**Sociologia dos mercados – Proposta de *paper* final**

**Marcel Maia**

**Como nascem as *startups*? Uma análise das performances e estratégias discursivas dos empreendedores à procura de capital**

Como *paper* final da disciplina *Sociologia dos mercados* pretendo apresentar uma discussão que remete às conclusões da minha pesquisa de mestrado. A pesquisa trata do processo de busca por capital entre empreendedores de *startups* de base tecnológica de fase inicial. O movimento mais importante desse processo é o da exposição oral de certas características das *startups* a investidores durante concursos de *startups*. Nesse formato de concurso, as performances e discursos mobilizados pelos empreendedores cumprem papel central na avaliação e classificação dos investidores. Considerando que os indivíduos que se apresentam diante de outros tentam “controlar a impressão que estes recebem da situação” (Goffman, 1959 [2002], p. 23), analiso como aqueles dois aspectos culturais – performances e discursos – estão implicados na atividade econômica de edificação de novas firmas.

A análise demonstra que, uma vez que os investidores têm sua atividade centrada na prospecção de oportunidades inovadoras, os empreendedores buscam exibir signos que os apresentem socialmente como portadores de futuros promissores. Com vistas a tornarem-se elegíveis ao recebimento de capital, os empreendedores mobilizam performances baseadas na incorporação de personas que chamei de “futuros bilionários”. Ademais, os empreendedores adotam uma estratégia discursiva que mobiliza dados do presente que servem de plataforma para a projeção de histórias sobre a vida futura de seus negócios; histórias cujos desfechos são, invariavelmente, a conquista de grandes mercados consumidores. Vale notar, ainda, que os discursos se dão em uma língua franca, de léxico neológico e pautada na representação semântica de desafios caros ao desenvolvimento de novos negócios.

Essa análise, embora realizada a partir de uma situação circunscrita, aponta para conclusões mais abrangentes. A primeira delas trata das *startups* como objetos econômicos que concentram valor em sua potencial trocabilidade futura; a segunda, trata do caráter ficcional dessa trocabilidade.

*Torcendo o objeto: da procura por capital à vida social das startups*

Interessado no modo como aspectos como desejo, demanda e poder interagem para criar o valor econômico em situações sociais especificas, Appadurai (1986 [2008]) propõe uma perspectiva sobre a circulação de mercadorias segundo a qual o valor das trocas econômicas é concretizado, não apenas nas formas e funções da troca, mas nas mercadorias que são trocadas.

Para Appadurai (1986 [2008], p. 17), embora a tendência contemporânea seja considerar “o mundo das coisas inerte e mudo”, em muitas sociedades históricas, a agência e o poder da comunicação não estavam tão separados das coisas, tal qual aponta Mauss em *Ensaio sobre a dádiva*. Para o autor, a ideia de que as coisas não tem significados afora os que lhes conferem as transações humanas não ajuda a explicar como a circulação se dá concretamente, de maneira que é preciso atentar aos significados inscritos nas formas, usos e trajetórias das coisas como meio para interpretar como as transações e cálculos dos indivíduos dão vida às coisas.

Appadurai (1986 [2008], p. 25) considera que a separação entre a dimensão do cálculo econômico e a da doação é exagerada e simplista. Segundo o autor, as dádivas e seus preceitos de generosidade e sociabilidade são, em geral, vistas como opostas às mercadorias e suas formas calculistas. Ademais, as dádivas vinculam pessoas e coisas, inserindo-se no fluxo das relações sociais, enquanto que as mercadorias representam um movimento livre de coerções morais e culturais que é mediado apenas pelo dinheiro.

