

AO SOM DE BELCHIOR: UMA EXPERIÊNCIA AUDITIVA-MUSICAL SOBRE O MUNDO DAS *STARTUPS*

Eduardo Carneiro Lima¹

Vitor Sergio Ferreira²

RESUMO

Este artigo tem como principal objetivo explorar alguns dos percursos dos *startupper*s a partir de uma experiência auditiva-musical, da escuta e da aproximação das músicas de Belchior com o mundo das *startups* e, de forma secundária, experimentar a utilização de novas ferramentas tecnológicas, nesse caso o Miro, no processo de construção da pesquisa. Considerei as músicas do álbum *Alucinação* e três entrevistas de Belchior para perceber alguns de seus processos criativos e para ajudar-me a nublar, epistemologicamente, as fronteiras da arte e da ciência. O artigo apresenta uma síntese argumentativa e duas proposições reflexivas: (i) a ideologia salvacionista dos líderes contemporâneos cujas histórias são consideradas “de sucesso” e recaem sobre as *startups* e os *startupper*s; e (ii) as práticas empresariais disfarçadas de “ajuda” para a exploração de *startups* e da força de trabalho de jovens *startupper*s.

Palavras-Chave: Experiência auditiva-musical; Design thinking; *Startups*; Belchior; Ecossistemas de inovação.

AL SON DE BELCHIOR: UNA EXPERIENCIA AUDIO-MUSICAL SOBRE EL MUNDO DE LAS *STARTUPS*

¹ Doutorando em Sociologia pelo Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa (ICS-ULisboa), com foco em *startups* e ecossistemas de inovação; mestre em Administração pela Universidade Estadual do Ceará (PPGA-UECE), com período sanduíche cursado em São Paulo na Fundação Getúlio Vargas (FGV-EAESP), com foco em carreiras e novas profissões; pós graduado em Marketing pelo Instituto Cotemarc; e graduado em Administração pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Pesquisador do Grupo Integra Saberes sobre Trabalho, Organizações e Gestão na UECE.

² Sociólogo, atualmente é investigador auxiliar e docente a nível pós-graduado no Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa (ICS-ULisboa). Licenciado em Sociologia (1995), pós-graduado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação (1998) e doutor em Sociologia (2006), na especialidade de Sociologia da Comunicação, Cultura e Educação. A sua formação foi realizada no ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL).

RESUMEN

El objetivo principal de este artículo es explorar algunos de los caminos de las startups desde una experiencia auditivo-musical, escuchando y acercando las canciones de Belchior al mundo de las startups y, en segundo lugar, experimentando con el uso de nuevas herramientas tecnológicas, en este caso de Miro, en el proceso de construcción de la investigación. Consideré las canciones del álbum *Alucinação* y tres entrevistas con Belchior para comprender algunos de sus procesos creativos y ayudarme a desdibujar epistemológicamente las fronteras del arte y la ciencia. El artículo presenta una síntesis argumentativa y dos proposiciones reflexivas: (i) la ideología salvacionista de líderes contemporáneos cuyas historias son consideradas “exitosas” y recaen sobre startups y startups; y (ii) prácticas comerciales disfrazadas de “ayuda” para la explotación de startups y la fuerza laboral de startups jóvenes.

Palabras clave: Experiencia audio-musical; *Design thinking*; *Startups*; Belchior; Ecosistemas de innovación.

TO THE SOUND OF BELCHIOR: AN AUDIO-MUSICAL EXPERIENCE ABOUT THE WORLD OF STARTUPS

ABSTRACT

This article's main objective is to explore some of the paths of startupperes from an auditory-musical experience, listening to and bringing Belchior's songs closer to the world of startups and, secondarily, experimenting with the use of new technological tools, in this Miro's case, in the research construction process. I considered the songs from the album *Alucinação* and three interviews with Belchior to understand some of his creative processes and to help me blur, epistemologically, the frontiers of art and science. The article presents an argumentative synthesis and two reflexive propositions: (i) the salvationist ideology of contemporary leaders whose stories are considered “successful” and fall on startups and startupperes; and (ii) business practices disguised as “help” for the exploitation of startups and the workforce of young startups.

Keywords: Audio-musical experience; Design thinking; Startups; Belchior; Innovation ecosystems.

INTERESSES, ESTÍMULOS E MUSICALIDADE PARA A REFLEXÃO DE FENÔMENOS CONTEMPORÂNEOS

Corria o ano de 2017 quando passei a me interessar pela pesquisa sobre jovens que se encontravam em encruzilhadas profissionais. Jovens que, muitas vezes, precisavam se virar,

como sugere Eugenio (2002), e encarar novos “corres”, “tramos” e ocupações em múltiplas e quase simultâneas jornadas de trabalho. Também foi nesse mesmo período em que observei práticas empreendedoras, nomeadamente as que envolviam a organização de empresas do tipo *startup*, passando a ocupar com frequência o imaginário de alguns desses jovens como alternativa de vida e de trabalho. Práticas que pareciam romper com estruturas consolidadas, funcionando como uma fuga aos modelos de trabalhos considerados tradicionais. E por mais que minhas pesquisas toquem em questões ligadas ao mundo do trabalho e das organizações, passei a me interessar pelo mundo das *startups*, marcadamente do ponto de vista dos percursos dos *startupper*³, examinando o que acontece nas camadas mais particulares desse fenômeno social e atento ao cotidiano e às agências desses empreendedores em suas práticas mais corriqueiras e histórias de vida.

Também foi nesse mesmo período em que comecei a trabalhar com *startups*, o que me colocou num lugar de possibilidades bem próximo a perspectiva das “observações fugazes da realidade” de Pais (2002, p. 28), assumindo aquele olhar passeante, sensivelmente alerta aos aspectos mais particulares, escorregadios e furtivos entre a teoria e a prática. Guiado para um olhar questionador e crítico, às vezes rebelde e inconformado que aos poucos vai resgatando a essência do garoto-inquieto que tudo interpela entre textos e vivências práticas, passei a cerzir um mapa de possibilidades e caminhos que me ajudassem a refletir e compreender o fenômeno das *startups*. Arrisco a dizer que a abordagem de Pais (2002), que privilegia as práticas cotidianas como alavanca para o conhecimento, parece ter aguçado, inclusive, o meu ouvir, notadamente percebido pelas influências das composições do artista cearense Belchior⁴ nas minhas experiências reflexivas sobre o mundo das *startups*.

³ As *startups* são modelos de negócios inovadores, enxutos, repetíveis e escaláveis, consideradas, de acordo com o que tenho percebido, como uma das principais formas de empreender na atualidade. E os *startupper* são os principais idealizadores e empreendedores dessas empresas.

⁴ A biografia escrita por Jotabê Medeiros (2017) conta sobre Antônio Carlos Belchior, ou apenas Belchior, nascido em Sobral, cidade do interior do Ceará, em outubro de 1946. Estudou em escolas religiosas até ingressar no curso de Medicina da Universidade Federal do Ceará, interrompido para estudar filosofia na década de 1960.

Essa ação por si só é incapaz de extrapolar o que Belchior dizia em suas músicas, mas tomei esse espaço – entre o dizer das letras e o meu pensar – como uma oficina de saber-fazer criativo e reflexivo, capturando outras formas e elementos que pudessem enriquecer a produção de conhecimento e me ajudassem a combinar gostos pessoais e de trabalho como caminho investigativo e metafórico possível para os estudos das organizações e dos indivíduos, no contexto das *startups*. Há, aqui, uma possível tensão entre a autoridade das teorias científicas produzidas à época e a utilização das músicas de Belchior a respeito dos jovens e da sociedade por ele cantada, mas essa discussão sobre a valorização do conhecimento científico como superior às demais formas de pensar tem sido questionada.

