

# Trilhas sonoras da inspiração empreendedora

## Narrativas de vida de empreendedores e discurso neoliberal em *podcast*

**VANDER CASAQUI**

Universidade Metodista de São Paulo  
São Bernardo do Campo, São Paulo, Brasil

**ID 2833**

Recebido em

**16/10/2023**

Aceito em

**03/12/2023**

Este trabalho tem como objetivo o estudo da presença do discurso neoliberal nos podcasts do evento Day1, organizado pela Endeavor Brasil. O conjunto de podcasts analisado, situado no contexto da pandemia da COVID-19 (2020/2021), é composto pelas narrativas de vida de empreendedores de “alto impacto”, articuladas aos seus conselhos e “receitas” de sucesso. A metodologia está baseada na teoria do discurso social e na análise crítica do discurso neoliberal. O mapeamento realizado demonstra como as narrativas “inspiracionais” se sustentam na experiência individual, na mobilização de afetos e da racionalidade econômica para difundir a ideologia do empreendedorismo.

**Palavras-chave:** Discurso neoliberal. Cultura empreendedora. Inspiração. Narrativa. *Podcasting*.

## **Entrepreneurial Inspiration Soundtracks: Life Narratives of Entrepreneurs and Neoliberal Discourse on Podcast**

This work aims to study the presence of neoliberal discourse in the podcasts of the Day1 event, organized by Endeavor Brasil. The analyzed set of podcasts, located in the context of the COVID-19 pandemic (2020/2021), is composed by the life narratives of “high impact” entrepreneurs, articulated with their advice and “recipes” for success. The methodology is based on social discourse theory and critical analysis of neoliberal discourse. The mapping carried out demonstrates how “inspirational” narratives are sustained in the individual experience, in the mobilization of affects and economic rationality to spread the ideology of entrepreneurship.

**Keywords:** Neoliberal discourse. Entrepreneurial culture. Inspiration. Narrative. *Podcasting*.

## **Bandas sonoras de inspiración emprendedora: narrativas de vida de emprendedores y discurso neoliberal en podcast**

Este trabajo tiene como objetivo estudiar la presencia del discurso neoliberal en los podcasts del evento Day1, organizado por Endeavor Brasil. El conjunto de podcasts analizado, ubicado en el contexto de la pandemia de COVID-19 (2020/2021), está compuesto por las narrativas de vida de emprendedores de “alto impacto”, articulados con sus consejos y “recetas” para el éxito. La metodología se basa en la teoría del discurso social y el análisis crítico del discurso neoliberal. El mapeo realizado demuestra cómo las narrativas “inspiradoras” se basan en la experiencia individual, en la movilización de los afectos y la racionalidad económica para difundir la ideología del emprendedurismo.

**Palabras clave:** Discurso neoliberal. Cultura emprendedora. Inspiración. Narrativa. *Podcasting*.

## Vander **CASAQUI**

Doutor em Ciências da Comunicação  
pela Universidade de São Paulo (USP).  
Professor do Programa de Pós-Graduação  
em Comunicação Social da Universidade  
Metodista de São Paulo (UMESP).

Universidade Metodista de São Paulo,  
São Bernardo do Campo, São Paulo, Brasil.

**E-mail:** [vcasaqui@yahoo.com.br](mailto:vcasaqui@yahoo.com.br)

### **ORCID**



## Introdução

O cenário da pandemia da COVID-19<sup>1</sup> gerou uma profusão de discursos midiáticos não somente de notícias sobre a crise sanitária, que também atingiu a economia. Produções culturais e artísticas as mais diversas procuraram estabelecer diálogo com o acontecimento global que afetou, simultaneamente, a vida cotidiana de todos, mesmo que de forma desigual – uma vez que o isolamento social, tão necessário para se evitar a contaminação pelo vírus, acabou sendo um privilégio de parte da população global. Como aponta Vera França (2012, p. 13), “o acontecimento é portador de uma diferença e de uma ruptura. Ele rompe o esperado, a normalidade; ele quebra uma sequência e, num primeiro momento, desorganiza o nosso presente”. Ulrich Beck (2011, p. 195), em sua obra referencial sobre a sociedade de risco, analisa o processo de individualização da sociedade contemporânea, que “significa dependência do mercado em todas as dimensões da conduta na vida”. Nesse sentido, há uma relação de sobreposição de fatores externos que restringe e subjuga a ideia de autonomia individual.

