incremental que acontece no cotidiano desses negócios representa uma trajetória evolutiva própria, adaptada às condições brasileiras, que precisa ser valorizada tanto quanto a inovação disruptiva das startups.

A democratização da inovação exige políticas públicas que reconheçam as especificidades territoriais — algo que Milton Santos sempre defendeu — e que fortaleçam os ecossistemas locais, permitindo que cada região desenvolva sua própria forma de inovar, enraizada em seu contexto social e cultural.

A tecnologia, nesse contexto, não é uma promessa distante. Ela se torna uma extensão da vida. Uma forma de cuidado. Um gesto de pertencimento. E talvez seja isso que o Brasil sempre precisou: não de mais velocidade, mas de mais vínculo. Não de mais glamour, mas de mais escuta.

E, principalmente, não de mais imitação de modelos externos, mas de reconhecimento e valorização das formas genuinamente brasileiras de criar, adaptar e transformar — formas que nascem do encontro entre o local e o global, entre o tradicional e o novo, entre o conhecimento acadêmico e a sabedoria popular. Esse é o caminho para uma inovação verdadeiramente enraizada, no sentido que Polanyi atribuía ao termo: uma economia que serve à sociedade, e não o contrário.

REFERÊNCIAS

FURTADO, Celso. Formação Econômica do Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

MILTON SANTOS. Por uma Outra Globalização. Rio de Janeiro: Record, 2000.

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

NELSON, Richard; WINTER, Sidney. Uma Teoria Evolutiva da Mudança Econômica. Campinas: Editora da Unicamp, 2005.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL (INPI). Índice Brasil de Inovação e Desenvolvimento (IBID) 2025. Brasília: INPI, 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/inpi-data/indice-brasil-de-inovacao-e-desenvolvimento-ibid/>

MACHADO, H. V.; SILVA, R. A. Inovação incremental em pequenas empresas: path dependence e rotinas organizacionais. Revista Brasileira de Inovação, v. 19, 2020.

SEBRAE. “Programa vai ampliar a interiorização e democratização da inovação em todo o país.”. <https://agenciasebrae.com.br/inovacao-e-tecnologia/programa-vai-ampliar-a-interiorizacao-e-democratizacao-da-inovacao-em-todo-o-pais/>

SOUZA, M. A. Uma abordagem ao desenvolvimento local inspirada em Celso Furtado e Milton Santos. Cadernos EBAPE.BR, v. 17, n. 3, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cebape/a/XgpmTKmtHqZSjyyj7r7snKQ/>

IX - A Sustentabilidade que Já Existe

Pequenos Negócios Como Guardiões Silenciosos Dos Biomas E Da Economia Brasileira

Pedro Carneiro Teixeira Cavalcante

Giovanni Beviláqua

1. Introdução: o Brasil que não cabe nos relatórios de sustentabilidade

A palavra “sustentabilidade” sofreu, ao longo dos anos, uma transformação curiosa. Aquilo que começou como um chamado ético profundo - preservar a vida, cuidar da casa comum, pensar o futuro - virou muitas vezes um discurso corporativo, higienizado e previsível. A paisagem natural do conceito foi sendo substituída por gráficos coloridos, slogans e certificados. E, nessa troca, perdemos de vista algo essencial: a sustentabilidade real não nasce de relatórios, mas de práticas concretas. Ela se revela no cotidiano, nos gestos mais simples e nas decisões coletivas que moldam nossa forma de habitar o mundo.

Quem caminha pelo Brasil profundo - pelos mercados municipais, pelas feiras de rua, pelos quintais do interior, pelas cooperativas extrativistas, pelos pequenos comércios de bairro - percebe que a sustentabilidade já existe, mas raramente recebe esse nome. Ela aparece como cuidado com o solo, com a água, com o alimento, com a comunidade. Aparece como respeito aos ciclos naturais, como reutilização intuitiva, como criatividade diante da escassez. Aparece como laços comunitários que se fortalecem quando a vida aperta.

Como lembra Nego Bispo, trata-se de saberes enraizados, que ainda resistem, pois se inscrevem em tradições e compartilhamentos que sempre compreenderam a vida como interdependência.

A sustentabilidade brasileira é, antes de tudo, cotidiana. E quem a sustenta são justamente os pequenos negócios. São eles que mantêm vivas práticas de produção e consumo baseadas na proximidade, na confiança e na

reciprocidade. Mais do que unidades econômicas, tornam-se espaços de circulação de saberes e de fortalecimento comunitário.

2. A sustentabilidade como prática e não como discurso

O mundo corporativo costuma tratar sustentabilidade como metas a serem alcançadas, indicadores a serem monitorados ou compromissos a serem publicados. Os pequenos negócios, ao contrário, tratam sustentabilidade como prática. Não porque desejem ocupar esse lugar, mas porque sua sobrevivência depende disso.

Um agricultor familiar que observa a terra antes de semear está praticando sustentabilidade. Uma comerciante que tenta reduzir desperdícios porque sabe o preço de cada centavo está praticando sustentabilidade. Uma artesã que utiliza integralmente a matéria-prima porque aprendeu a respeitar o que vem da natureza está praticando sustentabilidade. Não se trata de romantização. Trata-se de reconhecer que, nos pequenos negócios, a relação com os recursos é direta, concreta e íntima.

A sustentabilidade, nesses contextos, não é só filosofia, é necessidade. Pequenos negócios não podem desperdiçar porque simplesmente não têm espaço para isso. A vida econômica e a vida ambiental não são separadas; são partes de um mesmo gesto.

3. Os biomas brasileiros como sujeitos econômicos

Fala-se muito dos biomas brasileiros como patrimônio ambiental. E eles são. Mas raramente falamos deles como sujeitos econômicos capazes de gerar riqueza e inovação baseadas nos modos de vida das suas populações. Amazônia, Cerrado, Caatinga, Mata Atlântica, Pantanal, Pampas — cada um desses espaços produz não apenas biodiversidade, mas também formas específicas de trabalho, conhecimento e economia enraizadas nos seus saberes locais.

A Amazônia, por exemplo, sustenta milhares de famílias por meio do extrativismo, da agricultura de base florestal, da pesca artesanal e de uma infinidade de micro atividades que respeitam o ciclo natural da floresta. O Cerrado organiza redes de produtos alimentares que revelam a inteligência ecológica de gerações. A Caatinga, frequentemente caricaturada como seca e árida, abriga práticas produtivas resilientes, adaptadas a ciclos que a ciência apenas começou a compreender. O Pantanal sustenta modos de vida interdependentes entre água, terra, fauna e trabalho humano.

Esses exemplos revelam a força da **economia da sociobiodiversidade**, articulando saberes tradicionais, práticas comunitárias e inovação local. Trata-se de uma economia que nasce da diversidade biológica e cultural, transformando bioinsumos e conhecimentos em valor social e econômico. Ao reconhecer os biomas como sujeitos econômicos, compreendemos que a sociobiodiversidade é não apenas patrimônio ambiental, mas também fundamento de uma economia sustentável, regenerativa e plural.

Essas economias, embora pequenas na escala oficial, são gigantescas no que diz respeito à sensibilidade territorial. Elas carregam um conhecimento que nenhuma política pública conseguiria inventar sozinha. São sistemas vivos. E são sustentados, sobretudo, por pequenos negócios.

4. A sustentabilidade como relação emocional com o território

A psicanálise pode parecer improvável nesse debate, mas ela ilumina algo essencial: a relação entre pessoas e território não é apenas material, é emocional e simbólica. Há vínculo, memória, pertencimento. Pequenos empreendedores que trabalham com alimentos, artesanato, pesca ou extrativismo não lidam apenas com recursos; lidam com histórias.

Cada colheita é também uma herança. Cada técnica é uma narrativa. Cada cuidado é uma forma de manter viva uma memória coletiva. Nesse sentido, o território não é apenas espaço físico, mas campo de afetos e de significados.

Sustentabilidade, nesse sentido, é uma relação afetiva. É o modo como alguém reconhece o território como extensão de si. É o cuidado que se tem com aquilo que nos sustenta.

A economia tradicional tende a separar racionalidade de afetos, como se fosse possível fazer esta distinção. Mas pequenos negócios mostram, diariamente, que cuidado não atrapalha a produtividade — ao contrário, a sustenta. É nesse entrelaçamento que a economia da sociobiodiversidade se fortalece: porque não se trata apenas de gerar renda, mas de regenerar vínculos, revitalizar territórios e manter viva a história que dá sentido ao trabalho.

5. Os problemas da agenda de sustentabilidade no Brasil: distâncias e cegueiras

Apesar da riqueza ecológica e cultural do país, a agenda de sustentabilidade enfrenta desafios profundos. O primeiro deles é a distância simbólica entre o discurso ambiental e a vida cotidiana. O segundo é a tendência a enxergar

pequenos negócios como frágeis, quando, na verdade, são guardiões de práticas sustentáveis sofisticadas, embora não formalizadas. O terceiro desafio não é simplesmente a inexistência de políticas, mas a **baixa efetividade daquelas que já existem**. Muitas iniciativas mencionam a valorização dos saberes locais e o reconhecimento da diversidade de economias espalhadas pelos biomas, mas raramente conseguem alcançar as comunidades de forma concreta, contínua e justa.

Há também uma cegueira estrutural: transformamos a natureza em mercadoria e seus processos em commodities. Isso cria paradoxos. Exporta-se agricultura como se fosse apenas volume de grãos, sem considerar os ciclos naturais que sustentam a fertilidade do solo. Discute-se desenvolvimento como se território fosse apenas espaço vazio a ser ocupado. Promove-se turismo como se paisagem fosse apenas cenário, sem reconhecer os impactos sobre comunidades e ecossistemas. Defende-se modernização como se fosse apenas tecnologia, sem discutir a resiliência ecológica que garante continuidade dos serviços ecossistêmicos.

Mas o país real, aquele que trabalha de sol a sol, sabe que tudo isso está interligado. Quem vive do território sabe que não há economia possível sem natureza possível.

6. Como reverter essa desconexão: sustentabilidade como cooperação

A reversão desse cenário não exige rupturas dramáticas. Exige, sobretudo, escuta. É preciso fazer com que políticas públicas, startups de impacto, empresas de médio e grande porte e universidades se aproximem dos pequenos negócios não para impor modelos, mas para aprender com eles.

Trata-se de uma educação reversa, em que os territórios e suas práticas ensinam às instituições como sustentar e regenerar a vida. Esse aprendizado é condição para imaginar e construir outros mundos possíveis — mundos em que economia e ecologia não se separam, em que produtividade nasce do cuidado e em que a diversidade de saberes é reconhecida como fonte legítima de inovação.

A sustentabilidade pode ser fortalecida quando se transforma em processo colaborativo. Quando saberes locais dialogam com ciência. Quando práticas tradicionais ganham reconhecimento técnico. Quando tecnologias simples ajudam a reduzir desperdícios. Quando certificações são adaptadas às realidades culturais. Quando comercialização se organiza de maneira mais justa. Quando a economia entende que o território não é recurso, é parceria.

O Brasil tem uma oportunidade rara: unir a ancestralidade dos pequenos negócios à inovação contemporânea. Isso não exige glamour, exige cuidado. Não exige sofisticação, exige presença. Precisamos, como fala Krenak, “adiar o fim do mundo” reconhecendo que não há futuro possível sem a continuidade dos modos de vida que mantêm vivos os rios, as florestas e as comunidades, e onde há pequenos negócios, há futuro.

7. Conclusão: o país que pode florescer quando reconhece o que já tem

O Brasil costuma buscar no futuro aquilo que já possui no presente. A sustentabilidade brasileira existe, mas não é reconhecida como tal. Ela está nos gestos pequenos, nos negócios pequenos, nas práticas silenciosas que mantêm biomas vivos e comunidades em pé.

Se o país aprender a olhar para essa sustentabilidade cotidiana com respeito e inteligência, será possível construir um modelo econômico que não repete tragédias, mas inaugura caminhos.

A verdadeira sustentabilidade é simples, humana e orgânica. Ela se manifesta não como discurso, mas como vida que continua.

E talvez seja justamente isso o que os pequenos negócios, guardiões discretos dos biomas e da economia brasileira, sempre souberam.

REFERÊNCIAS

BISPO DOS SANTOS, Antônio. *A terra dá, a terra quer*. São Paulo: Ubu Editora, 2023.

FURTADO, Celso. *Formação Econômica do Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

DIEGUES, Antônio Carlos. *O Mito Moderno da Natureza Intocada*. São Paulo: HUCITEC, 1996.

KRENAK, Ailton. *Ideias para adiar o fim do mundo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

SANTOS, Milton. *Por uma Outra Globalização*. Rio de Janeiro: Record, 2000.

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

X- Territórios Inteligentes

O Desenvolvimento Que Nasce Do Chão, Das Pessoas E Dos Pequenos Negócios

Juarez de Paula

Giovanni Beviláqua

1. Introdução: o território que pensa, sente e cria

Costumamos imaginar território como algo fixo, como um mapa, uma fronteira ou uma delimitação oficial. Mas quem vive a realidade brasileira sabe que o território é muito mais do que isso. Ele é uma presença. É um organismo vivo, composto de memórias, afetos, histórias, ritmos e relações econômicas que se entrelaçam de maneiras sutis. Ele não é apenas um espaço físico; é um campo de força. E como todo campo de força, ele influencia e é influenciado.

Quando falamos de desenvolvimento local, não estamos falando de um conjunto de indicadores. Estamos falando de um território que pensa — não como uma mente particular, isolada, mas como um sistema vivo, uma rede conectada que aprende, responde e se adapta.

Territórios inteligentes não são criados por decreto, nem por investimentos isolados. Eles emergem quando as inteligências já existentes — humanas, culturais, produtivas — são ativadas, reconhecidas e conectadas. É aí que entram os pequenos negócios. Eles não apenas operam no território; eles encarnam o território.

2. O território como potência: uma inteligência coletiva que não cabe em relatórios

A economia tende a olhar para os territórios a partir do que falta. Falta infraestrutura, falta crédito, falta tecnologia, falta educação, falta investimento. Isso é verdadeiro em muitos casos, mas não é a história inteira. Quando olhamos para o que existe — e não apenas para o que falta — percebemos que cada território carrega uma inteligência coletiva, construída por décadas, às vezes séculos, de prática e convivência.

Essa inteligência aparece nas rotinas. Um pescador sabe ler a maré com precisão que nenhum sensor substitui. Uma quitandeira compreende a dinâmica de consumo do bairro com uma sensibilidade que escapa aos relatórios. Um artesão reconhece no material aquilo que o território permite. Um grupo de jovens periféricos compreende tendências culturais antes que elas se tornem mercadoria.

Esses gestos, embora pequenos, criam um tipo de conhecimento que a teoria raramente consegue capturar. É um conhecimento que não se ensina por apostila e que não se mede por indicador. É o conhecimento do corpo, da experiência, da comunidade. É o conhecimento que faz o território sobreviver.

3. Pequenos negócios como arquitetos invisíveis do desenvolvimento local

Quando pensamos em desenvolvimento local, é comum imaginarmos grandes projetos ou investimentos monumentais. Mas quem realmente sustenta o cotidiano econômico dos territórios é a teia formada por pequenos negócios. São eles que dão vida às ruas, que constituem vínculos de confiança, que geram estabilidade emocional e econômica, que criam rotinas e que mantêm a circulação de renda dentro da própria comunidade.

Eles são arquitetos invisíveis de um ecossistema que raramente é reconhecido como tal. Cada pequeno negócio é uma espécie de nó em uma rede territorial. Ele conecta pessoas, histórias, práticas, desejos e necessidades. Ele organiza temporalidades — a hora do pão, a hora da feira, a hora da costura, a hora da ostra, a hora da colheita. Ele cria pertencimento.

O desenvolvimento local não é apenas crescimento; é continuidade. E pequenos negócios garantem essa continuidade.

4. A subjetividade do território: pertencimento, cuidado e estabilidade emocional

Nenhum território é apenas um conjunto de dados. Ele é também um campo emocional. A psicanálise nos ajuda a compreender que espaços geram sentimentos específicos: segurança, medo, confiança, intimidade, estranhamento. Pequenos negócios não são apenas unidades produtivas; são também espaços simbólicos. Eles oferecem familiaridade, reconhecimento e sentido.

Uma mercearia de bairro não vende apenas alimentos. Ela vende pertencimento. Uma barbearia não vende apenas cortes de cabelo. Ela vende conversa, escuta e acolhimento. Uma pequena fábrica não emprega apenas pessoas. Ela estrutura trajetórias de vida.

O território inteligente é, antes de tudo, um território que cuida. Um lugar onde as pessoas se sentem vistas, onde a economia cria laços e não apenas transações. Esse vínculo subjetivo torna a própria economia mais resiliente, porque comunidades unidas atravessam crises com mais força do que comunidades fragmentadas.

5. Os desafios do desenvolvimento local no Brasil: assimetrias e ausências

Apesar da riqueza territorial do país, o desenvolvimento local enfrenta desafios profundos. Há desigualdades históricas na distribuição de investimentos, na presença do Estado, na oferta de educação, na infraestrutura e no acesso a crédito. Territórios que produzem riqueza para o país muitas vezes permanecem invisíveis. A assimetria não é apenas econômica; é simbólica. Muitos territórios não são reconhecidos como fontes legítimas de conhecimento e inovação.

Além disso, políticas de desenvolvimento frequentemente chegam de fora para dentro, carregando modelos que não dialogam com as práticas locais. Em vez de fortalecer o que existe, tentam substituir. Em vez de escutar, prescrevem. Em vez de ativar, padronizam.

Esse movimento produz, em muitos casos, descontinuidade e frustração. Mas não produz desenvolvimento.

6. Caminhos possíveis: desenvolvimento como reencontro e não como intervenção

Se quisermos construir territórios inteligentes, precisamos mudar o movimento. Em vez de impor, precisamos escutar. Em vez de trazer soluções prontas, precisamos fortalecer saberes locais. Em vez de substituir práticas, precisamos conectá-las. O desenvolvimento local não exige grandes rupturas; exige coerência com o território. É fundamental reconhecer e fortalecer o protagonismo dos agentes locais.

Isso significa reconhecer que os pequenos negócios são parceiros estratégicos. Eles têm a escuta do cotidiano, a sensibilidade das necessidades reais e a inteligência do imprevisto que mantém tudo funcionando mesmo quando falta quase tudo. Tecnologia pode somar - desde que respeite o ritmo do território. Políticas públicas podem somar - desde que compreendam sua complexidade afetiva. Universidades podem somar - desde que estabeleçam diálogos horizontais, e não hierárquicos.

O território inteligente é aquele em que diferentes agentes se encontram, em vez de se sobrepor.

7. Conclusão: o país que floresce quando o território é visto como sujeito

Territórios não são recipientes vazios esperando investimentos. Eles são sujeitos. Sujeitos feitos de histórias, práticas, saberes, conflitos, afetos e economias vivas. Quando tratamos o território como sujeito, enxergamos sua dignidade. Quando tratamos como objeto, repetimos fracassos.

O desenvolvimento brasileiro precisa desse reencontro: o reencontro com o chão, com o ritmo, com a comunidade, com a inteligência prática dos pequenos negócios. É ali que o país pulsa onde a vida acontece e onde o futuro pode finalmente florescer - não como promessa abstrata, mas como continuidade.

REFERÊNCIAS

FURTADO, Celso. Formação Econômica do Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

SANTOS, Milton. A Natureza do Espaço. São Paulo: Edusp, 2002.

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

GEERTZ, Clifford. A Interpretação das Culturas. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

LEVY, Pierre. A Inteligência Coletiva. Edições Loyola, 1998.

XI - A Economia da Cultura

Criatividade, Território E Pequenos Negócios Como Força Vital Do Brasil

Karla Carbonera

Angélica Cordova Machado

Giovanni Beviláqua

1. Introdução: o país que se inventa todos os dias

O Brasil tem uma característica rara. Aqui, a criatividade não é exceção, nem um recurso destinado a poucos. Ela se espalha pelo cotidiano com a mesma naturalidade com que se espalham os cheiros, as vozes, os gestos e os sotaques. Está nas festas, nas cozinhas, nos corpos, nos encontros improvisados, nas memórias transmitidas entre gerações.

Está também nos pequenos negócios que sustentam essa vitalidade cultural. Cada um deles participa, de algum modo, da invenção diária do país. Rica por um lado, mas desafiadora por outro. Essa criatividade que dá contorno aos pequenos negócios emerge, em grande medida, por causa dificuldades cotidianas. A escassez de recursos, desigualdades sociais e falta oportunidades iguais para todas as pessoas acaba por produzir alternativas que se revelam criativas. Assim os pequenos negócios encontram suas maneiras de florescer criativamente diante dos desafios.

A cultura brasileira não é apenas uma expressão simbólica. Ela é História com agá maiúsculo, é a produção de saberes e sentidos ancestrais, é a revolução de atitudes que interrogaram os *status quo* para encontrar, entre tantas coisas, espaço para a emergência de uma economia concreta, que movimenta territórios, cria empregos, produz renda, transforma e adapta experiência de existir. Essa economia, embora muitas vezes invisibilizada, é estruturada por pessoas que empreendem e que traduzem materializam aquilo que somos enquanto povo. Este artigo procura compreender a cultura não como decoração, mas como fundamento, não como mercado isolado, mas como forma de vida que sustenta o país.

2. Cultura como matriz da criatividade e fundamento simbólico da economia

A cultura não pode ser reduzida a um repertório simbólico estático ou a um setor isolado da economia, mas deve ser compreendida como prática histórica, experiência vivida e campo de produção de sentido atravessado por relações de poder. Como formula Stuart Hall (2003), a cultura constitui um lugar privilegiado onde identidades são construídas, negociadas e transformadas, especialmente nos contextos diaspóricos, em que memória, deslocamento e reinvenção operam como fundamentos da experiência social.

No contexto afro-diaspórico, essa compreensão se aprofunda ao reconhecermos, com Lélia Gonzalez (2020), que a cultura negra, majoritária no Brasil, não é periférica à formação social brasileira, mas estruturante de suas linguagens, estéticas, sociabilidades e formas de existência, ainda que historicamente invisibilizada. Nessa chave, cultura emerge como continuidade ancestral, corporeidade, oralidade e prática cotidiana, dimensões que Bell Hooks (2013) identifica como espaços pedagógicos e políticos nos quais sujeitos subalternizados constroem agência e produzem novos significados sobre si e sobre o mundo.

Ao articular essa concepção com o campo da economia criativa, torna-se possível deslocar a noção de criatividade de um atributo individual abstrato para compreendê-la como expressão socialmente situada, enraizada em repertórios culturais coletivos, saberes tradicionais e experiências históricas racializados.

Dessa maneira, a criatividade, lida frequentemente como matéria-prima fundamental da economia criativa, revela-se como resultado de processos culturais de resistência, reinvenção e sobrevivência simbólica diante de estruturas de exclusão (MBEMBE, 2018; NASCIMENTO, 2022). No Brasil, essa relação se materializa de forma particularmente evidente nos empreendimentos culturais e criativos. As práticas produtivas não emergem sem trazer junto heranças culturais afro-brasileiras em bens, serviços, estéticas e narrativas que movimentam territórios e economias locais.

Desse modo, a economia criativa, quando analisada a partir de uma perspectiva decolonial que confronta as noções eurocentradas, não se limita à mercantilização da cultura, mas configura-se como extensão econômica da vida cultural, na qual memória, identidade, estética e experiência coletiva operam como ativos intangíveis centrais à geração de valor, tensionando as fronteiras entre cultura, trabalho e existência.

3. A economia que nasce do corpo, da memória e da imaginação

A cultura brasileira é frequentemente percebida como espontânea, mas essa aparência de naturalidade oculta processos históricos, sociais e econômicos densos que estruturam sua produção e circulação. Beatriz Nascimento preconiza que tais práticas culturais podem ser compreendidas como expressões corporificadas e territorializadas da experiência histórica. Elas não emergem de impulsos individuais isolados, mas de corpos que carregam memória, técnica, pertencimento e continuidade cultural. A corporeidade, nesse sentido, não se limita à dimensão física, mas constitui um arquivo vivo de saberes, gestos, ritmos e modos de fazer que se transmite no cotidiano e se atualizam nas práticas sociais.

Assim, manifestações como a dança, a música, a culinária ou o artesanato devem ser lidas como práticas encarnadas, produzidas por repertórios coletivos, técnicas aprendidas na convivência e memórias compartilhadas que se sedimentam nos corpos e nas relações sociais. Cada expressão cultural resulta de saberes acumulados ao longo do tempo, de formas de transmissão intergeracional e de inserções concretas no trabalho e na vida cotidiana, evidenciando que a cultura não se constitui fora da materialidade da existência, mas através dela.