Em lugar de falar em um quadro cultural único, que determina a candidatura de coisas ao estado de mercadoria, Appadurai entende que não há um exato compartilhado de crenças e valores por todos os atores, o que o leva a elaborar a noção de “regimes de valor”. Esses regimes são determinantes para a “constante transcendência de fronteiras culturais por meio do fluxo de mercadorias” (Appadurai, 1986 [2008], p. 29). O autor, enfim, localiza na trocabilidade (passada, presente ou futura) de uma coisa por outra o seu “traço social relevante”, de modo que entende ser preciso atentar não apenas à fase mercantil das coisas, mas à fase na qual elas são apenas candidatas ao estado de mercadoria.

Ao investigar a busca por capital entre empreendedores de *startups*, estamos tratando, justamente, de movimentos que se dão nessa fronteira mercantil. O que não significa dizer que as ações dos empreendedores à procura de capital sejam guiadas pelo apreço à inovação tecnológica ou ao desenvolvimento nacional – discurso facilmente notado em diversos espaços empresariais. Ao contrário, como aponta Bourdieu (1977 [2004], p. 177), “a prática jamais cessa em obedecer ao cálculo econômico, mesmo quando dá uma impressão de completo desinteresse por escapar à lógica do cálculo interessado”

Por meio da investigação do processo de busca por capital, pode-se notar, afinal, que, ao mesmo passo em que a ação econômica calculista do desenvolvimento de firmas inovadoras via o investimento de capital é levado a termo, há elementos culturais que compõem aquela ação. Ou seja, há um amalgama de aspectos sociais e culturais a sustentar o nascimento de organizações econômicas como as *startups* de base tecnológica.

Talvez o aspecto mais intrigante das *startups* é que, mesmo em suas fases não-mercantis, elas concentram valor de troca. Ou seja, quando ainda buscam capital capaz de levar seus negócios adiante, os empreendedores estão produzindo valor por meio da observação cuidadosa de padrões e critérios simbólicos que determinam a trocabilidade dessas firmas nascentes nos contextos sociais em que circulam. Desse modo, a passagem das *startups* ao estado de mercadoria parece ser mais resultado da interseção de fatores culturais e sociais, do que de regimes de produção guiados pelas leis de oferta e demanda. No limite, o que está em jogo são as chances das *startups* chegarem à fase mercantil, de modo que o movimento de incremento da reputação dos empreendedores, expresso na forma de performance e discursos, é uma espécie de fator de produção do lucro avistado pela rede de atores sociais formada principalmente por empreendedores, agentes de qualificação e investidores informais. Na fase não-mercantil das *startups*, afinal, não há lucro, mas há uma trocabilidade futura que empresta sentido a ação dos agentes.

*As startups como ficções baseadas no real*

Nesse sentido, os achados de Jens Beckert (2013) acerca das microfundações da ação econômica são esclarecedores. Segundo o autor, a imprevisibilidade dos efeitos das interações, a complexidade das situações de decisão e a casualidade dos efeitos das inovações tornam impossível de se prever o futuro como algo já implicado no presente. Essa “incerteza fundamental”, que caracteriza importantes decisões econômicas, torna o modelo teórico do cálculo ótimo pouco efetivo. Ocorre que, apesar dessa imprevisibilidade, para seguirem agindo nos mercados, os atores precisam formular expectativas a respeito dos preços, do desenvolvimento tecnológico, dos competidores, das políticas de regulação e de tantos outros fatores. De modo que, diante dessas tarefas, os agentes acionam “imagens do futuro que moldam as decisões do presente” (Beckert, 2013, p. 221).