Quando nos referimos à cultura empreendedora, essa lógica se torna mais evidente, uma vez que, “na sociedade individualizada, o indivíduo precisa aprender, sob pena de um prejuízo irreversível, a reconhecer-se a si mesmo como foco de ação, como agência de planejamento no que diz respeito à sua própria carreira, às suas capacidades, orientações, parcerias etc.” (BECK, 2011, p. 199). Dessa forma, diante do acontecimento da pandemia emergem novos discursos e narrativas que interpelam os indivíduos para que *empreendam a si mesmos*, para que sejam gestores de sua vida para se *reinventarem* no cenário de crise sanitária e também econômica. A vida é passível de ser administrada como capital humano, no ponto extremo de incorporação das lógicas de mercado à existência humana.

O empreendedorismo, entendido como fenômeno comunicacional, marcou presença na cena midiática durante a pandemia decretada em 11 de março de 2020 pela Organização Mundial da Saúde (OMS) como um discurso que buscou reorganizar a vida e estabelecer diretrizes para o popularmente chamado “novo normal”, uma nova rotina para um mundo ambivalente (BAUMAN, 1999). O enquadramento midiático da pandemia como oportunidade de reinvenção representou tanto uma interpelação baseada na psicologia positiva quanto uma naturalização de uma condição que não era acessível a todos, principalmente para trabalhadores que perderam seus vínculos empregatícios e que não tinham alternativas de outras atividades para ganhar seu sustento, tampouco possuíam capital próprio para investir em algum empreendimento.

A partir de autores como Luc Boltanski e Éve Chiapello (2009), Pierre Dardot e Christian Laval (2016), entre outros, tratamos do empreendedorismo como cultura e como discurso, estando para além das práticas de negócios. Nesse espectro, as narrativas de trabalho e de vida de empreendedores servem de modelos para a existência em um sentido amplo, uma vez que esses atores sociais são paradigmáticos de uma sociedade que prega o empreendedorismo de si como caminho para se atingir a felicidade, o sucesso, os objetivos e sonhos humanos por meio da (auto)transformação. Estamos falando da sociedade organizada pelas lógicas do neoliberalismo: de acordo com Wendy Brown (2015, p. 17, tradução nossa), o neoliberalismo é “uma forma peculiar de razão que configura todos os aspectos da existência em termos econômicos”.<sup>2</sup>

Nosso estudo parte desse cenário para desenvolver uma análise do discurso neoliberal na forma como esse discurso se entrelaça com as narrativas de empreendedores de “alto impacto”, aqueles reconhecidamente bem-sucedidos em suas trajetórias. Selecionamos para análise as palestras do evento Day1, organizado pela Endeavor Brasil – uma das principais instituições de incentivo ao empreendedorismo no

**01** Para informações sobre a COVID-19 e histórico da pandemia, consultar o site da Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS): <<https://www.paho.org/pt/covid19>>.

**02** No original: “[...] a peculiar form of reason that configures all aspects of existence in economic terms”.

país. O evento, nomeado como “o maior evento de inspiração para empreendedores de alto impacto do Brasil”, dá visibilidade para as narrativas inspiracionais desses agentes, que aliam a sua trajetória de vida a prescrições, “receitas” para se atingir o sucesso que eles alcançaram.

O padrão das apresentações do Day1 da Endeavor tradicionalmente segue o modelo, o design de fala consagrado pelo TED Talk – o evento global que emergiu no cenário histórico-geográfico de ascensão da cultura do Vale do Silício, também chamada de “Nova Economia” –, que tem como destaques os negócios de áreas relacionadas com a sigla TED: tecnologia, entretenimento e design. Esse modelo de narrativa é voltado a “convencer e emocionar”, como evidenciam alguns dos manuais (GALLO, 2014) destinados a ensinar e promover essa forma expressiva que situamos no contexto da *cultura da inspiração* (CASAQUI, 2017).