Nesse enquadramento, o conceito de aquilombamento, elaborado por Nascimento, amplia a compreensão da cultura como prática social de continuidade e organização coletiva. O quilombo, mais do que um espaço histórico específico, configura-se como forma de produção de vida, memória e sociabilidade, cujos princípios de resistência, partilha e construção comunitária persistem nas dinâmicas culturais contemporâneas. Desse modo, práticas culturais cotidianas podem ser interpretadas como modos de aquilombamento simbólico e social, nos quais corpos, saberes e experiências se articulam para produzir pertencimento, sustentar identidades e viabilizar formas de existência.

Nesse sentido, aquilo que se apresenta como expressão simbólica é também resultado de organização social, de técnica e de prática situada. Um prato típico, por exemplo, não é apenas lembrança afetiva, mas síntese de trajetórias culturais, adaptações históricas e conhecimentos incorporados; uma peça artesanal condensa domínio técnico, experiência e pertencimento territorial; manifestações artísticas e estéticas, por sua vez, dependem de circulação, reconhecimento e mediações sociais que lhes conferem existência pública.

É nesse ponto que se revela sua dimensão econômica. Há uma economia que se constitui quando práticas culturais se articulam a redes de produção, demanda, circulação e valor, convertendo saberes simbólicos em trabalho, renda e serviços. Assim, longe de serem apenas gestos espontâneos, as expressões culturais integram processos produtivos enraizados na vida social, nos quais memória, técnica, experiência e mercado se entrelaçam,

evidenciando que a cultura não é exterior à economia, mas uma de suas bases constitutivas.

Essa economia não está apenas nos grandes espetáculos ou nas instituições formais, mas sobretudo nos pequenos negócios que traduzem sentimentos e tradições em produtos e serviços. Ela se estrutura, de modo capilar, nas práticas produtivas do cotidiano, especialmente nos pequenos negócios que operam na intersecção entre cultura, trabalho e sociabilidade. Nesses espaços, saberes técnicos, repertórios culturais e experiências de vida são continuamente mobilizados na oferta de produtos e serviços que carregam dimensão estética, simbólica e relacional.

Uma manicure que cria desenhos autorais, um barbeiro que transforma seu salão em espaço de estilo e conversa, uma cozinheira que prepara pratos herdados da família, uma artesã que trabalha com materiais locais, todos esses exemplos evidenciam formas de produção econômica que não dissociam criação, identidade e prática laboral. Eles não se separam, porque a vida cotidiana brasileira é inseparável de sua estética. Trata-se de atividades inseridas em circuitos concretos de demanda, circulação e geração de renda, mas que, simultaneamente, produzem sentido cultural e pertencimento social.

Contudo, a estética não aparece como adorno periférico, mas como dimensão constitutiva da própria atividade econômica. A vida cotidiana organiza-se por meio de formas sensíveis modos de fazer, de apresentar, de interagir e de significar que atravessam o trabalho e estruturam a experiência social. Assim, nos pequenos negócios, cultura e economia não operam como esferas separadas, mas como dimensões articuladas de um mesmo processo produtivo, no qual práticas culturalmente situadas se convertem em valor econômico sem perder sua inserção nas dinâmicas do território, da memória e da sociabilidade.

4. A inovação estética das periferias e a potência invisível dos pequenos negócios

As periferias brasileiras constituem territórios centrais de produção estética e inovação cultural, não por uma suposta espontaneidade criativa, mas pela densidade histórica, social e simbólica que nelas se condensa. Neste cenário, a cultura se estrutura como prática situada, atravessada por urgências materiais, experiências coletivas e repertórios compartilhados que operam simultaneamente como forma de expressão e estratégia de existência. Linguagens musicais, estéticas visuais, modos de vestir, falar, dançar e ocupar o espaço urbano emergem de contextos nos quais criação e sobrevivência se entrelaçam, mostrando que a inovação cultural não é exceção, mas dimensão constitutiva da vida social em contextos periféricos. Os pequenos negócios

são a infraestrutura dessa invenção. Lojas de roupas adaptam tendências que nascem nas ruas, cozinhas de bairro reinventam pratos que se tornam referência, estúdios independentes produzem música de forma colaborativa, ateliês transformam resíduos em arte, coletivos de jovens produzem cenas culturais completas sem depender de grandes investimentos. Quando olhamos para esse fenômeno sem preconceitos, percebemos que o país cria - não apesar das dificuldades - mas sobretudo por meio delas.

A partir da chave interpretativa do afrofuturismo, essas produções podem ser compreendidas como tecnologias culturais de futuro. O afrofuturismo não se restringe a uma estética especulativa, mas configura-se como projeto de reimaginação do presente e do porvir a partir de experiências históricas marcadas pela diáspora e pela marginalização racial. Alê Santos destaca que narrativas negras contemporâneas operam como reescritas do imaginário histórico, deslocando sujeitos periféricos da posição de objeto para a de produtor de conhecimento e de mundo (SANTOS, 2019). De modo convergente, Eshun afirma que as culturas da diáspora negra produzem futuros alternativos por meio de práticas musicais, tecnológicas e narrativas que reconfiguram o tempo histórico (ESHUN, 2003). Womack também compreende o afrofuturismo como prática cultural que articula memória, imaginação e inovação tecnológica, projetando novos horizontes de existência (WOMACK, 2013).

Os pequenos negócios funcionam como infraestrutura material da invenção. Lojas independentes reinterpretam tendências que emergem das ruas e as inserem em circuitos mais amplos de circulação. Cozinhas de bairro reelaboram repertórios culinários que se tornam referências simbólicas e econômicas. Estúdios autônomos produzem música em dinâmicas colaborativas; ateliês transformam materiais locais em experimentação estética; coletivos juvenis organizam cenas culturais completas mesmo com recursos limitados. Tais práticas evidenciam circuitos produtivos nos quais cultura, território e economia operam de forma integrada.

6. Os desafios da economia cultural no Brasil: desigualdades, precariedades e invisibilidades

Apesar de sua potência, a economia cultural brasileira enfrenta obstáculos significativos. Há desigualdades regionais no acesso a políticas culturais, recursos financeiros e espaços de circulação. Há precarização estrutural do trabalho cultural, que se intensifica nos pequenos empreendimentos. Há a falta de políticas de continuidade, que faz com que tudo dependa de projetos temporários.

E existe uma dificuldade profunda de reconhecer o valor econômico da cultura. Muitos criadores têm dificuldade de cobrar, porque internalizaram a ideia de que criação é dom, não trabalho. Já em 1966, William Baumol e William Bowen escreveram sobre essa dificuldade de mensuração da cultura a partir da perspectiva capitalista de substituição de trabalhadores por máquinas e os custos dessas operações. A essa situação, os autores nomearam “Doença de custos”, que reflete um descompasso de produtividade entre os setores:

O esforço de trabalho vivo em uma performance é o produto final. Conseqüentemente, não há possibilidade de aumento na produtividade do trabalho no sentido convencional. (Baumol & Bowen, 1966, p. 164).

A teorização dos autores ajuda a compreender a dificuldade de mensuração do valor do trabalho de quem produz e vive de cultura. Essa visão produz insegurança e fragilidade, dificultando a construção de trajetórias sustentáveis.

7. Caminhos possíveis: cultura como política de desenvolvimento e não como ornamento

O avanço da economia cultural depende de uma mudança de perspectiva. Cultura não pode ser vista como adorno. Ela é infraestrutura simbólica e econômica.

Ela organiza identidades, gera pertencimento, movimenta territórios, cria empregos, estimula o turismo, atrai investimento e fortalece redes comunitárias. Qualquer política de desenvolvimento que ignore a cultura está fadada a ser superficial.

Para fortalecer essa economia, é necessário valorizar o que já existe, apoiar pequenos negócios criativos, estimular redes de cooperação, integrar cultura e tecnologia de forma respeitosa e garantir políticas públicas que ofereçam continuidade.

A cultura precisa ser acompanhada e não apenas celebrada. Ela não precisa ser moldada, mas sustentada.

8. Apontamentos finais: a economia da vida que se expressa

A cultura é uma forma de dizer que estamos vivos. É o modo como um povo se apresenta ao mundo e a si mesmo. E os pequenos negócios são os guardiões dessa expressão cotidiana. Eles sustentam práticas, memórias, desejos e vínculos que dão forma ao país.

Ao reconhecer a economia cultural como parte central de seu desenvolvimento, o Brasil encontrará um caminho profundamente brasileiro de gerar futuro.

Criar é sobreviver, existir e, também, fazer economia.

REFERÊNCIAS

- BAUMOL, William J.; BOWEN, William G. **Performing Arts: The Economic Dilemma**. New York: Twentieth Century Fund, 1966.
- CANCLINI, Néstor García. *Culturas Híbridas*. São Paulo: Edusp, 2008.
- FURTADO, Celso. *Criatividade e Dependência na Civilização Industrial*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.
- GEERTZ, Clifford. *A Interpretação das Culturas*. Rio de Janeiro: LTC, 2008.
- SANTOS, Milton. *A Natureza do Espaço*. São Paulo: Edusp, 2002.
- HALL, Stuart. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: UFMG, 2003.
- GONZALEZ, Lélia. *Por um feminismo afro-latino-americano*. Rio de Janeiro: Zahar, 2020.
- Hooks, Bell. *Ensinando a transgredir: a educação como prática da liberdade*. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2013.
- MBEMBE, Achille. *Crítica da razão negra*. São Paulo: n-1 edições, 2018.
- NASCIMENTO, Beatriz. *O negro visto por ele mesmo*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2022.

XII - Cooperativismo e Redes de Solidariedade

A Economia Que Nasce Quando O Cuidado Se Torna Coletivo

Maria Auxiliadora Umbelino de Souza

Giovanni Beviláqua

1. Introdução: a força de estar junto

O Brasil sempre soube sobreviver coletivamente.

Muito antes de existir qualquer política formal de apoio, e muito antes de termos palavras sofisticadas como cooperação, networking ou economia colaborativa, as comunidades brasileiras já criavam seus próprios sistemas de apoio mútuo. Esses sistemas nasciam da necessidade e do afeto.

Uma vizinha cuidava do filho da outra para que ela pudesse trabalhar. Um grupo de pescadores dividia o risco da maré. Uma cooperativa informal organizava colheitas e repassava produtos a quem precisava. Uma roda de jovens compartilhava conhecimento e ferramentas. Uma feira se sustentava porque todos ajudavam a manter o fluxo vivo. Nada disso era chamado de cooperativismo. Era simplesmente a vida acontecendo.

Hoje, quando falamos de redes de solidariedade e de cooperativismo, estamos nos referindo a essa força ancestral que o país conhece bem, mas que precisa ser reconhecida como parte da economia e não como gesto doméstico ou moral. Este artigo procura iluminar esse fenômeno, mostrando que colaboração não é romantismo, mas estratégia econômica, cuidado que se organiza e desenvolvimento que se enraíza.

2. Cooperar é economizar energia coletiva

A lógica da cooperação é simples e ao mesmo tempo sofisticada. Cooperar significa distribuir esforço, partilhar risco, dividir tarefas e multiplicar resultados. Quando um grupo de empreendedores se organiza para comprar insumos em conjunto, reduz custos. Quando se organiza para vender de forma integrada, amplia alcance. Quando compartilha máquinas, ferramentas ou tempo, cria eficiência.

Mas há algo mais profundo que não aparece nas planilhas. Cooperar reduz solidão.

Pequenos negócios carregam um fardo emocional invisível. Eles lidam com incertezas, inseguranças e pressões que muitas vezes são enfrentadas sozinhas. A cooperação ameniza esse peso. Ela cria sensação de pertencimento e produz uma espécie de respiro coletivo.

Cooperar, nesse sentido, é também cuidar do que o outro carrega. A economia raramente reconhece isso, mas a subjetividade é parte essencial da produtividade. Onde existe vínculo, existe coragem. Onde existe apoio, existe continuidade.

3. A inteligência comunitária que o Brasil sempre teve

Muitas comunidades brasileiras desenvolveram, ao longo das décadas, formas de economia colaborativa que nunca foram formalizadas. A pesca artesanal funciona assim. A agricultura familiar também. Em vários territórios, o transporte, a produção e a distribuição são organizadas coletivamente porque a vida exige. Cooperar, nesse contexto, não é ideologia. É sobrevivência e é também cultura.

O cooperativismo brasileiro brota de práticas muito antigas de reciprocidade, troca simbólica e cuidado. Ele aparece nos mutirões, nas festas comunitárias, nos sistemas de partilha de sementes, nas cozinhas coletivas, nos grupos de mães, nas redes periféricas de empreendedorismo jovem, nas associações de artesãos e nos coletivos de música e cultura que se organizam sem qualquer apoio formal.

Essas redes criam uma economia subterrânea, mas vital. São raízes que sustentam o território, mesmo quando as políticas públicas falham.

São formas de inteligência que não dependem de institucionalização para funcionar.

4. A subjetividade da solidariedade: confiança, reconhecimento e coragem

A psicanálise nos ajuda a compreender que toda economia precisa de vínculos emocionais. Confiar no outro é um gesto interno, não apenas racional. Implica permitir-se depender, ainda que minimamente, de alguém.

Cooperativas e redes de solidariedade funcionam quando existe confiança suficiente para que o risco seja compartilhado. Funcionam quando o reconhecimento entre as pessoas antecede a formalização. Funcionam quando cada integrante se sente visto e valorizado.

Essa dimensão subjetiva explica por que algumas cooperativas prosperam e outras não. Não basta ter modelo de gestão. É preciso ter atmosfera emocional.

Cooperar exige abertura para o outro e para o coletivo, e essa abertura só existe em ambientes onde as pessoas sentem que podem existir sem medo.

5. Os problemas do cooperativismo no Brasil: burocracia, falta de reconhecimento e desconfiança histórica

Apesar de sua potência, o cooperativismo brasileiro enfrenta desafios importantes. Muitos empreendedores não se veem como agentes coletivos, porque internalizaram a narrativa individualista segundo a qual sucesso depende apenas de esforço próprio.

Há também uma herança de experiências malsucedidas que geraram desconfiança.

Além disso, a formalização de cooperativas ainda é burocrática, especialmente em territórios vulneráveis. E falta uma política pública consistente que valorize o cooperativismo como força econômica e não apenas como ação social.

Outro problema silencioso é simbólico. Muitas cooperativas e associações não são, muitas vezes, reconhecidas como empreendimentos legítimos. São tratadas como iniciativas secundárias, quando, na verdade, organizam parte essencial da economia brasileira, especialmente no campo, nos biomas, nas periferias e nas comunidades tradicionais.

6. Como avançar: o cooperativismo como política de desenvolvimento e como ética de cuidado

A força do cooperativismo não está na formalidade jurídica. Está no desejo de partilhar. Por isso, fortalecer cooperativas e redes de solidariedade exige mais escuta do que imposição. Exige compreender a lógica interna de cada comunidade, seus tempos, seus vínculos, seus medos e suas potências.

A partir dessa compreensão, políticas públicas, universidades, instituições de apoio e empresas podem atuar como mediadoras, e não como tutoras.

Cooperar é fazer com que cada pessoa carregue menos peso e tenha mais horizonte. Essa perspectiva precisa guiar o desenvolvimento local.

A economia colaborativa brasileira pode se tornar ainda mais sólida quando conectada a tecnologia simples, à formação continuada, ao acesso ao crédito proporcional à realidade territorial e ao reconhecimento da diversidade cultural que molda cada grupo.

O cooperativismo, assim entendido, não é uma alternativa ao mercado. É a forma como o mercado se torna mais humano e mais resiliente.

7. Conclusão: o Brasil que se sustenta porque se apoia

O país sempre se sustentou coletivamente, mesmo quando isso não aparecia nos livros de economia. Pequenos negócios, comunidades e territórios aprenderam a sobreviver uns pelos outros.

E isso não é fragilidade, mas sim força.

Cooperar é a forma brasileira de resistir, criar e continuar. É a maneira como transformamos dificuldades em vínculos e vínculos em economia. Se o Brasil compreender essa força com seriedade, descobrirá que o desenvolvimento não depende apenas do que cada um faz, mas do que todos conseguem fazer juntos.

REFERÊNCIAS

FURTADO, Celso. Formação Econômica do Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

PUTNAM, Robert. Comunidade e Democracia. Rio de Janeiro: FGV, 2002.

SINGER, Paul. Introdução à Economia Solidária. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2002.

SANTOS, Boaventura de Sousa. Pela Mão de Alice. São Paulo: Cortez, 1995.

XIII - Educação Empreendedora

Formar Sujeitos Que Compreendem O Mundo E Criam Possibilidades

Augusto Togni de Almeida Abreu

Giovanni Beviláqua

1. Introdução: educar para interpretar o mundo, e não apenas para agir dentro dele

A expressão educação empreendedora tornou-se comum nos discursos de desenvolvimento, mas ela tem sido usada com significados muito diferentes e, em vários casos, bastante limitados. Há cursos que se concentram apenas em técnicas e ferramentas, como se o ato de empreender dependesse exclusivamente de modelos replicáveis e metodologias universais. Essa abordagem transforma a formação em um treinamento, e o sujeito em alguém que deve simplesmente aplicar aquilo que aprendeu, sem necessariamente compreender o mundo em que está inserido.

A teoria crítica nos alerta justamente para esse risco. Quando a educação se reduz a técnica, ela perde sua capacidade de formar pensamento. Empreender, especialmente no Brasil, não é apenas um conjunto de ações práticas. É uma relação profunda com desigualdades, territórios, histórias familiares, vínculos comunitários e afetos. Por isso, uma educação empreendedora que se pretenda séria precisa ir muito além da instrumentalização. Ela deve auxiliar pessoas a interpretar suas condições reais, identificar limites estruturais, reconhecer suas próprias forças e, a partir daí, construir possibilidades.

2. Quando a educação se torna performance e não formação

Uma das ilusões mais fortes no campo da educação empreendedora é a ideia de que tudo depende de atitude, disciplina e resiliência. Essa crença, disseminada por discursos motivacionais e formatos simplificadores, constrói a

imagem de um empreendedor incansável que sempre encontra energia, que resolve qualquer problema, que transforma dificuldade em força e que nunca se permite hesitar. Embora funcional como narrativa, essa imagem é profundamente descolada da vida real.

Ao ignorar desigualdades, vulnerabilidades emocionais, precariedades estruturais e barreiras territoriais, essa pedagogia da performance produz um efeito perverso. Quando alguém não atinge o resultado esperado, a responsabilidade recai inteiramente sobre a pessoa, como se esforço individual fosse suficiente para superar contextos adversos. A teoria crítica descreve bem essa armadilha: sistemas sociais projetam sobre os indivíduos expectativas impossíveis e, depois, culpam-nos por não as alcançar.

Nesse cenário, a educação deixa de ser instrumento de emancipação e passa a ser mecanismo de cobrança. Muitos empreendedores carregam culpa não por falta de dedicação, mas por terem sido expostos a um imaginário irreal sobre o que significa empreender no Brasil.

3. Autonomia: entre condições reais e possibilidades concretas

Para que a educação empreendedora contribua verdadeiramente para o desenvolvimento humano e econômico, ela precisa recolocar a autonomia no centro. No entanto, autonomia não é sinônimo de independência total nem de superação individualista.

A autonomia que interessa aqui é uma capacidade interpretativa.

Ela se manifesta quando uma pessoa consegue compreender a complexidade do contexto em que vive, reconhecer suas limitações e, mesmo dentro delas, identificar margens de ação que façam sentido.

Nesse sentido, educar empreendedores significa oferecer instrumentos para que cada pessoa amplie sua leitura da realidade e consiga distinguir o que é estrutural do que é circunstancial.

Essa distinção é fundamental porque libera o sujeito da culpa improdutiva e desloca seu foco para escolhas possíveis.

A autonomia se fortalece quando há clareza sobre as condições que moldam a vida econômica.

Ao compreender isso, o empreendedor deixa de buscar fórmulas prontas e passa a desenvolver um olhar crítico sobre sua própria trajetória.

4. Subjetividade e trabalho: o empreendedor como alguém que sente antes de agir

Empreender é um ato emocional.

Antes de qualquer decisão econômica, existe um sujeito atravessado por medos, esperanças, memórias, expectativas, impulsos criativos e inseguranças. Pequenos negócios revelam isso com nitidez. Muitas escolhas que parecem técnicas são, na verdade, respostas afetivas: medo de arriscar, receio de decepcionar a família, desejo de preservar um legado, dificuldade de confiar nos outros, esperança de transformar a própria história.

A psicanálise nos ajuda a entender que decisões empreendedoras carregam camadas de sentido que não aparecem nos planejamentos formais. Ignorar essa subjetividade é perder metade da realidade.

Por isso, uma educação empreendedora madura deve criar ambiente em que as pessoas possam falar de suas inseguranças, reconhecer seus limites e elaborar seus desejos.

Acolher essas experiências não fragiliza a formação. Ao contrário, fortalece-a, pois apenas quem se sente emocionalmente seguro consegue arriscar com lucidez.

5. O território como fonte de conhecimento e como estrutura de apoio

Nenhum empreendedor aprende apenas em espaços formais. A fonte mais importante de aprendizado é o território, que funciona como um professor silencioso.

É o território que revela o que faz sentido vender, o que precisa ser adaptado, o que é culturalmente aceito, o que pode prosperar e quais alianças são possíveis. Ele também impõe limites que cursos e manuais não conseguem antecipar.

Uma educação empreendedora conectada ao território reconhece que cada lugar do Brasil tem uma lógica econômica própria. A realidade de um comerciante na periferia urbana não se assemelha à de um agricultor familiar no Cerrado, e suas aprendizagens também não deveriam ser idênticas.

Quando a educação respeita essa diversidade, ela se torna mais precisa, mais humana e mais eficaz. Quando ignora essas diferenças, torna-se abstrata e, muitas vezes, ineficaz.

6. Educação empreendedora como instrumento de desenvolvimento social e não como manual de sobrevivência

Quando encarada como política pública, a educação empreendedora ganha um papel ainda mais profundo.

Ela pode ser instrumento de emancipação intelectual e emocional, ampliando a capacidade de leitura crítica e fortalecendo projetos de vida. Pode também reduzir desigualdades, especialmente quando reconhece especificidades territoriais, valoriza saberes locais e oferece continuidade em vez de programas fragmentados.

Educar empreendedores é oferecer mais do que técnicas. É oferecer companhia intelectual. É criar espaços de reflexão compartilhada. É ajudar as pessoas a compreenderem que fazem parte de um tecido social mais amplo e que, por isso, não precisam enfrentar tudo sozinhas.

É também permitir que elas se reconheçam como agentes de transformação, e não como meras executoras de um conjunto de ferramentas.

Quando a educação empreendedora assume esse formato, ela deixa de ser um manual de sobrevivência e se torna um processo de fortalecimento humano.

7. Conclusão: formar sujeitos capazes de imaginar futuros possíveis

A educação empreendedora, quando tratada com seriedade, não prepara pessoas apenas para abrir negócios.

Ela amplia horizontes, fortalece pensamento crítico. Além disso, ela oferece repertório emocional para lidar com incertezas e permite que as pessoas compreendam seus contextos e encontrem caminhos que façam sentido e, principalmente, torna possível imaginar futuros que não estavam dados de antemão.

Se conseguirmos construir uma educação empreendedora que valorize a complexidade dos sujeitos e dos territórios, o empreendedor brasileiro não será apenas alguém que aprende técnicas. Será alguém que aprende a criar possibilidades.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor. Educação e Emancipação. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1995.
FREIRE, Paulo. Pedagogia do Oprimido. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 2014.



HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor. Dialética do Esclarecimento. Rio de Janeiro, Zahar, 1985.

SENNETT, Richard. O Artífice. Rio de Janeiro, Record, 2010.

XIV - Crédito, Finanças e Inclusão

O Lugar Onde A Economia Encontra A Dignidade

Giovanni Beviláqua

1. Introdução: o crédito como promessa, risco e esperança

Fala-se de crédito como se fosse apenas uma operação financeira. E, de fato, ele é isso também. Mas, para milhões de pequenos empreendedores no Brasil, o crédito é sobretudo uma promessa de futuro. É a possibilidade de reorganizar a vida, de ampliar um negócio que luta para sobreviver, de enfrentar uma urgência inesperada ou de finalmente concretizar um projeto que parecia sempre distante.

Talvez por isso o crédito desperte emoções tão contraditórias. Ele atrai e assusta, inspira e paralisa, oferece alívio e produz ansiedade. É um instrumento econômico que se infiltra na intimidade das pessoas, porque toca em esperanças profundas e, ao mesmo tempo, em medos que raramente são verbalizados.

Para compreender o crédito de maneira madura, é necessário enxergá-lo como fenômeno econômico e emocional. Ele é uma estrutura que organiza desigualdades e, ao mesmo tempo, um gesto que permite criar caminhos. Não é neutro. Não é apenas técnico. Ele carrega a marca da sociedade que o produz.

No Brasil, essa marca é intensa, porque vivemos em um país no qual o acesso ao crédito é profundamente desigual, e onde a vida financeira de milhões de pessoas é marcada por insegurança, imprevisto e fragilidade.