Moscovici (2003), por exemplo, pontua a importância de, do ponto de vista epistemológico, tentar nublar as fronteiras entre a arte e a ciência. Carvalho, Siqueira e Schiavoni (2019, p. 278) também aquecem esse debate e colocam as expressões artísticas, mais especificamente as músicas, como “ações promotoras de mudanças nos parâmetros epistêmicos quando manifestam rebeldia e desobediência frente aos padrões e estética da cultura hegemônica ocidental moderna”. Simultaneamente, na pesquisa qualitativa, a música é um dos dispositivos usados em processos de elicitación de dados discursivos em técnicas de entrevista, narrativas de vida ou em grupos de discussão entre jovens, revelando áreas, tópicos e emoções mais sensíveis, que tendem a não ser faladas ou que são difíceis de abordar através de técnicas de produção de dados discursivos mais tradicionais (ALLETT, 2010; LEVELL, 2019). E porque não pensar na música como dispositivo de elicitación da reflexividade do pesquisador – e não apenas dos que costumam ser seus interlocutores –, indicando vestígios de realidades ainda pouco abordadas na literatura acadêmica, apontando para novas hipóteses a serem exploradas, e abrindo novos caminhos de pesquisa. A literatura

O contato, especialmente, com as ciências humanas o levou a ser um cantor e compositor crítico e revolucionário no contexto do regime civil-militar. Suas músicas foram cantadas por grandes nomes da música brasileira, como Elis Regina, Roberto Carlos e Fagner. Morava na cidade do Rio de Janeiro quando, em 1976, lançou o álbum *Alucinação*, considerado pela crítica e fãs como o seu disco mais vanguardista.

não o fez, tantas vezes, a começar pelas leituras de Goethe por parte de Max Weber, a partir de onde se inspirou na formulação do conceito de “afinidade eletiva”? (LOWY, 2011).

Nesta perspectiva, as músicas do artista cearense não se configuram como objeto de estudo, mas como dados que serão explorados e analisados em alusão aos percursos dos *startupper*s, estimulando essa curiosidade pelo entrecruzamento de gostos no processo de investigação. Dessa forma, destaco que este artigo tem como principal objetivo *explorar alguns dos percursos dos startupper*s a partir de uma experiência auditiva-musical, da escuta e da aproximação das músicas de Belchior com o mundo das *startups* e, de forma secundária, *experimentar a utilização de novas ferramentas tecnológicas, nesse caso o Miro⁵, no processo de construção da pesquisa.*

O artigo foi pensado e escrito de forma a partilhar com a comunidade acadêmica algumas das minhas reflexões e vivências com *startups*, oferecendo em simultâneo outras formas de fazer pesquisa ao incorporar materiais, interesses e modos de pensar e de fazer diversos ao longo do processo de investigação e, no meu caso, de construção de um projeto de pesquisa doutoral. Contribui, ainda, no âmbito dos estudos das organizações e dos indivíduos, para o avanço de discussões sobre temas ligados i) aos novos líderes organizacionais dotados de carisma e heroísmo que surgem, aparentemente, como salvadores das *startups* e dos *startupper*s; ii) à análise das performances dos *startupper*s e a valorização da produção de conhecimento a uma escala individual para a compreensão de contextos mais amplos; e, finalmente, iii) à visão esperançosa cantada por Belchior que, supostamente, disfarça-se no tempo presente de exploração sobre as *startups* e os *startupper*s.

COMEÇANDO A PENSAR COM BELCHIOR SOBRE OS JOVENS E O MUNDO DAS *STARTUPS*

⁵ É uma plataforma *online* para a construção de ideias em mapas mentais, diagramas e quadros com notas, tudo isso em tempo real e de forma colaborativa.

As críticas e os fãs consideram as músicas de Belchior verdadeiras poesias. Uma de suas biografias, qual seja a que foi escrita por Medeiros (2017), revela as duras realidades do cotidiano de “Bel” – como ele o chama carinhosamente. Suas letras inquietantes são expressões de um tempo complexo, obscuro e com significados que vão ganhando novas configurações ao longo do tempo e immortalizando suas feitura. Em 1976, ano em que Belchior lançou o álbum *Alucinação*, o Brasil vivia o sombrio contexto de uma ditadura civil-militar que perdurou entre os anos de 1964 a 1985, afetando a produção de suas músicas e o início da sua vida adulta. À época do lançamento desse disco, Belchior cantava e contestava sobre as contradições e dificuldades percebidas no campo da política e da vida social de uma juventude considerada, por ele, como a grande aposta de um futuro melhor. Segundo Napolitano (2010, p. 271), “o sentido sociocultural, ideológico e, portanto, histórico, intrínseco de uma canção é produto de um conjunto indissociável que reúne: palavra (letra); música (harmonia, melodia, ritmo); performance vocal e instrumental”, conjunto esse que, no caso de Belchior, é refletido em versos carregados de fenômenos históricos, sociais e pessoais que o consagraram como um dos mais importantes artistas da música popular brasileira.

É no álbum *Alucinação* que Belchior expõe o que pensa sobre a frustração dos jovens com as questões políticas e outras configurações sociais do mundo à sua época. Tentava mobilizá-los a tomar as rédeas de suas vidas, a recuperar a esperança usurpada pelas estruturas e a superar os limites morais da sociedade sobre eles. Passei a perceber, então, que Belchior, além do prazer que já sentia em ouvi-lo, poderia servir como inspiração para uma experiência auditiva-musical do pesquisador no processo de construção do projeto de pesquisa doutoral e, também, como estímulo à reflexão e à exploração, no caso deste artigo, de alguns dos percursos dos *startupper*s. De certa forma, e provavelmente potencializado pelo ouvir tendencioso de quem está misturado com o objeto, suas músicas já indicavam pistas que pareciam sugerir entre os *startupper*s os mesmos sentimentos de luta, de mudança e de duras realidades. O que fiz, como será visto nas próximas seções, foi organizar os pensamentos, rabiscar algumas ideias e traçar caminhos imaginários de conexões entre as

letras de Belchior e as agências, os desdobros e as astúcias desses sujeitos no atual contexto dos ditos “ecossistemas de inovação”. De forma exploratória, selecionei três entrevistas concedidas por Belchior à imprensa, quais sejam i) à revista Hit-Pop (1976); ii) à TV Escola no programa Nossa Língua Portuguesa (1996); e iii) à TV O Povo no programa Grande Debate (2007), para tentar perceber alguns de seus processos criativos relacionados a produção das músicas do álbum *Alucinação*.

Na entrevista concedida à revista Hit-Pop (1976, p. 11), Belchior afirmou que “*a arte não pode viver de ilusões. Sinto necessidade de falar das aspirações imediatas: dormir, comer, sentir, alegria, dor, prazer, tristeza, coisas claras, entende? Não sou, de fato, místico*”, como quem pensava o mundo a partir das experiências reais, tomando o cotidiano, tal como Pais (2002), como alavanca para o conhecimento e, nesse caso, retratadas em suas composições musicais. O que parece legitimar um interesse maior que carrego em combater algumas das idealizações sobre as *startups* e acessar esse mundo por meio dos percursos dos *startupper*s, desmistificando as construções simbólicas criadas, em grande medida, pelas histórias contadas dos grandes nomes de celebridades da cena empreendedora⁶, tantas vezes distantes das realidades dos milhares de *startupper*s (ainda) anônimos e invisíveis.

