

Marcelo Alves*

Uma Brincadeira Bilionária

Milhões de pessoas gastam tempo, dinheiro e energia para completar um simples álbum de figurinhas. O que parece uma brincadeira infantil tornou-se um fenômeno global capaz de movimentar bilhões, criar comunidades e reunir gerações inteiras em torno de uma paixão compartilhada.

A cada Copa do Mundo, cenas se repetem em diferentes países: pessoas abrindo pacotes com ansiedade, procurando jogadores específicos e negociando figurinhas repetidas com desconhecidos. Em uma era dominada por telas, poucos produtos conseguem gerar um nível de engajamento tão espontâneo e duradouro.

O álbum de figurinhas ultrapassou há

muito tempo a condição de produto editorial. Ele se transformou em um dos maiores casos de sucesso do esporte e do marketing, sustentado por uma combinação poderosa de emoção, hábito e pertencimento.

Mas o mais impressionante não são os números, e sim o comportamento humano.

Por alguns meses, crianças, jovens e adultos compartilham a mesma emoção de abrir pacotes, procurar jogadores e trocar figurinhas repetidas. A figurinha representa expectativa, conquista, memória e pertencimento.

A Panini transformou um produto simples em uma experiência emocional global. Enquanto empresas disputam atenção nas telas, os álbuns fazem as pessoas se

encontrarem pessoalmente.

Em praças, shoppings e espaços públicos, famílias e amigos se reúnem para trocar figurinhas. Em uma sociedade cada vez mais digital, o álbum cria conexões reais entre pessoas de diferentes idades e origens.

Do ponto de vista dos negócios, o segredo está na jornada do colecionador. Mais do que vender figurinhas, vende-se emoção, participação e a sensação de fazer parte da Copa do Mundo.

Por isso, seu sucesso não é acaso. É resultado de décadas de construção de marca e compreensão do comportamento humano.

No fim, o maior valor não está nos bilhões movimentados, mas nas experiências

criadas: pais e filhos compartilhando momentos, amigos se encontrando e desconhecidos iniciando conversas com uma simples pergunta: “Você tem essa para trocar?”

Em um mundo acelerado e individualizado, essa brincadeira continua provando que poucas coisas são mais poderosas do que aproximar pessoas.

Porque, no fundo, não estamos falando apenas de um álbum de figurinhas, mas de memórias, conexões e felicidade compartilhada.

Aproveitando, alguém tem a figurinha do Neymar aí para trocar?

*Marketing & Business Developer

Paulo César de Oliveira*

A eleição ainda sem rumo

Estamos a quatro meses das eleições presidenciais e ainda sem um rumo certo. A cada dia a reeleição de Lula para seu quarto mandato parece se consolidar, um feito inédito em nossa história, talvez no mundo democrático. É incrível o fato de Lula ter sido julgado, condenado, preso por mais de 500 dias e, absolvido em novo julgamento, ser reeleito pelo povo.

A primeira eleição de Lula, após três derrotas consecutivas para Fernando Collor (uma vez) e Fernando Henrique (duas vezes) foi em 2.002, reelendo-se em 2006. Em 2017 foi condenado pelo juiz Sérgio Moro na Lava Jato, numa decisão contro-

vertida. Cumpriu parte da sentença, foi solto e, em 2.022, foi eleito pela terceira vez e agora prepara-se para provavelmente se reeleger para um quarto mandato, na disputa radicalizada e ainda polarizada.

Seu principal adversário nesta polarização, Flávio Bolsonaro, foi atingido por Votcaro, do Banco Master, com um tiro que se desenha mortal. Na terceira via da disputa aparecem os ex-governadores Ronaldo Caiado e Romeu Zema, ambos com baixos índices de aceitação, mas que disputarão a vaga da direita na disputa caso Bolsonaro se inviabilize.

Nos estados, com raras exceções, a polarização ainda não está acirrada e há muitas in-

definições quanto a candidaturas. Em Minas oficialmente, consolidada só a candidatura à reeleição do governador Mateus Simões em campanha há muito tempo, enquanto o líder nas pesquisas, o senador Cleitinho é candidato, apesar de não ter oficializado a candidatura pelo Republicano. Ele deverá ser o candidato apoiado pelo PL que também não tem um nome viável para a disputa, mas que deverá indicar como vice na chapa o empresário e ex-prefeito de Betim, Vittorio Mediolli, um nome de peso na política mineira. Já o PT está usando uma expressão bem mineira, “mais perdido do que cedo em tiroteio”, sem um nome para segurar o palanque para Lula.

Aliás, o PT, apesar da força eleitoral de Lula no estado, sempre enfrentou dificuldades na disputa para o governo mineiro e apenas uma vez governou Minas, com Fernando Pimentel, de 2015 a 2019. As especulações políticas indicam que os petistas poderão apoiar o ex-procurador-geral da Justiça, Jarbas Soares Júnior, do PSB, ou até mesmo Gabriel Azevedo, do MDB, para dar um palanque a Lula. É acompanhar para ver, sem nos esquecermos de que Flávio Bolsonaro também não tem palanque certo por aqui.