2. O crédito como fronteira: quem pode atravessar e quem fica do lado de fora

O Brasil construiu, ao longo das décadas, um sistema de crédito que favorece quem já está dentro. Acesso depende de histórico financeiro, colateral, regularidade de renda, proteção patrimonial e uma relação prévia com o

sistema bancário. Ou seja, depende de tudo aquilo que muitos pequenos negócios não têm.

O resultado é uma inclusão financeira seletiva, que garante crédito para quem menos precisa e cria barreiras para quem mais poderia transformá-lo em desenvolvimento.

Esse mecanismo produz uma espécie de círculo fechado.

Empreendedores com renda estável, documentação organizada e patrimônio têm acesso a crédito barato. Empreendedores periféricos, informais, racializados ou situados em territórios vulneráveis encontram portas fechadas ou linhas de crédito caras e arriscadas.

O mesmo país que precisa desesperadamente da vitalidade dos pequenos negócios trata seus empreendedores como risco.

A teoria crítica nos ajuda a perceber que esse desenho não é acidente. Sistemas econômicos tendem a reproduzir sua própria estrutura, reforçando desigualdades e naturalizando exclusões.

O crédito se torna, assim, uma espécie de fronteira invisível, que separa quem tem condições de planejar do enorme grupo que vive de improviso.

3. A subjetividade financeira: o peso emocional do dinheiro

Se quisermos compreender a experiência financeira dos pequenos negócios, precisamos reconhecer que o dinheiro desperta emoções profundas.

Há vergonha quando o caixa não fecha, culpa quando o negócio não prospera, medo de não honrar compromissos, esperança de conseguir reorganizar a vida, ansiedade diante da incerteza e uma sensação constante de estar sempre um passo atrás.

A psicanálise ilumina esse campo ao mostrar que as decisões econômicas não são meramente racionais. Elas refletem histórias familiares, expectativas internalizadas, esforços acumulados e fantasias de futuro.

O empreendedor que hesita em buscar crédito, muitas vezes, não teme apenas juros. Ele teme decepcionar a família, teme perder o pouco que conquistou, teme confirmar a sensação íntima de que não terá força suficiente para sustentar aquele compromisso.

E o empreendedor que busca crédito sem reflexão não age movido pela irresponsabilidade. Age movido pela urgência, pela pressão cotidiana e pela falta de alternativas.

Uma educação financeira madura precisa integrar essa dimensão emocional, porque não se trata apenas de ensinar a lidar com números, mas de ajudar pessoas a lidar consigo mesmas dentro da vida econômica.

4. O território como determinante financeiro

O crédito não circula de maneira homogênea pelo Brasil. Ele se acumula em algumas regiões e escasseia em outras.

O acesso depende menos da capacidade do empreendedor e mais da infraestrutura disponível, da densidade bancária, da presença de agentes financeiros, da força das redes locais e da própria história econômica do território.

Territórios periféricos ou rurais, sobretudo no Norte e no Nordeste, convivem com uma inclusão financeira fragmentada, feita de agências distantes, correspondentes bancários sobrecarregados, linhas de crédito incompatíveis com as sazonalidades produtivas e soluções digitais que dependem de conexão instável.

O resultado é que o empreendedor tem de ajustar sua vida financeira não às necessidades do seu negócio, mas às limitações do próprio território.

Quando entendemos o território como sistema vivo, percebemos que inclusão financeira exige presença física, sensibilidade cultural e políticas que respeitem ritmos locais.

Sem isso, crédito vira algo abstrato. E do abstrato, no Brasil real, não se sustenta.

5. Entre a promessa e o perigo: crédito que sustenta e crédito que captura

Ao mesmo tempo em que o crédito pode impulsionar negócios, ele pode também aprisioná-los.

Linhas mal desenhadas, juros incompatíveis com margens reais, prazos curtos, exigências burocráticas e instrumentos de garantia inadequados geram compromissos que pequenos negócios não conseguem sustentar.

A consequência é um ciclo de endividamento que compromete renda futura, agrava vulnerabilidade emocional e, muitas vezes, destrói empreendimentos que tinham potencial.

Mas o problema não está no crédito em si. Está no modo como ele é ofertado. Crédito saudável é aquele que respeita o ritmo de cada negócio, considera sua sazonalidade, compreende seu território e reconhece que pequenos empreendedores não são máquinas de geração de caixa, mas pessoas vivendo vidas reais.

Políticas de inclusão financeira precisam ser calibradas para apoiar trajetórias e não para sufocá-las. O desenho do crédito deve partir da vida, e não da planilha.

6. Inclusão financeira como projeto de país

Incluir financeiramente é incluir socialmente.

Um país que nega crédito justo aos pequenos negócios nega a si mesmo a chance de se desenvolver com justiça.

O crédito, quando bem estruturado, produz uma transformação que vai além da economia.

Permite que famílias reorganizem o cotidiano, que territórios fortaleçam seus ecossistemas produtivos, que comunidades criem redes de circulação de renda e que empreendedores encontrem espaço para existir sem a sensação constante de urgência.

Incluir financeiramente exige mais do que ampliar linhas de crédito. Exige educação financeira crítica, políticas públicas sensíveis ao território, sistemas de garantia acessíveis, presença institucional nos lugares aonde o Estado raramente chega e uma mudança simbólica profunda: reconhecer pequenos negócios como sujeitos de crédito e não como risco a ser controlado.

7. Conclusão: o crédito como possibilidade de continuidade

O crédito é uma das formas mais concretas de futuro.

Ele permite que pessoas possam projetar algo além do dia seguinte. É, portanto, uma das formas mais profundas de dignidade econômica. Para que essa dignidade seja real, o crédito precisa ser instrumento de possibilidade e

não de captura. Precisa ser ponte e não obstáculo. Precisa ser oferecido com inteligência, sensibilidade e respeito aos territórios.

Quando o crédito é compreendido como prática humana e não apenas financeira, ele deixa de ser índice e passa a ser vínculo: entre o que a pessoa é hoje e o que ela pode ser amanhã; entre território e circulação de riqueza; entre vida econômica e esperança de continuidade.

Se o Brasil olhar para o crédito dessa forma, descobrirá que inclusão financeira não é apenas política econômica.

É projeto de país.

REFERÊNCIAS

FURTADO, Celso. Formação Econômica do Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

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

PEREIRA, Luiz Carlos Bresser. A Construção Política do Brasil. São Paulo: 34, 2015.

PIKETTY, Thomas. O Capital no Século XXI. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2014.

XV - Saúde Mental e Subjetividade dos Empreendedores

A Economia Que Atravessa O Corpo

Larissa Vieira Meira

Giovanni Beviláqua

1. Introdução: a vida emocional que a economia insiste em não ver

O Brasil celebra os empreendedores como agentes de dinamismo econômico, mas raramente se pergunta a que custo essa vitalidade é sustentada. Historicamente, os pequenos negócios respondem por grande parte dos empregos gerados no país, movimentam territórios, sustentam famílias e mantêm viva a economia cotidiana que não aparece nas manchetes. No entanto, por trás dessa força existe uma vida emocional intensa, muitas vezes silenciosa, marcada por pressões constantes, medos ocultados que não são permitidos revelar e uma sensação difusa de ter de carregar o mundo (os empregos, o sustento e as famílias) nas próprias costas.

A saúde mental dos empreendedores não é tema periférico. Ela é parte central da vida econômica. Sem estabilidade emocional mínima, não há possibilidade de continuidade. Sem bem-estar psíquico, a produtividade se deteriora. Sem cuidado subjetivo e individual, nenhum negócio se sustenta. O empreendedorismo, que tantas vezes é apresentado como expressão de liberdade, frequentemente se transforma em experiência de solidão, vulnerabilidade e exaustão.

Este artigo procura iluminar esse tema com delicadeza e profundidade, tratando o empreendedor como sujeito inteiro e complexo e não como máquina de desempenho.

2. A solidão estruturante dos pequenos negócios

A maior parte dos empreendedores brasileiros trabalha sozinha ou com equipes reduzidas. As decisões recaem sobre uma ou duas pessoas. Os riscos são pessoais. A instabilidade é constante. As dúvidas raramente encontram espaço legítimo.

Essa solidão não é apenas circunstancial. Ela é estrutural.

A cultura empreendedora dominante valoriza a autonomia individual como se fosse sinal de força, quando, na verdade, a total autonomia é insustentável.

A teoria crítica nos ajuda a enxergar esse processo: quanto mais um sistema exige que o sujeito seja totalmente responsável por si mesmo, mais culpa ele carrega quando falha.

O empreendedor que tenta organizar seu negócio enquanto enfrenta pressões familiares, restrições financeiras, falta de rede de apoio, responsabilidade com filhos, doença de um parente ou medo real de perder tudo não é fraco. Ele está vivendo aquilo que o país impõe. A solidão empreendedora não é falta de competência. É falta de estrutura.

3. A ansiedade como resposta ao ambiente e não como falha individual

Grande parte da ansiedade experimentada por empreendedores não nasce de características pessoais.

Ela nasce das condições objetivas que moldam sua vida econômica.

Fluxo de caixa instável, ausência de reservas, alta rotatividade de clientes, competição predatória, crédito difícil, burocracia exaustiva, jornadas extensas, falta de planejamento familiar, medo de inadimplência, incerteza permanente e fronteiras muito tênues entre vida profissional e pessoal produzem um estado emocional de vigilância constante.

A psicanálise nos ajuda a distinguir ansiedade real de ansiedade fantasiada.

A ansiedade real surge quando há risco concreto. E o pequeno empreendedor brasileiro vive cercado de riscos reais. Risco de quebrar a empresa, de não faturar o suficiente para quitar os compromissos e impostos, de misturar orçamentos pessoal e empresarial, de não conseguir treinar equipe, de não atrair ou manter clientes. Por tudo isso, a interpretação moralizante da saúde mental, tão comum em discursos de autoajuda empresarial e amplamente

difundida na pregação dos coaches, é profundamente equivocada. O problema não é falta de força emocional. É excesso de pressão estrutural.

Quando compreendemos isso, o cuidado com a saúde mental deixa de ser questão individual e passa a ser parte da política de desenvolvimento.

4. O corpo como território econômico

Há um ponto raramente discutido, mas fundamental: o corpo sofre os impactos diretos da vida empreendedora.

Acordar cedo demais, dormir tarde demais, comer de forma irregular, trabalhar em pé o dia inteiro, carregar peso, lidar com calor ou chuva, atender clientes em sequência, administrar conflitos, resolver questões financeiras e, ainda assim, tentar manter serenidade, resiliência e otimismo. Tudo isso desgasta o corpo de maneira profunda.

Erving Goffman dizia que interações sociais exigem energia. E as pessoas empreendedoras performam expectativas durante o dia inteiro. O corpo absorve tensões que não encontram saída. Dores crônicas, gastrite, enxaquecas, insônia, fadiga permanente, taquicardias, crises de irritação, dificuldade de concentração e sensação de esgotamento são tão comuns que acabam naturalizadas.

Mas nada disso é natural. É apenas um corpo tentando sobreviver dentro de um sistema que exige mais do que ele pode oferecer.

5. Culpa, vergonha e a fantasia do "controle total"

Há dois sentimentos que atravessam de maneira persistente a vida dos pequenos empreendedores: culpa e vergonha.

Culpa por não conseguir crescer. Culpa por não corresponder às expectativas de um ritmo acelerado. Culpa por não prover tudo o que a família espera. Vergonha de pedir ajuda. Vergonha de admitir dificuldades. Vergonha de não corresponder ao imaginário heroico do empreendedor incansável.

Essas emoções não são acidentais.

Elas são produzidas por uma cultura que insiste em dizer que basta esforço, basta mentalidade, basta foco. Essa narrativa elimina completamente a

influência das desigualdades estruturais e coloca no indivíduo aquilo que pertence ao sistema.

A psicanálise nos alerta para o risco dessa fantasia de controle total. Um sujeito que acredita ser totalmente responsável por tudo vive em estado permanente de autoacusação.

Educar pessoas empreendedoras, mulheres e homens, significa desmontar essa fantasia. Significa permitir que cada um reconheça o que é responsabilidade sua e o que pertence ao mundo.

Significa libertar o sujeito da culpa improdutiva.

6. Redes de apoio: o cuidado que sustenta a continuidade

Poucos fatores protegem mais a saúde mental dos empreendedores do que redes de apoio sólidas.

Rede familiar, rede comunitária, rede afetiva, rede profissional, rede institucional. Cada uma funciona como amortecedor emocional e como fonte de continuidade. Quando um empreendedor tem com quem conversar, com quem compartilhar angústias, com quem dividir tarefas e com quem pedir orientação, sua psique respira. Quando está totalmente sozinho, qualquer oscilação se torna ameaça existencial.

Por isso, políticas públicas e instituições de apoio precisam compreender que suporte emocional não é luxo. É infraestrutura. A economia depende de vínculos tanto quanto depende de crédito, tecnologia ou formação técnica.

Sujeitos exaustos demais não empreendem. Sujeitos esgotados demais não criam. Sujeitos desamparados demais não permanecem.

7. Conclusão: saúde mental como condição de desenvolvimento

Cuidar da saúde mental dos pequenos empreendedores é cuidar da economia, do território e da vida social.

Nenhum país se desenvolve quando sua força produtiva vive exausta, ansiosa, solitária e culpada. Nenhum negócio prospera quando o sujeito que o conduz está emocionalmente fragmentado e nenhuma política pública é completa quando ignora a dimensão psíquica da vida econômica.

Saúde mental não é adendo. É fundamento. Um pequeno negócio não começa no caixa, começa na pessoa que o cria. Se ela estiver sendo esmagada pelas condições, nada se sustenta.

Reconhecer isso não fragiliza. Humaniza.

E humanizar o desenvolvimento talvez seja o passo mais importante que o Brasil precisa dar.

REFERÊNCIAS

FREUD, Sigmund. O Mal-Estar na Civilização. São Paulo, Companhia das Letras, 2011.

GOFFMAN, Erving. A Representação do Eu na Vida Cotidiana. Petrópolis, Vozes, 2002.

KLEIN, Melanie. Inveja e Gratidão. Rio de Janeiro, Imago, 1991.

WINNICOTT, Donald. O Ambiente e os Processos de Maturação. Porto Alegre, Artmed, 1983.

XVI - Burocracia, Políticas Públicas e a Vida Real dos Pequenos Negócios

A Distância Entre O País Ideal E O País Que Realmente Existe

Fausto Keske

Giovanni Beviláqua

1. Introdução: o encontro tenso entre o cotidiano e o Estado

Existe um Brasil que habita decretos, normativas, relatórios e manuais de políticas públicas, um país imaginado como racional, estável e coerente, onde tudo parece organizado por fluxos administrativos e procedimentos previsíveis. E existe outro Brasil, igualmente real, que surge nas ruas, nas pequenas lojas, nos salões de beleza, nos mercados de bairro, nas cozinhas improvisadas, nos serviços que sustentam a vida cotidiana e nos micronegócios que carregam grande parte da vitalidade econômica do país. Entre esses dois Brasis há uma distância considerável, e essa distância se manifesta de maneira particularmente intensa quando o empreendedor precisa lidar com a burocracia e com o Estado.

A burocracia brasileira, concebida para oferecer ordem, segurança e regularidade, frequentemente se transforma em barreira para aqueles que justamente mais precisam de simplicidade, clareza e acesso. É nesse ponto que a vida real dos pequenos negócios se torna um lugar privilegiado para observar como políticas públicas são capazes de incluir, mas também de afastar, e como o peso simbólico e emocional da relação com o Estado marca a própria possibilidade de continuidade econômica. Este artigo busca compreender essa relação tensa, mas inevitável, entre empreendedor e Estado, entre norma e experiência, entre o país idealizado e o país vivido.

2. A burocracia como linguagem restrita e como forma de poder

A burocracia não opera apenas como um conjunto de regras. Ela funciona como uma linguagem que precisa ser compreendida, interpretada e manejada. Como toda linguagem, exige familiaridade, repertório cultural e habilidade para transitar entre códigos específicos. Para uma parcela da população, especialmente empreendedores com maior escolaridade ou com redes que oferecem suporte, essa linguagem pode parecer apenas incômoda. Para a maioria dos pequenos negócios, entretanto, ela se apresenta como um idioma estrangeiro, repleto de termos técnicos, solicitações pouco inteligíveis e exigências que raramente dialogam com sua rotina.

A sociologia de Bourdieu nos ajuda a entender por que a burocracia cria hierarquias implícitas. Ela privilegia aqueles que detêm capital cultural capaz de decodificar o linguajar institucional. Quem não domina esse repertório enfrenta não apenas dificuldades práticas, mas uma sensação persistente de inadequação. A linguagem burocrática, ao se distanciar do cotidiano, transforma-se em mecanismo simbólico de exclusão. O empreendedor não esbarra apenas em um formulário complicado: ele esbarra em uma estrutura que comunica, mesmo sem querer, que certas pessoas pertencem ao espaço institucional e outras não.

3. O tempo que se perde e o corpo que suporta esse desgaste

Quando se fala em burocracia, é comum imaginar apenas processos administrativos, mas seu impacto mais profundo está no tempo que consome. Horas de espera, retornos demorados, múltiplas solicitações de documentos, cadastros duplicados, sistemas que falham, idas e vindas entre órgãos, protocolos que se acumulam e exigências que parecem se multiplicar compõem uma experiência desgastante que raramente aparece nos debates sobre desenvolvimento econômico.

O tempo gasto com burocracia não é apenas tempo retirado do negócio. É tempo retirado do descanso, das relações pessoais, do cuidado consigo mesmo. É um tempo que se acumula no corpo, produzindo cansaço, irritação, ansiedade e, em muitos casos, uma sensação de impotência diante de um sistema que não reconhece a urgência da vida real. Quando o empreendedor vive na fronteira da sobrevivência, cada minuto tem peso, e a burocracia impõe um custo invisível que nenhum indicador formal calcula. O desgaste não é apenas operacional; ele se converte em desgaste emocional.

4. Políticas públicas que reconhecem o território e políticas que ignoram a vida

Políticas públicas não são neutras. Elas expressam visões de mundo, prioridades políticas e concepções sobre quem merece atenção. Algumas políticas são formuladas de maneira sensível, reconhecendo que cada território possui ritmos próprios, práticas culturais diferentes, desigualdades específicas e modos particulares de organização econômica. Outras políticas nascem a partir de modelos idealizados, que desconsideram a diversidade brasileira e acabam impondo exigências que fazem sentido na norma, mas não encontram aderência no cotidiano.

Empreendedores não operam em abstrações. Operam em ruas que alagam, em cidades com transporte irregular, em comunidades com conectividade precária, em regiões onde a agência bancária mais próxima pode estar a dezenas de quilômetros, em bairros onde a lógica econômica depende de redes informais. Políticas públicas que ignoram essas realidades produzem frustração e desconfiança. A teoria crítica ajuda a perceber que o Estado, quando se distancia da experiência concreta, perde sua legitimidade simbólica. E para um empreendedor, sentir que o Estado não o compreende é suficiente para desistir de formalizar, solicitar apoio ou buscar crédito.

5. A subjetividade diante do Estado: medo, retração e a busca por proteção

A relação do pequeno empreendedor com o Estado é frequentemente atravessada por ambivalência. O Estado aparece como entidade capaz de oferecer apoio, mas também como instituição que fiscaliza, pune e exige. Essa ambivalência produz um sentimento de alerta constante, que afeta decisões, provoca hesitações e incentiva comportamentos defensivos. Muitos empreendedores evitam formalizar seus negócios não por desconhecerem vantagens, mas porque associam formalização a riscos que não se sentem preparados para enfrentar.

A psicanálise nos oferece uma lente interessante para entender essa relação. Quando a autoridade é percebida como imprevisível, sua presença desperta ansiedade. O empreendedor teme errar sem saber que errou, teme ser surpreendido por exigências excessivas, teme comprometer seu pouco patrimônio. Esse medo não nasce da irracionalidade. Nasce da experiência acumulada de lidar com sistemas que nem sempre explicam suas regras de maneira transparente.

O resultado é uma retração emocional: o empreendedor se protege do Estado evitando aproximar-se dele.

6. Caminhos possíveis: políticas públicas que tratam o empreendedor como sujeito

É possível imaginar um Estado que não veja pequenos negócios como problema a ser fiscalizado, mas como parte fundamental da vitalidade econômica e cultural do país. Para isso, políticas públicas precisam ser construídas a partir de alguns princípios simples, mas raros.

Precisam reconhecer que a vida real é mais complexa do que qualquer formulário, que cada território tem sua própria lógica, que linguagem acessível não é sinal de simplificação excessiva, que acolhimento não compromete rigor e que a confiança institucional nasce da experiência concreta e não de discursos.

Um Estado que deseja fortalecer pequenos empreendedores precisa falar de maneira compreensível, operar com previsibilidade, reduzir ruídos burocráticos, oferecer canais de comunicação acessíveis, criar mecanismos de apoio contínuo e se fazer presente como parceiro, não como ameaça.

Quando essa mudança acontece, o empreendedor sente que existe espaço para planejar, para arriscar, para crescer. E, sobretudo, sente que não está sozinho diante de um sistema que tantas vezes o deixou à própria sorte.

7. Conclusão: aproximar o país que somos do país que aspiramos ser

A burocracia não precisa ser eliminada; ela precisa ser transformada. Sua finalidade original, que é garantir ordem e segurança, só se cumpre plenamente quando ela reconhece a diversidade do país e conversa com o cotidiano. Pequenos negócios não pedem privilégios. Pedem coerência. Pedem clareza. Pedem respeito ao tempo e à realidade de cada território. Pedem, acima de tudo, que o Estado reconheça que desenvolvimento não acontece em normas abstratas, mas no encontro entre política pública e vida real.

Aproximar o país que está nos documentos do país que está nas ruas exige escuta, humildade institucional e vontade de aprender com quem vive o cotidiano. Esse encontro pode parecer difícil, mas é o único caminho para que políticas públicas deixem de ser ficção e passem a ser instrumento efetivo de desenvolvimento humano e econômico.

REFERÊNCIAS

- BOURDIEU, Pierre. O Poder Simbólico. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 2007.
- FURTADO, Celso. O Mito do Desenvolvimento Econômico. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1974.
- SANTOS, Milton. Por Uma Outra Globalização. Rio de Janeiro, Record, 2000.
- WEBER, Max. Economia e Sociedade. Brasília, UnB, 2015.

XVII - Segurança Jurídica e Ambiente Regulatório

A Confiança Como Fundamento Da Vida Econômica

Larissa Moreira Costa

Giovanni Beviláqua

1. Introdução: a economia que nasce da confiança

A expressão segurança jurídica costuma aparecer em debates técnicos, quase sempre associada à previsibilidade das leis e das decisões judiciais, à estabilidade institucional e à redução de riscos. No entanto, quando observamos a vida dos pequenos negócios no Brasil, percebemos que segurança jurídica não é apenas um atributo do sistema legal. Ela é uma experiência subjetiva. É a sensação de que o mundo não mudará de maneira abrupta, de que as regras não serão reinterpretadas contra o empreendedor, de que obrigações e direitos são compreensíveis e de que a ação econômica pode ser planejada com alguma tranquilidade.

A falta dessa experiência coloca o empreendedor em estado permanente de vigilância. Ele age com cautela excessiva, adia decisões, evita expandir, posterga contratações e, muitas vezes, prefere operar de modo parcial ou totalmente informal para proteger-se de um ambiente que considera imprevisível. É difícil prosperar quando se tem a sensação de que qualquer decisão simples pode produzir consequências inesperadas. Segurança jurídica, portanto, não é luxo. É infraestrutura emocional. É o pano de fundo sem o qual a economia não respira.

2. A instabilidade como herança histórica e como condição psicológica

O Brasil tem uma longa tradição de instabilidade normativa, mudanças abruptas, interpretações divergentes, regimes tributários que se multiplicam, exigências que se sobrepõem e uma burocracia que oscila entre o excesso e a

inconsistência. Essa herança histórica produz um efeito psicológico profundo: o empreendedor desenvolve uma espécie de atenção permanente, uma vigilância interna que não se dissolve mesmo quando tudo parece calmo, gerando uma paralisia e uma insegurança que muitas vezes o impede de agir; de crescer. A psique econômica brasileira foi formada dentro dessa oscilação.

Essa instabilidade não afeta todos da mesma maneira. Grandes empresas contam com departamentos jurídicos amplos, consultorias especializadas e redes de apoio que traduzem o ambiente regulatório. Já os pequenos negócios dependem da própria capacidade interpretativa, muitas vezes limitada pelo tempo, pelo acesso à informação e pelo distanciamento cultural em relação ao vocabulário institucional. A insegurança jurídica se converte, assim, em insegurança subjetiva. O empreendedor não teme apenas o erro tributário ou fiscal, teme a sensação de não compreender plenamente o campo em que opera.

E quando o sujeito não compreende as regras do jogo, a probabilidade de retração é enorme.

3. A lei que ordena e a lei que assusta

A legislação tem dupla função: ordenar e proteger. Mas, no cotidiano dos pequenos negócios, ela frequentemente aparece como algo que ameaça. Multas, interpretações divergentes, fiscalizações rígidas, exigências excessivamente técnicas e sistemas de controle que não dialogam com a realidade local criam uma percepção ambígua sobre a lei. O empreendedor não sabe se ela está ali para sustentá-lo ou para puni-lo.