Identifico-me, especificamente para a construção deste artigo, com a originalidade e as incorporações de Belchior que dizia produzir música fundamentalmente nordestina, mas não dispensava as influências de outras áreas, como o rock, o eletrônico, os cantadores de feira, os ciganos nas estradas do Ceará, a poesia e a filosofia, para criar a sua “arte mestiça” (HIT-POP, 1976; MEDEIROS, 2017), marcada por um sincretismo eclético que permite singularizar a relevância da sua obra musical. Belchior tomava a produção de seus discos como a única chance de oferecer ao mundo as suas reflexões, desaprovações e discordâncias sobre um período que, para ele, subtraía a esperança dos jovens. Dizia que

⁶ As “cenas”, nesse caso “cenas empreendedoras”, são frequentemente utilizadas por jovens para caracterizar micro espaços de suas existências sociais, como locais onde podem experimentar novas e distintas identidades, onde podem atuar em papéis sociais específicos para cativar a atenção do público (FERREIRA, 2016).

“hoje em dia já não se pode mais criar sem correr riscos. E eu quero enfrentá-los. Minha expectativa é para os jovens compositores. Sobre eles, recaem todas as dificuldades para fazer qualquer coisa. [...] Dar as mãos a todo o pessoal desta geração violentada. Temos que encontrar uma forma de mostrar que estamos vivos. E isso só se consegue fugindo do convencional, optando definitivamente pela juventude” (HIT-POP, 1976, p. 11).

Belchior desafiava as estruturas de sua época ao expor nas letras o que pensava sobre o que chamou de *geração violentada*, do mesmo modo que também tenho me dedicado a compreender e combater os dispositivos e mecanismos de poder presentes nos “ecossistemas de inovação” que recaem sobre as *startups* e, também, identificar e desmistificar as configurações simbólicas hegemônicas na arena social sobre o mundo dessas organizações. Apesar disso, e provavelmente menos revolucionário que Belchior, não desconsidero a materialidade do que acontece no substrato dos “ecossistemas” em prol das *startups*. O que proponho é repensar as relações a partir de uma perspectiva sociológica para melhor equacionar os diferentes interesses envolvidos em torno dessas organizações, emergentes na economia neoliberal que tem configurado o capitalismo contemporâneo, e do papel social atribuído aos jovens, nomeadamente aos mais qualificados, enquanto trabalhadores no atual sistema de produção pós-fordista. É uma oportunidade de renovar a nossa atenção sobre os jovens e a construção de suas carreiras, indo além das questões de “flexibilidade” para questionar os valores do “novo espírito do capitalismo” que moldam as relações entre o trabalho – do ponto de vista da criação de *startups* – e o *self* (BOLTANSKI & CHIAPELLO, 2009; FERRUGIA, 2020; 2021).

O processo criativo de uma das músicas do disco em questão, qual seja “*Como nossos pais*”, interpretada pela emblemática Elis Regina, parece fazer ainda mais sentido com meu posicionamento crítico-reflexivo a respeito da atual cena empreendedora. Belchior afirmou que essa música

“surgiu da vontade explícita e direta de fazer uma canção ácida, um pouco amarga e reflexiva sobre essa condição sempre mutante do jovem na era da comunicação. [...] queria fazer uma canção que ultrapassasse a mera narrativa do conflito de gerações. Que fosse também pessoal, que falasse do conflito de gerações sim, mas naquilo em que ele compromete a alma do jovem urbano, suburbano, provinciano, metropolitano. [...] O autor [Belchior] não tem tanto distanciamento dessa canção. Como autor, estou comprometido com o personagem dela. Me identifico com aquele drama, com aquela trama” (NOSSA LÍNGUA PORTUGUESA, 1996, 3’56”).

Tal como ele, assumo minha proximidade com o mundo das *startups* e considero o interesse maior em explorar o que acontece nos “ecossistemas de inovação” do ponto de vista dos *startupper*s que, muitas vezes, são “silenciados” ou mesmo “apagados” pelas estruturas que se organizam em torno da ação empreendedora deles. São os grandes nomes considerados “de sucesso”, como Steve Jobs, Mark Zuckerberg, Elon Musk, Jeff Bezos⁷ entre outros, que se tornam protagonistas das narrativas homogeneizantes e ilusórias (re)produzidas sobre organizações e indivíduos que são plurais e diversos. Daí a necessidade de ampliar o olhar e compreender o que acontece nos bastidores desses mundos sociais a que chama pomposamente “ecossistemas de inovação”.

UMA PARAGEM NECESSÁRIA PARA REFLETIR SOBRE *DESIGN THINKING*: METODOLOGIAS E TECNOLOGIAS A FAVOR DA PESQUISA E DO PESQUISADOR

Diferentemente de Belchior, que dizia não ter disciplina para a música e que seu “trabalho é fruto de uma fúria criativa, de uma indisciplina criativa e de um fazer artisticamente aquilo que devo fazer” (GRANDE DEBATE, 2007, 21’35”), fui inspirado pelo *design thinking* (DT) e, igualmente, pela utilização de novas tecnologias, nesse caso da plataforma *online* Miro, para organizar os processos criativos na minha garagem de escrita

⁷ Respectivamente, são os principais idealizadores da Apple, Facebook, SpaceX e Amazon.

reflexiva⁸. Segundo Bukowitz (2013), o DT pode ser utilizado para a solução de problemas com a utilização de ferramentas criativas e de múltiplas perspectivas. Nesse mesmo sentido, Cardon e Leonard (2010) já tinham dito que o DT compreende, visualiza e descreve problemas mais ou menos complexos para, por meio da criatividade, encontrar soluções até então pouco exploradas. No meu caso a utilização do Miro serviu como ferramenta de ideação dos processos criativos do pesquisador e como ferramenta de mapeamento visual dos caminhos da pesquisa.

De acordo com Brown (2008), o DT tem sido amplamente utilizado em atividades inovadoras de organizações focadas em pessoas. Para tanto, sugere três etapas fundamentais, quais sejam: i) **inspiração**, como processo de descoberta e levantamento de problemas; ii) **ideação**, ligada à criatividade e mapeamento de soluções para os problemas levantados; e, finalmente, iii) **implementação**, ou seja, a escolha do melhor caminho para a resolução dos problemas. Como já mencionado, a abordagem do DT funcionou, no meu caminho de construção do projeto de pesquisa doutoral, para a construção de esboços e cenários, enquadramentos criativos, organização do pensamento, aplicação dos trechos das entrevistas e das músicas e mapeamento visual, através do Miro, do panorama geral do desenho da pesquisa.

A versão gratuita da plataforma *online* Miro foi suficiente para a construção do quadro analítico identificado como *Articulações de relatos da vida e de trechos das músicas de Belchior e suas relações com os startupperes*, conforme **Figura 1**.

⁸ Tomo emprestado a ideia de “garagem” dos locais mais primitivos de onde surgiram as primeiras *startups*, numa perspectiva experimental, de testes e erros possíveis.

