

# O EMPREENDEDORISMO EM SÃO LUÍS: REFLEXÕES A PARTIR DA ECONOMIA DA CONFIANÇA

ENTREPRENEURSHIP IN SÃO LUÍS: REFLECTIONS FROM THE ECONOMY OF TRUST

EMPRENDIMIENTO EN SÃO LUÍS: REFLEXIONES DESDE LA ECONOMÍA DE LA CONFIANZA

Larissa Maria dos Santos Baia\*  
Ramon Bezerra Costa\*\*

## RESUMO

A partir da apresentação do conceito da economia da confiança (COSTA, 2018), enquanto um processo de vinculação social, isto é, comunicacional (SODRÉ, 2014), este artigo reflete sobre a relação entre os modelos de negócios da economia da confiança e o cenário do empreendedorismo da cidade de São Luís (MA). Utilizamos revisão e análise bibliográfica sobre a economia da confiança e o empreendedorismo, que nos serviu como base para entendermos as teorias sobre esses assuntos e fundamentar entrevistas semiestruturadas, que foram realizadas com sete pessoas que atuam no ambiente empreendedor da cidade de diferentes formas, seja na produção, no consumo e na circulação de bens e serviços. Essas estratégias nos ajudaram a entender os aspectos centrais da relação entre os modelos de negócios da economia da confiança e o cenário do empreendedorismo de São Luís (MA). Ao final da pesquisa, elaboramos quadros com as características do empreendedorismo de São Luís (MA) a partir dos três eixos da economia da confiança.

**Palavras-chave:** Tecnologia Digital da Comunicação. Economia da Confiança. Vinculação Social. Cenário Empreendedor de São Luís (MA). Áreas Prioritárias.

## ABSTRACT

Based on the presentation of the concept of the economy of trust (COSTA, 2018), as a social bonding process, that is, communicational, (SODRÉ, 2014), this article reflects on the relationship between the business models of the economy of trust and the scenario of entrepreneurship in the city of São Luís (MA). We used a literature review and bibliographic analysis on the economy of trust and entrepreneurship, which served as a basis for understanding the theories on these issues and supporting semi-structured interviews, which were carried out with seven people who work in the city's entrepreneurial environment in different ways, whether in the production, consumption and circulation of goods and services. These strategies helped us to understand the central aspects of the relationship between the business models of the economy of trust and the entrepreneurship scenario in São Luís (MA). At the end of the research, we prepared tables with the characteristics of entrepreneurship in São Luís (MA) based on the three axes of the economy of trust.

**Keywords:** Digital Communication Technology. Trust Economy. Social Bonding. Entrepreneurship Scenario in São Luís (MA). Priority Areas.

## RESUMEN

A partir de la presentación del concepto de economía de la confianza (COSTA, 2018), como un proceso de vinculación social, es decir, comunicacional (SODRÉ, 2014), este artículo reflexiona sobre la relación entre los modelos de negocio de la economía de confianza y el escenario del emprendimiento en la ciudad de São Luís (MA). Se utilizó una revisión y análisis de la literatura sobre la economía de la confianza y el emprendimiento, que sirvió de base para comprender las teorías sobre estos temas y sustentar las entrevistas semiestructuradas, las cuales se llevaron a cabo con siete personas que laboran en el entorno emprendedor de la ciudad en diferentes formas, ya sea en la producción, consumo y circulación de bienes y servicios. Estas estrategias nos ayudaron a comprender los aspectos centrales de la relación entre los modelos de negocio de la economía fiduciaria y el escenario del emprendimiento en São Luís (MA). Al final de la investigación, preparamos tablas con las características del emprendimiento en São Luís (MA) basadas en los tres ejes de la economía de la confianza.

**Palabras-clave:** Tecnología de la Comunicación Digital. Economía de Confianza. Vinculación Social. Escenario Empresarial en São Luís (MA). Áreas Prioritarias.

---

\*Discente do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Bolsista do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC/UFMA/CNPq).  
Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4843-4003>  
E-mail: [laribaia26@gmail.com](mailto:laribaia26@gmail.com)

\*\*Doutor em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Professor do Departamento e do Programa de Pós-Graduação (Mestrado Profissional), ambos em Comunicação, da Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Coordenador do Grupo de Pesquisa ETC (Comunicação, Tecnologia e Economia), financiado pela FAPEMA.  
Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-2512-9412>.  
E-mail: [ramon.bezerra@ufma.br](mailto:ramon.bezerra@ufma.br)

## 1 INTRODUÇÃO

É comum observar, principalmente entre pessoas que vivem em cidades pequenas, trocas de favores e empréstimos de objetos. Esses corriqueiros atos de pegar algo emprestado com o vizinho ou parente, desde dinheiro até uma xícara de açúcar; pedir uma carona para um amigo até o trabalho; organizar uma vaquinha para comprar um refrigerante para a turma de amigos; hospedar-se na casa de um colega para economizar na viagem; usar bibliotecas ou até mesmo um transporte coletivo, entre outras práticas, que se baseiam na confiança entre pessoas e na existência de bens e serviços potencialmente ociosos, podem culminar na diminuição ou na eliminação de objetos acumulados e permitir experiência de abundância de recursos na vida em sociedade.

A existência de objetos ociosos pode até não ser considerada um problema em um sistema econômico que organiza a vida em sociedade apoiada na produção para o consumo de bens, afinal, eles se tornam obsoletos e são rapidamente substituídos por outros, assim sucessivamente, pois habituamos possuir um bem para ter acesso à função ou ao status que ele atribui (COSTA, 2018). Entretanto, por conta das mutações ambientais e do desperdício que esse tipo de consumo vem causando, essas práticas estão sendo repensadas e transformadas. Um indício dessas mudanças são as formas de produzir e de consumir baseadas em iniciativas orientadas pela sustentabilidade, compartilhamento e colaboração entre pessoas.