No cenário da pandemia da COVID-19, o evento Endeavor Day1, que acontece presencialmente há mais de dez anos, foi suspenso, dando lugar a duas temporadas de podcasts, em 2020 e 2021, produzidos a partir do som captado e editado de palestras selecionadas pelos organizadores entre as mais representativas da história do evento.<sup>3</sup> Esse conjunto que totaliza 16 podcasts é o objeto de nosso artigo, a partir do qual buscamos compreender como se entrelaçam as narrativas de vida e as categorias, termos e enunciados identificados com o discurso neoliberal, bem com quais são as possíveis relações entre a pandemia da COVID-19 – que configura uma crise sanitária, humanitária e também econômica – e as prescrições para uma “vida empreendedora” bem-sucedida, analisada a partir do conjunto de narrativas dos podcasts do Day1. Essas relações derivam da cena enunciativa em que as palestras, realizadas antes da pandemia, são recontextualizadas para produzir novos significados, em um formato adequado à comunicação digital e à escuta flexível de nosso tempo: o podcast.

De acordo com Dario Llinares, Neil Fox e Richard Berry (2018), o *podcasting* representa uma nova cultura sonora por estar adequado ao cenário contemporâneo do consumo cultural, possibilitando a “escuta nômade” e a flexibilidade tanto na relação com a audiência quanto na oferta de temas, interesses e formatos. No contexto da pandemia, o necessário isolamento social e a restrição das atividades presenciais corresponderam a uma disseminação de produções digitais, com destaque para os podcasts. Curiosamente, e em consonância com o espírito do tempo, entre as maiores audiências de plataformas agregadoras como Spotify marcaram presença os chamados *coaches* da cultura empreendedora e da vida financeira, como Tiago Brunet (consultor, empresário e líder espiritual) e Thiago Nigro, também conhecido como “Primo Rico” (*coach* de finanças, palestrante e autor do *best-seller Do mil ao milhão*, entre outros produtos e serviços relacionados ao mercado capitalista), entre tantos outros.

Seguidos por milhões, esses agentes representam o movimento de difusão da cultura empreendedora por meio de produtos e serviços que aproveitaram a pandemia como “oportunidade” para gerar mais lucros e conquistar espaços e audiências nas redes digitais. Ao recontextualizar uma seleção de suas palestras em formato de podcast, o evento Endeavor Day1 se alinhou a essa vertente de discursos sobre empreendedorismo para alimentar o “espírito empreendedor” e ressignificar, em certo grau, o cenário da pandemia e seus reflexos na economia do país e na vida financeira das pessoas.

A metodologia que organiza o olhar para o objeto deste estudo é baseada na teoria do discurso social (ANGENOT, 2010), que, numa perspectiva dialógica, aponta para a associação dos enunciados com o espírito do tempo. Nesse aspecto, o discurso social corresponde a uma hegemonia que tensiona os limites do que é pensável e dizível em certo momento histórico. Quando estudamos as narrativas de empreendedores, a expressão do discurso social é evidente, pois estamos tratando de agentes que são modelares, exemplares no contexto de um capitalismo neoliberal (DARDOT; LAVAL, 2016), sendo assim promovidos a

**03** Os podcasts Day1 analisados neste trabalho, publicados a partir do segundo semestre de 2020, atualmente estão parcialmente indisponíveis no site da organização. A apresentação do *podcast* Day1 da Endeavor e parte da segunda temporada da série estão disponíveis em: <<https://endeavor.org.br/historia-de-empreendedores/podcast-do-day1-empreendedores-que-aceleram-o-pais/>>. Acesso em: 12 out. 2023.

uma dimensão heroica. O testemunho dos empreendedores de alto impacto representa o modo de vida espetacularizado para “inspirar” outras trajetórias de vida e, assim, povoar o imaginário social. Nesse processo, a linguagem do capitalismo se dissemina pela mediação humana.