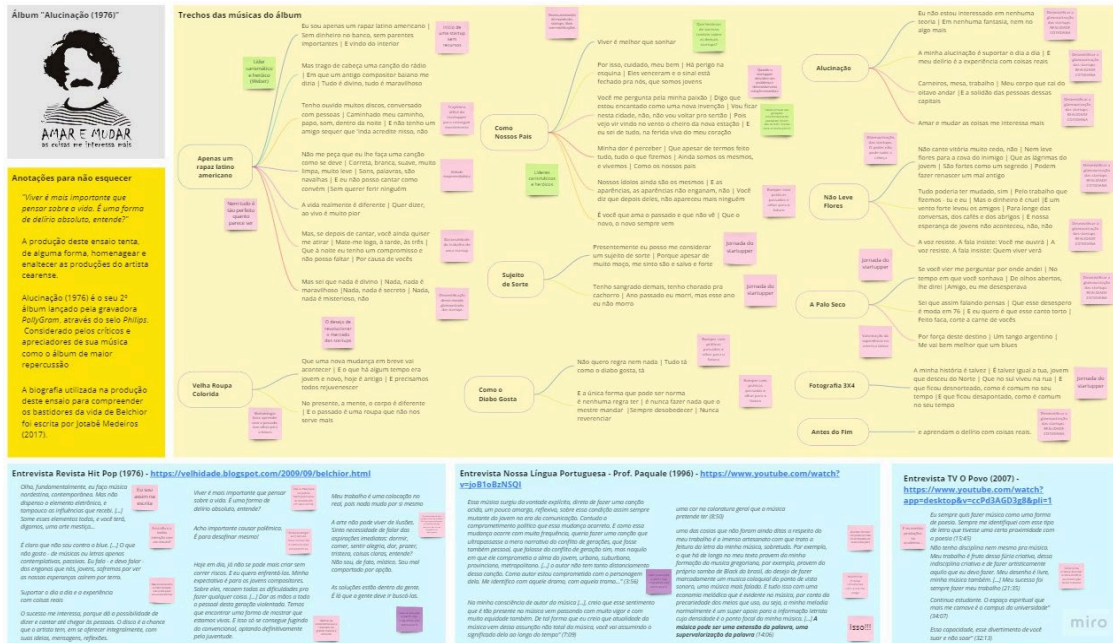


Figura 1: Articulações de relatos de Belchior e o contexto das startups.
Fonte: Elaborado pelos autores (2021)

Ao iniciar uma conta gratuita no Miro, o primeiro passo que tomei foi criar um “frame” em branco flexível ou moldável o suficiente para ser ajustado sempre que necessário. Depois, comecei a conjugar “shapes” no formato de quadrados e retângulos para, em seguida, personalizá-los em termos de cores e tamanhos, distribuindo-os de forma que me permitissem escrever nos espaços vazios. No quadrado de cor cinza, coleei uma imagem selecionada da internet para caracterizar o trabalho ao estilo Belchior. Logo abaixo, no quadro “Anotações para não esquecer”, destaquei que se tratava, especialmente, da análise de algumas entrevistas e das músicas do álbum *Alucinação* de Belchior. Após leitura e escuta das entrevistas, selecionei alguns trechos que me chamaram atenção sobre a vida, as inspirações, as revoltas, o cotidiano e outras falas do artista cearense, colocando-os nos retângulos azuis. Os “templates” disponibilizados pela própria ferramenta Miro, especialmente o “mind map”, foram fundamentais na etapa de escuta atenta e transcrição de trechos das músicas do álbum *Alucinação*, por isso criei 10 (dez) desses “mind maps”, um para cada música, e os distribuí de

modo que permitissem transcrever os trechos com certo distanciamento entre eles. Por fim, após a releitura dos trechos transcritos das músicas e das entrevistas, e ainda ao som de Belchior, criei “*sticky notes*” com *insights* conectando as letras com o mundo das *startups*.

Destaco, ainda, que o Miro tem sido utilizado para a apresentação de resultados da pesquisa durante o meu percurso de doutoramento – quer junto do orientador, quer junto dos colegas e professores de várias unidades curriculares –, mas também como uma possível ferramenta de eliciação de narrativas dos *startupper*s, ao estilo das técnicas de *storytellings*, nomeadamente em ambiente online. A proposta para o campo é que seja criada o que chamo de “jornada do interlocutor” para prever os cenários possíveis e superar as eventuais dificuldades e estranhezas causadas plataformas online, mapeando supostos (des)caminhos, (des)conexões e outros aspectos com a valorização da estética visual para a compreensão de um fenómeno complexo.

Avançando no sentido da proposta que faço sobre um “artesanato digital” nos processos de construção e reflexão da pesquisa, há alguns trabalhos publicados que se dedicam à reflexão de questões filosóficas, históricas e sociais a partir das músicas de Belchior, partindo, inclusive, do álbum *Alucinação*, mas pouco discorrem sobre o artesanato do artista no processo de criação de suas músicas (ROSSETTI, CRISTINA, 2017; SANTOS, 2019; CORAÇÃO, 2019). Belchior, ainda a respeito das influências que recebeu e desse suposto artesanato, disse que

“o que há de longo no texto provém da minha formação da música gregoriana, por exemplo. Provém do próprio samba *black* do Brasil, do desejo de fazer, marcadamente, uma música coloquial do ponto de vista sonoro, uma música mais falada. E tudo isso com uma economia melódica que é evidente na música, por conta da precariedade dos meios que uso, ou seja, a minha melodia, normalmente, é um super apoio para a informação letrista, cuja densidade é o ponto focal da minha música. [...] A música pode ser uma extensão da palavra, uma supervalorização da palavra” (NOSSA LÍNGUA PORTUGUESA, 1996, 14’06”).

O artista cearense decifrava os contextos vasculhando o que havia dentro de si, escrevia sobre o que observava na realidade para tentar promover alguma mudança e desassosseitava as estruturas com pequenos feixes de cores de uma coloratura maior que suas músicas pretendiam ter. Tomado por esse “*delírio absoluto*” (HIT-POP, 1976, p. 11), fui inspirado pelas expressões poéticas e musicais de Belchior e, especialmente, pelo seu jeito provocativo de criticar o que lhe interessava para explorar o mundo das *startups*.

RENASCEM OS DEUSES ESQUECIDOS POR BELCHIOR COMO OS NOVOS SALVADORES DAS STARTUPS E DOS STARTUPPERS

A explosão de empresas do tipo *startups* se deu no Vale do Silício, região da Califórnia, situada nos Estados Unidos, que abriga alguns dos gigantes da tecnologia, como o Google, o Facebook, a Amazon, o Whatsapp, o Uber, o AirBnb, a Netflix entre outros. O rápido crescimento desses negócios e a velocidade com que suas práticas atravessam globalmente os continentes, nos colocam diante de discursos produzidos pelas culturas da América do Norte que, supostamente, ditam as regras das práticas de consumo, de liderança e, no caso das *startups*, passam a representar simbolicamente essas organizações no espaço social (DURDA, KLJUCNIKOV, 2019).

Em “Faça acontecer: a política da busca por autorrealização em empresas *startups* no Brasil e Reino Unido”, Faria (2019) identifica a construção de narrativas simbólicas e proféticas⁹ em torno dessas organizações que convivem em uma atmosfera de celebração constante e que tem o sucesso atrelado à força de vontade dos seus idealizadores. Aspectos de um tempo atual que, em grande medida, são reproduções idealizadas das narrativas de vida dos grandes nomes da cena empreendedora, como Steve Jobs, Mark Zuckerberg, Elon Musk, Jeff Bezos entre outros nomes com apelo simbólico que estimulam a criação de *startups* com o

⁹ Faria (2019, p. 02) defende que as empresas *startups* são consideradas negócios constituídos numa perspectiva de “narrativas salvacionistas” e proféticas, exaltando um cenário de múltiplas realizações.

objetivo de serem os próximos unicórnios¹⁰, acabando por criar uma imagem idealizada e estereotipada das histórias de vida e performances dos *startupper*s como empreendedores de si e responsáveis singulares pelo sucesso ou fracasso de seus empreendimentos.