Além disso, a massificação das tecnologias digitais e da internet e a maneira como estamos utilizando são pontos importantes para as transformações na produção, circulação e consumo de bens e serviços. Rifkin (2016) destaca que esses aspectos estão conduzindo cada vez mais para ascensão de bens comuns colaborativos e isso está desencadeando uma nova Revolução Industrial, definida por mudanças na forma de usufruir produtos e serviços, enfraquecendo a posse e a economia da escassez, e dando lugar a uma economia de abundância.

Levando em consideração essas formas de pensar e viver, surgem relações econômicas que se fundamentam nas transformações de consumo e de produção e, também, naquelas práticas cordiais que vem configurando outros modelos de negócios que geram rendas e serviços aos pares envolvidos e se ampliam a partir de sites e aplicativos. Essas interações econômicas, apoiadas em empréstimos, trocas, aluguel de objetos e prestações de serviços levou Costa (2018) a construir a proposta da economia da confiança, entendida como um processo de vinculação social, ou seja, comunicacional, ao produzir e consumir produtos e serviços a partir das práticas de compartilhamento.

Diante disso, o objetivo deste artigo é refletir sobre a relação dos modelos de negócios da economia da confiança e do ambiente empreendedor de São Luís, capital do estado do Maranhão, a partir da relação entre essas iniciativas e o cenário empreendedor ludovicense. Direcionamos essa reflexão à capital maranhense no intuito de gerar conhecimentos capazes de auxiliar o poder público na elaboração de políticas públicas.

Para realizar este estudo, utilizamos revisão bibliográfica e entrevistas semiestruturadas em profundidade. Inicialmente, foram elaborados sete roteiros analíticos descritivos para sete áreas prioritárias, em que resumimos e analisamos as características de 21 iniciativas da economia da confiança (três para cada área prioritária) com pontos principais dos seus modelos de negócios. Após isso, mapeamos sete pessoas (uma em cada área prioritária), que foram escolhidas levando em consideração sua participação no ambiente empreendedor da cidade ou o fato de terem idealizado propostas inovadoras, que tiveram acesso aos roteiros, e após a leitura participaram das entrevistas, registradas em áudio e que foram editadas e publicadas em formato de podcast<sup>4</sup>. Mediante a isso, classificamos a nossa pesquisa como exploratória, tendo em vista que temos o objetivo de construir hipóteses e aprimorar ideias em relação à economia da confiança e o cenário do empreendedorismo de São Luís (MA).

Os setes entrevistados são: André Lobão, idealizador do projeto de arte, cultura e comida Cozinha Ancestral, para área de alimentação; Benedita Frazão, pedagoga e idealizadora do Centro de Aprendizagem (CEAP), para área de educação; Karol Borges, chefe de criatividade da Creative Pack<sup>5</sup>, para área de espaços de trabalho; Saulo Ribeiro, professor do Departamento de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), para área de turismo e hospitalidade; Carol Dourado, idealizadora do Morada e Meia<sup>6</sup>, para área de objetos e tarefas; Leandro Franco, superintendente de Inovação e Cidadania Digital da Secretaria de Estado da Ciência, Tecnologia e Inovação (Secti) do Maranhão, para área de transporte; e Hermano Reis, gestor do Programa Inova Maranhão para startups da Secti, para área de dinheiro.

Antes de analisarmos a relação entre as iniciativas da economia da confiança e o cenário do empreendedorismo de São Luís (MA), a partir da relação dos três eixos desta economia e as características do ambiente empreendedor da cidade a partir das entrevistas, apresentamos a economia da confiança enquanto um fenômeno comunicacional e, em seguida, abordamos a economia da confiança e as inovações na forma de produção, circulação e consumo de bens e serviços.

## 2 ECONOMIA DA CONFIANÇA: UM FENÔMENO COMUNICACIONAL

A economia da confiança, apesar de ser denominada de economia e lidar com modelos de negócios, não é entendida por Costa (2018) como uma teoria econômica, mas como um fenômeno comunicacional. Diante disso, a economia da confiança é estudada como processo de produção de maneiras de vida e de como nos relacionamos e lidamos com as pessoas e os objetos, através da produção e do consumo de bens e serviços.

Pode causar estranheza pensar que práticas de produção, circulação e consumo de produtos têm a ver com a área da comunicação. Todavia, é possível quando pensamos a economia da confiança como um processo de vinculação social, partindo do pensamento de Muniz Sodré (2014), que entende a vinculação social como um objeto de estudo da comunicação, relacionando-se com a constituição de sujeitos e modos de vida.

Sodré (2015) evidencia que a mídia eletrônica e a internet contribuíram para que pudéssemos pensar a comunicação de outra forma, além do paradigma funcionalista baseado na emissão e na recepção, “como organização das relações sociais” (SODRÉ, 2015, p. 121). Uma vez que a comunicação abrange uma diversidade de fenômenos, ela passa a ser concebida como uma perspectivação, que parte de um vínculo, o qual se constrói em vários níveis para constituição de modos de vidas e de como nos relacionamos com os outros (SODRÉ, 2015). Este vínculo é o que Sodré (2014) vai chamar de “comum”, um vazio em que as expectativas e referências dos sujeitos são colocadas para construção de um laço, um vínculo, em que realidades, sentidos e experiências são elaborados.

Assim, o preenchimento do “comum”, que é anterior à linguagem e ao sentido, concretiza a vinculação social, constituindo, então, o processo comunicacional, não pela transmissão de mensagens, mas por organizar os elos sociais (SODRÉ, 2014). À vista disso é que Sodré (2015) vai dizer que o vínculo, advindo da constituição do “comum”, caracteriza o processo da comunicação que produz sujeitos e diferentes formas de estar no mundo, em qualquer âmbito da vida.

Partindo dessa compreensão, entendemos que para existirmos em sociedade e para construirmos vivências precisamos da relação com o “outro”, que pode ser uma pessoa, objetos ou qualquer outra “coisa” diferente de nós, que influenciam realidades e sujeitos.