A teoria crítica nos ensina que instituições produzem efeitos simbólicos tão importantes quanto seus efeitos concretos. Uma legislação complexa demais comunica, mesmo sem intenção, que ela pertence a poucos. Uma fiscalização que prioriza a punição comunica que o erro é inaceitável, mesmo quando nasce de ambiguidades normativas. Um sistema que muda com frequência comunica que é preciso desconfiar. Quando a lei assusta mais do que orienta, ela perde parte de sua legitimidade. E o sujeito, colocado diante de uma autoridade que reconhece pouco e cobra muito, procura estratégias de autoproteção que muitas vezes incluem retração, informalidade momentânea, decisões defensivas e adiamento de investimentos.

4. A cultura regulatória brasileira: excesso, dispersão e ruído

O arcabouço normativo brasileiro esquece a proteção dada aos pequenos negócios pela própria Constituição Federal do Brasil: tratamento diferenciado com o objetivo de incentivá-los por meio da simplificação, redução ou eliminação de obrigações administrativas, tributárias, previdenciárias e creditícias.

E essa inobservância dos direitos constitucionais gere um dos maiores desafios para os pequenos negócios, que é a dispersão regulatória. Regras federais, estaduais e municipais que se sobrepõem, interpretações divergentes entre órgãos, plataformas digitais que não conversam entre si, exigências que mudam conforme a região, setores com legislações próprias e sistemas de classificação complicados fazem com que o empreendedor navegue por um terreno fragmentado. Não é a existência das regras que causa confusão, mas a falta de coerência entre elas.

A economia institucional de Douglass North já apontava que instituições eficientes são aquelas que reduzem incertezas. Quando ocorre o oposto, como frequentemente acontece no Brasil, o ambiente regulatório se transforma em ruído. E ruído custa caro. Custa tempo, cansaço, ansiedade, retrabalho e, sobretudo, confiança.

O empreendedor percebe que a legislação não forma um sistema, mas um mosaico difícil de interpretar. Essa percepção, ainda que subjetiva, tem efeitos econômicos reais: reduz investimento, enfraquece expansão, inibe inovação e aprofunda desigualdades territoriais, pois quem está distante dos centros administrativos sofre ainda mais para se orientar, fato que está presente na realidade da grande maioria dos pequenos negócios brasileiros.

5. A subjetividade do empreendedor diante da imprevisibilidade

Quando a realidade jurídica é marcada pela instabilidade, o empreendedor desenvolve mecanismos emocionais de autopreservação. Ele evita riscos, mesmo quando poderiam ser produtivos. Adota estratégias defensivas. Foca no curtíssimo prazo. Trabalha com receio de cometer erros que nem sempre são erros, mas frutos de ambiguidades normativas.

Esse estado interno de alerta permanente desgasta. A psicanálise mostra que contextos imprevisíveis geram ansiedade porque o sujeito perde a sensação de continuidade. E continuidade é elemento central da saúde emocional. Sem continuidade, não há planejamento. Sem planejamento, não há expansão. Sem expansão, há sobrevivência em vez de desenvolvimento.

A instabilidade jurídica, portanto, não atinge apenas a estrutura formal da economia. Ela molda a improvisação como modo de vida e reforça a precariedade como horizonte provável.

6. Caminhos possíveis para um ambiente regulatório que sustente vidas

Uma boa política regulatória não precisa ser simplista, mas precisa ser inteligível. Precisa reduzir ruídos, oferecer previsibilidade, garantir estabilidade mínima e comunicar-se em linguagem compreensível para quem vive a economia real.

A construção de segurança jurídica não depende apenas de reformas, mas de uma mudança cultural profunda: o Estado precisa assumir que sua comunicação tem impacto direto na psique e no comportamento econômico.

Isso significa oferecer clareza interpretativa, consolidar legislações dispersas, reduzir redundâncias, integrar sistemas digitais, tornar prazos mais previsíveis e formar agentes públicos com sensibilidade para a realidade dos pequenos negócios.

Significa também compreender que o erro, muitas vezes, não deriva de negligência, mas de complexidade excessiva. Um ambiente jurídico saudável reconhece isso e opera como aliado, não como força ameaçadora.

Quando o empreendedor encontra um Estado que inspira confiança, as condições internas para planejar emergem. E planejar é a forma mais profunda de desenvolvimento.

7. Conclusão: confiança como economia invisível

A segurança jurídica não é apenas tema de juristas ou economistas. Ela é condição psíquica e cultural.

Sem confiança, o sujeito age com medo. Sem previsibilidade, ele se encolhe. Sem clareza, ele hesita. Sem estabilidade, ele não investe. E sem investimento emocional e material, pequenos negócios não prosperam, o que gera impacto na economia global do país.

A construção de um ambiente regulatório maduro exige que o país reconheça a confiança como parte essencial da economia, tão importante quanto crédito, infraestrutura, tecnologia ou formação.

É preciso que as leis, além de justas, sejam habitáveis.

Que façam sentido para quem acorda cedo, para quem opera com margens estreitas, para quem move a economia de baixo para cima e para quem não pode esperar que o Estado se torne inteligível por mágica.

Quando a confiança se instala, pequenos negócios florescem. E quando pequenos negócios florescem, o país começa finalmente a respirar um futuro próspero e possível.

REFERÊNCIAS

NORTH, Douglass. Instituições, Instituições e Mudança Institucional. São Paulo, LTC, 1993.

BOURDIEU, Pierre. O Poder Simbólico. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 2007.

FURTADO, Celso. Criatividade e Dependência. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1978.

WEBER, Max. Economia e Sociedade. Brasília, UnB, 2015.

XVIII - Pequenos Negócios e Inserção Internacional

Quando O Local Se Reconhece No Mundo

Vinícius Lages

Giovanni Beviláqua

1. Introdução: O Brasil Que O Mundo Começa A Reconhecer

O Brasil atravessa um momento singular em suas relações econômicas internacionais. Os números de 2025 não deixam dúvidas: mais de 9 milhões de turistas internacionais visitaram o país (superando amplamente os 6,7 milhões de 2023 e a meta de 8,1 milhões prevista para 2027), crescimento consistente nas exportações de pequenos negócios, aumento dos fluxos de Investimento Direto Estrangeiro, e o país sediou eventos globais como G20, BRICS e aguarda a COP30.

Esses avanços refletem algo mais profundo do que mera conjuntura econômica: representam uma mudança na percepção global sobre o país. Jorge Viana, presidente da ApexBrasil, sintetiza: "O maior investimento na Apex é Lula", referindo-se à diplomacia presidencial que, em 19 encontros internacionais, reuniu mais de 8 mil empresários brasileiros com mercados estratégicos. A agência, sob sua gestão, abriu 506 novos mercados em três anos, comparado aos 200 abertos em quatro anos no governo anterior.

No entanto, esses sinais positivos ocorrem em um cenário global marcado por profundas transformações estruturais: tensões geopolíticas redefinem cadeias produtivas, a agenda climática impõe novos padrões de governança corporativa, e consumidores internacionais exigem rastreabilidade, certificações e compromissos tangíveis com sustentabilidade. Para pequenos negócios brasileiros, especialmente aqueles enraizados em territórios específicos, esse contexto apresenta tanto oportunidades quanto desafios sistêmicos que não podem ser ignorados.

Este artigo propõe uma análise que integra a dimensão técnico-estrutural com a dimensão simbólica e subjetiva da inserção internacional de pequenos

negócios brasileiros, reconhecendo sua singularidade territorial como ativo econômico e como expressão de autoestima coletiva, mas examinando os obstáculos que precisam ser enfrentados e as políticas institucionais que estão sendo construídas.

2. Singularidade Territorial E Reconhecimento Internacional

Os pequenos negócios brasileiros carregam algo inegociável no mercado global contemporâneo: autenticidade enraizada em território e seus 6 biomas, da Amazônia ao Pampa. Artesanatos indígenas, cafés especiais (já premiados internacionalmente), queijos artesanais, 150 Indicações Geográficas registradas, cachaças de terroir, produtos da sociobiodiversidade amazônica, gastronomia baseada em ingredientes nativos e design inspirado em práticas comunitárias representam expressões culturais e ecológicas que não podem ser replicadas industrialmente sem perda de sentido.

No entanto, há uma dimensão dessa singularidade que raramente é explicitada: o reconhecimento internacional como processo de subjetivação coletiva. Quando um produto local alcança mercados internacionais, quando é degustado, exibido, comentado ou apreciado em outro país, há um deslocamento simbólico que transforma a maneira como a comunidade enxerga a si mesma.

O valor que o mundo atribui ao produto retorna ao território como espelho ampliado, fortalecendo autoestima, estimulando continuidade produtiva e contribuindo para que produtores, artesãos e pequenos empreendedores compreendam, com mais clareza, a riqueza que carregam. A psicanálise oferece uma chave interessante para interpretar esse movimento: o reconhecimento pelo outro gera uma reorganização interna, permitindo que aquilo que antes parecia modesto, limitado ou invisível se revele como algo dotado de potência.

Essa dimensão subjetiva não é secundária à economia, mas constitutiva dela. Décio Lima, presidente do Sebrae, compreende isso quando afirma que "precisamos dar maior visibilidade para os micros e pequenos empreendedores, que representam 95% dos CNPJs no Brasil, são responsáveis por 55% dos empregos formais, mas apenas 30% do PIB". A inserção internacional, portanto, não é apenas uma dinâmica comercial – é também um processo de valorização simbólica que pode modificar a trajetória econômica em trajetória de autoestima coletiva.

2.1. O Paradoxo Brasileiro: Potencial Imenso, Mediação Insuficiente

Enquanto países como Itália, França, Japão e Peru construíram sistemas institucionais robustos para mediar a relação entre produtos locais e mercados globais – incluindo sistemas de indicação geográfica, certificações reconhecidas internacionalmente, apoio logístico especializado e diplomacia comercial voltada para pequenas produções –, o Brasil ainda opera com estruturas fragmentadas, burocracias excessivas e ausência de políticas integradas até muito recentemente.

Esse gap institucional naturalizava a ideia de que pequenos negócios não são para exportação, desperdiçando não apenas potencial econômico, mas também narrativas territoriais que poderiam fortalecer a imagem internacional do país. No entanto, essa realidade está mudando.

3. A Construção De Uma Nova Arquitetura Institucional

O período recente marca uma inflexão importante na construção de políticas públicas voltadas à internacionalização de pequenos negócios. Pela primeira vez, há coordenação estratégica entre múltiplas instituições com visão integrada.

3.1. ApexBrasil: Diplomacia Comercial e Abertura de Mercados

Sob a presidência de Jorge Viana, a ApexBrasil reposicionou-se estrategicamente. A abertura de 506 novos mercados em três anos, a inauguração do escritório em Lisboa (porta de entrada para a Europa), a criação de 52 convênios com setores da economia brasileira e a ênfase na diplomacia presidencial como ativo principal marcam essa gestão. O alinhamento estratégico entre ApexBrasil, Sebrae, MAPA, MDIC, CNI, CAN, MDA, EMBRAPA, MRE (com sua rede de Adidos comerciais), é um fato auspicioso. É uma leitura geopolítica pragmática, que equilibra relações com Sul Global e mercados tradicionais, demonstra maturidade estratégica.

Além disso, programas como "Exporta Mais Amazônia" registraram recorde de US\$ 17,8 milhões em expectativas de negócios na véspera da COP30, demonstrando que produtos compatíveis com a floresta têm mercado global crescente.

3.2. Sebrae: Capilaridade, Crédito e Cultura Exportadora

O Sebrae ampliou significativamente seu papel na internacionalização. O convênio com a ApexBrasil prevê R\$ 174 milhões de investimento em três anos, com expectativa de negócios na ordem de R\$ 3 bilhões – cada R\$ 1 investido

deve retornar R\$ 17 em negócios internacionais. A previsão é sensibilizar 15 mil empresas.

Décio Lima, Presidente do Sebrae, é enfático: "Agora, estamos conseguindo inserir os pequenos negócios nos mercados internacionais. Com isso, estamos com este comportamento otimista, criando uma economia compartilhada, com todos crescendo – o Brasil cresce e o ambiente se humaniza".

3.3. Embratur: Turismo Como Vitrine Internacional

O turismo sob Marcelo Freixo revela-se estratégia de promoção comercial indireta. Os mais de 9 milhões de turistas que visitaram o Brasil em 2025 representam potenciais compradores de produtos brasileiros. A parceria entre Embratur e Sebrae no projeto "Feel Brasil" promove experiências autênticas e sustentáveis em destinos icônicos, fortalecendo microempresas e microempreendedores.

3.4. Plataforma Brasil Exportação: Integração Digital

Lançada no Web Summit Lisboa em novembro de 2023, a Plataforma Brasil Exportação representa iniciativa inédita de coordenação entre ApexBrasil, Sebrae, CNI, CNA, MDIC e MRE. É comunidade digital gratuita que integra todos os passos do processo de exportação, conectando empresários a prestadores de serviços de comércio exterior.

A plataforma oferece a Megatrilha Digital da Exportação (guia em seis etapas), Calendário Brasileiro de Promoção Comercial, e soluções especializadas. Em seu primeiro ano, ultrapassou 29 mil acessos únicos e oferece mais de 800 serviços.

3.5. CNI e CNA: Setores Produtivos Organizados

A Confederação Nacional da Indústria e a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil participam ativamente das iniciativas de internacionalização. Como afirma Camila Sande da CNA, "o trabalho conjunto e coordenado entre as instituições que atuam na promoção das exportações no país é chave para ampliar a participação brasileira no mercado internacional".

4. Desafios Estruturais Que Persistem

Apesar dos avanços institucionais, desafios estruturais permanecem e precisam ser enfrentados sistematicamente:

4.1. Escalabilidade Com Qualidade

Um dos maiores desafios é a tensão entre escalabilidade e preservação da qualidade. Mercados internacionais demandam volume consistente, padronização mínima e capacidade de entrega regular – atributos que parecem contraditórios à natureza artesanal, sazonal ou dependente de ecossistemas naturais de muitas produções territoriais brasileiras.

Esse dilema, no entanto, não é intransponível. Experiências internacionais demonstram que arranjos produtivos locais podem manter identidade territorial enquanto organizam cadeias curtas de valor. As cooperativas da agricultura familiar brasileira já demonstram que é possível evoluir em escala com qualidade.

4.2. Padrões Globais e Certificações

A inserção em mercados internacionais exige conformidade com padrões técnicos, sanitários, ambientais e sociais. Para grandes empresas, acessar certificações internacionais representa custo calculável. Para pequenos negócios, o custo financeiro, a complexidade documental e a ausência de orientação técnica transformam certificação em barreira.

Paradoxalmente, muitos pequenos negócios brasileiros já operam segundo práticas que atendem ou superam critérios internacionais de sustentabilidade. O problema não é a prática, mas a formalização e comunicação dessa prática. O Brasil precisa criar sistemas de certificação territorial simplificados, apoiando custos de adequação e capacitando produtores.

4.3. Transformação Digital

A transformação digital reorganizou radicalmente o comércio internacional. Plataformas de e-commerce cross-border, marketplaces especializados e redes sociais como canais de venda tornaram-se infraestrutura essencial. Para pequenos negócios, isso representa potencial inédito de desintermediação.

No entanto, operar no ambiente digital internacional exige competências específicas: domínio de idiomas, conhecimento de regras tributárias, capacidade de gestão logística integrada e habilidade para construir narrativas visuais. A Megatrilha Digital da Exportação e as capacitações do Sebrae respondem parcialmente a esse desafio.

4.4. ESG, Descarbonização e Escopo 3

A agenda ESG deixou de ser discurso corporativo para se tornar critério de acesso a mercados. A pressão mais recente vem do Escopo 3 da agenda climática, que abrange toda a cadeia de valor. Grandes empresas pressionadas a apresentar metas de carbono neutro passam a exigir de seus fornecedores – mesmo os menores – dados sobre pegada de carbono.

Essa exigência pode ser devastadora para pequenos negócios sem estrutura para mensurar emissões. No entanto, também é oportunidade: muitas produções territoriais brasileiras já operam com pegada de carbono reduzida ou até negativa. O desafio é mensurar, certificar e comunicar isso.

4.5. Tensões Geopolíticas e Redesenho de Cadeias

As tensões geopolíticas contemporâneas não são eventos distantes. O conceito de nearshoring (aproximação de cadeias produtivas) e friendshoring (priorização de parceiros alinhados geopoliticamente) ganha força. Para o Brasil, isso representa janela de oportunidade: posicionamento estratégico no Atlântico Sul, estabilidade democrática relativa e diversidade produtiva.

4.6. A Zona de Conforto do Mercado Interno

Há uma dimensão raramente explicitada: o conforto do mercado interno brasileiro. Com 215 milhões de habitantes e demanda crescente por produtos locais, o Brasil oferece mercado significativo sem exigir complexidades da exportação. Essa realidade pode se tornar armadilha que impede expansão e acesso a margens de lucro superiores presentes em nichos internacionais.

5. Singularidade Como Vantagem Competitiva Sustentável

Apesar de todos os desafios estruturais, a singularidade territorial brasileira permanece como ativo competitivo inegociável. O mundo saturado de produtos homogêneos busca autenticidade, história, estética enraizada e compromisso com sustentabilidade.

5.1. O Local Que Se Torna Global Sem Se Diluir

A globalização não é apenas processo homogeneizador. O mundo contemporâneo busca intensamente identidades e produtos que expressem lugares específicos. Para pequenos negócios, a força de sua internacionalização está precisamente no que há de mais local em sua produção.

Um doce produzido segundo tradições familiares, um artesanato que carrega símbolos de um povo, um produto agroextrativista que traduz o ciclo natural de um bioma – tudo isso possui potencial global quando preserva sua ligação com o território. A universalidade não nasce da padronização, mas da capacidade de revelar algo profundamente humano a partir de uma história particular.

5.2. Construção de Marcas Territoriais Coletivas

A chave está em transformar singularidade em linguagem que mercados internacionais compreendam e valorizem. Países como Peru (gastronomia), Etiópia (café), Nova Zelândia (produtos naturais) e Dinamarca (design funcional) construíram marcas-país baseadas em singularidades territoriais. O Brasil, com diversidade incomparável, possui potencial para replicar esse modelo em múltiplas frentes simultaneamente.

6. Políticas Públicas: O Que Está Sendo Feito E O Que Falta

6.1. Avanços Concretos em Curso

- Coordenação institucional inédita: Pela primeira vez, Apex, Sebrae, Embratur, CNI, CNA, MDIC, MRE e MAPA atuam de forma coordenada através da Plataforma Brasil Exportação.
- Investimento robusto: R\$ 174 milhões (Apex-Sebrae) + R\$ 30 bilhões (Fampe) + R\$ 63,6 milhões (PATI).
- Infraestrutura digital: Plataforma Brasil Exportação com 800+ serviços gratuitos.
- Conectividade aérea: Aumento de 80% em assentos de voos internacionais.
- Descentralização da inovação: Nordeste como 2ª região em startups (23,53%), superando Sul (21,06%).

6.2. O Que Ainda Falta

Apesar dos avanços, lacunas persistem: sistemas de certificação territorial simplificados, linhas de crédito específicas para adequação ESG, infraestrutura logística para pequenas cargas, programas de mensuração de carbono, e fortalecimento sistemático de arranjos produtivos locais.

7. Conclusão: Hipóteses De Oportunidades

Os sinais positivos recentes não são acidentais. Eles refletem percepção global de que o Brasil carrega algo valioso: diversidade cultural, riqueza natural, capacidade de inovação e resiliência produtiva. As hipóteses de oportunidades são claras:

7.1. Turismo Como Vitrine Permanente

Milhões de turistas podem se tornar compradores regulares se houver facilitação de compra internacional e plataformas integradas.

7.2. Mercados Premium em Expansão

Consumidores dispostos a pagar mais por autenticidade e sustentabilidade estão crescendo. Pequenos negócios certificados acessam margens incomparáveis.

7.3. Economia de Baixo Carbono Como Diferencial

Produções territoriais com pegada reduzida podem se tornar fornecedores preferenciais de empresas pressionadas por metas climáticas.

7.4. A Construção Coletiva de Autoestima Nacional

Para além das hipóteses econômicas, há uma dimensão que não pode ser subestimada: quando pequenos negócios brasileiros circulam pelo mundo, o que está em jogo não é apenas renda adicional. É a possibilidade de que o Brasil se reconheça em sua própria diversidade e descubra, finalmente, o mundo que carrega dentro de si.

Como sintetiza Décio Lima: "criar uma economia compartilhada, com todos crescendo – o Brasil cresce e o ambiente se humaniza". Essas reflexões revelam compreensão de que inserção internacional não é apenas política econômica, mas também política de valorização cultural, fortalecimento territorial e construção de autoestima coletiva.

8. O Desafio Da Continuidade

Nada disso é tecnicamente inviável. O que falta é garantir continuidade institucional, coordenação entre diferentes esferas de governo e reconhecimento político permanente de que pequenos negócios territorializados não são segmento menor, mas expressão da diversidade econômica e cultural brasileira com potencial global inexplorado.

As instituições estão atuando de forma inédita e coordenada. A sociedade civil, as cooperativas e os territórios empreendedores precisam reconhecer esse momento como janela de oportunidade histórica e atuar de forma protagonista.

Quando pequenos negócios brasileiros alcançam circulação internacional, eles não apenas ampliam renda. Eles ampliam a imagem que o país faz de si mesmo. E, ao fazer isso, transformam trajetória econômica em trajetória de autoestima

coletiva, permitindo que o Brasil que o mundo quer ver seja, finalmente, o Brasil que nós mesmos reconhecemos com mais cuidado.

REFERÊNCIAS

ACEMOGLU, Daron; ROBINSON, James A. Porque as nações fracassam. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

APEXBRASIL. Balanço de sucesso 2024. Brasília: ApexBrasil, 2024.

BRASIL EXPORTAÇÃO. Plataforma Brasil Exportação. www.brasilexportacao.com.br, 2024.

CANCLINI, Néstor García. Culturas híbridas. São Paulo: Edusp, 2008.

EMBRATUR. Brasil encerra 2024 com 6,7 milhões de turistas. Brasília, 2025.

GEREFFI, Gary et al. Governance of global value chains. Review of International Political Economy, 2005.

IPCC. Climate Change 2023: Synthesis Report. Geneva, 2023.

POLANYI, Karl. A grande transformação. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

PORTER, Michael E.; KRAMER, Mark R. Creating shared value. Harvard Business Review, 2011.

SANTOS, Milton. O Brasil: território e sociedade. Rio de Janeiro: Record, 2006.

SEBRAE. Economia no rumo certo: balanço 2024. Brasília, 2024.

SEBRAE. Sebrae Startups Report 2024. Brasília, 2024.

UNCTAD. World Investment Report 2024. Geneva: UN, 2024.

WTO. World Trade Report 2023. Geneva, 2023.

XIX - Logística, Infraestrutura e Circulação da Produção Local

Quando A Economia Depende Dos Caminhos Por Onde Ela Passa

Giovanni Beviláqua

1. Introdução: o país que anda devagar porque seus caminhos não acompanham sua própria vitalidade

Em qualquer economia, a circulação da produção é tão importante quanto a produção em si. No entanto, no Brasil, essa relação é marcada por uma contradição dolorosa: enquanto a criatividade dos pequenos negócios é imensa e sua capacidade de inovação cotidiana é evidente, as condições materiais que garantem o movimento dessa produção são frágeis, desiguais e frequentemente improvisadas. A logística e a infraestrutura, muito mais do que temas técnicos, são determinantes sociais do desenvolvimento. E quando observamos os pequenos negócios, percebemos que as entranhas do território brasileiro moldam possibilidades, ritmos e limites que muitas vezes passam despercebidos em debates macroeconômicos.

Este artigo busca iluminar a dimensão territorial da economia brasileira, mostrando como ruas esburacadas, transporte irregular, conectividade precária, longas distâncias, falta de armazenagem, dificuldade de acesso a mercados e ausência de políticas públicas consistentes não são apenas problemas operacionais. Eles são expressões materiais das desigualdades estruturais e produzem impactos profundos sobre a subjetividade dos empreendedores, que lutam diariamente para fazer sua produção circular em um país cujas vias físicas, administrativas e simbólicas ainda não reconhecem seu esforço.

2. O território como condicionante da vida econômica

Territórios não são apenas espaços geográficos; são ecologias sociais que moldam possibilidades econômicas e subjetivas. Em regiões onde estradas são bem conservadas, transportes funcionam com regularidade e a infraestrutura de distribuição é acessível, pequenos negócios conseguem organizar produção, planejar vendas, cumprir prazos e estabelecer relações comerciais mais amplas. Já em regiões onde o deslocamento é lento, caro, arriscado ou incerto, cada decisão depende de improviso e adaptação.