A ideia assenta-se no argumento de que os atores buscam incrementar sua utilidade (“*intentionally rational actors*”), mas não sabem que estratégia irá levá-los a alcançar tal objetivo, de forma que ancoram suas decisões em “ficções”, que são definidas como imagens de um estado futuro que podem ser acessadas no presente por meio de representações mentais. Diz Beckert (2013, p. 222): “*I refer to present imaginaries of future situations that provide orientation in decision-making despite the uncertainty inherent in the situation. By not being bound to rational calculation, fictions do not have to be true but must be convincing*”*.*

Importante notar, ainda, que, em harmonia à visão Appadurai, Beckert não entende a ação econômica como uma realização final posicionada fora do processo de ação, mas como uma progressão na qual os atos finais e as estratégias de ação são formados e revisados a partir de interpretações contingentes e mutáveis a respeito da situação. Como coloca Beckert (2013, p. 223),

*The connection between cognition and experience leads to a concept of situated rationality where expectations and goals are the outcome of a process unfolding in time, in which actors develop and enact projects, plans and strategies based on contingent interpretations of the situation.*

A partir dessas noções, pode-se notar que a “ficcionalidade” da ação dos empreendedores à procura de capital não se presta apenas à sustentação da representação dos empreendedores e da situação em si, mas se faz implicada ao próprio funcionamento do mercado de investimento em *startups* de base tecnológica. Isso ocorre, pois em condições de incerteza como as enfrentadas pelos agentes em torno das *startups*, as expectativas dos atores assumem a forma narrativa de histórias, teorias e discursos (Beckert, 2013, p. 220). Já vimos como os empreendedores mobilizam uma série de dados sobre os mercados que pretendem explorar. Trata-se de uma estratégia discursiva que “*must appear coherent to create a convincing ‘story’ of the future development of the phenomena at stake*” (Beckert, 2013, p. 224). Nesse sentido, as performances e os discursos dos empreendedores à procura de capital emprestam materialidade aos negócios que existem apenas no imaginário dos atores; fazendo da representação fonte de credibilidade para a efetivação da produção. Como coloca Beckert (2003, p. 226), as ações estão baseadas na pretensão que “*the fictional depictions were indeed true representations of the future*”.

Se as performances e discursos dos empreendedores pretendem gerar expectativas entre os investidores acerca do desenvolvimento das *startups,* seus elementos constitutivos são essenciais a todo o contexto mercantil das *startups*, uma vez que ele trata, basicamente, da constituição e estabelecimento de firmas. Como as *startups* iniciantes dependem de recursos externos que podem obter apenas junto a investidores especializados, performances e discursos acabam por constituir uma condição de existência da firma. Ou seja, sem uma performance alinhada à plateia e sem um discurso que empreste materialidade ao que parece ficção, o capitalista não se vê convencido sobre as expectativas de negócios futuros, e a existência da firma se vê em sério risco. No caso das *startups*, afinal, a correta mobilização dos signos próprios do grupo social pode significar a chance de prosseguimento da gestação das firmas a fases mais avançadas, enquanto que as performances que não se sustentam podem produzir não mais do que negócios natimortos.

Nesse sentido, o processo de desenvolvimento das *startups*, que tangencia o objeto desta dissertação, é especialmente interessante, pois revela que as *startups* se mercantilizam, não segundo um processo frio assentado nas leis econômicas da oferta e procura, mas segundo um movimento especulativo culturalmente orientado. Afinal, se é verdade que “o capitalismo não representa apenas um esquema tecnológico e econômico, mas um complexo sistema cultural” (Appadurai, 1986 [2008], p. 69), espero com esse *paper* contribuir ao campo da sociologia econômica com uma descrição acerca do como se dá o nascimento de firmas notadamente contemporâneas. Firmas que, conquanto vislumbrem ofertar produtos e serviços em mercados consumidores, também circulam como “objetos econômicos” em arenas não-mercantis, nas quais se desenrola um processo de mercantilização sustentado por uma complexa intersecção de fatores culturais e sociais.

**Referências bibliográficas**

BOURDIEU, P. *A economia das trocas simbólicas*. Rio de Janeiro: Ed. Perspectiva, 2004.

BECKERT, J. *Imagined futures: fictional expectations in the economy*. Theory and Society, n. 42, 2013, pp. 219–240.

BOURDIEU, P. *A economia das trocas simbólicas*. Rio de Janeiro: Ed. Perspectiva, 2004.