<sup>5</sup> Uma plataforma com o propósito de construir um mercado igualitário e desenvolver a cultura de inovação conectando o ecossistema.

<sup>6</sup> Uma loja colaborativa, que parte do pressuposto de que a colaboração é a nova competição, partindo dessa ideia reúne em uma mesma loja física outros empreendimentos de áreas usufruindo de todas as vantagens de uma loja física e pagando um preço justo. Compartilhando não só o espaço, mas utensílios, equipamentos e os clientes

Essa ideia é corroborada por Callon (2010) ao abordar as redes sociotécnicas, descrevendo como nossa existência é configurada na interface com objetos, que podem ser inanimados, mas que influenciam nas experiências humanas.

Diante disso, Costa (2018) defende que os objetos não são apenas instrumentos, que só têm sentido através da ação humana, mas colaboram para a vivência e para a realidade das pessoas. Nessa perspectiva, ao entendermos que os vínculos sociais “sujeito – sujeito” e “sujeito – coisa” constroem visões de mundo e realidades, a economia da confiança, com seu modo de funcionamento, caracteriza um processo de vinculação social diferente dos modelos de negócios convencionais do sistema vigente. Quando, por exemplo, optamos por compartilhar um carro, por meio de um aplicativo com outras pessoas desconhecidas, conseguimos vivências diferentes do que se optássemos por ir em uma concessionária e comprar um veículo novo próprio.

Assim, ao estudarmos a economia da confiança, suas características e o seu modo de funcionamento, estamos tratando de processos comunicacionais. Mas em que consiste a economia da confiança como um processo particular de vinculação social? E qual sua relação com o empreendedorismo? Precisamos responder esses questionamentos antes de refletirmos sobre os modelos de negócios da economia da confiança na cidade de São Luís (MA).

### 3 A ECONOMIA DA CONFIANÇA E O EMPREENDEDORISMO

As tecnologias digitais de comunicação têm influenciado nossa forma de viver. A popularização da internet, o surgimento de novos *softwares* e as plataformas digitais vêm facilitando a distribuição de informações; a conexão entre pessoas; e outras dinâmicas de produção e circulação de bens e serviços. Diante disso, emergiram modelos de negócios que facilitam o acesso aos bens e serviços sem a necessidade da propriedade sobre eles, construindo uma percepção de abundância de recursos. Rifkin (2016) já indicava essas transformações ao refletir sobre a expansão das tecnologias digitais de comunicação e da internet, pois elas permitem a conexão em grande escala e conduz uma autonomia de produção e de consumo de conteúdos, bens e serviços com um custo de produção menor.

Este cenário contribui para a ampliação de relações econômicas respaldadas na cooperação e no compartilhamento, o que tem mudado a forma de consumo de muitas pessoas. Por exemplo, quando escolhemos não ter um escritório próprio, mas compartilhar um espaço de trabalho em um *coworking*, por achar a proposta mais acessível e com mais benefícios para os negócios, além de ter a possibilidade de dividir um espaço com pessoas de diversas áreas.

Tapscott e Williams (2007), ao analisarem as mudanças que as tecnologias digitais de comunicação trouxeram para o ambiente dos negócios, propuseram quatro características que parecem ser centrais para entendermos o ambiente empreendedor contemporâneo: 1) Abertura, focando em um trabalho com transparência e deixando de lado a cultura da “fórmula secreta”; 2) *Peering*, um modo de organização fundamentada na horizontalidade e da auto-organização; 3) Compartilhamento, trazendo a noção de que compartilhamento de ideias pode gerar mais eficiência e rapidez, aumentando a rentabilidade; e 4) a Ação global, com a redução das fronteiras, por conta das tecnologias de comunicação e do desenvolvimento da infraestrutura de transporte, os negócios se dão em um ambiente global, permitindo utilizar recursos, humanos e técnicos, em uma escala maior.

<sup>2</sup> G1 Tocantins. Número de eleitores cresce no Tocantins e mulheres são maioria, segundo TSE. Dia 2 ago. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/to/tocantins/noticia/2018/08/02/numero-de-eleitores-cresce-no-tocantins-e-mulheres-sao-maioria-segundo-tse.ghtml>. Acesso em 29 set. 2020.

<sup>3</sup> Araguaína Notícias. Jornal do Tocantins encerra versão impressa após 40 anos e manterá online. 16 dez. 2018. Disponível em: <https://araguainanoticias.com.br/noticia/jornal-do-tocantins-encerra-versao-impressa-apos-40-anos-e-manterá-online/13629>. Acesso em 29 set. 2020.

Desta forma, trazendo o pensamento de Costa e Rocha (2019), o empreendedorismo está relacionado a criar, não algo ontologicamente novo, mas arranjos, que pode ser o aprimoramento de produtos e/ou serviços. Com as transformações que as tecnologias digitais de comunicação trouxeram para o empreendedorismo podemos perceber novos arranjos, neste campo. Os autores, assim, corroboram:

Pode também aprimorar produtos e serviços existentes, como criar novas funcionalidades, até inventar outras formas de comer e de transitar pela cidade. Trata-se de um leque grande de possibilidades, mas o que existe em comum e caracteriza o empreendedorismo é o esforço de expressar uma singularidade. (COSTA; ROCHA, 2019, p. 124).

Considerando essa perspectiva, emergem diferentes experiências e oportunidades empreendedoras fundamentadas em práticas de compartilhamento do dia a dia e nas tecnologias digitais de comunicação. Exemplo disso é a Comida da Vizinha (*Share You Meal*), uma plataforma online que qualquer pessoa pode se cadastrar e vender as “sobras” de comida preparada em casa. Ou mesmo plataformas de compartilhamento de carros, como a Parpe, por meio da qual usuários podem disponibilizar, através de aluguel, seu próprio veículo ou alugar de outra pessoa.