Essa desigualdade territorial produz uma geografia de oportunidades profundamente irregular. Enquanto empreendedores de centros urbanos podem contar com múltiplos canais de distribuição, aqueles que atuam em periferias urbanas, comunidades rurais ou áreas remotas enfrentam barreiras que não têm origem em suas capacidades, mas nas limitações materiais do território em que vivem. A infraestrutura, portanto, não apenas conecta lugares. Ela produz e reproduz desigualdades.

A economia institucional nos ajuda a entender que instituições e infraestrutura criam incentivos. No Brasil, elas frequentemente criam obstáculos. E quando obstáculos se acumulam, transformam a circulação da produção em desafio permanente.

3. A logística como experiência emocional: cansaço, incerteza e improviso

Embora logística seja comumente associada a processos técnicos, para pequenos empreendedores ela é vivida como experiência emocional. A incerteza sobre o tempo de entrega, o medo de perder mercadoria em estradas ruins, a ansiedade gerada pela falta de transporte disponível, o cansaço de deslocamentos longos e a frustração diante de custos que aumentam sem aviso prévio produzem um desgaste psicológico que raramente é incluído nos debates sobre competitividade.

A psicanálise nos lembra que sujeitos organizam sua vida emocional a partir de referências mínimas de estabilidade. Quando o território não oferece essas referências, o sujeito compensa com hipervigilância. O empreendedor que depende do transporte informal, de caminhões que só passam em determinados dias ou de entregas que atrasam por motivos que escapam ao seu controle vive em estado permanente de alerta. Cada venda, cada pedido, cada deslocamento exige uma energia emocional que vai muito além da gestão racional do negócio.

A logística, portanto, não é apenas fluxo físico. Ela é fluxo emocional.

4. A infraestrutura que falta e a economia que improvisa

A ausência de infraestrutura adequada obriga os pequenos negócios a desenvolverem estratégias de improviso que, embora criativas, têm limites evidentes. Agricultores familiares que dependem de estradas vicinais intransitáveis durante o período de chuvas, artesãos que precisam circular longas distâncias para acessar correios ou centros de distribuição, comerciantes de periferia que enfrentam transporte público ineficiente e imprevisível, empreendedores urbanos que lidam com congestionamentos diários e custos logísticos elevados, todos vivem uma economia que opera apesar do território, e não com ele.

Esse improviso cotidiano revela uma resiliência admirável, mas também esconde um problema estrutural: o país depende demais do esforço individual e de menos da construção coletiva de infraestrutura.

Enquanto isso, políticas públicas frequentemente se concentram em grandes obras, deixando de lado soluções descentralizadas, de baixo custo e grande impacto para comunidades locais.

No Brasil, muitas vezes o caminho é mais determinante do que o produto. E quando o caminho falha, o produto não chega, a renda não circula e o empreendedor não permanece.

5. A circulação da produção local como ecologia social

A circulação da produção não depende apenas de estradas, portos ou transporte, mas de redes sociais, arranjos produtivos, relações comunitárias e estrutura comercial. Pequenos negócios prosperam quando conseguem fazer parte de uma ecologia econômica que conecta produtores, transportadores, distribuidores, consumidores e instituições locais. Essa ecologia é frágil em regiões onde a infraestrutura material é insuficiente, porque os elos entre os atores se tornam instáveis.

A sociologia econômica mostra que circulação não é apenas trânsito, mas relacionamento. E, no Brasil, territórios com maior densidade social e institucional conseguem amortecer deficiências logísticas com redes de apoio e solidariedade, enquanto territórios isolados dependem exclusivamente de infraestrutura física. É por isso que fortalecer a circulação da produção local exige intervenção simultânea sobre infraestrutura e tecido social.

Quando a ecologia territorial se fortalece, o pequeno negócio deixa de depender apenas de suas próprias forças e passa a contar com o suporte de uma rede que sustenta seu movimento.

6. Políticas públicas para fazer o Brasil circular de dentro para fora

Para que pequenos negócios consigam circular sua produção com segurança, rapidez e menor custo emocional e financeiro, políticas públicas precisam considerar o território como protagonista, e não como obstáculo. Isso significa investir em infraestrutura descentralizada, criar modelos de transporte adaptados às realidades locais, fortalecer arranjos produtivos regionais, ampliar micro centros logísticos, apoiar iniciativas de economia circular e implementar soluções digitais que funcionem de fato no território.

Mas, além da infraestrutura física, é fundamental reconhecer que circulação exige mediação institucional. Empreendedores precisam de informações claras, orientações acessíveis, estratégias de distribuição condizentes com suas capacidades e um Estado que compreenda que transporte, armazenagem e logística não são detalhes operacionais, mas condições estruturais para o desenvolvimento.

O Brasil precisa aprender que desenvolvimento econômico não acontece apenas onde há produção, mas onde a produção consegue circular.

7. Conclusão: quando o caminho se torna parte do desenvolvimento e não seu limite

A logística e a infraestrutura brasileiras não determinam apenas a velocidade do transporte de mercadorias. Elas determinam o ritmo da vida econômica, a possibilidade de planejamento, a saúde emocional dos empreendedores, a competitividade dos pequenos negócios e a própria capacidade do país de reduzir desigualdades territoriais.

Quando o caminho é difícil, o país inteiro anda devagar. Quando o caminho se fortalece, a economia se expande, a criatividade encontra novos destinos e o território se reconhece como parte ativa do desenvolvimento.

Os pequenos negócios carregam uma força extraordinária, mas não podem carregar o país nas costas. Eles precisam de caminhos que respeitem seus esforços.

E quando esses caminhos existem, o Brasil deixa de ser um conjunto de ilhas logísticas e passa a ser um território integrado que reconhece, valoriza e sustenta o movimento de quem mantém sua economia viva todos os dias.

REFERÊNCIAS

- CASTELLS, Manuel. A Sociedade em Rede. São Paulo, Paz e Terra, 2016.
FURTADO, Celso. Formação Econômica do Brasil. São Paulo, Companhia das Letras, 2007.
SANTOS, Milton. A Natureza do Espaço. São Paulo, Edusp, 2006.
WEBER, Max. Economia e Sociedade. Brasília, UnB, 2015.

XX - Digitalização, Tecnologia e Inteligência Artificial

Quando O Futuro Precisa Aprender A Cuidar Do Presente

André Spinola

Giovanni Beviláqua

1. Introdução: a tecnologia como promessa e como angústia no cotidiano dos pequenos negócios

A digitalização transformou radicalmente a forma como empresas se relacionam com clientes, gerenciam operações, realizam pagamentos, divulgam produtos e organizam suas atividades internas. No entanto, quando observamos os pequenos negócios no Brasil, percebemos que essa transformação não é uniforme nem simples. Há promessas de eficiência, alcance e inovação, mas há também angústia, insegurança, cansaço e sensação de inadequação diante de tecnologias que frequentemente são concebidas para realidades muito distantes da vida cotidiana de quem empreende em territórios vulneráveis. Há, ainda, a extrema velocidade com que as coisas acontecem, fazendo com que muitos vivam a sensação de sempre estar perdendo algo.

Este artigo procura compreender a digitalização não como fenômeno necessariamente emancipador ou ameaçador, mas como processo que precisa ser analisado com cuidado, sensibilidade e consciência de que tecnologias moldam subjetividades, criam expectativas e reorganizam relações sociais, econômicas e políticas. O futuro digital não chega da mesma forma para todos. Os padrões de desigualdade, históricos no nosso país, emolduram as oportunidades e os desafios. Para muitos empreendedores, ele chega com atraso, dificuldade ou pressão, e é fundamental reconhecer essa diferença para que a tecnologia se torne meio de autonomia e não mais uma camada de exclusão.

2. A desigualdade digital como expressão da desigualdade territorial

A digitalização brasileira, assim como quase tudo no país, é profundamente desigual. Enquanto grandes cidades contam com redes de alta velocidade, múltiplos provedores e ampla oferta de serviços, muitas regiões rurais, ribeirinhas, periféricas e interioranas ainda convivem com conexões instáveis, pacotes restritos, baixa cobertura e custos elevados. E mesmo do ponto de vista mais macrorregional, utilizando os recortes das regiões brasileiras, as assimetrias são enormes. Essa desigualdade, longe de ser meramente técnica, traduz desigualdades históricas e territoriais.

Das mesmas formas, os padrões e parâmetros educacionais, são extremamente preocupantes, já que deveriam servir de base para esse uso consciente e eficiente.

Para pequenos negócios nessas regiões, a adoção de ferramentas digitais depende de uma infraestrutura mínima que muitas vezes não existe. A economia digital exige conectividade, mas exige também letramento tecnológico, familiaridade com plataformas, capacidade de interpretar informações online e rede de suporte para resolver problemas. Quando qualquer desses elementos falha, o processo digital se torna fonte de frustração e não de avanço.

A sociologia do território deixa claro que a tecnologia não se distribui de maneira neutra. Ela reforça desigualdades preexistentes. E, no Brasil, onde o território é tão marcado por assimetrias, a digitalização só pode ser bem-sucedida quando reconhece essa heterogeneidade.

3. A subjetividade diante da tecnologia: entusiasmo, exaustão e o medo de ficar para trás

A tecnologia desperta emoções ambivalentes. Muitos empreendedores sentem entusiasmo diante da possibilidade de vender mais, crescer seu negócio, ampliar sua visibilidade, melhorar a gestão, divulgar produtos nas redes sociais ou acessar soluções digitais que antes eram inacessíveis. Mas esse entusiasmo convive com exaustão.

Gerenciar redes sociais, responder mensagens em múltiplas plataformas, cuidar de pedidos digitais, entender algoritmos, criar conteúdo constante, adaptar-se a mudanças de interface e lidar com a pressão por presença contínua e mudanças ininterruptas geram um cansaço que raramente é reconhecido como parte do trabalho.

Há também o medo de ficar para trás. A ideia de que “quem não se digitaliza morre” cria ansiedade, especialmente entre empreendedores que já vivem sobrecarregados. A psicanálise ajuda a compreender que esse medo não nasce exclusivamente da tecnologia em si, mas da sensação de estar sempre atrasado, sempre insuficiente, sempre correndo para alcançar uma referência que se move mais rápido do que o sujeito consegue acompanhar.

Para muitos pequenos negócios, a digitalização não representa liberdade. Representa mais uma exigência que se soma a uma rotina já saturada.

4. A tecnologia como campo onde se disputam narrativas e possibilidades

A tecnologia nunca é neutra. Ela carrega o imaginário de seus criadores, os interesses das empresas que a desenvolvem e as expectativas das instituições que a promovem. Além disso, quem a usa, a molda (quem não ouviu os medos e desconfianças sobre o poder dos algoritmos?) Plataformas digitais, principalmente as redes sociais, definem sistemas que determinam visibilidade, preço, alcance e interação, e essas determinações raramente são transparentes.

Pequenos negócios acabam operando dentro de um campo que não controlam, onde cada mudança de regra, muitas vezes unilateral e de difícil entendimento, pode afetar vendas, relacionamento com clientes e fluxo de caixa.

A teoria crítica da tecnologia mostra que sistemas digitais concentram poder ao mesmo tempo em que se apresentam como universais e democráticos. Essa concentração afeta diretamente pequenos negócios que passam a depender de plataformas que funcionam como intermediárias obrigatórias, definindo ritmos, formas de interação e até mesmo preços e margens de lucro.

A digitalização, portanto, não é apenas modernização, é deslocamento de assimetrias. E, sem regulação adequada e usuários realmente habilitados para o uso assertivo e consciente, tende a favorecer quem já possui mais visibilidade, recursos e repertório para navegar nesse ambiente.

5. Inteligência Artificial: ferramenta, risco e oportunidade

Para acentuar ainda mais esse cenário, a recente disseminação de ferramentas de inteligência artificial abriu outro leque enorme de possibilidades para pequenos negócios, desde automação de tarefas administrativas até criação de conteúdo, fortalecimento de marca, acesso a novos produtos, análise de

dados simples, atendimento ao cliente, organização de estoque e apoio à tomada de decisão.

No entanto, ao mesmo tempo em que essas tecnologias oferecem caminhos para aliviar o esforço operacional e ampliar a competitividade, elas introduzem novos desafios, como a dificuldade de compreender seu funcionamento, a necessidade de interpretar resultados, a insegurança diante de sistemas que parecem sofisticados demais e o receio de substituir julgamento humano por sugestões automatizadas.

Para que a IA seja incorporada de maneira saudável, é necessário reconhecê-la como ferramenta e não como destino. A psicanálise sugere que sujeitos não devem delegar ao algoritmo aquilo que constitui sua própria capacidade de pensar, decidir e desejar. A IA pode apoiar o trabalho, mas não deve orientar a vida. Seu uso precisa ser criticamente mediado para que ela não produza dependência cognitiva, mas ampliação de autonomia.

6. O que a tecnologia pode fazer quando é usada com cuidado e sensibilidade

Quando incorporada de maneira crítica e adequada ao território, a digitalização pode fortalecer pequenos negócios, ampliar sua visibilidade, permitir acesso a mercados antes inacessíveis, melhorar relações com clientes e ajudar na organização administrativa. Mas isso só ocorre quando a tecnologia respeita ritmos, capacidades, necessidades e modos de vida.

Não se trata de exigir apenas que empreendedores se adaptem às plataformas e algoritmos, mas de criar ferramentas que também se adaptem aos empreendedores.

Políticas públicas podem contribuir enormemente ao oferecer formação digital contextualizada, suporte contínuo, acesso à tecnologia adequada e estrutura regulatória que contenha excessos do mercado digital.

A digitalização inclusiva nasce da combinação entre ferramentas bem desenhadas, mediações institucionais sensíveis e respeito à diversidade territorial.

7. O significado da transformação digital

A transformação digital não se traduz como uma linha de chegada de uma corrida. Ela é muito mais uma capacidade de se manter correndo dentro de um contexto de continuidade e aceleração contínua.

Mas não podemos perder de vista qual parte do tripé tecnologia, processos e pessoas e a mais importante e fundamental. Sem pessoas habilitadas, eficientes e, por que não, saudáveis, nada disso faz sentido.

E quando isso se dá num contexto de país, com políticas públicas inteligentes, regulação adequada, fomento estruturado, educação de qualidade e condições socioeconômicas que entendem a tecnologia como pilar de sustentação, aí temos as condições civilizatórias ideais.

8. Conclusão: o futuro só é futuro quando inclui quem vive o presente

A digitalização dos pequenos negócios brasileiros não pode ser discutida como inevitabilidade tecnológica, mas como processo humano que precisa ser cuidadosamente construído. Tecnologia que não considera o território produz exclusão. Tecnologia que ignora subjetividade produz ansiedade. Tecnologia que exige sem apoiar gera fadiga.

O futuro só pode ser futuro quando é capaz de cuidar do presente.

O Brasil tem potencial para construir uma digitalização inclusiva, sensível às desigualdades e capaz de fortalecer pequenos negócios sem exigir deles uma transformação que ignora suas condições reais. Sem se esquecer que, por trás de todo negócio, existem pessoas, famílias. O desafio está em criar tecnologias que reconheçam que desenvolvimento não é apenas eficiência, mas continuidade, dignidade e cuidado. E, também, que tecnologia é meio para avanços e não o avanço em si.

Quando a tecnologia se alinha a esses princípios, ela deixa de ser força de pressão e se torna força de expansão. E pequenos negócios deixam de correr atrás do futuro para se tornarem parte ativa da construção dele.

REFERÊNCIAS

CASTELLS, Manuel. A Sociedade em Rede. São Paulo, Paz e Terra, 2016.

FEENBERG, Andrew. Transformar a Tecnologia. São Paulo, Unesp, 2002.

HAN, Byung-Chul. Sociedade do Cansaço. Petrópolis, Vozes, 2015.

SANTOS, Milton. Por Uma Outra Globalização. Rio de Janeiro, Record, 2000.

XXI - Economia Circular e Pequenos Negócios

A Inteligência Material Dos Territórios E A Vida Que Continua

Carlito Merss

Giovanni Beviláqua

1. Introdução: quando o ciclo das coisas revela o ciclo da vida

A expressão *economia circular* tornou-se recorrente nos debates sobre sustentabilidade, inovação e futuro dos sistemas produtivos. Mas, antes de ser conceito, ela é prática. Antes de ser política pública, é gesto cotidiano. Antes de ser estratégia empresarial, é forma de vida. Quando observamos os pequenos negócios brasileiros, percebemos que muito daquilo que a teoria chama de circularidade já está presente há décadas nas rotinas produtivas, nas relações comunitárias, nos modos de lidar com materiais, no reaproveitamento doméstico e na capacidade de fazer durar aquilo que, em outros contextos, seria facilmente descartado.

Economia circular, nesse sentido, não pode ser vista apenas como modelo técnico importado ou como linguagem empresarial sofisticada. Ela precisa ser compreendida como inteligência material dos territórios: um modo de existir que emerge da relação íntima entre pessoas, recursos e ambiente. Pequenos negócios, especialmente aqueles situados em contextos de vulnerabilidade, praticam circularidade não por adesão a tendências globais, mas por necessidade, criatividade, cuidado e respeito à lógica da própria vida.

Este artigo procura iluminar essa economia que já existe, mas que poucas vezes é reconhecida como tal. Uma economia que não depende apenas de reciclagem ou reuso formal, mas de sensibilidade para enxergar valor onde a lógica do descarte enxerga apenas resíduo.

2. A circularidade como prática cultural e comportamental

No Brasil, circularidade é, antes de tudo, comportamento. Está presente na forma como famílias reaproveitam alimentos, roupas e materiais; na maneira como negócios pequenos organizam seus ciclos produtivos; na economia de vizinhança que circula objetos, tempo e cuidado; e na capacidade de transformar sobras em novas possibilidades. A cultura brasileira, especialmente em territórios populares, sempre combinou improviso criativo com senso de responsabilidade coletiva. Nada se perde por completo. Algo sempre volta a circular.

Essa circularidade não nasce de modelos industriais, mas de percepções subjetivas. Para muitos empreendedores, descartar algo é gesto que evoca sensação de perda, e reaproveitar é gesto que evoca memória, pertencimento e continuidade. O comportamento circular é, assim, tecido por camadas emocionais, simbólicas e éticas que atravessam a vida cotidiana.

A psicanálise pode ajudar a interpretar esse processo ao revelar como a relação com o objeto — e, portanto, com a matéria — é sempre uma relação também com o tempo e com as possibilidades de reparação. Reaproveitar é reparar. Reparar é continuar.

A economia circular vivida pelos pequenos negócios é, portanto, também uma economia da continuidade.

3. O território como ecologia da circularidade

Territórios possuem vocações, mas possuem também limites. E é justamente dessa combinação que nasce a circularidade territorial. Em comunidades rurais, o reaproveitamento de insumos faz parte da tradição produtiva.

Em periferias urbanas, a criatividade se manifesta na capacidade de transformar o que existe em soluções viáveis. Em biomas como a Amazônia, o território ensina ritmos de extração e regeneração que produzem, por si só, uma lógica circular.

A circularidade emerge onde o território orienta a produção e impede, por necessidade ou cultura, o desperdício sistemático.

Essa ecologia territorial da circularidade se fortalece quando pequenos negócios, instituições locais, práticas culturais e vínculos comunitários se articulam para manter recursos circulando na própria comunidade. Redes de troca, feiras de produtos reaproveitados, pequenas oficinas de reparo, cozinhas comunitárias, cooperativas, arranjos produtivos e iniciativas de

reaproveitamento material compõem um ecossistema circular que muitas vezes opera sem reconhecimento formal, mas com enorme impacto econômico e simbólico.

4. O desperdício como sintoma: a crítica necessária ao modelo linear

O modelo linear que predominou durante décadas — extrair, produzir, consumir, descartar — gerou não apenas danos ambientais, mas uma sensibilidade empobrecida para com a matéria. O descarte fácil cria relação frágil com os objetos, com o trabalho e, por extensão, com o território. Em contrapartida, pequenos negócios que vivem com margens estreitas, custos altos e poucas garantias desenvolvem uma relação mais comprometida com o que produzem e com aquilo de que dependem. Eles percebem, de modo muito mais nítido, que desperdício não é apenas perda econômica, mas perda simbólica.

A teoria crítica permite ler o desperdício como expressão de relações sociais distorcidas, nas quais o ciclo de vida das coisas é separado do ciclo da vida humana. A circularidade, portanto, não é apenas política ambiental: é também crítica a uma lógica que separa matéria de sentido, produção de vínculo, consumo de cuidado.

Nos pequenos negócios, circularidade é uma forma de responsabilidade diante do mundo.

5. A circularidade como fonte de inovação silenciosa

Muitos pequenos negócios brasileiros inovam sem nomear essas inovações.

Eles reorganizam processos, adaptam materiais, criam usos para resíduos, desenvolvem soluções criativas para problemas de armazenagem, aproveitam partes de insumos que outros setores descartariam e inventam caminhos para fazer mais com menos. Essa inovação não aparece em catálogos de tecnologia, mas transforma o cotidiano e amplia a autonomia produtiva.

A economia evolutiva já mostrou que inovação não é apenas ruptura; é também ajuste, aperfeiçoamento, recombinação e aprendizado incremental. Esses movimentos ocorrem diariamente em milhares de empreendimentos que, por necessidade ou sensibilidade, praticam circularidade sem discurso, mas com eficácia.

Quando políticas públicas e instituições reconhecem essas práticas, tornam-se capazes de fortalecer inovação territorial sem impor modelos externos.

6. Desafios da circularidade: infraestrutura, reconhecimento e tempo

Apesar de seu potencial, a economia circular enfrenta obstáculos significativos. A falta de infraestrutura adequada para coleta seletiva, reciclagem e logística reversa dificulta a ampliação de práticas circulares.

Além disso, a circularidade exige tempo — tempo para reparar, para reorganizar materiais, para criar novos usos, para estabelecer parcerias, para integrar soluções locais. E o tempo é, justamente, um dos recursos mais escassos para pequenos empreendedores.

Outro desafio é o reconhecimento. Muitas práticas circulares não são percebidas como estratégicas, mas como improvisos. Essa percepção reduz seu valor e impede que se tornem base para políticas públicas mais estruturadas.

Reconhecer a circularidade cotidiana como inteligência territorial é um primeiro passo para transformá-la em política de desenvolvimento.

7. Caminhos possíveis: circularidade como cultura, não apenas como técnica

Para que a economia circular se fortaleça, é necessário tratá-la como cultura produtiva, e não apenas como política ambiental. Isso implica valorizar práticas locais, fortalecer redes de troca, apoiar negócios de reparo e reuso, criar espaços de reaproveitamento comunitário, promover educação ambiental contextualizada, integrar tecnologia digital de forma acessível e estimular políticas públicas que reconheçam o papel central dos territórios.

A circularidade não se impõe; se cultiva. Ela floresce quando encontra condições sociais, institucionais e emocionais para se manifestar. Pequenos negócios já oferecem o terreno fértil. Cabe ao país aprender com eles.

8. Conclusão: a vida que continua quando aprendemos a continuar com ela

A economia circular, quando vista a partir dos pequenos negócios, revela uma dimensão mais ampla e mais humana do que os modelos tradicionais costumam admitir. Ela expressa a vontade de fazer durar, de reparar, de encontrar sentido nas coisas e de reconhecer que tudo o que circula também

nos transforma. Não é apenas questão de sustentabilidade. É questão de cuidado.

Se quisermos construir um país mais atento à sua própria materialidade, mais inteligente no uso dos recursos e mais sensível aos territórios, precisaremos olhar com mais respeito para o que já fazemos.

A circularidade brasileira já existe. Ela só precisa ser reconhecida, valorizada e integrada a um projeto maior de desenvolvimento que entenda que a vida continua quando aprendemos a continuar com ela.

REFERÊNCIAS

GEERTZ, Clifford. A Interpretação das Culturas. Rio de Janeiro, LTC, 2008.
POLANYI, Karl. A Grande Transformação. Rio de Janeiro, Campus, 2000.
SANTOS, Milton. A Natureza do Espaço. São Paulo, Edusp, 2006.
NUSSBAUM, Martha. A Fragilidade do Bem. São Paulo, WMF Martins Fontes, 2011.

XXII - Governos Locais e Empreendedorismo

Quando A Política Pública Começa Na Rua E Transforma O Território

Edgard Vicente Fernandes Júnior

Giovanni Beviláqua

1. Introdução: a política pública que acontece onde as pessoas vivem

A maior parte das políticas públicas brasileiras é desenhada a partir de escalas que raramente falam diretamente à vida cotidiana. Programas nacionais, normativas estaduais e marcos regulatórios gerais são essenciais, mas a realidade concreta em que empreendedores vivem acontece em um espaço muito menor, muito mais imediato e, ao mesmo tempo, muito mais decisivo: o município.

É no bairro, na rua, no entorno da feira, no centro comercial local, no serviço que não funciona, na praça que abriga pequenas atividades, na escola que forma jovens trabalhadores, na unidade de saúde que atende famílias e no contato diário com as instituições municipais que os pequenos negócios interpretam o Estado.