De forma mais específica, buscamos identificar a presença dos elementos característicos do discurso neoliberal (GUILBERT, 2020) na produção narrativa das trajetórias dos palestrantes, bem como os sentidos resultantes da hibridação das duas dimensões das narrativas: a perspectiva individual, ou o “mito do eu” (ARFUCH, 2010), e a perspectiva ideológica neoliberal. Ou seja, partimos da premissa de que “as narrativas são ao mesmo tempo modelos do mundo e modelos do self” (BROCKMEIER; HARRÉ, 2003, p. 533). Nesse mesmo sentido, Antonio Stecher (2013, p. 1315, tradução nossa) aponta que

As narrativas que os atores sociais elaboram para si e para os outros, para além de serem vistas como vias de acesso ou expressões de uma identidade intrapsíquica estável e pré-constituída ou como descrições fidedignas dos acontecimentos e do mundo externo, devem ser entendidas como recursos interpretativos a partir dos quais os agentes individuais configuram um sentido de si, dos outros e do mundo social em que habitam.<sup>4</sup>

Os recursos interpretativos de si, dos outros e do mundo social habitado pelos empreendedores da Endeavor no palco do Day1 são a expressão de uma mentalidade de mercado a serviço de um projeto de sociedade. Estamos falando de uma identidade narrativa, de papéis sociais assumidos numa performance estratégica que materializa uma missão organizacional imbricada com traços de experiências humanas individuais.

## Discurso neoliberal e cultura da inspiração

O discurso neoliberal pode ser definido como um conjunto de enunciados que promovem “uma visão empreendedora e puramente econômica da vida e de todas as atividades humanas” (GUILBERT, 2020, p. 22). Dessa forma, o empreendedorismo representa um código hegemônico de nosso tempo, uma vez que é traduzido, para o senso comum, como modelo para gestão da própria vida como capital humano, ultrapassando a sua dimensão econômica, de prática de negócios, para se associar à existência humana como um todo. Em síntese, a vida é um empreendimento em si; por esse motivo, as narrativas de empreendedores de sucesso são publicizadas, compartilhadas, pois servem de roteiro para resolver problemas dos mais diversos, para a conquista da felicidade, para a autotransformação, para o empreendimento de si – sempre com a promessa imaginária de plenitude, de realização das potencialidades dos indivíduos, numa chave de leitura da experiência derivada dos discursos de autoajuda. Evidentemente, estamos no âmbito de uma visão econômica dos seres sociais, que analisamos sob uma abordagem crítica.

Por se constituir como materialidade linguística de um processo social mais amplo que envolve o espírito do capitalismo contemporâneo (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009), o discurso neoliberal promove uma “nova gramática” (PUELLO-SOCARRÁS, 2008), uma “nova linguagem do capitalismo” (LEARY, 2018). Essa linguagem, indissociável da ideologia econômica, é naturalizada por se incorporar ao espaço biográfico contemporâneo (ARFUCH, 2010), às identidades narrativas dos palestrantes do Endeavor Day1 que são colocadas em circulação nas redes sociais através do formato de podcasts. Nesse sentido, a gramática neoliberal ressignifica as práticas sociais, a intimidade e o cotidiano, caracterizando-se como parte do processo da cultura da inspiração (CASAQUI, 2017).

**04** No original: “Las narraciones que elaboran los actores sociales, para sí mismos y para los otros, más que como vías de acceso o expresiones de una identidad intrapsíquica estable y preconstituída, o como descripciones fidedignas de los acontecimientos y el mundo exterior, deben ser entendidas como recursos interpretativos a partir de los cuales los agentes individuales configuran un sentido de sí mismos, de los otros y del mundo social en que habitan”.

A cultura da inspiração é caracterizada por um processo comunicacional essencial em que os sujeitos enunciadorees são identificados como inspiradores, como modelos a serem seguidos (BUONANNO, 2011); e seu auditório imaginado é o público a ser inspirado, que deve seguir as prescrições, os modelos de conduta e a visão de mundo dos empreendedores de sucesso. A intermediação desse processo é estabelecida a partir de um mercado que representa a profusão de discursos motivacionais, de palestras, livros de autoajuda, eventos, cursos, podcasts, vídeos, entre outras produções que, por mais diversas que sejam em seus formatos, aproximam-se no tipo de conteúdo. Esse conteúdo, flexível em suas configurações midiáticas, predominantemente assume um *ethos* motivacional; defende modelos de felicidade e sucesso a serem perseguidos; instaura os interlocutores como sujeitos a serem transformados; assume características dos discursos de autoajuda (MARÍN-DÍAZ, 2012); e flerta com a psicologia positiva. Nesse sentido,