Costa (2018) evidencia que, além das variedades de experiências que esse fenômeno proporciona, existem também diversas denominações para o caracterizar: economia colaborativa, economia do compartilhamento, consumo colaborativo, entre outros. Todavia, para evitar concepções prévias que o termo “colaborativo” poderia trazer e pelo fato de nenhuma conceituação conseguiu abranger o entendimento total destas propostas de negócios, o autor propõe o termo “economia da confiança” para se reportar a estas experiências.

A economia da confiança é definida por Costa (2018) como um processo de produção, circulação e consumo de bens e serviços, baseado em sites ou aplicativos para *smartphone* e na cooperação entre desconhecidos, podendo acontecer por meio de trocas, empréstimos, doação e aluguel, envolvendo as dimensões *online* e *off line*, possuindo três eixos: 1) a dinâmica entre pares, o modo de funcionamento; 2) a confiança entre desconhecidos, a reguladora do processo; e 3) abundância de recursos, a premissa que orienta as ações. Segundo o autor, esses eixos funcionam de maneira equilibrada, por isso, mesmo desempenhando funções diferentes, não há uma hierarquia entre eles. Costa (2018), ainda, elegeu sete áreas prioritárias: Alimentação, Objetos e Tarefas; Transporte; Educação; Espaços de Trabalho; Dinheiro; e Turismo e Hospitalidade.

As iniciativas da economia da confiança parecem uma espécie de ampliação das práticas cordiais já existentes, aquelas de emprestar uma furadeira para o vizinho, doar roupas que não se usa mais, trocar livros, visto que possibilita emprestarmos, trocarmos ou alugarmos algum objeto para uma pessoa distante ou desconhecida, por meio da internet. Para entendermos melhor como funciona, vamos explicar cada um dos três eixos.

A dinâmica entre pares é a característica que se relaciona, diretamente, ao uso das tecnologias digitais de comunicação, a partir da internet e dos dispositivos móveis, configurando a infraestrutura que possibilita a ampliação das práticas de empréstimos, trocas, doações e aluguéis entre pessoas desconhecidas. A segunda, a confiança entre desconhecidos, manifesta-se na possibilidade de nos relacionarmos com pessoas que não conhecemos, contribuindo para que as práticas se ampliem para além do nosso círculo imediato de amigos e conhecidos.

A terceira e última característica, a abundância de recursos, se mostra como uma premissa no momento em que objetos ociosos passam a ser utilizados e habilidade de pessoas, em seu tempo livre, são colocadas à disposição.

À vista disso, empreendimentos da economia da confiança trazem modelos de negócios inovadores. Aqui é importante ressaltar que entendemos modelos de negócios como a descrição do modo de funcionamento das diferentes estratégias utilizadas por organizações para ofertar produtos ou serviços a um determinado público (OSTERWALDER; PIGNEUR, 2011).

Cabe realçar que os estudos das iniciativas da economia da confiança se concretizam em um cenário de desaparecimento de postos de trabalho. O relatório do Fórum Econômico Mundial de 2018, que abordou o futuro do trabalho, destaca que, até 2022, milhões de postos de trabalho serão colocados em risco por conta da automação, mas milhões de novas funções laborais serão criadas (WORLD ECONOMIC FORUM, 2018). Esses postos podem surgir a partir de experiências empreendedoras, que criam e aprimoram a todo momento diferentes maneiras de estar no mundo com outras necessidades humanas.

É importante ressaltarmos também que este estudo sobre as iniciativas empreendedoras da economia da confiança se dá em um cenário de crise econômica e de alta do desemprego no Brasil, em que a subsistência financeira tem sido a meta de uma boa parte da população e um dos principais motivos para empreender. Uma análise da série histórica da pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) de 2019 aponta isso ao avaliar um aumento no número de pessoas empreendendo no país, principalmente, pelo período de recessão que estamos vivenciando, como os que aconteceram entre 2008-2009 e entre os anos 2014-2016 (ONOZATO, 2021).

Essas circunstâncias evidenciam a relevância de discutirmos o empreendedorismo e sua relação com as tecnologias digitais de comunicação, a partir das iniciativas da economia da confiança. Quando direcionamos essas reflexões para a cidade de São Luís (MA), ainda, podemos gerar informações capazes de auxiliar o poder público na elaboração de políticas públicas para desenvolver o ecossistema empreendedor da cidade. Discutiremos isso no próximo item, ao apresentarmos os resultados da pesquisa.

#### **4 A RELAÇÃO DAS INICIATIVAS DA ECONOMIA DA CONFIANÇA E O EMPREENDEDORISMO DE SÃO LUÍS (MA)**

Para Chiavenato (2007), um empreendedor vai além de ser apenas um fundador de novas empresas, é a fonte de energia de uma economia, por assumir riscos ao ousar iniciar ou operar um negócio, assumindo a responsabilidade de inovar, aproveitar oportunidades e incentivar o crescimento e o progresso de uma nação. Dolabela (1999) acrescenta que um empreendedor, ao investir em um projeto e/ou sonho, mesmo com os “riscos” a serem enfrentados, deve acreditar que é possível transformar o ambiente no qual se encontra. Santos (2019) realça essa percepção ao entender que o empreendedorismo não muda apenas o campo econômico, mas também o contexto no qual o empreendedor está inserido, incluindo as relações sociais e as políticas do ambiente que o acolhe.

Isso posto, quando pensamos nas diferentes formas de produção e de consumo de bens e serviços, oriundas de experiências empreendedoras impulsionadas pelas tecnologias digitais de comunicação, tratadas anteriormente, devemos refletir sobre os vínculos sociais que emergem nesse contexto. É nessa perspectiva que analisamos a relação das iniciativas da economia da confiança e as características do ambiente empreendedor da capital maranhense.