Em que se pese o Federalismo constitucional definir o papel de cada ente, a vida real acontece nas ruas das cidades. São os municípios que sentem o impacto principal de qualquer política pública, ou a ausência desta.

Governos locais, portanto, não são apenas entes federativos. São a face cotidiana do poder público, a menor distância entre Estado e sua população. É nessa escala em que as decisões realmente impactam vidas, simplificam rotinas, reduzem incertezas e criam — ou não criam — condições para que os pequenos negócios prosperem.

Este artigo procura compreender como municípios influenciam o comportamento econômico, emocional e social do empreendedor, e como uma política pública bem orientada pode transformar, de maneira silenciosa e profunda, a vitalidade de um território.

Também visa trazer luz de como essa microvisão da política pública no município quando inserido em um conjunto de todos em território nacional, molda características únicas do empreendedorismo brasileiro

2. O município como ecologia econômico-social

O município é a menor unidade federativa, mas é a maior unidade de experiência. É nele que as crianças crescem, que as famílias trabalham, que a vida circula e que os empreendedores criam seus pequenos mundos econômicos.

Quando governos locais compreendem essa condição, conseguem enxergar que desenvolvimento não se faz apenas com incentivos, mas com ecologias vivas: transporte que funciona, iluminação que garante segurança, vias que permitem circulação, espaços públicos que estimulam convivência, mercados que fortalecem redes e decisões administrativas que aumentam previsibilidade.

O que há é uma rede interconectada de atores — pessoas, empresas e governo — que colaboram para gerar o impacto social positivo e esperado por todos.

É uma visão inversa, porém necessária, da política pública nacional, onde o resultado sistêmico é mais importante do que o individual. A política pública local deve ter o olhar voltado para a menor escala possível, pois assim a união desses pequenos pontos forma as condições ideais para a prosperidade econômica coletiva.

Territórios não se desenvolvem apenas por investimentos públicos e privados, mas por uma série de condições que o tornam possível existir economicamente e prosperar. E essas condições são, em grande parte, responsabilidade dos governos locais, tanto na implementação como na coordenação dos atores para que ocorram.

Quando essa equação funciona, empreendedores sentem que podem ampliar seus negócios, assumir riscos, criar ideias e formar vínculos.

Quando ela falha, empreendedores se retraem. No âmago da questão, é uma percepção positiva ou negativa de esperança e confiança.

O comportamento econômico próspero ou escasso emana, portanto, da ecologia política do território.

3. A psicologia da proximidade: como a presença pública molda confiança

A psicanálise nos ajuda a perceber que relações de confiança são construídas por proximidade. O que está distante produz sensação abstrata; o que está próximo produz referência emocional.

Governos locais, por estarem mais próximos, têm poder particular de influenciar comportamentos, não apenas por políticas, mas por atitudes, linguagem, presença e escuta.

Importante lembrar que empreender é um ato carregado de emoções e sentimentos. Ter o próprio negócio é o segundo maior sonho da população brasileira, perdendo apenas para o sonho da casa própria.

O governo local deveria ter o papel de facilitador, um apoio para a concretização desse sonho.

Um empreendedor que vê a prefeitura como parceira - porque percebe transparência, acolhimento, clareza e previsibilidade - tende a se engajar mais em processos formais, buscar apoio institucional, planejar com mais segurança e estabelecer relações de longo prazo.

Em contrapartida, quando a prefeitura é percebida como ausente, confusa, autoritária ou imprevisível, o ambiente emocional se torna defensivo. Prevalece a hesitação.

A subjetividade empreendedora é profundamente afetada pela postura institucional do governo local. Uma fala bem colocada, uma reunião aberta, um canal de escuta, uma visita técnica, uma feira facilitada ou um serviço reorganizado podem alterar radicalmente o clima emocional do território.

A economia local não responde apenas a estímulos econômicos, mas também a estímulos afetivos.

4. Burocracia local: o excesso que pesa e a simplicidade que liberta

Ao contrário da burocracia federal, que muitas vezes opera de forma distante, a burocracia municipal é direta, cotidiana e inadiável. Ela define alvarás, licenças, uso do solo, horários de funcionamento, regras de vigilância sanitária, taxas, autorizações e uma série de elementos que moldam a possibilidade de existência ou não de um pequeno negócio.

Pequenos empreendedores não enfrentam apenas “exigências administrativas”.

Enfrentam o peso emocional de não compreender com clareza essas exigências, de temer fiscalizações, de não saber onde buscar orientação e de lidar com sistemas que variam de cidade para cidade.

A burocracia local, quando excessiva, não apenas atrapalha. Ela desencoraja. E desestimular é, para muitos negócios, o início da desistência.

Mas o inverso também é verdadeiro.

Governos locais que têm como premissas a simplificação de processos, explicar com clareza antes de exigir, tornar acessíveis documentos e criar canais de atendimento adequados, são vistos como parceiros e não como um peso estatal, e produzem um sentimento de bem-estar institucional que fortalece todo o ecossistema.

Simplificação e desburocratização, nesse caso, é política pública de desenvolvimento, uma das mais importantes e efetivas que existem.

Não é outro o sentido, senão esse de desenvolvimentismo público, que a nossa Constituição Federal obriga a redução ou eliminação de obrigações administrativas e tributárias para os pequenos negócios, e é por esse motivo que esse artigo está contido no capítulo da ordem econômica da nossa carta magna.

O tratamento diferenciado para os pequenos negócios é princípio constitucional indutor dos objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil: desenvolvimento nacional e redução de desigualdades.

São objetivos maiores, nacionais, mas que dependem essencialmente do governo local conectado a eles.

Reduzir obrigações, exigências, custos e processos, sobretudo para os pequenos negócios, é o motor para a prosperidade econômica com impacto direto, rápido e efetivo no município e no País.

5. O território como espaço regulado: cuidado, ordem e pertencimento

Uma cidade não é apenas soma de infraestruturas. É também forma de cuidado. Lixeiras disponíveis, limpeza urbana regular, calçadas transitáveis, iluminação pública adequada, ordenamento de feiras, segurança pública, regulamentação equilibrada, espaços de convivência e atenção a pequenos comércios constituem uma experiência urbana que incentiva circulação, permanência e trabalho.

Territórios bem cuidados produzem dignidade. E dignidade produz engajamento econômico. Pequenos negócios prosperam em lugares onde as pessoas se sentem seguras, bem tratadas e reconhecidas. Essa relação, profundamente comportamental, explica por que políticas urbanas não devem ser vistas como mera despesa. São investimentos na vitalidade psíquica e econômica da comunidade.

6. Governos locais como mediadores: escuta, reciprocidade e presença

Governos municipais com forte sensibilidade territorial tornam-se mediadores entre empreendedores e o mundo. Eles escutam demandas, traduzem normas, amortecem impactos, coordenam serviços e conectam instituições.

Essa mediação é crucial porque permite ao empreendedor sentir que não está sozinho diante da complexidade do ambiente econômico e regulatório.

A mediação não exige grandes recursos.

Exige presença, servidores que não apenas formalizem processos, mas compreendam contextos. Exige gestão que não apenas cobre metas, mas reconheça trajetórias e políticas públicas que não apenas regulem, mas acompanhem.

Estimular fóruns de integração entre sociedade e poder público é uma poderosa ferramenta de integração e indução de políticas públicas eficientes. Ouvir seus administrados faz o poder público direcionar políticas e recursos para onde é necessário.

No âmbito empresarial também, integração setores produtivos e poder público, tem o condão de trazer discussões sobre as principais lacunas e impedimentos regulatórios dos setores. Direcionando esforços para uma atuação pública mais efetiva e próspera.

Essa cultura integrativa, quando cultivada, cria territórios que apoiam seus empreendedores em vez de deixá-los à deriva.

7. Paradoxo: resiliência x atuação governamental local

Por outro lado, a atuação por anos dos governos locais em sentido contrário a todo o exposto aqui neste artigo moldou o empreendedor brasileiro para enfrentar condições essenciais na jornada que é empreender.

Povo brasileiro cresce na maioria das vezes sem um transporte público eficiente, atenção à saúde precária, saneamento básico mínimo, dentre diversas ausências do Estado em atender os anseios básicos da sua população. Brasileiro aprendeu a sobreviver nesse ambiente como algo normal, porém é um ato heroico e louvável.

Na economia privada, não é diferente. Durante anos, o empreendedor brasileiro enfrentou diversos entraves locais para abrir e manter seu

negócio em funcionamento. O processo de abertura da empresa durava meses, inúmeras exigências prévias para simplesmente “abrir a porta” do negócio, crédito caro ou indisponível, fiscalização predatória, impostos e taxas, dentre outras.

Porém esses entraves, trouxe para o empreendedor brasileiro uma característica essencial para o desenvolvimento empresarial: resiliência e resistência.

O empreendedor brasileiro nasceu sabendo que resiliência é o mínimo para sobreviver, e aplica esse conceito no seu negócio diariamente. Empresa em funcionamento hoje é uma prova de resistência magistral dos seus administradores e sócios.

A única preocupação do empreendedor deveria vender seus produtos e serviços e prosperar!

Tudo o que os governos locais têm a fazer é mudar esse mindset para se apresentar como parceiro e apoiador, pois a resiliência e coragem o empreendedor já apreendeu a ter desde seu nascimento, paradoxalmente, por causa da ausência desse papel facilitador do poder público.

8. Conclusão: quando o desenvolvimento começa ao lado de casa

Governos locais são a porta de entrada para o desenvolvimento real.

São neles que se definem as condições de possibilidade da vida econômica, as sensações de segurança e pertencimento, a previsibilidade do cotidiano e a

confiança institucional que sustenta pequenas decisões que, somadas, movem a economia do país.

Se o Brasil deseja fortalecer seus pequenos negócios, precisa reconhecer que prefeitos, secretarias municipais, equipes técnicas e políticas locais não são estruturas periféricas. São protagonistas que constroem - ou deixam de construir - o ambiente onde o empreendedor arrisca, cria, trabalha, imagina e insiste.

No fim das contas, desenvolvimento não começa nas grandes decisões, mas nos pequenos gestos do poder público local, nos vínculos que se criam entre governo e comunidade, nos cuidados que mantêm a cidade viva. E quando governos locais se tornam parceiros da vida econômica, pequenas iniciativas ganham grandeza, e territórios inteiros descobrem que o Brasil pode, sim, crescer a partir de cada rua.

REFERÊNCIAS

ARENDDT, Hannah. A Condição Humana. Rio de Janeiro, Forense Universitária, 2007.

BOURDIEU, Pierre. O Poder Simbólico. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 2007.

SENNETT, Richard. A Cultura do Novo Capitalismo. Rio de Janeiro, Record, 2006.

SANTOS, Milton. O Espaço do Cidadão. São Paulo, Edusp, 2014.

XXIII - Investimento, Inovação e Território

Quando O Capital Aprende A Imaginar O Brasil

Carlos Victor Araújo Pereira

Giovanni Beviláqua

1. Introdução: o capital como linguagem e como encontro

O ecossistema de investimento em inovação costuma ser apresentado como ambiente técnico, dominado por métricas de retorno, análises de mercado e procedimentos padronizados. No entanto, quando se aproxima desse universo a partir da realidade dos pequenos negócios brasileiros, percebe-se que o investimento é, antes de tudo, linguagem. Ele envolve a forma como investidores interpretam ideias, como leem trajetórias, como percebem riscos e como projetam futuros. Envolve também a capacidade do empreendedor de traduzir sua experiência territorial, cultural e emocional em narrativa que dialogue com expectativas que nem sempre coincidem com sua realidade.

O investimento, portanto, não é apenas fluxo financeiro. É processo de interpretação. É gesto de imaginação. É encontro entre formas de pensar que, muitas vezes, pertencem a mundos distintos. E, no caso brasileiro, esse encontro se torna ainda mais complexo porque convivemos com uma história de escassez de capital de risco, concentração geográfica de investimentos e forte assimetria entre centros de decisão financeira e territórios onde a inovação realmente acontece.

2. A subjetividade do investimento: expectativas, medos e projeções

Embora o discurso dominante sobre investimentos enfatize racionalidade e técnica, a subjetividade permeia cada etapa do processo. Investidores tomam decisões a partir de impressões, afinidades, interpretações e expectativas de futuro. Empreendedores buscam investimento carregando medos, esperanças e receios sobre como serão percebidos. Ao redor dessa relação circulam projeções recíprocas. O empreendedor imagina que o investidor possui todas

as respostas; o investidor imagina que o empreendedor possui convicção absoluta. Ambos idealizam, cada um à sua maneira, a figura do outro.

Essa dinâmica emocional não é acessória; ela é central. O maior ativo de qualquer empresa, não é seu balanço patrimonial ou a quantidade de recurso disponível em seu caixa. Seu maior ativo é sim o empreendedor por trás de tais números. A decisão de investir é sempre atravessada por incertezas que não cabem em planilhas. O medo de perder recursos se soma ao medo de apostar no lugar errado. A expectativa de encontrar uma grande ideia convive com a angústia de deixá-la escapar por falta de sensibilidade.

E, para o empreendedor, o medo de parecer inadequado convive com o desejo de ser legitimado. O investimento é um espaço de vulnerabilidades compartilhadas.

3. A diferença entre crédito e investimento: duas formas de imaginar o futuro

A confusão recorrente entre crédito e investimento produz frustrações e expectativas irreais. Crédito exige previsibilidade; investimento exige possibilidade. Crédito busca segurança; investimento busca horizonte. Crédito se apoia no passado e no presente; investimento aposta no futuro. Por isso, um empreendimento preparado para crédito não está necessariamente preparado para investimento.

A linguagem é outra, a expectativa é outra e a relação emocional com o risco também é outra.

O investimento exige que o empreendedor seja capaz de interpretar a si mesmo e ao seu negócio em perspectiva temporal ampliada. Exige que consiga conversar sobre o que ainda não existe com clareza suficiente para gerar engajamento e confiança. Isso não se aprende apenas com técnica. Aprende-se com orientação, colaboração, escuta, prática e maturação emocional. O investimento é uma pedagogia do possível.

4. Orientação como tradução: formar o empreendedor para dialogar com outra cultura

A orientação para captação de investimento é muito mais profunda do que ensinar o que significa *valuation*, *cap table* ou diluição. Ela envolve ajudar o empreendedor a traduzir a lógica do seu território para um interlocutor que, muitas vezes, tem pouca sensibilidade a esse território. Envolve trabalhar a narrativa de origem do negócio, a compreensão do problema que ele resolve, o

ambiente onde está inserido, o modo como ele se posiciona culturalmente e a forma como seu fundador sustenta emocionalmente o risco de construir algo novo.

Essa orientação exige sensibilidade para que o empreendedor não perca sua identidade na tentativa de se adequar. Exige também atenção ao ritmo de cada pessoa, pois lidar com investimento significa lidar com incerteza. A preparação narrativa, emocional e estratégica é tão importante quanto a preparação técnica.

Quando orientação funciona, o empreendedor passa a habitar dois mundos: o mundo concreto em que vive e o mundo possível que precisa explicar.

5. O investidor como sujeito: vieses, filtros e limites do olhar financeiro

Assim como o empreendedor precisa aprender a dialogar com o investidor, o investidor precisa aprender a dialogar com os atores que tocam a economia real do país. O capital de risco brasileiro, concentrado em poucos centros urbanos, possui limites perceptivos que não são apenas técnicos, mas culturais.

Inovações que emergem de periferias, territórios rurais, comunidades tradicionais, economias criativas ou biomas específicos são frequentemente subavaliadas porque escapam às referências dominantes. Aqui escancara-se a assimetria do acesso aos recursos, muitas vezes imposta por regionalismos e diversidades culturais.

Isso revela que investidores também são sujeitos, atravessados por vieses inconscientes e por repertórios que moldam seu olhar. Uma inovação amazônica pode parecer arriscada não porque é menos promissora, mas porque está fora do campo de experiência de quem avalia. Uma solução de economia circular pode ser vista como pequena porque rompe com noções tradicionais de escala. Uma iniciativa comunitária pode ser subestimada porque não se encaixa no vocabulário hegemônico da tecnologia.

Não incomum, essas inovações e soluções não tradicionais são avaliadas e mensuradas por métricas e indicadores tradicionais. Criando imagens míopes da realidade. Investir no Brasil exige reaprender a ver.

6. Território como ativo: a inovação que nasce onde o investidor não está olhando

O Brasil é um país que produz inovação de formas que não cabem em categorias convencionais. Há inovação no extrativismo sustentável, na agricultura familiar, nas práticas de circularidade, no artesanato contemporâneo, nas cozinhas populares, nas periferias urbanas, nos arranjos produtivos locais, nos modelos comunitários de logística e nas estratégias de sobrevivência que combinam criatividade, improviso e eficiência silenciosa.

Essas formas de inovação pedem outro tipo de leitura. Pedem que o investidor compreenda que o valor de um negócio não está apenas na escalabilidade, mas também na profundidade territorial. Pedem que políticas públicas reconheçam que inovação não surge apenas de tecnologias disruptivas, mas também de melhorias incrementais que reorganizam a vida de forma criativa. E pedem, sobretudo, que a orientação empreendedora ajude o empreendedor a afirmar o valor singular do território onde está.

7. A mediação institucional como chave para um ecossistema maduro

Nenhum ecossistema de inovação se fortalece apenas pelo encontro entre empreendedor e investidor. É necessária mediação. Mediação que traduza expectativas, ajuste linguagens, reconheça trajetórias, reduza assimetrias, ofereça formação e crie continuidades. Essa mediação deve ser paciente, processual e sensível ao ritmo e a linguagem do pequeno negócio.

A preparação para investimento é gradual, e envolve tanto questões estratégicas quanto emocionais.

Instituições que atuam com pequenos negócios desempenham papel crucial nesse processo. Elas ajudam a desfazer fantasias, reduzem medos, ampliam visão de futuro e apoiam o empreendedor na construção de sua narrativa.

Da mesma forma, aproximam investidores de realidades que desconhecem, ampliando repertórios e sensibilizando decisões. Quando mediação funciona, investimento deixa de ser barreira e se torna ponte.

8. Conclusão: imaginar o Brasil como possibilidade comum

Investimento em inovação não acontece no vazio: acontece entre pessoas, territórios, histórias e modos de imaginar. Para que o ecossistema brasileiro amadureça, será preciso formar empreendedores capazes de dialogar com outra cultura financeira e formar investidores capazes de compreender o país

para além dos grandes centros. Será preciso aproximar mundos que, por muito tempo, se olharam à distância.

O Brasil possui inteligência territorial, criatividade produtiva e força empreendedora suficientes para construir um modelo de inovação próprio, mais atento às realidades locais e mais sensível às necessidades humanas.

Quando investimento, orientação e território se encontram de maneira cuidadosa, nasce uma possibilidade concreta de futuro.

E pequenos negócios deixam de buscar legitimidade para se tornarem protagonistas daquilo que o Brasil ainda pode ser.

REFERÊNCIAS

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 2013.

FEENBERG, Andrew. Transforming Technology: A Critical Theory Revisited. Oxford University Press, 2002.

FURTADO, Celso. Criatividade e dependência. Companhia das Letras, 2008.

NORTH, Douglass. Instituições, mudança institucional e desempenho econômico. São Paulo: Três Estrelas, 2018.

POLANYI, Karl. A grande transformação. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

SENNETT, Richard. A cultura do novo capitalismo. Rio de Janeiro: Record, 2006.

SOUZA, Jessé. A elite do atraso. Rio de Janeiro: Estação Brasil, 2017.

WINNICOTT, Donald. Processos de amadurecimento e ambiente facilitador: Estudos sobre a teoria do desenvolvimento emocional. São Paulo: Ubu, 2022.

XXIV - Trabalho, Tempo e Vida

Quando O Cotidiano Dos Pequenos Negócios Revela O Ritmo Real Do Brasil

Jamile Guerra Messias Sales

Giovanni Beviláqua

1. Introdução: o tempo como matéria-prima invisível da vida econômica

O trabalho sempre foi tratado como variável econômica, força produtiva, componente do crescimento ou recurso administrável. No entanto, quando observamos a vida dos pequenos negócios brasileiros, percebemos que o trabalho é, antes de tudo, uma experiência vivida no corpo e no tempo.

É o ritmo da vida que organiza o ritmo da economia — e não o contrário.

Basta acompanhar a rotina de uma padaria que abre antes do amanhecer, de uma artesã que produz no intervalo entre as tarefas domésticas, de um vendedor ambulante que ajusta suas horas ao fluxo do bairro, de uma manicure que atende entre cuidados familiares ou de um pequeno comerciante que estende o expediente para conseguir fechar o mês.

O tempo não é apenas medido; é sentido.

E a forma como o tempo é sentido define o trabalho, o humor, a produtividade e até a saúde emocional de quem empreende.

Este texto busca compreender o tempo como matéria-prima central da vida empreendedora, e o trabalho como manifestação concreta dessa relação. O que se segue é uma tentativa de pensar o Brasil a partir das jornadas que não cabem nas estatísticas, mas que dizem tudo sobre o país.

2. O tempo acelerado e o corpo exausto: a contradição da modernidade

Temos todos as mesmas 24 horas? Receitas prontas de sucesso evocam a centralidade do esforço individual e desconsideram as questões estruturais que tornam o tempo um privilégio de classe.

A sociedade contemporânea celebra velocidade. Pede respostas rápidas, adaptação constante, produtividade crescente, disponibilidade contínua. Esse culto ao aceleração, tão presente no discurso empresarial, transforma a vida em corrida e deixa o mundo do trabalho ainda mais opressor.

Byung-Chul Han fala da “sociedade do desempenho”, marcada por sujeitos que carregam sobre si toda a responsabilidade da produtividade e, por isso, se culpam quando não conseguem acompanhar o ritmo imposto. Essa lógica é devastadora para os pequenos negócios, que vivem em condições de instabilidade muito maiores do que aquelas previstas pelos discursos de alta performance.

O pequeno empreendedor não administra apenas tempo de trabalho; administra também o tempo emocional e uma realidade material que tende a ser pouco favorável. Lida com a ansiedade do dia seguinte, com a imprevisibilidade da demanda, com a oscilação das contas, com o cuidado com a família, com noites mal dormidas, com crises e com a necessidade de se manter operacional em cenários que exigem dele mais do que o razoável.

O corpo, nesse contexto, torna-se o lugar onde a contradição da modernidade se revela: exige-se velocidade, mas vive-se exaustão.

3. A relação com o tempo e a negação do futuro

Jessé Souza, sociólogo brasileiro, defende a tese de que o “pensamento prospectivo” é uma construção e um privilégio de classe. Pelo conceito entende-se a consideração do futuro como mais importante que o presente. Assim, o autor debate sobre a divisão do mundo entre “classes com futuro” e “classes sem futuro”, a partir da capacidade de pensar a vida no longo prazo.

De acordo com o relatório GEM (Global Entrepreneurship Monitor), em 2024, 45% das pessoas que empreendem iniciaram um negócio impelidas pela necessidade, um aumento de 6.6 pontos percentuais em relação ao ano anterior. O estudo associa essa oscilação em função do ingresso de grupos “mais vulneráveis” na atividade empreendedora, a exemplo de pessoas de baixa escolaridade e renda.

O chamado empreendedorismo por necessidade traz em si a urgência da sobrevivência. Aqui falamos do sujeito. Por outro lado, a capacidade de organizar e planejar o futuro é ponto fundamental para a manutenção dos negócios.

Os tempos não coincidem. Segundo Souza, sem o pensamento prospectivo a condução racional da vida é inviabilizada. Presos ao “aqui e agora” e arrastados pelos desafios diários, aos pequenos negócios, por vezes, é negado o futuro.

4. O tempo do cuidado e a invisibilidade que sustenta o trabalho

Por trás do trabalho produtivo há sempre um trabalho de cuidado que o sustenta: cuidar da casa, dos filhos, dos idosos, das crises que surgem sem aviso. A filósofa italiana Silvia Federici desconstrói a romantização das tarefas domésticas e sentencia: o que comumente é chamado de amor, nada mais é do que trabalho não remunerado.

A economia do cuidado, discutida por Nancy Fraser e por tantas autoras do feminismo contemporâneo, mostra que as sociedades só funcionam porque alguém sustenta silenciosamente o tempo da vida. Esse fazer invisível recai sobre as mulheres e não consta dos registros contábeis.

Se por um lado não há mensuração dessa base de cuidado que sustenta todos os negócios, sobram dados que apontam a desigualdade quando o assunto é empreendedorismo feminino. Mulheres empreendedoras gastam em média 2,9 horas com afazeres domésticos diariamente, enquanto homens destinam 1,5 hora por dia, aponta pesquisa do Sebrae realizada em 2023. As empresárias também passam mais tempo cuidando dos familiares. São 3,1 horas por dia. Já os homens dedicam em média 1,6 hora do seu dia cuidando de parentes.

Cada hora que se dedica ao cuidado é uma hora que não se dedica ao negócio, e vice-versa. A desigualdade que permeia as relações entre gêneros também molda a relação com o tempo e a possibilidade de desfrutá-lo no âmbito público.