A concepção de empreendedorismo em termos de atributos pessoais que o sujeito possui ou pode desenvolver e aprender conecta-se com a teoria do capital humano proposta pelos neoliberais, teoria esta que se refere à ideia do *Homo economicus* como empreendedor de si mesmo, elemento-chave da nova especificação do sujeito de governo (URBANO; VALENCIA, 2019, p. 291, tradução nossa).<sup>5</sup>

As palestras do Day1 são enquadradas como narrativas inspiracionais por se ajustarem à missão institucional da Endeavor por meio da figura estratégica do empreendedor de alto impacto:

*Empreender com alto impacto é ser capaz de construir grandes negócios, mas também ser decisivo na construção de um grande país. Afinal, o crescimento potencializa o impacto e o impacto dá sentido ao crescimento. Ao mentorar, investir e inspirar outros empreendedores e empreendedoras, por meio da prática do *giveback*, esse exemplo se multiplica como uma grande bolha de impacto no ecossistema (grifos do original).*<sup>6</sup>

O “efeito multiplicador” do exemplo, do modelo a ser seguido é o *modus operandi* da Endeavor baseado na inspiração. O impacto é o índice identificável em uma perspectiva mercadológica e quantitativa, pois se ampara em empresas criadas, números, volumes de negócios, riqueza produzida. Uma das demonstrações nítidas do papel do empreendedor de alto impacto nessa estratégia corporativa são os Mapas de Impacto dos empreendedores Endeavor, como o de Luiza Trajano, uma das principais palestrantes presentes no objeto de nosso estudo (Figura 1). O impacto mapeado é dividido em quatro categorias:

- “CONSTRÓI”: empresas criadas pela empreendedora;
- “INVESTE”: negócios que contam com o investimento financeiro de Luiza Trajano como sócia ou proprietária;
- “MENTORA”: empresas criadas a partir do aconselhamento (ou “mentoria”), da transmissão da experiência profissional da empreendedora para a implantação de novos negócios;
- “INSPIRA”: empresas criadas por ex-funcionários e parceiros das empresas de Luiza Trajano.

**05** No original: “La concepción del emprendimiento en términos de atributos personales que el sujeto tiene o puede llegar a desarrollar y aprender conecta con la teoría del capital humano propuesta por los neoliberales, teoría que remite a la idea del *Homo economicus* como empresario de sí mismo, elemento clave de la nueva especificación del sujeto de gobierno”.

**06** Fonte: <<https://endeavor.org.br/quem-somos/nossa-historia/efeito-multiplicador/>>. Acesso em: 13 out. 2023.

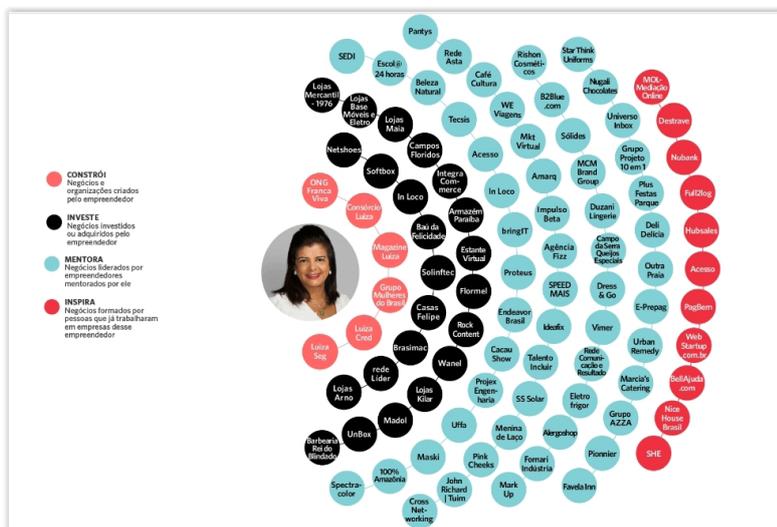


Figura 1: Mapa de Impacto de Luiza Trajano

Fonte: Endeavor Brasil, on-line, 2022.