Seguindo o entendimento de método proposto por Lakatos (2003), como um conjunto de atividades sistemáticas e racionais, que nos permite traçar caminhos para alcançar objetivos, detectando erros e auxiliando nas decisões durante a caminhada, traçamos um método para atingirmos nosso objetivo. Iniciamos pela revisão e análise bibliográfica sobre a economia da confiança e o empreendedorismo, que serviu como base para entendermos as teorias sobre os assuntos pesquisados e fundamentar as entrevistas semiestruturadas, que nos ajudaram a entender aspectos centrais ao relacionarmos os modelos de negócios da economia da confiança e o cenário do empreendedorismo de São Luís.

As entrevistas foram um processo importante para levantarmos os principais dados da pesquisa. A construção delas iniciou com a produção de sete roteiros analíticos e descritivos (um para cada área prioritária) resumindo e analisando as iniciativas e os pontos mais relevantes de seus modelos de negócio. Esses roteiros foram produzidos a partir de um quadro analítico com 21 iniciativas<sup>7</sup> da economia da confiança e seus respectivos modelos de negócios<sup>8</sup>, três para cada uma das sete áreas por Costa (2018). Após isso, partimos para mapear sete pessoas, atuantes de alguma forma no cenário empreendedor de São Luís. Optamos por escolher pessoas de diversos setores, desde empreendedores, professores e representantes do poder público e da iniciativa privada, que participam ou trabalham com projetos inovadores, isto é, diferentes dos modelos tradicionais, para que pudessem, assim, abordar as possibilidades de replicação dos modelos de negócio e as características da economia da confiança na cidade.

O mapeamento dessas pessoas se deu em um mês, por meio de pesquisas em plataformas digitais como *Instagram* e indicação de conhecidos, que tinham relação com as temáticas. Então, entramos em contato para marcar as entrevistas, etapa na qual encontramos muitas dificuldades, uma vez que poucos retornaram os contatos e muitos estavam sem disponibilidade, por isso mudamos de entrevistados (as) várias vezes em algumas áreas. A área de Dinheiro foi a mais difícil. Além das dificuldades já citadas, encontramos pouquíssimas pessoas que tivessem domínio dessa área, tanto que conseguimos uma confirmação dois meses depois das outras seis áreas.

Após a confirmação de cada pessoa que seria entrevistada, elas receberam os roteiros analíticos descritivos para que conhecessem a pesquisa e a abordagem proposta. Em seguida, realizamos as entrevistas/debates. Por conta da pandemia da Covid-19, as entrevistas foram feitas por meio de plataformas digitais de vídeo chamada, em que conseguimos gravar e, posteriormente, sistematizar e editar para gerar produtos em áudio sobre a temática abordada. Ao todo, foram elaborados oito produtos em áudios, sendo sete sobre as áreas prioritárias e um sobre a pesquisa.

Após as entrevistas com as sete pessoas que têm vivências diferenciadas sobre produção, consumo, circulação de bens e serviços e sobre a experiência de empreender na cidade, conseguimos esboçar características do empreendedorismo de São Luís (MA), que podem ser relacionadas com os três eixos da economia da confiança (dinâmica entre pares; confiança entre desconhecido e abundância de recursos). A partir disso, para melhor visualizar, correlacionar e analisar, desenvolvemos três quadros, divididos por eixo da economia da confiança, em que colocamos os aspectos centrais das entrevistas sobre cada característica e nos ajudou a refletir sobre a relação entre iniciativas da economia da confiança e o cenário do empreendedorismo de São Luís (MA).

#### 4.1 DINÂMICA ENTRE PARES

Haja vista que a dinâmica entre pares é a característica relacionada à utilização das tecnologias digitais de comunicação, por meio da internet e de dispositivos móveis, trouxemos perguntas para questionar sobre o uso destas tecnologias em São Luís.

A partir das falas comuns identificadas nas respostas dos sete entrevistados, elencamos quatro pontos principais para análise no (Quadro 1), que nos ajudam a elaborar uma percepção sobre o ambiente empreendedor de São Luís e esse primeiro eixo abordado.

<b>Quadro 1 - DINÂMICA ENTRE PARES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>● Exclusão digital e estrutural (falta de acesso às tecnologias e à internet, tanto por questões financeiras quanto por localidade);</li><li>● Aumento de pesquisas e investimentos na área de tecnologia, inovação e empreendedorismo;</li><li>● Necessidade de mais políticas públicas para democratização do acesso às tecnologias e das oportunidades; das práticas de inovação e empreendedorismo</li><li>● Mudanças necessárias no ecossistema, levando em consideração o almejo por inovação e conexão.</li></ul>

**Fonte:** Autores

Ao abordarmos a utilização das tecnologias digitais de comunicação e a dependência das iniciativas da economia da confiança da internet, a primeira fala comum que identificamos, entre as setes pessoas entrevistadas, foi sobre as barreiras que a cidade enfrenta por conta da exclusão digital, importante a ser pensada uma vez que as iniciativas da economia da confiança, majoritariamente, necessitam dessa infraestrutura para funcionar. O fato de uma boa parte da população da cidade de São Luís não ter acesso à internet nem aos dispositivos para se conectar, seria o primeiro empecilho para se pensar esses empreendimentos na cidade, pois muitas pessoas não conseguiriam ter acesso a essas formas de consumo, reduzindo o número de adeptos e podendo inviabilizar a implementação dos modelos de negócios. A desigualdade no acesso à internet e às Tecnologias da informação e comunicação (TICs) afeta 46 milhões de brasileiros, ou porque o serviço de internet é muito caro ou por falta de condições para comprar dispositivos para acesso, como celular, computador ou tablet (RAQUEL, 2020).

Nesse cenário, cabe considerar que diversas pessoas também não têm o conhecimento de como se apropriar dessas tecnologias para pensar as diferentes formas de produzir e consumir, além de não conseguirem aproveitar as oportunidades de empreender que estão emergindo, algo que foi destacado nas entrevistas e prende parte da população aos modelos tradicionais. Além disso, outro ponto comum sobre esse aspecto é a questão estrutural da cidade. Muitas localidades não têm redes de internet ou o acesso é precário. Essas barreiras de conexão acabam por desfavorecer as iniciativas da economia da confiança, em São Luís, já que, considerando o pensamento de Benkler (2011), são necessárias condições propícias para a existência das práticas cooperativas, como as pensadas na economia da confiança, algo que precisa ser aprimorado na cidade.