*Jornalista e diretor-geral da revista Viver Brasil

Renan Nunes*

Reforma Tributária: A promessa que o empresário vai pagar

Vou começar pelo fim: o empresário brasileiro já sabe que vai pagar a conta. Sempre paga. A questão é só quanto, quando e com qual nome bonito o governo vai batizar o próximo impacto no caixa das empresas.

A Reforma Tributária, vendida como a maior simplificação tributária da história do Brasil, começa a mostrar aquilo que muitos tributaristas alertaram desde o início: simplificar não significa, necessariamente, reduzir a carga. Pelo contrário.

As projeções apontam que a alíquota do IVA brasileiro pode chegar a 28%, colocando o país entre os sistemas de tributação sobre consumo mais pesados do mundo. E o problema não está apenas no percentual. Está em quem vai sentir mais fortemente os efeitos dessa mudança.

O setor de serviços — que inclui escritórios de advocacia, contabilidade, engenharia, tecnologia, consultorias, clínicas e inúmeros profissionais liberais — já percebe que a promessa de neutralidade tributária não chegará de forma igual para todos. Enquanto alguns segmentos da indústria e do agronegócio conseguem manter benefícios e tratamentos favorecidos, o prestador de serviços vê sua margem pressionada.

No fim da cadeia, sobra para o empresário médio absorver aumento de custo, renegociar contratos e decidir entre reduzir lucro ou repassar preço para o consumidor. Nada disso me surpreende. Nunca surpreende.

Toda reforma tributária no Brasil nasce com o discurso da modernização e da simplificação, mas quase sempre termina como um rearranjo sofisticado de arrecadação. Mudam-se as siglas, extinguem-se tributos antigos, criam-se novos modelos, mas o empresário continua no mesmo lugar: sustentando um sistema cada vez mais caro, complexo e imprevisível.

No Brasil, “simplificar” muitas vezes significa apenas redistribuir quem vai pagar mais.

Nesse cenário, entra o senador Flávio Bolsonaro com uma proposta que, no discurso político, soa atraente: suspender a implementação da reforma por um ano para rediscuti-la.

A ideia encontra eco imediato entre empresários inseguros com o novo modelo. Afinal, quem não gostaria de rever uma reforma que pode aumentar custos justamente em um momento de desaceleração econômica, juros altos e pressão operacional?

O problema é que proposta sem sustentação política e jurídica não é solução. É palanque. A reforma já deixou de ser apenas um projeto em debate. Desde janeiro de 2026, empresas iniciaram adaptações de sistemas, revisão de contratos, mudanças operacionais e treinamento de equipes. Estados e municípios também reorganizam estruturas internas para a transição do novo modelo. Além disso, leis complementares já foram aprovadas e regulamentações seguem avançando.

Suspender esse processo exigiria uma

nova PEC aprovada pelo Congresso Nacional em um ambiente político extremamente complexo, ainda sob o governo Luiz Inácio Lula da Silva. Isso demandaria articulação ampla, apoio político consistente e velocidade legislativa rara até mesmo para pautas consensuais.

Alguém realmente acredita que o mesmo Congresso que levou décadas para aprovar a reforma tributária colocaria toda a estrutura novamente em discussão em poucos meses? Mais do que improvável, isso produziria um efeito colateral grave: insegurança jurídica. E insegurança custa caro.

Empresas não conseguem planejar investimentos em um ambiente em que regras mudam a cada eleição ou conforme o humor político do momento. O empresário precisa de previsibilidade para contratar, investir, expandir e sobreviver. Uma “reforma da reforma”, sem estudos aprofundados, sem transição organizada e sem viabilidade concreta, apenas amplia a instabilidade.

É justamente aí que está o ponto mais preocupante desse debate. O governo Luiz Inácio Lula da Silva vende uma reforma que promete simplificação, mas que pode aumentar significativamente a carga para setores inteiros da economia. A oposição crítica o modelo e promete suspensão, embora saiba das enormes dificuldades políticas e institucionais para fazê-lo acontecer.

Enquanto isso, o empresário continua

no centro do ringue. De um lado, escuta que pagará mais agora para colher benefícios no futuro. Do outro, ouve promessas de revisão que dificilmente sairão do discurso eleitoral. Em comum entre os dois lados existe uma verdade inconveniente: a conta continua chegando para quem produz, emprega, empreende e sustenta a economia real.

Como tributarista, vejo diariamente empresas tentando entender como sobreviver ao novo cenário. E a orientação técnica, infelizmente, continua sendo a mesma: planejar dentro das regras existentes, e não dentro das promessas políticas.

Empresário não vive de discurso. Vive de fluxo de caixa. O Brasil precisa, sim, de um sistema tributário mais simples, racional e eficiente. Mas precisa, principalmente, de coragem para discutir redução real da carga tributária, racionalização do gasto público e segurança jurídica duradoura. Sem isso, toda reforma continuará sendo apenas uma troca de embalagem.

E o empresário seguirá pagando por ela. Porque, no fim das contas, o inimigo não mudou. Só trocou de terno.

*Renan Nunes é advogado tributarista, sócio-fundador da RS Advocacia Empresarial e da RS Gestão Tributária, mestrando em Direito Tributário pelo IBET e coautor do livro Construindo o Futuro Tributário do Brasil (2025).