Belchior, apesar de fortemente influenciado pela religião (MEDEIROS, 2017), desacreditava das dinâmicas religiosas como determinantes das experiências vividas pelos jovens e exaltava o fato de poderem escolher os seus próprios caminhos. Cantava que *“Palavra e sons são meus caminhos para ser livre / e eu sigo, sim / Faço o destino com o suor de minha mão / Bebi, conversei com os amigos ao redor de minha mesa / e não deixei meu cigarro se apagar pela tristeza”* (BELCHIOR, 1976, faixa 7). Nessa mesma lógica, na sexta faixa *“Alucinação”*, Belchior critica ainda mais a condição metafísica que parecia guiar algumas das ações humanas:

“Eu não estou interessado / Em nenhuma teoria / Em nenhuma fantasia / Nem no algo mais / Nem em tinta pro meu rosto / Ou oba oba, ou melodia / Para acompanhar bocejos / Sonhos matinais / Eu não estou interessado / Em nenhuma teoria / Nem nessas coisas do oriente / Romances astrais / A minha alucinação / É suportar o dia-a-dia / E meu delírio / É a experiência com coisas reais” (BELCHIOR, 1976, faixa 6).

E finaliza a música expondo suas incredulidades sobre a história religiosa do ponto de vista da racionalização das decisões do jovem no tempo presente: *“Mas sei que nada é divino / Nada, nada é maravilhoso / Nada, nada é sagrado / Nada, nada é misterioso, não”* (BELCHIOR, 1976, faixa 6). Considerando o contexto, imagino que Belchior tratou de expressar a sua vontade de mobilizar os jovens a escapar da condição subserviente e anônima das próprias vidas, por vezes entregues às ordenações políticas e religiosas, para tentar trazer à consciência a urgência de agir no mundo. Ora, o empreendedorismo parece constituir hoje uma nova crença social salvacionista em torno da qual os problemas de subsistência e de existência dos jovens serão resolvidos por eles próprios, permitindo-lhes o acesso a meios de

¹⁰ Uma *startup* unicórnio possui avaliação de preço de mercado no valor de mais de 1 bilhão de dólares.

vida autônoma e à possibilidade de virem a “ser alguém na vida”, saindo da sua condição anônima e anódina enquanto trabalhador e pessoa (Ferreira, 2019).

Nesta perspectiva, vale a pena resgatar o que Weber teorizou sobre o conceito de “carisma” para tentar estabelecer algumas conexões com o atual cenário de religiosidade em torno das *startups*. Segundo o autor, o portador do carisma é aquele que

“assume as tarefas que considera adequadas e exige obediência e adesão em virtude de sua missão. Se as encontra, ou não, depende do êxito. Se aqueles aos quais ele se sente enviado não reconhecem sua missão, sua exigência fracassa. Se o reconhecem, é o senhor deles enquanto sabe manter seu reconhecimento mediante ‘provas’. Mas, neste caso, não deduz seu ‘direito’ à vontade deles, à maneira de uma eleição; ao contrário, o reconhecimento do carismaticamente qualificado é o dever daqueles aos quais se dirige sua missão” (WEBER, 1999, p. 325).

Retomo a lógica religiosa desacreditada por Belchior, representada nos dias de hoje pelas figuras de “novos líderes espirituais” em alusão aos grandes nomes celebrados na cena empreendedora. A celebração do seletivo grupo de líderes considerados “de sucesso” pauta-se em discursos de que “venceram na vida”, de que conseguiram elevar exponencialmente seus negócios e patrimônios e de que congregam as melhores estratégias para o sucesso empresarial, justificando o lugar que ocupam em relação aos demais. Muitos dos seus fiéis-seguidores *startupper*s, na expectativa da “salvação” e de que algo melhor deveria acontecer em suas vidas, encontram nas vidas desses ídolos a “receita” para a desejada salvação de si e dos seus negócios. Diferentemente da juventude revolucionária mobilizada por Belchior, percebo que essa aparente “aceitação” tem sido cada vez mais incorporada nos discursos cotidianos dos *startupper*s, fundamentados pela lógica dicotômica de oportunidade-necessidade, deixando de lutar e de questionar sobre as reais fontes e configurações que correspondem ao tempo presente, contribuindo, ao que parece, para a perpetuação dessas estruturas de poder.

Aprofundando o olhar, noto que as realidades vividas pelos *startupper*s são menos *glamourizadas* do que as idealizações construídas sobre essas organizações. Diferem-se, em grande escala, das histórias de seus ídolos, mas, curiosamente, não deixam de ligar-se a eles como referências. Ressalto que não coloco essas questões como quem somente as desaprova, o que mais importa é suscitar a discussão sobre o que tem sido cada vez mais normalizado, especialmente no que tange aos objetivos (quase) impossíveis de serem alcançados rapidamente por jovens empreendedores que passam a levar a vida dedicados à reprodução dos percursos de outros. Belchior poderia cantar sobre isso, *“Tudo poderia ter mudado, sim / Pelo trabalho que fizemos - tu e eu / Mas o dinheiro é cruel / E um vento forte levou os amigos / Para longe das conversas, dos cafés e dos abrigos / E nossa esperança de jovens não aconteceu, não, não”* (BELCHIOR, 1976, faixa 7) ou, ainda, na terceira faixa, *“Nossos ídolos ainda são os mesmos / E as aparências não enganam, não...”*.

A ideia de combater essas configurações simbólicas ganha vida nas letras de Belchior. Na música *“Como o diabo gosta”*, quinta faixa do disco, Belchior nos convida a questionar sobre a ordem social de sua época imposta, especialmente, aos jovens:

“Não quero regra nem nada / Tudo tá como o diabo gosta, tá / Já tenho esse peso que me fere as costas / E não vou eu mesmo atar minha mão / O que transforma o velho no novo / Bendito fruto do povo será / E a única forma que pode ser norma / É nenhuma regra ter / É nunca fazer nada que o mestre mandar / Sempre desobedecer / Nunca reverenciar” (BELCHIOR, 1976, faixa 5).

A condição subversiva ao que se apresenta como “normal” e essa atitude insubordinada são algumas das questões que surgem do trecho em destaque. Ao dizer *“E não vou eu mesmo atar minha mão”*, Belchior estimula o ouvinte a refletir sobre o ato de não querer por si próprio se sujeitar ao que se impõe, de não se prender sem antes refletir criticamente sobre o que é posto. O “não”, supostamente, dá muito mais espaço para o protagonismo individual do que por deixar-se conduzir pelo que pensam sobre ele. O que,

metaforicamente, reflete sobre a importância de pensar a respeito da construção dos percursos dos *startupper*s com especial atenção às próprias histórias, às práticas cotidianas que podem dizer muito mais sobre a realidade dos “ecossistemas de inovação” do que o que tem sido midiaticizado sobre as histórias dos grandes líderes “de sucesso”.