Por outro lado, apesar desses obstáculos da exclusão digital, percebemos nas entrevistas que existe um aumento de investimento em inovação, empreendedorismo e tecnologias no Maranhão e, principalmente, na região de São Luís, nos últimos anos.

Conforme Marasciulo (2019), o Maranhão vem trabalhando para se tornar um polo de empreendedorismo e criatividade. Desde 2015, o estado quintuplicou o tamanho do seu setor de tecnologia da informação, crescendo 469%, segundo dados do Ministério do Trabalho (MARASCIULO, 2019). A exemplo, a capital tem um espaço público para fomentar ações sobre empreendedorismo e tecnologias, o Casarão Tech Renato Archer, inaugurado em 2018, um espaço de apoio ao empreendedor (MARASCIULO, 2019). Ademais, o poder público do estado tem investido em políticas públicas para isso, um desses investimento foi a criação do programa Inova Maranhão, criado em 2016 pela Secti, que visa estimular práticas de inovação, empreendedorismo e de uso e desenvolvimento de tecnologias no estado.

Cabe destacar, ainda, que, mesmo abaixo da média nacional e sendo um desafio diário para população maranhense, o número de domicílios com acesso à internet, no Maranhão, cresceu nos anos de 2016 a 2019, segundo dados divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2021 (CRESCER..., 2021). Essas questões trazem uma pequena abertura às oportunidades que vêm emergindo, no eixo empreendedor, o que pode facilitar as possibilidades das iniciativas da economia da confiança.

Apesar do aumento no acesso à internet, é importante ressaltar que esse crescimento tecnológico não chega à maior parte da população da cidade, principalmente as de maior vulnerabilidade social, que não têm acesso nem ao básico. Nessa perspectiva e levando em conta as entrevistas, faz-se necessária mais políticas públicas para democratização desse acesso às TICs e às oportunidades de incentivo ao empreendedorismo e à inovação. Para isso, mudanças no ecossistema ludovicense são fundamentais, levando em consideração o almejo por inovação e conexão.

#### 4.2 CONFIANÇA ENTRE DESCONHECIDOS

Para Costa (2018), pode até parecer um pouco exagerado colocar a confiança entre desconhecidos em destaque, sendo que ela sempre se fez presente em todas as relações, uma vez que para pegar um táxi, precisamos confiar no taxista; para comprar algo, precisamos confiar em quem vende; quando adoecemos, precisamos confiar no médico. Entretanto, nessas relações, confiamos nos papéis que são exercidos, não nas pessoas, até porque você não confia na vendedora enquanto conhecida, mas na função que ela está exercendo no momento. Já quando falamos nas experiências de confiar em desconhecidos, na economia da confiança, passamos a confiar nas pessoas, pois, pensando nas práticas exercidas nessas iniciativas, nos relacionamos com as pessoas de forma diferente, o que institui outros processos de vinculação social (COSTA, 2018).

Foi a partir dessa perspectiva que abordamos a confiança entre desconhecidos nas entrevistas. Assim como no eixo anterior, selecionamos quatro pontos comuns que relacionam o cenário empreendedor de São Luís (MA) e as iniciativas da economia da confiança (Quadro 2).

<b>Quadro 2 - CONFIANÇA ENTRE DESCONHECIDOS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>● A existência de um apego ao modo de produção e consumo tradicional e um receio ao que se diverge;</li><li>● Surgimento de tendências de empreendimentos focados na confiança, dando abertura para essas relações;</li><li>● Há curiosidades e necessidades de novas experiências entre a população;</li><li>● Existência de pessoas que se dispõem a experimentar e divulgar as diversas outras formas de produção e de consumo que vêm emergindo.</li></ul>

Fonte: Autores

Nas entrevistas, um dos primeiros aspectos observado como comum nas falas, principalmente dos entrevistados empreendedores, que mais têm contato com os consumidores, é o apego e o costume aos modos de consumo tradicionais, baseado no sistema econômico de produção de bens para posse, acúmulo, descarte e substituição, quando se tornam obsoletos, e à servidão. Esse apego e o costume acabam por construir uma resistência, nos consumidores, aos novos modelos econômicos que vêm se apresentando e que não são pautados em posse, acúmulos ou em ser servido, mas em cooperação e compartilhamento, que foge às formas tradicionais.

Diante disso, ao relacionarmos o ambiente empreendedor de São Luís e as iniciativas da economia da confiança, levamos em consideração esse aspecto do consumo tradicional e a “resistência” ao diferente/novo, uma vez que as iniciativas da economia da confiança trazem modelos de consumo diferentes, caracterizados pelo empréstimo, pela troca, pelo uso compartilhado com pessoas desconhecidas. Percebemos nas entrevistas que as pessoas de São Luís parecem ter certo “receio” de confiar em desconhecidos. Assim, temos mais um desafio para a implementação das iniciativas empreendedoras baseadas no modelo da economia da confiança.

Contudo, outro ponto recorrente nas entrevistas é que, com a emergência de outras maneiras de vinculação com o outro, principalmente por intermédio das tecnologias digitais de comunicação, em especial com pessoas que não conhecemos, vem dando abertura para construirmos relações com desconhecidos, de forma diferente das já existentes. E isso abre espaço para a construção de empreendimentos focados na confiança entre desconhecidos. Um exemplo foi a Uber, amplamente usada na cidade, e que auxilia nessa “abertura” para outras vivências. Durante as conversas, são destacadas algumas necessidades de certas experiências, que se tornam mais acessíveis com essas iniciativas, baseadas na confiança e nas práticas cordiais com desconhecidos.