Localizada como uma influência específica nesse processo, a inspiração tem sentido amplo no projeto de sociedade da Endeavor: o empreendedor de alto impacto é, em si mesmo, um agente inspirador, pois representa um ideal para a sociedade imaginada pela organização. Por esse motivo, as narrativas de vida e de trabalho desses agentes têm uma função estratégica, pois fazem parte desse processo multiplicador de ações, comportamentos e mentalidades empreendedoras. Esse mimetismo ambicionado é, em tese, uma projeção de futuro baseada no pensamento único pautada pela ética, pela ótica e pelas mitologias do mercado capitalista.

## “As palavras do neoliberalismo”: eixos semânticos das narrativas do podcast Day1

Neste tópico, apresentamos os principais resultados da análise dos podcasts do evento Endeavor Day1, a partir da audição de suas duas temporadas: 2020 e 2021, que totalizam 16 episódios com mais de 400 minutos de material editado. Devido ao volume desse material, desenvolvemos as análises como um processo de categorização e identificação dos movimentos de sentido em torno do empreendedorismo na sua articulação com a vida narrada. Dessa forma, analisamos os eixos semânticos que organizam e atravessam as palestras do podcast Day1, as “palavras do neoliberalismo” (GUILBERT, 2020, p. 52) mobilizadas pelas narrativas e que constituem os sentidos do discurso inspiracional do empreendedor de alto impacto da Endeavor.

O primeiro eixo semântico identificado no conjunto das trajetórias de vida dos empreendedores é associado à noção de vocação – a história do narrador é relacionada a uma ideia de destino, de “missão” que, por vezes, tem uma conotação religiosa, em outros momentos, mística, em outras situações é caracterizada por uma ideia de natureza, de algo inerente ao ser social que revisita sua trajetória e conclui que “nasceu para ser empreendedor”. O papel da família como influência e inspiração é destacado na maioria das palestras. Nesse espectro, encontramos os rituais de “iniciação”, os momentos identificados com a gênese da jornada empreendedora – como percebemos pela narrativa de Luiza Trajano, da rede de lojas Magazine Luiza, nascida “para ser vendedora” seguindo o caminho da mãe e da tia, e que continua a manter o *ethos* dessa atividade mesmo tendo se tornado uma empresária milionária. Sua narrativa coloca em relevo suas origens no comércio da família, em Franca, cidade do interior do estado de São Paulo, na constituição de

sua identidade laboral, em certo desalinhamento com a imagem idealizada do empreendedor e do empresário de alto impacto com a qual está associada pelo volume de vendas de seus negócios. Há, nesse eixo, a expressão da organicidade entre vida pessoal e atividade empreendedora como predestinação, como destino da existência.

O *segundo eixo semântico* é identificado com a noção de *provação*: o sofrimento, a incerteza, os fracassos, as dúvidas, as desistências e retomadas. Esse é um dos elementos narrativos mais recorrentes, pois caracteriza a capacidade de superação, a crença em si, a motivação para continuar e resistir que se coloca como um traço distintivo do empreendedor em relação ao trabalhador “comum”. Dessa forma, como antídoto ao cenário ambivalente – que abrange desde as lógicas inerentes ao mercado, como a alta competitividade, o risco, as variações e incertezas, até as críticas ao contexto econômico e político brasileiro, que não favoreceria a atividade empreendedora –, são colocados em relevo a “resiliência”, a “fé”, a crença no próprio potencial, a mentalidade empreendedora moldada para uma determinada atividade, para um modo de ser “patrão de si”, gestor de sua própria existência. Esse é um dos pontos de contato da narrativa do empreendedor com a dimensão religiosa do capitalismo; o capitalismo como religião se faz perceber pela trajetória heroica e pela fé em si mesmo que os narradores pregam. A fé, nesse ponto, não deixa de ser parte de um empreendimento de si.

Um dos exemplos mais contundentes desse eixo é a fala de Luiz Seabra, proprietário da rede de cosméticos Natura, que desenvolve sua narrativa marcada por uma noção de espiritualidade e transcendência que se confunde com a prática empresarial. Guiado pela força interior, pelo diálogo com gurus, Seabra dissimula sua condição de empresário milionário por meio de uma trajetória pessoal de desafios e superações, de descobertas e iluminação, alegoricamente representada pela declamação, no desfecho de sua palestra, do poema “O voo”, de Menotti del Pichia, que reproduzimos a seguir.