5. O tempo político do território: governos locais que aceleram ou paralisam a vida

O tempo do trabalho é profundamente influenciado pelo tempo das instituições.

Prefeituras que facilitam processos reduzem custos emocionais e abrem espaço para que o empreendedor planeje. Governos locais que criam obstáculos transformam jornadas simples em maratonas. A iluminação pública muda o turno de trabalho. A frequência do transporte altera a hora de abrir e fechar. A limpeza urbana define fluxo de clientes. A segurança molda o tempo de permanência no espaço público.

A vida do pequeno negócio pulsa no ritmo do território.

E esse ritmo depende de decisões que não são apenas administrativas, mas comportamentais: a forma como o Estado se mostra, fala, acolhe e organiza cria sensação de pressa ou de tranquilidade.

Tempo, aqui, é também política.

6. Conclusão: o desenvolvimento como possibilidade de respirar

Pensar trabalho, tempo e vida nos pequenos negócios é reconhecer que desenvolvimento é, antes de tudo, uma questão de respiração. Respirar é ter tempo. É estar em condições mínimas de planejar, criar, descansar e existir com dignidade.

O Brasil será mais justo quando oferecer condições temporais melhores — menos espera improdutiva, menos cansaço acumulado, menos aceleração artificial, menos falta de cuidado.

Será mais próspero quando reconhecer que o tempo vivo dos pequenos negócios é parte da própria infraestrutura do país.

E será mais humano quando compreender que todo projeto de desenvolvimento começa por aquilo que sustenta a vida: o ritmo em que ela pode ser vivida.

Pepe Mujica, ex-presidente do Uruguai, fala do tempo como um componente fundamental da liberdade:

Mas há outra liberdade, e é a liberdade de ter margens crescentes de tempo para cultivar os nossos afetos, para cultivar as coisas elementares da vida pelas quais somos gratos e que precisam de tempo: tempo para os filhos, tempo para os amigos, tempos para a família, tempo para as coisas elementares. (ALVÍDREZ, 2024, P. 134)

Este artigo, ao tratar do tempo como categoria econômica e existencial, fecha uma lacuna importante na interpretação do Brasil. Ele nos lembra que trabalhar é viver - e que viver exige tempo.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor. *Minima Moralia*. São Paulo: Ática, 1993.

ALVÍDREZ, Saul. *Chomsky e Mujica: Sobrevivendo ao Século XXI*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2024.

FEDERICI, Silvia. *Calibã e Bruxa: mulheres, corpo e acumulação primitiva*. São Paulo: Editora Elefante, 2017.

FRASER, Nancy. *Fortunas do Feminismo*. São Paulo: Boitempo, 2019.

GLOBAL ENTREPREUNERSHIP MONITOR. *GEM 2024/2025 Global Report Entrepreneurship Reality Check*. 2025.

HAN, Byung-Chul. *Sociedade do Cansaço*. Petrópolis: Vozes, 2015.

MAUSS, Marcel. *Sociologia e Antropologia*. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

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

SEBRAE. *Características das empreendedoras: Empreendedorismo Feminino*. 2023.

SENNETT, Richard. *A Corrosão do Caráter*. Rio de Janeiro: Record, 2006.

SIMMEL, Georg. *Filosofia do Dinheiro*. São Paulo: Ed. Unesp, 2011.

SOUZA, Jessé. *A Tolice da Inteligência Brasileira*. São Paulo: Leya, 2015.

XXV - Confiança, Comunidade e Capital Social

A Economia Que Acontece Entre As Pessoas

Eduardo Luiz Gomes Duarte

Giovanni Beviláqua

1. Introdução: A atitude das pessoas também é economia.

Ao observarmos o Brasil pelos olhos dos pequenos negócios, percebemos rapidamente que a economia não se sustenta apenas por estruturas formais, mas também por aquilo que circula entre as pessoas: conversas, promessas, reputações, vínculos, gestos de cuidado e expectativas que se renovam.

Esse tecido relacional - tão sutil quanto decisivo - organiza a vida econômica brasileira de forma silenciosa, porém profunda. Comprar de um pequeno negócio vai além do ato de compra. É uma questão de atitude, de escolha. Que passa, na maioria das vezes, por uma convivência que gera proximidade e reconhecimento.

O objetivo deste artigo é percorrer essa dimensão invisível, mostrando que o campo econômico é constituído, antes de tudo, por relações humanas. A economia brasileira, sobretudo aquela vivida pelos pequenos negócios, é, essencialmente, uma economia de vínculos.

2. A confiança como estrutura emocional da vida econômica

A confiança não é apenas crença no outro; é condição de possibilidade da ação econômica.

Ela reduz incertezas, encurta negociações, favorece a redução de custos, sustenta acordos verbais e abre espaço para decisões que, em ambientes formais, só ocorreriam sob contrato.

Sem confiança, nenhum pequeno negócio sobrevive. Sem comunidade, nenhum território floresce. Sem vínculos, não há continuidade.

No cotidiano dos pequenos negócios, a confiança é tão importante quanto o crédito disponível. Ela nasce da convivência, de padrões compartilhados, de reconhecimento mútuo.

Como lembra Axel Honneth, a confiança é forma de reconhecimento: trata-se de ver o outro como alguém digno de consideração e capaz de agir com responsabilidade.

É esse reconhecimento recíproco que habilita uma economia local a existir. Ele traz esse sentimento de pertencimento, e é aqui que a realidade brasileira revela algo singular: confiança é recurso econômico estruturante.

3. O capital social como força produtiva incorporada no território

O que chamamos de capital social - essa teia de relações, normas tácitas e reciprocidades - é uma das forças produtivas mais poderosas dos pequenos negócios. É a confiança construída no cotidiano, no compartilhamento. É o que me faz escolher comprar no local e não fora dele.

Ele aparece no fiado concedido ao cliente antigo, no fornecedor que oferece prazo porque conhece a idoneidade do comprador, na recomendação que circula entre vizinhos, na ajuda que surge espontânea porque "todos se conhecem". O ato de compra é um atestado de pertencimento, onde o indivíduo é reconhecido e não é apenas mais um cliente, mas sim alguém além do seu poder aquisitivo.

Pierre Bourdieu nos ajuda a compreender essa força de maneira mais precisa. Para ele, capital social não é apenas rede externa, mas disposição incorporada - o que ele chama de "habitus" - que orienta formas de agir e interpretar o mundo.

Nos territórios brasileiros, esse habitus aparece na maneira como vínculos se formam, na importância simbólica da reputação, na ética local que regula trocas e nas classificações tácitas que todos conhecem sem que ninguém precise enunciar.

Cada bairro, comunidade, vila ou periferia funciona como um pequeno "campo", com suas regras internas de legitimidade e reconhecimento.

É nesse campo que pequenos negócios se legitimam e encontram seu lugar, como a força motriz para a geração de emprego, renda e crescimento local.

Sem compreender esse sistema simbólico, nenhuma análise econômica se completa.

4. O que não se vê também determina o que acontece

Roy Bhaskar, com seu realismo crítico, oferece outra lente essencial para interpretar essa dinâmica.

Segundo ele, a realidade social opera em camadas: o que vemos (os eventos), o que acontece (os processos), e o que gera o que acontece (os mecanismos).

A confiança, a reputação, a comunidade e o pertencimento operam nesse nível mais profundo, como mecanismos geradores que explicam por que determinados territórios prosperam apesar das dificuldades, enquanto outros enfrentam estagnação mesmo com investimentos semelhantes.

Pequenos negócios tendem a prosperar não apenas porque administram bem suas tarefas visíveis, mas porque se apoiam nesses mecanismos invisíveis que organizam expectativas e comportamentos,

A economia brasileira, nesse sentido, é atravessada por estruturas sociais tão importantes quanto suas infraestruturas materiais.

5. Comunidade: o território como sujeito coletivo

No Brasil, comunidades urbanas, rurais, ribeirinhas, periféricas, interioranas e tradicionais produzem formas próprias de convivência e organização econômica.

São espaços onde o trabalho se mistura ao cuidado, onde o comércio se vincula a memória afetiva e coletiva, onde a circulação do dinheiro é acompanhada pelo sentimento de pertencer ao lugar e onde a sobrevivência é, muitas vezes, uma tarefa comum.

A antropologia mostra que comunidades geram não apenas economias locais, mas atmosferas emocionais que dão estabilidade ao cotidiano. Comprar do

pequeno negócio é um ato de cidadania. É contribuir para a melhoria do coletivo.

Pertencer significa estar amparado por uma rede - não apenas econômica, mas simbólica, e que faz dela uma forma de capital.

6. Quando o Estado entra - ou não entra - na rede

Governos locais, que regulamentam a vida empreendedora, podem fortalecer ou fragilizar esse tecido.

A forma como o poder público se apresenta - acolhedora ou distante, clara ou confusa, presente ou ausente - afeta diretamente o capital social de um território.

Uma prefeitura que facilita processos, que escuta, que organiza espaços públicos e que apoia feiras e eventos comunitários amplia a confiança coletiva e contribui, de forma significativa, para construção de ambiente favorável para sustentar a vida econômica.

Política pública, nesse sentido, é primordial. É o catalizador social que incentiva ou desencoraja vínculos. Um território com confiança institucional respira desenvolvimento. Um território sem confiança permanece em tensão.

7. Conclusão: a economia que vive entre uma pessoa e outra A economia está nas interações sociais

Pequenos negócios nos ensinam que a economia não acontece somente nas transações.

Ela acontece nos encontros.

A confiança, a solidariedade, a reputação, a reciprocidade e a comunidade não são ornamentos e sim fundamentos.

Este artigo afirma que capital social, no Brasil, é força estrutural, mecanismo gerador e patrimônio simbólico.

É ele que mantém negócios vivos onde faltam recursos, que sustenta continuidade onde a incerteza domina e que transforma territórios em lares econômicos.

Se o Brasil deseja crescer de maneira justa e sustentável, precisa reconhecer, e fortalecer, essa economia invisível. Porque é justamente no espaço entre uma pessoa e outra que começa o país que queremos construir.

REFERÊNCIAS

ARENDDT, Hannah. A Condição Humana. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

BAUMAN, Zygmunt. Comunidade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

BHASKAR, Roy. A Realist Theory of Science. London: Verso, 2008.

BOURDIEU, Pierre. Razões Práticas. Campinas: Papyrus, 1997.

BOURDIEU, Pierre. O Poder Simbólico. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

HONNETH, Axel. Luta por Reconhecimento. São Paulo: Ed. 34, 2003.

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

PUTNAM, Robert. Comunidade e Democracia. Rio de Janeiro: FGV, 2002.

SENNETT, Richard. Juntos. Rio de Janeiro: Record, 2012.

XXVI - Ativos de Propriedade Industrial como Fator de Desenvolvimento dos Pequenos Negócios

Andréa Sekeff

1. Introdução: o ambiente das micro e pequenas empresas

Como na luta de classes anunciada por Marx e Engels no clássico “Manifesto Comunista”, as micro e pequenas empresas (MPE) representam aqui, por analogia, o proletariado. Do outro lado, está a burguesia personificada pelas grandes empresas, que são favorecidas por estrutura estabelecida e legitimada. Para conquistar espaço, os pequenos negócios precisam se unir em torno da própria causa, como fez o proletariado. Só que essa luta não será contra a grande empresa, e sim, vai ao encontro de uma ambiência favorável a seu florescimento. O papel desses principais atores – pequenas e grandes empresas – segue a mesma direção. São forças que se complementam na lógica da Era da Inteligência Artificial (IA).

Na lógica de Marx, a luta de classes requer o antagonismo entre opressores e oprimidos. Já a luta da MPE é pela sobrevivência em um mercado competitivo, com regras em desequilíbrio, que, na maioria das vezes, favorece às grandes empresas. Os pequenos negócios possuem seu papel na dinâmica do mercado. O que representa dizer que nem toda micro e a pequena empresa irá necessariamente se tornar uma grande empresa.

“Pequenas e grandes empresas são, a seu modo e especificamente, inegáveis e insubstituíveis atores na propulsão do desenvolvimento”. (SANTOS, 2011, p. 15).

O esforço desse entendimento vem aos poucos ganhando cada vez mais adeptos. Desde a década de 90, políticas governamentais vêm intensificando ações para inserir a micro e pequena empresa na agenda da economia do país.

O movimento a favor das MPE tem início no fim do século XX, com medidas de estruturação deste segmento. Conforme destacado por Lemos (2003), dois fatores marcaram essa iniciativa. A primeira delas se deu em 1972, quando foi criado o Centro Brasileiro de Assistência Gerencial à Pequena e Média Empresa (Cebrae, ainda escrito com “c”). O segundo fator de grande impacto diz respeito à estruturação de um ambiente tributário específico para a MPE.

Quatro anos após a sua criação, o Cebrae já contava com 230 funcionários e estava presente em 19 estados brasileiros. Já a criação em 1984 do Estatuto da Microempresa (Lei número 7.256, de 27.11.1984) oferecia, em linhas gerais, “condições privilegiadas às microempresas, como facilidades no registro de novos empreendimentos e isenção fiscal e tributária.” (ALMEIDA, 2012, p. 56). O Estatuto foi o início da construção de um ambiente legal favorável para a criação de uma dinâmica própria voltada à MPE.

Juntou-se ao Estatuto da Microempresa, uma década depois, em 5 de dezembro de 1996, a criação da Lei das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte, o Simples Nacional, que instituía o sistema integrado de cobrança de impostos, incluindo Imposto de Renda Pessoa Jurídica (IRPJ), Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI), Contribuição Social sob o Lucro Líquido (CSLL), Programa de Integração Social (PIS/PASEP), Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (COFINS) e Instituto Nacional de Serviço Social (INSS).

Desta forma, a Lei Geral além de estabelecer a desburocratização tributária, possibilitou outro ganho, que foi a ampliação da participação da MPE nas compras públicas governamentais, além da criação de mecanismo que possam contribuir para diminuir a informalidade do país, com a criação da figura jurídica do Microempreendedor Individual. A Lei Geral, também conhecida como Estatuto da Micro e Pequena Empresa, passou a ser o principal marco referencial para definições de políticas públicas voltadas para o desenvolvimento deste segmento, além dos aspectos legais, contempla de compras públicas à inovação.

Todos esses movimentos contribuíram para um olhar mais atento sobre o papel da micro e pequena empresa no Brasil.

Como aponta Chang, as políticas protecionistas são a melhor forma de estabelecer um ambiente favorável para o amadurecimento e o fortalecimento da economia. Essa lição vale também para as micro e pequenas empresas. Uma prova está nos resultados que hoje os pequenos negócios apresentam por meio dos índices de empregabilidade no segmento e a diminuição do mercado informal.

2. A MPE por dentro

Pela sua própria natureza, os pequenos negócios apresentam um grau elevado de mobilidade em sua estrutura de funcionamento. Essa agilidade é propiciada principalmente pela característica enxuta que a MPE é obrigada a manter. A flexibilidade é uma consequência natural de adaptação às mudanças comuns exigidas em uma economia de mercado. Um aspecto atendido com propriedade pela MPE.

Esta talvez seja a principal peculiaridade da micro e pequena empresa que a enquadra perfeitamente no contexto da Teoria Evolucionista do Desenvolvimento. As firmas para sobreviverem precisam ter capacidade de se adaptar as constantes mudanças no mercado. Diferente da Teoria Econômica Neoclássica, a Economia Evolucionária entende que os indicadores estão em constante movimento. É um processo de mudança dinâmico e que reflete em toda a lógica de funcionamento do mercado.

“One important difference is that, in the neoclassical writings, the normative justification for structures that regulate markets and for non-market structures more generally is posed in terms of ‘market failures’. The evolutionary theoretical view on this, or at least my view, is that this mode of normative analysis involves a major asymmetry and often obfuscates understanding. Once one recognizes the wide range of institutions involved in economic activity and acknowledge as well that no particular institution ever works ‘perfectly’ in any real context, the asymmetry involved in justifying non-market modes simply in terms of the inadequacy of markets stand out.” (NELSON, 2004, p. 8).

A Teoria Evolucionista entende que o crescimento econômico funciona como um conjunto que é resultado da evolução das tecnologias, das empresas e das estruturas industriais. Tudo isso ancorado pelo suporte institucional, além da necessidade de inserir as incertezas do cenário composto pelos atores e organizações. O ambiente da micro e pequena empresa é de constante flexibilidade e mudança, cabendo à inovação o papel de aliada neste cenário de incertezas. A capacidade de adaptação da MPE pode ter a inovação como uma estratégia de atuação no mercado, pois como o poder de tomada de decisão é muito ágil e pouco burocrático, pequenas alterações de processos podem gerar mais eficiência e lucro no negócio. Mesmo com essa constatação, ainda são poucas as MPE que adotam uma postura inovadora em sua gestão.

Comparando com as grandes empresas, as MPE investem muito pouco em P&D. Conforme Freeman (2008), o ambiente das firmas precisa estar atento e se adaptar às situações do ambiente externo. A inovação seria assim a principal estratégia de competitividade e permanência em um mercado em constantes mudanças. Assim, se por um lado as grandes firmas possuem amplo

investimento em P&D, por outro, os pequenos negócios – como visto - lidam de forma factual com a inovação e a pesquisa.

“...a importância das novas firmas inovadoras de pequeno porte está relacionada à relutância e à incapacidade de muitas firmas estabelecidas em adotarem uma estratégia ofensiva”. (FREEMAN, 2008, p. 459).

A estratégia inovativa defensiva, onde a imitação pode ser uma forma excelente de oportunidade de negócio, imitar produtos ou processos, levando ao mercado algo ainda melhor também é uma forma de inovação. O que deve ser entendido como uma excelente maneira de conquistar novos espaços, dependendo do setor.

“O debate existente na literatura decorre do fato de que a capacidade inovadora das PMEs depende de vários fatores, relacionados à organização do setor e do sistema de inovações onde elas se encontram.”. (ROVERE, p. 146)

As decisões tomadas pelas empresas têm como base o seu passado e os riscos futuros, em outras palavras, elas são dependentes de sua trajetória. Levando em consideração a característica peculiar das micro e pequenas empresas de flexibilidade, não é possível afirmar que esta máxima se configura com a mesma intensidade que se realiza nas grandes empresas. Até porque o investimento em P&D nas MPE não chega a ser significativo que justifique essa total dependência com o seu passado.

No mesmo passo da necessidade de uma nova postura sobre P&D, os pequenos negócios lidam ainda de forma parca com os ativos de Propriedade Industrial. Em muitos casos, trata-se de puro desconhecimento, em outros, o assunto é deixado para uma escala inferior de prioridades devido à emergência de atividades e falta de estrutura que os empresários dos pequenos negócios são obrigados a lidar com regularidade.

3. PI como ativo de sustentabilidade para as MPE

Se por um lado ainda não há um consenso no campo da Economia de que o investimento em Propriedade Industrial (a partir de agora PI) contribui para o desenvolvimento de um país, é fato que os países desenvolvidos investem muito em PI e a trajetória de desenvolvimento desses países também mostra que a PI foi um fator constante em sua evolução. Muitos autores inclusive fundamentam o grau de desenvolvimento de um país com base em patentes concedidas e marcas registradas. Não é de hoje que esses ativos de Propriedade Industrial vêm sendo utilizados largamente na construção de parâmetros de crescimento.

Com um olhar mais amplo, incluindo além da Propriedade Industrial a Intelectual, que envolve direitos autorais, entre outros, cabe a esses instrumentos contribuir para o combate à informalidade em um país. O controle desses ativos permite que a movimentação de produtos e serviços seja reconhecida de forma legal. A pirataria ganhou uma proporção ainda maior com o advento dos negócios a partir da Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC). A PI contribui para a consolidação de regras claras que dê suporte para o funcionamento do mercado. Um mecanismo ainda pouco explorado, no cenário da MPE, caracterizado principalmente pela falta de conhecimento e de articulação.

As marcas junto com a patente de invenção, o modelo de utilidade, desenhos e modelos industriais, a indicação geográfica e a repressão à concorrência desleal representam os ativos de propriedade industrial que são de responsabilidade do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). Os empresários de pequeno porte do Brasil começam a despertar para a importância da marca como ativo intangível na sustentabilidade do negócio a partir do crescimento econômico dos últimos dez anos.

Os empresários donos de pequenos negócios (individual, micro e pequeno) começam a se preocupar de fato com a necessidade de registrar a marca. A partir deste comportamento é possível inferir que esses empresários estão mais sensíveis para o papel de um ativo intangível na gestão do negócio. Neste caso, a marca possui a função de distinguir produtos e serviços. Conforme define Carlos Olavo, é por meio da marca que o consumidor se orienta.

“O que caracteriza uma marca é, portanto, a adequação do sinal para distinguir a origem empresarial de um produto ou serviço. Daí que a função da marca seja uma função essencialmente distintiva, ou seja, a identificação da origem empresarial de um produto ou serviço. É através da marca que o consumidor é capaz de reconduzir um determinado produto ou serviço à empresa que o fornece.” (OLAVO, 2005, p. 73)

Na gestão dos pequenos negócios, em muitos casos, a marca se confunde com o próprio dono do empreendimento, pois como dito na primeira parte do artigo, uma das principais características do ambiente das micro e pequenas empresas é que os recursos humanos, em muitos casos, se restringem a poucas pessoas, com a peculiaridade de que o negócio é criado em torno da habilidade de quem domina a forma de fazer um produto ou prestar um determinado serviço e resolve empreender uma ideia.

Eduardo Tomiya lembra que o posicionamento da marca “pode ser exatamente a identidade da marca” (TOMIYA, 2010, p. 60). E essa identidade, quando o assunto é a MPE, na maioria das vezes, é o próprio dono do negócio. Kapferer (2003) assegura que, nos anos 1980, ocorreu a reviravolta de geração de marcas que inseriu na mente dos executivos a consciência de que o capital principal de sua empresa era sua marca. Foi aí então que os estudos de valor de marca afloraram, com o propósito de avaliar o valor financeiro desse ativo intangível. Para o autor, são a notoriedade, a imagem, a confiança e a reputação, adquiridas com o tempo, que garantem as receitas futuras.

4. Conclusão

Olhando de perto, a MPE possui vantagens como mobilidade e agilidade, mas pouco investimento em P&D, que reflete na falta de um comportamento inovativo e nos ativos de PI. O próprio modelo da Hélice Tripla desenvolvido por Henry Etzkowitz pode ser adaptado para a realidade da MPE. Um projeto que compreenda as universidades e os institutos de pesquisa, para a geração de tecnologia, governo e os pequenos negócios. Para isso, mais uma vez vale o argumento do proletariado, com a união das MPEs. Esse conjunto trabalhando para a geração de políticas públicas que possam subsidiar e sustentar o pequeno negócio, permitindo o seu fortalecimento, conseqüentemente a

geração de novos empregos, além do funcionamento da economia de mercado.

As boas práticas e os exemplos de sucesso também podem compor esse caminho estratégico de consolidação do segmento. Mesmo com poucas iniciativas de inovação, os empresários de pequenos negócios reconhecem que a inovação induz ao crescimento e a competitividade na gestão da MPE. Conclui-se que a pequena ou quase nula capacidade inovativa é uma das características endógenas na MPE associada ao baixo conteúdo tecnológico e alta rotatividade na mão-de-obra. É preciso compreender de que forma a MPE pode tirar vantagens do ambiente competitivo desfavorável.

Teece (1986) afirma que, em muitos casos, os imitadores tiram mais vantagens das inovações do que as próprias empresas que saíram na frente com o lançamento do produto. Essa agilidade de criar estrutura de produção específica da MPE pode ser utilizada ao seu favor na função de criar produtos ou serviços considerados "imitação", gerando uma excelente oportunidade de negócio. Ou mesmo a capacidade de perceber os espaços vazios de uma trajetória tecnológica liderada pelas grandes empresas.

Independente de que lado esteja – proletariado ou burguesia – a conceituação sobre o valor da marca serve como regra geral. O capital principal de uma empresa é sua marca (KAPFERER, 2003). Trata-se de um universo simbólico, considerado, hoje, o ativo mais importante de uma empresa. Para ser bem avaliada pelo consumidor, não basta que a empresa apresente produtos e serviços de qualidade e competitivos, é preciso compreendê-la como um todo, tornando-a forte, a partir de investimentos. Os pequenos negócios ganham vantagem neste aspecto, pois o espírito empreendedor gera orgulho de ter sua marca como fator decisivo de sustentabilidade do próprio negócio.

5. REFERÊNCIAS

ÁVILA, Jorge - O sistema de patentes como instrumento de desenvolvimento.

CHANG, Ha-Joo. 23 coisas que não nos contaram sobre o capitalismo. São Paulo, Cultrix, 2013.

FREEMAN, Chris; SOETE, Luc. A economia da inovação industrial. São Paulo. Unicamp. 2008.