Um exemplo que pode explicar são os brechós, que partem das práticas de doação, compartilhamento, troca e venda de peças já utilizadas, que tem tido procura pela necessidade do uso de roupas mais em conta e que auxiliam na sustentabilidade, ao reutilizar roupas que não usamos ou comprar de quem não usa. Outra questão é a curiosidade por outros processos de vinculação social e outras experiências de vida, quando optamos por compartilhar um carro com alguém e ter um troca de experiências com a pessoa.

Ademais, outra questão que complementa os aspectos anteriores, é a existência de pessoas que se permitem ter as diversas experiências de consumir e de produzir e que podem influenciar outras pessoas, mais resistentes e apegadas ao consumo tradicional. A internet pode ajudar nessa influência, pois não precisamos conhecer, precisamente, alguém que já teve a experiência, só de navegarmos por sites, notícias ou plataformas e lermos sobre essas experiências e criamos curiosidade, já começamos a ser influenciados a experimentar. São Luís, por ser um ambiente em desenvolvimento tecnológico, vem recebendo diferentes formas de viver, consumir, comer, trabalhar, ter dinheiro, hospedar, por meio do desenvolvimento das tecnologias digitais, o que leva a pensarmos nas possibilidades das iniciativas da economia da confiança.

#### 4.3 ABUNDÂNCIA DE RECURSOS

Robbins (1945) defende que uma das primeiras e mais aceitas definições de economia é a que a caracteriza como uma ciência que estuda os comportamentos humanos na relação entre as necessidades ilimitadas humanas e os recursos escassos.

Concepção que coloca sempre a vontade humana como ilimitada e os recursos como limitados, trazendo a percepção: já que não tem para todo mundo, quanto mais eu tiver, mais posso suprir minhas necessidades ilimitadas. Assim, construímos a noção de consumo sempre pautado na escassez, no acúmulo de objetos, ocasionando um consumo exacerbado e a ociosidade de bens.

Entretanto, quando repensamos o nosso consumo e nos pautamos no compartilhamento e no usufruto em detrimento da posse, essa concepção de escassez pode ser questionada. Benkler (2011) defende que os seres humanos podem agir tanto de maneira cooperativa quanto egoísta, dependendo da situação, só que vivemos em modelos que incentivam o pensamento individualista e de escassez.

Diante disso, faltam modelos que nos incentivem a praticar o compartilhamento, algo que pode nos levar a uma abundância, não no sentido que nada vai acabar, mas no sentido de que, se compartilhar e substituir a posse pelo uso, podemos ter uma abundância de recursos. Diamandis e Kother (2012) apontam que a abundância implica na criação de possibilidade, tendo isso em vista, por meio dos distintos modos de acesso aos produtos e serviços, fundado no compartilhamento, pode ser possível a abundância ao pensarmos modo de consumo compartilhado.

A partir dessa concepção de abundância de recursos, discutimos a relação deste eixo da economia da confiança com o ambiente empreendedor da cidade de São Luís (MA). Assim como os dois eixos acima, destacamos quatro pontos recorrentes nas sete entrevistas, que evidenciam essa questão (Quadro 3).

<b>Quadro 3 - ABUNDÂNCIA DE RECURSOS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Há uma resistência às formas de consumo de bens e serviços compartilhados;</li><li>• Baixo e facilidade custo de bens e serviços compartilhados;</li><li>• Necessidade da redução de consumo exacerbado;</li><li>• Existe uma abertura para empreendimentos fundamentados no compartilhamento.</li></ul>

Fonte: Autores

O primeiro ponto que identificamos é sobre os hábitos de consumo da cidade baseado em uma cultura individualista, reflexo do sistema econômico em que estamos inseridos, e é pautado na escassez de recursos, contribuindo assim um consumo exacerbado e um acúmulo de objetos que, quase nunca, utilizamos e deixamos na ociosidade. Esse hábito favorece uma resistência às formas de consumo que se baseiam no compartilhamento e na cooperação. Além disso, um aspecto percebido nas entrevistas que evidencia a relação entre o eixo da abundância e o da confiança é o receio do compartilhamento com desconhecidos pelo medo da violência, que acaba por dificultar essa partilha de bens e prestação de serviços. Um exemplo é a desconfiança de pegar carona até o trabalho com desconhecidos, mesmo com os mecanismos de segurança, como os comentários e as avaliações com estrelas, que um aplicativo pode trazer. Porém, é relevante ressaltar que essa questão é mais pelo contexto de violência e insegurança presente em São Luís, que precisa ser levado em consideração ao pensarmos nesse compartilhamento.

Porém, conforme Bardhi e Eckhardt (2012), há uma necessidade pelo acesso aos bens e às experiências que estes proporcionam, o que propicia a percepção em vez de pagar pela posse de algo, podemos pagar apenas pela experiência.

E esse foi um dos pontos comuns nas entrevistas, em que, diante do aumento do desemprego, diversas pessoas estão em busca de produtos com preços mais acessíveis, fazendo com que mais pessoas optem pelo consumo compartilhado (ONOZATO, 2021). Além do barateamento, a facilidade e a ampliação do acesso a eles, por meio da internet.

Outro fator identificado nas falas para refletirmos a perspectiva da abundância de recursos no cenário empreendedor de São Luís, é a emergência de repensarmos o nosso consumo exacerbado e o acúmulo. Não é de agora que pautas sobre a sustentabilidade e o cuidado com meio ambiente estão sendo discutidas e novos caminhos têm sido ponderado como alternativa para a preservação da vida na terra, sendo a maioria pela ótica do consumo consciente, que reverbera na cooperação e no compartilhamento. Na capital maranhense, já existem iniciativas que buscam esses caminhos e são orientadas pela sustentabilidade, como a Entrenós – uma empresa de guarda-roupa compartilhado que visa o consumo consciente. Dessa maneira, percebemos elementos que abrem espaços para empreendimentos fundamentados no compartilhamento, como as iniciativas da economia da confiança.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O presente artigo buscou refletir sobre a relação entre o cenário do empreendedorismo de São Luís (MA) e as iniciativas da economia da confiança, entendida como um processo de vinculação social, ou seja, comunicacional (SODRÉ, 2014), ao indicar práticas de produção e consumo de produtos e serviços a partir do compartilhamento, conforme sistematizado por Costa (2018), que parte de três eixos: a dinâmica entre pares; a confiança entre desconhecidos e percepção de abundância de recursos.