Nesse mesmo sentido, em “*Como nossos pais*”, Belchior alerta os jovens sobre as figuras idolatradas pelos seus pais, questionando, ao que parece, o caminho tomado por esses ídolos e o perigo de segui-los sem critérios. Diz que:

Viver é melhor que sonhar / E eu sei que o amor é uma coisa boa / Mas também sei que qualquer canto / É menor do que a vida de qualquer pessoa / Por isso, cuidado, meu bem / Há perigo na esquina / Eles venceram e o sinal está fechado pra nós, que somos jovens / [...] Minha dor é perceber / Que apesar de termos feito tudo o que fizemos / Ainda somos os mesmos e vivemos / Como nossos pais / Nossos ídolos ainda são mesmos / E as aparências não enganam, não / Você diz que depois deles, não apareceu mais ninguém (BELCHIOR, 1976, faixa 3).

Pensar em termos de que “*eles venceram e o sinal está fechado pra nós, que somos jovens*” é encarar a contradição, ou pelo menos considerar a dúvida da possibilidade, do que existe entre o que é dito pelos tais empreendedores “de sucesso” e a realidade vivida pelos *startupper*s. Os ídolos podem até ser os mesmos, mas as aparências não podem esconder o que se passa nos contextos plurais da vida e das organizações dos *startupper*s. Na primeira faixa do disco, “*Apenas um rapaz latino americano*”, o compositor utiliza a expressão “*a vida realmente é diferente / Quer dizer, ao vivo é muito pior*” apontando para as duras realidades vividas pelos jovens, e continua “[...] *Não me peça que eu lhe faça uma canção como se deve / Correta, branca, suave, muito limpa, muito leve / Sons, palavras, são navalhas / E eu não posso cantar como convém / Sem querer ferir ninguém* (BELCHIOR, 1976, faixa 3), reforçando a necessidade de romper limites e de não se esquivar da vida e das experiências reais. Até que ponto os *startupper*s se identificam com as práticas desses empreendedores considerados “de

sucesso”? De que forma essas configurações simbólicas são incorporadas e se refletem na prática das *startups*? São algumas das questões que se colocam sobre esse mundo.

O SUJEITO DE SORTE DE BELCHIOR E AS PERFORMANCES DOS *STARTUPPERS*

Ainda sobre a primeira faixa do disco, Belchior se apresenta como “[...] *apenas um rapaz latino americano / Sem dinheiro no banco, sem parentes importantes / E vindo do interior*” e continua “[...] *Tenho ouvido muitos discos, conversado com pessoas / Caminhado meu caminho, papo, som, dentro da noite / E não tenho um amigo sequer que ‘inda acredite nisso, não*”. Tal como Maia (2019) pesquisou sobre as performances de empreendedores de *startups* que buscam capital financeiro, esses trechos podem indicar algumas das características percebidas nas etapas mais iniciais da vida dos *startuppERS*. Frequentemente tudo o que eles possuem no início da *startup* é “apenas” uma ideia com potencial inovador e poucos recursos financeiros a investir, por isso vivem andando e conversando com pessoas, em alusão ao trecho destacado da música de Belchior, à procura de capital e investidores-anjos¹¹ que acreditem e financiem suas ideias.

São nessas situações em que os *startuppERS* “*dedicam grande esforço para modelar seus discursos e performances, recorrendo a empresas especializadas na tarefa, conhecidas como aceleradoras*” (MAIA, 2019, p. 2). A ACE (2020), uma das maiores aceleradoras de *startups*¹² do Brasil, identificou que os *startuppERS* são majoritariamente jovens aquando do período de fundação de seus empreendimentos e, em grande medida, são ensinados e orientados com técnicas e estratégias sobre as expectativas dos investidores, os usos adequados da linguagem e a incorporação de um discurso guiado pela segurança e autoridade com que objetivam impressionar os possíveis investidores. Algumas dessas orientações surgem, inclusive, das narrativas dos tais líderes espirituais citados na seção anterior.

¹¹ Investidor que aporta seu próprio dinheiro em empresas nascentes com um alto potencial de crescimento, nomeadamente do tipo *startup*.

¹² Resumidamente as aceleradas são organizações criadas para acelerar e suportar o desenvolvimento das *startups*.

Em “*Sujeito de sorte*”, Belchior diz que

“Presentemente eu posso me considerar um sujeito de sorte / Porque apesar de muito moço, me sinto são e salvo e forte / E tenho comigo pensado, Deus é brasileiro e anda do meu lado / E assim já não posso sofrer no ano passado / Tenho sangrado demais, tenho chorado pra cachorro / Ano passado eu morri, mas esse ano eu não morro” (BELCHIOR, 1976, faixa 4).

A exaltação do sujeito no tempo presente é outro ponto que dialoga com o que tenho experienciado com os *startupper*s. Muitos deles se utilizam da memória não para recriá-la, mas como justificção da criação do *storytelling* da sua *startup* e, igualmente, da sua própria trajetória no momento presente. É a história rememorada como porta para a liberdade da vida e do trabalho, tal como Belchior canta na faixa “*Velha roupa colorida*”: “*Você não sente nem vê / Mas eu não posso deixar de dizer, meu amigo / Que uma nova mudança em breve vai acontecer / E o que há algum tempo era jovem e novo, hoje é antigo / E precisamos todos rejuvenescer*” e em “*Como nossos pais*”, faixa três, “*Mas é você que ama o passado e que não vê / Que o novo sempre vem*”.

Parece mesmo que Belchior dá mais atenção às questões ligadas à racionalidade das decisões dos jovens do que às configurações simbólicas que, metaforicamente, são marcas presentes no contexto atual das *startups*. Em “*Como nossos pais*”, o artista cearense utiliza as expressões “*Viver é melhor que sonhar*” e “*Quero lhe contar como eu vivi / E tudo o que aconteceu comigo*”, valorizando a ação e as experiências individuais em detrimento de terceiros. Apesar disso, é na faixa “*Fotografia 3x4*” que Belchior escorrega sobre esse ponto e reconhece a possibilidade de percursos similares,

“Eu me lembro muito bem do dia que eu cheguei / Jovem que desce do Norte pra cidade grande / Os pés cansados e feridos de andar légua tirana / De lágrimas nos olhos de ler o Pessoa / E de ver o verde da cana / [...] / A minha história é talvez / É talvez igual a tua, jovem que desceu do Norte / Que no sul viveu na rua / E que ficou

desnortado, como é comum no seu tempo / E que ficou desapontado, como é comum no seu tempo / E que ficou apaixonado e violento como, como você / [...] / Eu sou como você / Eu sou como você / Eu sou como você que me ouve agora” (BELCHIOR, 1976, faixa 9)

Ancoro-me nos trechos “*A minha história é igual a sua*” e “*Eu sou como você que me ouve agora*” para refletir sobre os percursos dos *startupper*s como um campo de histórias que se entrecruzam, refletindo na possibilidade de aproximações concretas com as histórias dos empreendedores “de sucesso”, entre outras tipologias possíveis, inclusive as de insucesso. O que ocorre, contudo, é que eles parecem por transformar esse campo “possível” como “certeza” a ser perseguida, reproduzindo os passos dos líderes que determinam o que é sucesso, aceitando essas narrativas homogeneizantes como se elas, necessariamente, fossem conduzi-los para tal fim.

Ainda sobre essa música, o compositor aponta as sensações “*desnortado*” e “*desapontado*” comuns aos jovens de sua época que, em grande medida, também parecem definir algumas das performances dos *startupper*s em momentos pontuais do desenvolvimento de suas *startups*. Atualmente, fala-se em “pivotagem”, palavra que vem do inglês “*to pivot*”, para caracterizar os processos de reinvenções da *startup* em situações críticas. Essa prática ocorre quando os *startupper*s percebem que as coisas não estão acontecendo conforme o planejado, mas não deixam de aproveitar a estrutura e a ideia inicial, pivotando, por assim dizer, apenas o modelo de negócio de suas *startups*. O que me faz pensar sobre os *startupper*s desapontados, os que desistiram do projeto, os que são considerados “*losers*” por não terem prosseguido com o “sonho empreendedor”.