#### O voo (Menotti del Pichia)<sup>7</sup>

Goza a euforia do voo do anjo perdido em ti  
Não indagues se nossas estradas, tempo e vento  
desabam no abismo.  
que sabes tu do fim...  
Se temes que teu mistério seja uma noite,  
enche-o de estrelas  
conserva a ilusão de que teu voo te leva sempre para mais alto  
no deslumbramento da ascensão  
se pressentires que amanhã estarás mudo, esgota como  
um pássaro as canções que tens na garganta  
canta, canta para conservar a ilusão de festa e de vitória  
talvez as canções adormeçam as feras que esperam  
devorar o pássaro  
desde que nasceste não és mais que um voo no tempo  
rumo do céu?  
que importa a rota  
voa e canta enquanto resistirem as asas.

<sup>07</sup> Disponível em: <<https://poetisarte.com/autores/menotti-del-picchia/o-vooo>>. Acesso em: 12 out. 2023.

Ao se identificar com “O voo”, que dialoga com os clássicos versos de “Paraíso perdido”, poema épico de John Milton escrito no século XVII, Seabra deixa transparecer sua emoção enquanto estabelece uma conexão de sua “missão” com o imaginário do homem moderno burguês associado à ascensão e à consolidação do capitalismo. Como parte da estrutura narrativa, esse recurso à imagem da provação – que é multifacetado, mas remete a uma mesma lógica em relação à atividade empreendedora – reforça, entre outros elementos, o mérito das conquistas no cenário do mercado capitalista e a resiliência do empreendedor como marca distintiva desse ator social. Em síntese, o grande empresariado imagina a si mesmo por meio de uma imagem transcendente e meritória; para tanto, é preciso excluir da trama narrativa os privilégios, os favorecimentos, as heranças e os negócios escusos, que não estão presentes em nenhuma das palestras das duas temporadas do *podcast* Day1.

O *terceiro eixo semântico* é o campo da *transformação* dos momentos de virada e mudança dos ciclos de vida, das inspirações que influenciam decisivamente na rota já traçada pela vocação. Esse eixo é o mais identificado com a proposta do Day1, que pressupõe a narração do momento da virada, o dia decisivo no percurso do empreendedor rumo ao sucesso. Encontramos nesse eixo uma noção de progresso aplicada à vida, numa direção evolutiva da trajetória que vai desembocar em outro eixo, o da realização (ver adiante). Por outro lado, esse eixo serve como justificativa da necessária provação para se tornar um empreendedor, pois atesta a importância da convicção (“vocação”) e da resiliência diante do sofrimento inerente à sua imagem de semideus da cultura capitalista.

Identificamos o eixo da transformação com a palestra de Bel Humberg, fundadora da plataforma de vendas de vestuário on-line OQVestir (Figura 2). O início de sua trajetória narrada remete à sua infância, à relação com seu avô (Carvalho Pinto, o ex-governador do estado de São Paulo entre 1959 e 1963), passando pela adolescência, pelas relações afetivas, pela formação universitária, até o investimento na carreira de empresária, quando ela alcança o sucesso financeiro comercializando roupas pela internet. O aconselhamento de seu avô é utilizado como fala inspiradora de suas buscas pessoais e elemento norteador de suas transformações, representando sua identidade preservada a cada movimento de mudança em toda a sua trajetória. Segundo Humberg, seu avô teria dito que haveria dois tipos de pessoas no mundo: os “catadores de feijão” e os “catadores de diamantes”. Identificando-se como uma catadora de diamantes, a palestrante organiza sua vida em ciclos desencadeados por momentos mágicos, de descobertas, de impulsos para a transformação de si, de busca de sentido para a própria vida. A trajetória empreendedora da idealizadora da marca OQVestir poderia ser resumida como uma espécie de conto de fadas, um caminho maravilhoso pautado por eixos de mudanças luminosas e transcendentais.



Figura 2: Imagem do *banner* do *podcast* Day1, de Bel Humberg

Fonte: Endeavor Brasil, on-line, 2022.