Nesse sentido, para alcançarmos o nosso objetivo, usamos revisão bibliográfica e entrevistas semiestruturadas em profundidade com sete pessoas, escolhidas levando em consideração sua participação e relevância no ambiente empreendedor da cidade, que tiveram acesso aos roteiros analíticos descritivos e após a leitura participaram das entrevistas, registradas em áudios e editadas, gerando produtos em áudio que foram publicadas em formato de podcast. A partir destas entrevistas construímos três quadros temáticos, um para cada eixo da economia da confiança, com 4 pontos que relacionam essas características com o ambiente empreendedor de São Luís (MA).

Desse modo, consideramos que a cidade ainda possui muitos empecilhos para o funcionamento dos modos de produção, circulação e consumo de bens e serviços das iniciativas da economia da confiança. Porém, percebe-se um aumento de incentivos públicos e privados para o desenvolvimento de tecnologias, inovação e empreendedorismo da cidade, além da transformação de alguns hábitos de consumo da população, que vêm dando abertura para diferentes formas de empreendimentos, baseados em outros modos de consumo e de produção, como o da economia da confiança. Além disso, percebe-se a mobilização de alguns grupos e empresas a terem hábitos baseados no compartilhamento e na sustentabilidade, que podem incentivar outros, permitindo que novos modelos de negócios possam surgir na cidade.

## REFERÊNCIAS

BENKLER, Yochai. **The penguin and the leviathan**: how cooperation triumphs over self-interest. New York: Crown Business, 2011.

BARDHI, Fleura; ECKHARDT, Giana. M. Access-based consumption: the case of car sharing. **Journal of Consumer Research**, v. 39, 2012.

CALLON, Michel. Por uma nova abordagem da ciência, da inovação e do mercado: o papel das redes sociotécnicas. In: PARENTE, André (org.). **Tramas da rede**: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2010.

**Cresce o número de domicílios com acesso à internet no Maranhão, diz pesquisa do IBGE**. Imirante, São Luís (MA), 14 abr. 2021. Disponível em: [https://imirante.com/sao-luis/noticias/2021/04/14/cresce-numero-de-domicilios-com-ace sso-a-internet-no-maranhao-diz-pesquisa-do-ibge.shtml](https://imirante.com/sao-luis/noticias/2021/04/14/cresce-numero-de-domicilios-com-ace-sso-a-internet-no-maranhao-diz-pesquisa-do-ibge.shtml). Acesso em: 15 de jun. 2021.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**: empreendedorismo e viabilidade de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio. 2. ed. rev. e atualizada. São Paulo: Saraiva, 2007.

COSTA, Ramon Bezerra. **Economia da confiança**: comunicação, tecnologia e vinculação social. Curitiba: Appris, 2018.

COSTA, Ramon Bezerra; ROCHA, Larissa Leda Fonseca. As contribuições da economia da confiança para o empreendedorismo a partir das tecnologias digitais de comunicação. **Revista Organicom**, São Paulo, v. 16, n. 31, p. 122 – 133, 2019.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luisa**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

TAPSCOTT, Don; WILLIAMS, Anthony. D. **Wikinomics**: como a colaboração em massa pode mudar o seu negócio. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2007.

LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2003.

MARASCIULO, Marília. **Como o Inova Maranhão quer fazer o estado se tornar um polo de empreendedorismo e inovação**. Draft. 19 fev. 2019. Disponível em: [encurtador.com.br/sRVW8](http://encurtador.com.br/sRVW8). Acesso em: 09 ago. 2021.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. **Business Model Generation**: inovação em modelos de negócios, um manual para visionários, inovadores e revolucionários. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.

ONozato, Erika. et al. **Global Entrepreneurship Monitor Empreendedorismo no Brasil**. Curitiba: IBQP, 2020. Disponível online em: [encurtador.com.br/ahqNT](http://encurtador.com.br/ahqNT). Acesso em: 09 ago. 2021.

RAQUEL, Martha. **Quem são as pessoas que não têm acesso à internet no Brasil?** Brasil de Fato, Salvador (BA), 10 ago. 2020. Disponível em: [https://www.brasildefato.com.br/2020/08/10/quem-sao-as-pessoas-que-nao-tem-acesso a-internet-no-brasil](https://www.brasildefato.com.br/2020/08/10/quem-sao-as-pessoas-que-nao-tem-acesso-a-internet-no-brasil). Acesso em: 16 de jun. 2021.

ROBBINS, Lionel. **An essay on the nature and significance of economic science**. London: Macmillan, 1945.

RIFKIN, Jeremy. **Sociedade com custo marginal zero**: a internet das coisas, os bens comuns colaborativos e o eclipse do capitalismo. São Paulo: Makron Books, 2016.

SANTOS, Maria Angélica dos. **O Lado Negro do Empreendedorismo**: afroempreendedorismo e movimento black money. Belo Horizonte. Editora Letramento. 2019.

SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum**: notas para o método comunicacional. Petrópolis: Vozes, 2014.

SODRÉ, Muniz. A comunicação eletrônica é epistemóloga. [Entrevista cedida a] Rafael Grohmann. **Revista Parágrafo**, São Paulo, v. 1, n. 3, jan./jun. 2015.

WORLD ECONOMIC FORUM. **Towards a Reskilling Revolution: a future of jobs for all**. Genève: WEF, 2018.

Artigo recebido em: 09 ago. 2021. | Artigo aprovado em: 24 nov. 2021.