LEMOS, Cristina. Micro, pequenas e médias empresas no Brasil: novos requerimentos de políticas para a promoção de sistemas produtivos locais. Rede de Pesquisa em Sistemas e Arranjos Produtivos e Inovativos Locais. Rio de Janeiro, Coope – UFRJ, 2003.

GUERRA, Oswaldo; TEIXEIRA, Francisco. A sobrevivência das pequenas empresas no desenvolvimento capitalista. Revista de Economia Política, vol. 30, n 1 (117), pp. 124-139, janeiro-março 2010.

NELSON, Richard. Economic development from the perspective of evolutionary economic theory. Globelics, USA, 2004.

MARX, Karl; ELGELS, Friedrich. Manifesto comunista. Fonte digital. RocketEdition, 1999.

OLAVO, Carlos. Propriedade Industrial. Portugal, Gráfica de Coimbra, 2005.

ROVERE, Renata Lèbre. As pequenas e médias empresas na economia do conhecimento: implicações para políticas de inovação. In: Informação e globalização na era do conhecimento. Rede de Pesquisa em Sistemas e Arranjos Produtivos e Inovativos Locais. 2002.

<http://www.redesist.ie.ufrj.br/nt.php?projeto=Lv11>

SALLES-FILHO, Sérgio; CARVALHO, Sergio Paulino; FERREIRA, Claudenício; FUCK, Marcos; PEDRO, Edilson. Sistema de propriedade intelectual e as pequenas e médias empresas no Brasil: estudo elaborado para a Organização Mundial de Propriedade Intelectual. Campinas, Unicamp, 2005.

TEECE, David. Profiting from technological innovation: implications for integration, collaboration, licensing and public policy. California, Elsevier, 1986.

TOMIYA, Eduardo. Gestão do valor da marca: como criar e gerenciar marcas valiosas. 2. Ed., revisada e atualizada. Rio de Janeiro, Senac, 2010

POSFÁCIO

Weniston Abreu

Em um dia comum, cheio de atividades cotidianas da minha rotina profissional, Giovanni me aborda e diz, com a linguagem típica do cearense bem-humorado: *"Macho, tenho um convite para você, quero que tu escrevas o posfácio de um livro que estou organizando."*

Confesso que o convite me surpreendeu e cheguei a me questionar se estava à altura da missão. Digo isso porque tenho uma admiração profunda, não só pelo ser humano, mas pelo intelectual Giovanni. Sua inquietude pelo saber o torna, como se diz popularmente "fora da curva". A capacidade analítica, de compreensão e conexão de fenômenos econômicos com a realidade dos pequenos negócios fazem os textos do Giovanni atraentes e compreensíveis até mesmo para quem não está familiarizado com termos técnicos e conceitos de economia.

Aceitei o convite de bom grado e ao começar a ler esta obra percebi a quanto ambiciosa e necessária ela é para os dias atuais. Entender a dinâmica dos pequenos no Brasil requer um olhar amplo sobre diversas dimensões, desde os aspectos intrínsecos ao empreendedor (formação, educação e cultura), passando por aspectos inerentes à gestão dos negócios (produtividade, marketing, finanças, legislação, entre outros), até os elementos externos do ambiente que influenciam e impactam o desenvolvimento dos pequenos negócios e dos territórios onde estão inseridos.

O autor convidou outros colegas que atuam no Sebrae para ampliar esse olhar, trazendo visões, percepções e interpretações de especialistas que trabalham com os mais diversos temas e projetos que circulam a vida do empreendedor brasileiro.

Este livro demonstra que falar de pequenos negócios é, necessariamente, falar de desigualdades históricas, de biomas, de cuidado, de cultura, de inovação situada e de formas plurais de empreender. Não se trata de uma visão idealizada ou romântica, mas de uma leitura que reconhece tensões, limites e contradições. Os textos mostram que o desenvolvimento econômico, quando desconectado das pessoas e dos territórios, tende a aprofundar assimetrias; quando enraizado na realidade local, pode se tornar instrumento de dignidade, autonomia e pertencimento.

Os autores convergem na compreensão de que os pequenos negócios não podem ser analisados exclusivamente a partir de indicadores de desempenho, escalabilidade ou eficiência produtiva. Ao contrário, evidenciam que esses empreendimentos estão profundamente imbricados nas dinâmicas territoriais, nas trajetórias históricas locais e nas relações sociais que sustentam a reprodução cotidiana da economia. Essa perspectiva desloca o foco analítico de uma visão abstrata e homogênea para uma abordagem que reconhece a heterogeneidade estrutural do país e a pluralidade de formas de empreender.

Um dos méritos centrais desta coletânea está em deslocar o olhar. Em vez de tratar os pequenos negócios apenas como unidades produtivas que precisam “ganhar escala” ou “aumentar produtividade”, os autores os apresentam como sujeitos econômicos complexos, atravessados por dimensões afetivas, culturais, ambientais e sociais. Essa abordagem amplia o debate econômico tradicional e recoloca no centro aquilo que muitas vezes fica à margem: as pessoas, seus vínculos, seus contextos e suas escolhas.

Ao articular temas como bioeconomia, economia do cuidado, sustentabilidade, encadeamentos produtivos, tecnologia e educação empreendedora, o livro constrói uma narrativa que recusa soluções simplistas. Mostra que inovação não é apenas tecnologia de ponta, mas também saber local; que sustentabilidade não é exceção futura, mas prática já existente; que financiamento e crédito, quando pensados como estruturas de cuidado, assumem outro significado. Essa visão integrada convida o leitor a repensar conceitos consagrados e a reconhecer que o desenvolvimento se constrói a partir do chão, e não apenas a partir de modelos abstratos.

Como toda boa obra coletiva, este livro não busca homogeneidade. Ao contrário, sua força está na diversidade de vozes, perspectivas e objetos de análise. Essa pluralidade reflete a própria complexidade do Brasil e dos pequenos negócios que o sustentam. Não há aqui uma conclusão única, mas um campo de reflexão aberto, que convida à continuidade do debate, à formulação de políticas mais sensíveis ao território e à construção de práticas institucionais mais humanas.

Um dos aportes conceituais mais relevantes desta coletânea reside na ampliação do conceito de inovação. Ao longo dos textos, a inovação é apresentada não apenas como incorporação de tecnologias avançadas ou soluções de mercado, mas como processo social situado, que envolve saberes locais, práticas culturais, formas cooperativas de organização e estratégias de cuidado. Essa abordagem dialoga com correntes contemporâneas do pensamento econômico que reconhecem a centralidade do conhecimento tácito, das redes sociais que se formam nos territórios e das instituições informais na dinâmica do desenvolvimento.

Da mesma forma, a discussão sobre sustentabilidade e bioeconomia afasta-se de uma visão normativa ou prospectiva para reconhecer práticas já existentes nos territórios, frequentemente protagonizadas por pequenos negócios. Ao fazê-lo, a obra contribui para deslocar o debate ambiental do campo da exceção para o da normalidade econômica, mostrando que a preservação dos biomas, a valorização da cultura local e a geração de renda não são objetivos necessariamente antagônicos, mas potencialmente complementares quando articulados de forma coerente.

As reflexões aqui apresentadas oferecem subsídios relevantes tanto para a produção acadêmica quanto para a formulação de políticas públicas e estratégias institucionais de desenvolvimento. Ao recolocar os pequenos negócios como sujeitos econômicos e sociais, a obra convida pesquisadores, gestores públicos e agentes de desenvolvimento a repensarem práticas, indicadores e modelos de intervenção, incorporando de forma mais consistente as dimensões territoriais, humanas e relacionais da economia.

A leitura desta obra é fundamental para quem queira compreender os pequenos negócios no Brasil, seus desafios, as batalhas diárias do empreendedor e como os atores atuantes nos territórios podem se tornar aliados, apoiadores do desenvolvimento ou, por outro lado, algozes vorazes se as políticas públicas locais não colocarem esses empreendimentos como elementos centrais dos objetivos de desenvolvimento econômico e social dos territórios.

Ao chegar às últimas páginas desta obra, o leitor já não é o mesmo que a abriu. Não porque tenha encontrado respostas definitivas — este livro não se propõe a isso —, mas porque passou a enxergar os pequenos negócios como algo maior do que categorias estatísticas, segmentos produtivos ou objetos de política pública. Ao longo dos textos aqui reunidos, os pequenos negócios emergem como expressões vivas dos territórios, das relações sociais e das trajetórias humanas que sustentam a economia brasileira em sua dimensão mais concreta e cotidiana.

Este posfácio não encerra o livro; apenas sinaliza que sua leitura não termina na última página. As ideias aqui reunidas pedem circulação, diálogo e tradução em ação. Pedem que pesquisadores, gestores públicos, formuladores de políticas e agentes de desenvolvimento escutem mais atentamente os territórios e reconheçam nos pequenos negócios não apenas um meio para o crescimento econômico, mas um fundamento para um país mais justo, diverso e sustentável.

NOTA DO ORGANIZADOR

Este livro nasceu da necessidade de compreender o Brasil a partir do que ele realmente é. Não do Brasil idealizado, abstrato ou distante, mas daquele que se revela nos pequenos mundos que sustentam a vida econômica e social do país. E foi justamente ao olhar para esses pequenos mundos - os pequenos negócios - que descobrimos um país maior do que imaginávamos.

Durante meses, colegas de diferentes áreas do Sebrae compartilharam comigo ideias, inquietações, hipóteses, experiências de campo, histórias e intuições. Esses encontros foram generosos e transformadores. O livro que agora chega às mãos do leitor é resultado de uma inteligência coletiva que se formou na convivência, na escuta mútua e na convicção de que o Brasil precisa ser pensado com mais cuidado, mais profundidade e mais sensibilidade.

Cada um dos 26 artigos aqui reunidos nasceu desse profundo, generoso e amigável processo colaborativo. Mesmo quando a escrita foi individual, ela nunca foi solitária. Cada texto carrega marcas de conversas, de sugestões, de leituras compartilhadas, de debates e projetos estimulantes e desafiadores e, principalmente de uma confiança recíproca que permitiu que ideias amadurecessem com liberdade.

Este livro é, portanto, uma expressão fiel daquilo que acreditamos no Sebrae quando pensamos o Brasil: desenvolvimento é sempre obra de muitos e o percurso que construímos é amplo e profundamente interdisciplinar. Ele atravessa desigualdades regionais, bioeconomia, Amazônia, economia do cuidado, subjetividade empreendedora, financiamento, inovação, políticas públicas locais, economia circular, logística, capital social, tempo, vida e investimento.

Atravessa também pessoas: suas histórias, seus medos, suas esperanças, seus territórios, suas formas de criar e de resistir. Atravessa instituições: seus limites, suas potências e suas responsabilidades. Atravessa o país inteiro, porque não há território brasileiro sem a presença viva dos pequenos negócios.

Integramos economia, sociologia, antropologia, psicanálise, filosofia social, teoria crítica, ciências jurídicas, geografia, estudos de inovação e políticas públicas à toa, mas porque entendemos que os pequenos negócios exigem essa complexidade. Eles vivem em múltiplas camadas - material, simbólica, subjetiva e territorial - e só podem ser compreendidos quando essas camadas conversam entre si.

O que motivou esta coletânea de artigos nunca foi apenas a análise e sim o desejo genuíno de mobilizar pensamentos e experiências, inspirar políticas, estimular debates e provocar ações concretas e, especialmente a convicção de que os pequenos negócios não são apenas parte da economia brasileira: são parte da sua alma.

Partimos, cada um de nós, de pontos de vista, vivências, sentimentos e disciplinas diferentes, mas compartilhamos verdadeiramente de uma mesma convicção muito poderosa sobre os pequenos negócios brasileiros: são eles que mantêm o país respirando nos dias difíceis; são eles que inovam onde não há estrutura; são eles que produzem dignidade onde o Estado nem sempre chega; são eles que transformam trabalho em vida, e vida em futuro.

Esta coletânea é uma tentativa de transformar essa escuta em reflexão crítica, e essa reflexão em compromisso público. É uma forma de honrar o que aprendemos com os empreendedores, com os territórios e com os colegas que se dedicam diariamente à construção de um país mais justo e atento à sua própria diversidade.

Que este livro inspire o leitor a pensar diferente, a agir com mais cuidado, a enxergar o país por lentes mais amplas e a reconhecer a profundidade que existe nos pequenos mundos que nos sustentam. E que ele ajude a afirmar, com serenidade e coragem, que um grande Brasil começa nos nossos pequenos negócios.

Giovanni Beviláqua

Brasília, março de 2026.

SOBRE OS AUTORES

Agnaldo de Almeida Dantas - Graduado em Engenharia de Eletrônica pelo Instituto Tecnológico de Aeronáutica (1991). Pós-graduação em Estratégia Empresarial e Administração Financeira pela FGV. Mestre em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia pela UnB. Tem experiência profissional na área de Administração, Marketing e Políticas Públicas para Inovação. Atualmente é analista técnico da Unidade de Inovação do Sebrae Nacional e gestor dos contratos de fomento à projetos de inovação de micro e pequenas empresas junto à EMBRAPPII, cogestor do Programa Catalisa ICT (geração de *deeptech*) e coadministrador da Comunidade de Inovação Aberta do Sebrae - Catalisa HUB.

Alessandra Campos Martins de Lima Ciuffo - Coordenadora da Unidade de Empreendedorismo Feminino, Diversidade e Inclusão do Sebrae Nacional, Administradora pós-graduada em Gestão Financeira, Controladoria e Auditoria (FGV), Gestão de Negócios (UnB). Certificada Internacionalmente CBPP em Gestão de Processos e MIT em Transformação Digital. Alessandra trabalhou 15 anos na Confederação Nacional da Indústria ocupando o cargo de Gerente Nacional de Arrecadação e Fiscalização CNI|SESI|SENAI|IEL. Atualmente, é a Gestora do Programa Nacional Plural do Sebrae com foco no atendimento inclusivo para as pessoas dos grupos sub-representados.

André Spinola – Gerente de Estratégia e Transformação do Sebrae Nacional, mestre em desenvolvimento econômico territorial, com mais de 20 anos de experiência em áreas como inovação, transformação digital e políticas públicas.

Andréa Sekeff – Advogada, Jornalista e escritora. Mestre em Propriedade Intelectual, Inovação e Desenvolvimento do INPI/UFRJ e em Comunicação pela UnB.

Angélica Cordova Machado – Jornalista, mestre em Comunicação, especialista em Marketing Digital. Trabalha com produção de conteúdo para diferentes meios e assessoria de imprensa no Sebrae. Foi professora universitária em cursos de Comunicação por 16 anos, em Brasília/DF.

Augusto Togni de Almeida Abreu – Administrador, Mestre em Desenvolvimento Territorial Sustentável pela Universitat de València na Espanha, MBA em Gestão Empresarial pela Universidade de Ohio nos Estados Unidos em parceria com a Fundação Getúlio Vargas e MBA em Marketing e Mídias Digitais pela Fundação Getúlio Vargas. Atualmente é coordenador de Educação e Orientação Financeira no Sebrae Nacional. Atua há mais de duas décadas com pequenos negócios, tendo experiência em temas como desenvolvimento local, educação empreendedora, agronegócios e comunicação.

Carlito Merss - Economista com pós-graduação Economia do Trabalho pela Unicamp. Foi Vereador, Deputado Estadual e Deputado Federal pelo estado de Santa Catarina e Prefeito de Joinville/SC. Relator do Orçamento da União (2006), Vice-presidente da FNP (Frente Nacional de Prefeitos) e Vogal Junta Comercial de SC. Atualmente é Gerente da Unidade de Políticas Públicas do Sebrae Nacional.

Carlos Victor Araújo Pereira - Analista Técnico do Sebrae Nacional, profissional especializado em investimentos, responsável técnico pelo FIC-FIP Sebrae Germina e com passagem por fundos de pensão e bancos. Engenheiro com especialização em investimentos e mercado financeiro, atua conectando capital e empreendedores para impulsionar pequenos negócios no Brasil.

Edgard Vicente Fernandes Júnior - Analista da Unidade de Competitividade do Sebrae Nacional. Mestrando em Direito Tributário pelo IDP, Especialista em Direito Tributário pela FGV e em Direito Público pelo IDP. Foi Conselheiro do Comitê Gestor do Simples Nacional (CGSN). No Sebrae, atua em ações de melhoria do ambiente de negócios, relacionados à competitividade estrutural e sistêmica, tais como defesa do tratamento diferenciado, desburocratização, simplificação e tributação.

Eduardo Luiz Gomes Duarte - Publicitário, apaixonado por arte, música e cinema. Especialista em Marketing e Comunicação, cuida da imagem e da voz da marca Sebrae há mais de 20 anos. Nas horas vagas, gosta de soltar a voz e se arrisca a dizer que é cantor.

Fausto Ricardo Keske Cassemiro – Mestre em Engenharia pela UFSC. Pós-graduado em Business Analytics e Big Data pela FGV. Ocupou diversas funções gerenciais no Sebrae Nacional de 2011 até hoje, liderando projetos e programas complexos. Atualmente está como gerente-adjunto da Unidade de Políticas Públicas.

Giovanni Beviláqua (Organizador.) - Doutor em Economia pela Universidade de Brasília. Graduado em Administração de Empresas e Mestre em Economia pela Universidade Federal do Ceará. Especialista em Teoria Psicanalítica pelo CEUB/DF e pós-graduando em Teoria Crítica da Sociedade pela Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo - FESPSP/ICL. Analista Técnico e Coordenador de Acesso a Crédito e Investimentos do Sebrae Nacional.

Gustavo de Lima Cezário - Assessor institucional do Sebrae Nacional, doutorando em Administração Pública pela Universidade de Brasília, Vice-presidente da Associação Brasileira de Relações Institucionais e Governamentais (Abrig).

Heloiza Cleide Rodrigues da Silva - Publicitária, atualmente, integra a Unidade de Capitalização e Serviços Financeiros do Sebrae Nacional, desenvolvendo projetos que orientam e ampliam o acesso de empreendedores a soluções financeiras, contribuindo para a transformação dos pequenos negócios no Brasil. Apaixonada por projetos colaborativos, acredita que a cooperação é essencial para criar soluções mais justas e relevantes, com o propósito de gerar impacto positivo e crescimento sustentável para os pequenos negócios.

Jamile Guerra Messias Sales - Publicitária, pós-graduada em Comunicação nas Organizações (CEUB) e Master em Branding (ESPM). É Gestora Nacional da Marca Sebrae. Paraense, feminista e mãe da Helena.

Juarez de Paula - Sociólogo, especialista em Desenvolvimento Local, especialista em Comércio Exterior, ocupou a função de gerente no SEBRAE Nacional de 2002 a 2016, tendo gerenciado as unidades de Desenvolvimento Territorial, Agronegócios, Comércio e Serviços. Ocupou a função de assessor no Gabinete da Diretoria Técnica de 2016 a 2018. Ocupou a função de assessor no Gabinete do Conselho Deliberativo Nacional de 2019 a 2023. Atualmente é Analista Técnico na Unidade de Desenvolvimento Territorial do Sebrae Nacional.

Karla Carbonera – Gestora Nacional de Marketing de Influência do Sebrae Nacional e atua na interseção entre comunicação estratégica, História Social e cultura, com ênfase em diversidade e gênero. Doutoranda em História Cultural pela UnB, pesquisa autoria feminina no cinema e relações de poder, integrando reflexão crítica e prática institucional na construção de narrativas públicas.

Larissa Moreira Costa – Advogada com Pós-graduação em Direito e Gestão dos Serviços Sociais Autônomos (IDP) e em Direito Público (UGF). Atualmente, é Gerente Jurídica Adjunta no Sebrae Nacional onde presta assessoria e consultoria jurídica para todo o Sistema Sebrae na análise jurídica de projetos que objetivam desenvolver os pequenos negócios nas diversas áreas de atuação do Sebrae. Atua também na defesa do Sebrae perante os órgãos de controle e o Poder Judiciário.

Larissa Vieira Meira - Jornalista, gestora de reputação e imagem especialista em gestão da comunicação e marketing digital. Eterna repórter curiosa, apaixonada pelo relacionamento com a imprensa e fascinada pelo comportamento humano. Aprendiz de psicóloga. Analista de comunicação do Sebrae.

Márcio Borges - Administrador e Contador, especialista em Gestão Estratégica e Financeira, com mais de 15 anos de experiência no Mercado Financeiro. Atuou em instituições de referência, incluindo o maior banco da América Latina e o maior Sistema Cooperativista de Crédito do país. Atualmente, lidera iniciativas no Sebrae Nacional voltadas para Diversidade e Inclusão, com foco em promover Inclusão Financeira e ampliar o Acesso ao Crédito para públicos sub-representados. Apaixonado por transformar realidades por meio da educação financeira e da democratização do crédito.

Maria Auxiliadora Umbelino de Souza – Economista, especialista em Marketing, com mais de 25 anos de experiência em atendimento a pequenos negócios, nos temas finanças e marketing. Liderou no Sebrae Nacional, por 10 anos, um programa de aceleração de startup, em todo o Brasil, com foco em captação de investimentos de risco. Atualmente é responsável pela parceria do Sebrae com sistemas cooperativos com o objetivo de facilitar o acesso dos pequenos negócios ao crédito. É apaixonada pelo propósito de contribuir com o desenvolvimento dos pequenos negócios no Brasil.

Paulo Renato Macedo Cabral – É Engenheiro de Materiais e Metalurgia pela UFMG. Atua há 15 anos com os temas Inovação e Empreendedorismo, tendo como principais focos de trabalhos a consultoria em Inovação para Grandes Organizações, Universidades e Governos, Investimentos em Empresas de Tecnologia e Programas de Educação para geração de novos empreendedores e Startups. Já atuou em empresas como J&J, Natura, Petrobras, Grupo Fiat, Usiminas, Nestlé, Saint Gobain, Governo de Minas dentro outras. Foi sócio fundador das empresas de Biotecnologia Ecovec e Rizoflora ambas nascidas a partir da pesquisa das universidades e posterior ao seu crescimento ambas foram vendidas para multinacionais. Desde agosto de 2019 é Gerente Nacional de Inovação do Sebrae.

Pedro Carneiro Teixeira Cavalcante - Biólogo, com Mestrado em Planejamento e Gestão Ambiental (UCB) e MBA em Gestão Tecnológica e de Negócios (UFRJ). Atualmente, é Analista Técnico no Sebrae Nacional em temas da bioeconomia, onde coordena projetos focados no fortalecimento da economia da sociobiodiversidade, modelos socioprodutivos sustentáveis e regenerativos, saberes tradicionais e empreendedorismo em diversos territórios para impulsionar microempreendedores e pequenas empresas em áreas de alta diversidade ecológica e cultural.

Renato Perlingeiro Salles Junior - economista formado pela Universidade Federal Fluminense (UFF), com pós-graduação em Gestão de Projetos pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) e formação executiva em Inteligência Comercial (FGV) e Inovação em Negócios pela Boston Innovation Gateway, com abordagem conectada ao ecossistema do MIT. Possui mais de 15 anos de experiência no Sebrae, atuando na estruturação e coordenação de iniciativas estratégicas voltadas ao fortalecimento da competitividade e acesso a mercados para micro e pequenas empresas. Atualmente, trabalha na Unidade de Acesso a Mercados do Sebrae Nacional, liderando ações relacionadas a encadeamento produtivo, parcerias com grandes empresas e desenvolvimento de cadeias produtivas, com foco em geração de negócios, inovação e sustentabilidade.

Valdir Oliveira - Bacharel em Administração de Empresas. Em março de 2011, assumiu a função de Superintendente do Sebrae no Distrito Federal, ocasião em que também presidiu por 4 anos a Associação Brasileira dos Sebrae Estaduais (ABASE), onde realizou e cumpriu as diretrizes e prioridades da Instituição até março de 2017, quando foi nomeado Secretário de Economia, Desenvolvimento, Inovação, Ciência e Tecnologia do Distrito Federal (SEDICT/DF), contribuindo com o processo de transformação da economia do DF. Retomou a Superintendência do Sebrae no DF, quadriênio 2019/2022, com o objetivo de dar continuidade à consolidação de um ambiente favorável ao empreendedorismo no DF. Atualmente lidera o tema Serviços Financeiros e Capitalização do Sebrae Nacional, com foco em Garantia de Crédito para o Pequeno Empreendedor.

Vinícius Lages – Doutor em Socioeconomia do Desenvolvimento, EHESS-Paris. Ex-Ministro do Turismo, Ex-Diretor do Sebrae Nacional e do Sebrae Alagoas. Atualmente ocupa o cargo de Gerente da Unidade de Assessoria Internacional do Sebrae Nacional.

Weniston Ricardo de Andrade Abreu - Administrador (UFF), com Mestrado em Sistemas de Gestão (UFF), MBA em Gestão de Negócios e Tecnologia da Informação (FGV-RJ), pós-graduação em Marketing Empresarial (UNESA-RJ). Possui mais de 25 anos de experiência, atuando no desenvolvimento de empreendedores, micro e pequenas empresas, organizações públicas e privadas. Atualmente exerce a função de Gerente Adjunto da Unidade de Capitalização e Serviços Financeiros no Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE).