A ESPERANÇA CANTADA POR BELCHIOR DISFARÇADA NO MUNDO ATUAL DAS STARTUPS

Ainda que as músicas de Belchior expressem tons revoltosos, duros e indomesticáveis, em alguns momentos, é possível imaginá-lo como um mensageiro de boas novas. A racionalidade da ação humana e a condição autônoma atribuída aos jovens de sua época eram, de certa forma, transformadas em esperança de um futuro melhor. Diferentemente do que foi discutido sobre os líderes carismáticos, essa esperança colocada dependia muito mais da própria intervenção humana do que de configurações simbólicas. Em *“Não leve flores”*, Belchior ressalta que, mesmo no contexto ditatorial, era possível pensar sobre esses dias melhores: *“Tenho falado à minha garota / Meu bem, é difícil saber o que acontecerá / Mas eu agradeço ao tempo / O inimigo eu já conheço. / Sei seu nome, sei seu rosto, residência e endereço / A voz resiste. A fala insiste: você me ouvirá / A voz resiste. A fala insiste: quem viver verá”* (BELCHIOR, 1976, faixa 7).

Mistura a racionalidade de quem já conhece o inimigo com a anúncio esperançosa, no encerramento da música, de uma voz que resiste e insiste. Não é à toa que a última música do álbum, *“Antes do fim”*, é a expressão otimista e desejosa de um futuro melhor para todos

Quero desejar, antes do fim, / pra mim e os meus amigos, / muito amor e tudo mais /
Que fiquem sempre jovens / e tenham as mãos limpas / e aprendam o delírio com
coisas reais / Não tome cuidado / Não tome cuidado comigo: o canto foi aprovado / e
Deus é seu amigo / Não tome cuidado / Não tome cuidado comigo, / que eu não sou
perigoso: Viver é que é o grande perigo (BELCHIOR, 1976, faixa 10).

Mas que *“fim”* é esse ao qual Belchior se refere? E dessa vontade de que todos *“fiquem jovens”* e *“tenham as mãos limpas”*? Ao mesmo tempo em que se percebe a valorização individual em suas músicas, esses trechos finais, de certa forma universalizantes, apontam para o outro lado da margem, para os limites que nos convidam a refletir sobre questões, aparentemente, contraditórias, mas precisas: i) a finitude da vida; ii) a eternidade do “ser jovem”; e iii) o caráter corruptível do ser humano. As duas primeiras são mais claras que a terceira, espremida quase a força de uma análise do final de seu disco. Esse alerta que faz

sobre si ainda é uma situação incômoda que não se cansa de permanecer nos dias de hoje. O que os *startupper*s causam e o impacto que se propõem a realizar por meio de suas *startups* é o que, aparentemente, pode desassossegar as estruturas institucionais consolidadas e desestabilizar a ordem marcada nos tempos atuais. Se “*viver é que é o grande perigo*”, é preciso que os *startupper*s estejam atentos às dinâmicas e os interesses envolvidos em torno de seus empreendimentos, pressupondo serem as novas formas do capitalismo do mundo contemporâneo (SENNET, 2019) criativas o bastante para estabelecerem as regras do jogo e a (re)produção de práticas antigas, mas disfarçadas de “novas ajudas”.

O mesmo Belchior que encerra o disco apontando para a esperança, é o que alerta e orienta para que “*Não cante vitória muito cedo, não / Nem leve flores para a cova do inimigo / Que as lágrimas do jovem / São fortes como um segredo / Podem fazer renascer um mal antigo*” (BELCHIOR, 1976, faixa 7). Sou conduzindo a refletir sobre algumas das práticas contemporâneas de empresas que se aproximam das *startups* por meio dos “programas de inovação aberta¹³” e que criam essas ações para encontrar possíveis soluções de problemas internos, mas que são desenvolvidas por *startups*. Esse aparente caráter “apropriador” do modo de organizar suas práticas organizacionais por meio da inovação aberta, parece não considerar o valor inerente dos processos de criação e de produção das *startups*. Quando uma empresa se apropria de uma tecnologia desenvolvida por uma *startup*, acaba extraindo valor de uma parcela significativa dos produtos e serviços da *startup* sem contribuir, efetivamente, para o desenvolvimento da solução em questão.

Essa reflexão surgiu, inclusive, da escuta de um episódio do *Podcast Startup Life*¹⁴ com o título “Formação de time e cultura”, onde uma das *speakers*, que trabalha conectando os problemas de empresas com as soluções desenvolvidas pelas *startups*, compartilhou o receio

¹³ A organização que investe em “Inovação aberta” busca melhorar o desenvolvimento de produtos e serviços, aumentando a eficiência dos processos de inovação internamente. Os programas de inovação aberta são a forma mais estruturada de planejar e executar essas iniciativas.

¹⁴ Podcast criado pela Silva&Lopes Advogados e está disponível no Spotify.

que vivem algumas das grandes empresas: "Qual é a próxima *startup* que vai nascer e matar o meu negócio?". Apesar das ações de abertura e aproximação com as *startups* serem importantes para o desenvolvimento de novas tecnologias, da pesquisa e de tantas outras materialidades, tem sido cada vez mais evidente que a esperança de um futuro melhor cantada por Belchior pode se disfarçar, no contexto das *startups*, de práticas empresariais predatórias muito mais preocupadas com o futuro dos próprios negócios. A aparente apropriação das ideias de jovens qualificados e de seu potencial capital de inovação podem constituir uma forma predatória do novo capitalismo sobre a condição juvenil, nomeadamente dos seus segmentos mais privilegiados, a par de outras formas de exploração da mão-de-obra (FERRUGIA, 2020; 2021).

REFLEXÕES FINAIS

A proposta de seguirmos juntos, eu e Belchior, separados por uma janela de 45 anos, proporcionou um encontro possível para a reflexão sobre o mundo das *startups*. Juntos, descobrimos um mundo de conhecimentos distantes da mesmice e cultivamos uma relação imaginária e inventiva que continua apostando, fundamentalmente, na força da juventude para a transformação da realidade. Pressupondo ser o conhecimento provisório, e assumindo a imortalidade das letras do artista Belchior, prefiro pensar em termos de **síntese e proposições reflexivas**, encerrando, temporariamente, este artigo que tem como objetivo principal *explorar alguns dos percursos dos startupperes a partir de uma experiência auditiva-musical, da escuta e da aproximação das músicas de Belchior com o mundo das startups e, de forma secundária, experimentar a utilização de novas ferramentas tecnológicas, nesse caso o Miro, no processo de construção da pesquisa.*

Como **síntese reflexiva**, concluo que a proposta inicial de, exploratoriamente, utilizar a arte musical como inspiração para uma experiência auditiva-musical, nesse caso as composições do álbum *Alucinação* de Belchior, e de organizar o processo de ideação utilizando o design *thinking* e ferramentas tecnológicas, a saber o Miro, foram fundamentais

para o estímulo à reflexão e à provocação sobre o mundo das *startups*, ajudando a estabelecer conexões improváveis, metafóricas e apresentando a congregação de saberes e gostos diversos no processo de desenvolvimento da pesquisa como caminho investigativo possível. Destaco, ainda, que do ponto de vista epistemológico é possível nublar as fronteiras da arte e ciência para a produção de conhecimento crítico-reflexivo, por exemplo, por meio da escuta sensível-ativa de músicas.

A produção deste artigo levantou muito mais questões do que eventuais respostas, sendo a **primeira proposição reflexiva** relacionada a liderança carismática que parece ditar os caminhos a serem seguidos pelos *startupper*s para o dito sucesso. E não que esses empreendedores não tenham boas indicações, mas até que ponto a midiatização e a mercantilização dessas histórias tentam homogeneizar as práticas de organizações e indivíduos plurais e diversos? Em que medida os grandes líderes consideram os contextos e as disposições tão particularizadas e singulares da grande massa de empreendedores considerados “comuns”? Que configurações simbólicas são reforçadas nas subjetividades dos *startupper*s e em suas práticas cotidianas a partir de discursos como o do Elon Musk que consagrou a frase “foguetes não tem ré”? Como essas narrativas homogeneizantes escondem as realidades vividas pelos *startupper*s nos chamados “ecossistemas de inovação”? Que mitos são criados a partir dessas histórias?

Belchior optou pela exposição da realidade tal como ele a enxergava para tentar transformá-la. Era a partir da colocação do real que ele acreditava ser possível fazer algo, por isso me deixei ser inspirado por ele para pensar sobre o mundo das *startups*. A **segunda proposição reflexiva** aproxima-se da esperança cantada por Belchior que, aparentemente, disfarça-se nos dias de hoje com outras roupagens para explorar as *startups* e os *startupper*s. Por exemplo, os programas de inovação são midiatizados como “grandes oportunidades” para as *startups* i) agregarem em seu portfólio grandes marcas e ii) trabalharem, concretamente, com uma grande empresa. Os *startupper*s, que naturalmente estão em uma posição e condição de fragilidade frente a grande empresa, incorporam esse discurso e deixam de questionar

sobre alguns dos interesses “escondidos” nesses programas. Em que medida essas práticas se configuram como artimanhas predatórias de um modo de produção de exploração sobre as *startups*? Até que ponto as empresas que praticam a inovação aberta, desencantada de suas definições originais, carregam essa percepção de apoiar quem é mais frágil nos “ecossistemas de inovação”? De que forma as grandes empresas podem equilibrar e melhor equacionar os interesses para que as *startups* se desenvolvam de forma sustentável? Como essas empresas podem sufocar negócios que, muitas vezes, nem saíram do papel?

Por fim, concluo que este artigo contribui para o terreno das possibilidades dentro do campo de produção de conhecimento de quem deseja incorporar objetos, interesses e gostos diversos no processo de investigação. Sugere-se, ainda, que essas proposições reflexivas sejam transformadas em pressupostos a serem explorados em campo, sobretudo no aprofundamento do design *thinking* e do Miro para além da etapa de ideação.

REFERÊNCIAS

- ACE. **Raio X dos founders**. 2020. Disponível em: <<https://acestartups.com.br/wp-content/uploads/2020/09/Raio-X-dos-Founders.pdf>>, acesso em: 25/mai/2021.
- ALLETT, N. Sounding Out: Using music elicitation in qualitative research. **Realities Working Papers**, v. 1, n. 14, 2010.
- BOLTANSKI, L.; CHIAPELLO, È. **O novo espírito do capitalismo**. Martins Fontes, 2009.
- BROWN, T. (2008). Design thinking. *Harvard business review*, 86(6), 84.
- BUKOWITZ, W. R. Fidelity Investments: adopting new models of innovation. **Strategy & Leadership**, v. 41, n. 2, p. 58-63, 2013.
- CARDON, E. C.; LEONARD, S. Unleashing design: planning and the art of battle command. **Military Review**, p. 29-39, 2010.

CARVALHO, F. P.; SIQUEIRA, A. R.; SCHIAVONI, F. L. A música como epistemologia contrahegemônica e decolonial. **2º Simpósio Internacional de Relações Sistêmicas da Arte – Arte Além da Arte**, 2019.

CORAÇÃO, C. R. A crítica e o novo: o semblante melancólico em *Alucinação*, de Belchior. **Rumores**, v. 13, n. 25, 2019.

DURDA, L.; KLJUCNIKOV, A. Social networks in entrepreneurial startups development. **Economics and Sociology**, v. 12, n. 3, p. 192-208, 2019.

EUGENIO, F. Criatividade situada, funcionamento consequente e orquestração do tempo nas práticas profissionais contemporâneas. In: PAIS, J. M.; ALMEIDA, M. I. M. de (Org.). **Criatividade, juventude e novos horizontes profissionais**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

FARIA, L. P. S. Faça acontecer: a política da busca por autorrealização em empresas *startup* no Brasil e no Reino Unido. **Etnográfica - Revista do Centro em Rede de Investigação em Antropologia**, 2019.

FERREIRA, V. S. Aesthetics of Youth Scenes: From Arts of Resistance to Arts of Existence. **Young**, v. 24, n. 1, 2016.

FERRUGIA, D. Youth, work and global capitalism: new directions. **Journal of Youth Studies**, v. 24, n. 3, 2020.

FERRUGIA, D. Youth, Work and ‘Career’ as a Way of Talking about the Self. **Work, Employment and Society**, v. 35, n. 5, 2021

LEVELL, J. “Those songs were the ones that made me, nobody asked me this question before”: Music Elicitation with ex-gang involved men about their experiences of childhood domestic violence and abuse. **International Journal of Qualitative Methods**, v. 18, n. 1, 2019.

LÖWY, M. Sobre o conceito de “afinidade eletiva” em Max Weber. **PLURAL – Revista do Programa de Pós -Graduação em Sociologia da USP**, v. 17, n. 2, 2011.

MAIA, M. M. Como as start-ups crescem? Performances e discursos de empreendedores à procura de capital. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 34, n. 99, 2019.

MEDEIROS, J. **Belchior**: apenas um rapaz latino-americano. *Todavia*, 2017.

MOSCOVICI, S. **Representações sociais**: investigações em psicologia social. Petrópolis: Vozes, 2003.

NAPOLITANO, Marcos. A História depois do papel. In: PINSKY, Carla Bassanezi (org.). **Fontes Históricas**. São Paulo: Contexto, 2010.

PAIS, J. M. **Sociologia da Vida Quotidiana**: Teorias, métodos e estudos de caso. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, 2002.

ROSSETTI, R.; CRISTINA, P. Nietzsche e Belchior: muito além do bigode. **Revista Sonora**, v. 6, n. 12, 2017.

SANTOS, L. M. B. Belchior e o regime militar brasileiro: autoritarismo estatal e a migração interregional em suas letras. **Mosaico**, v. 10, n. 17, 2019.

Discografia e entrevistas

BELCHIOR, A. C. G. **Alucinação**. Rio de Janeiro: PollyGran/ Philips, 1976.

GRANDE DEBATE. Entrevista com Belchior, apresentado por Ruy Lima, Eleuda de Carvalho e Dilmar Miranda. TV O Povo, 2007.

HIT-POP. **O que me interessa é amar e mudar**. Entrevistado por Eduardo Athayde, Editora Abril, 1976.

NOSSA LÍNGUA PORTUGUESA. Entrevista com Belchior, apresentado por Professor Pasquale Ciro Neto. TV Escola, 1996.

Submetido em 30/11/2021
Aprovado em 14/02/2022