O *quarto eixo semântico* é o da *autogestão*: este eixo é baseado na demonstração da força mental, da busca por resultados, da “performance” que é evidenciada pelas estratégias para se alcançar os objetivos e pelos números obtidos na atividade empreendedora, em volume de vendas, quantidade de consumidores, porcentagens de mercado conquistadas etc. Essa tangibilidade do sucesso é o discurso competente mobilizado pelo empreendedor de alto impacto para justificar sua posição, sua liderança, sua superioridade, sua legitimidade para prescrever comportamentos, modos de ser e atuar no mercado. A “motivação” é o impulso para as ações e planejamentos, para a aplicação de uma racionalidade administrativa à vida como um todo.

Nesse eixo, as descrições das estratégias para se alcançar o sucesso por vezes se tornam demonstrações práticas, lições e prescrições a partir dos casos próprios, das vivências, atitudes e decisões dos sujeitos no ambiente de negócios. Esse campo semântico é bastante evidenciado na palestra de Jorge Veras, fundador da 99, ou 99 App – empresa responsável pelo aplicativo de transporte individual, concorrente da Uber, entre outras corporações da economia de plataforma –, com sua narrativa baseada no relato de escolhas, tomadas de decisão e desafios específicos do mundo dos negócios. Colocando em destaque a sua capacidade de planejar a própria vida, intrinsecamente articulada com a prática empresarial, Veras demonstra, entre erros e acertos, fracassos e sucessos, o que ele mesmo chama de “mentalidade empreendedora” – que é mobilizada inclusive quando ele é diagnosticado com leucemia.

Encarando a doença de “forma positiva”, Veras relata que não aceitou o tratamento médico indicado inicialmente, chegando a dizer que “convenceu” os médicos a mudarem protocolos de tratamento a partir de suas próprias pesquisas sobre o tema, deixando evidente que seu comportamento empreendedor supera inclusive uma *expertise* reservada a especialistas, como é a medicina. Em resumo, o fundador da 99 demonstra sua capacidade de gerir sua vida como um todo, incluindo o seu corpo e as doenças que se colocaram no caminho de sua jornada empreendedora, que não pode encontrar empecilhos para o desenvolvimento pleno de sua alta performance (EHRENBERG, 2010).

O *quinto eixo semântico* está associado à noção de *sonho*: a dimensão onírica da atividade empreendedora está relacionada a um “sonho grande”, como aponta a fala de Jorge Paulo Lemann – famoso empresário que em 2023 ganhou uma exposição negativa na mídia por causa de escândalos financeiros e da aguda crise que atingiu uma das empresas em que ele atua como sócio, as Lojas Americanas, tradicional rede do varejo brasileiro. Lemann transforma a face onírica de sua atividade em uma “equação do sucesso” que se resume em “70% de esforço em função de um ‘sonho grande’”, de uma meta ambiciosa, e 30% destinados a “analisar os erros para fazer melhor da próxima vez”. Esse sonho, que está no discurso de diversos agentes, tem necessariamente uma dimensão pragmática: é uma forma de significar o projeto de vida baseado na mentalidade de mercado. Ou seja, é o sonho de um negócio próprio, de vencer a concorrência, de superar metas, de se impor como protagonista no universo competitivo e agressivo do capitalismo. Nas palavras de Fabiana Salles, proprietária da empresa de serviços médicos Gesto:

Adoraria falar que todos os dias foram Day1, mas não foram, o dia a dia do empreendedor é difícil. Mas a maioria eu acordo com a energia de quem tá construindo um sonho que está apenas começando, porque sempre dá pra fazer melhor (Trecho da palestra de Fabiana Salles no Day1).

A realização do sonho é a narrativa particular que dá sentido à trajetória do vencedor, do gestor eficaz de si mesmo, e que glamouriza seu sofrimento, sua resiliência, sua motivação. Por outro lado, a leitura onírica do empreendedorismo se ajusta à retórica da cultura corporativa, por significar uma “comunidade imaginada” pelo próprio patrão: o bom funcionário, o parceiro ideal de projeto, os demais colaboradores devem compartilhar o “sonho” individual desse sujeito que encabeça a empresa, “vestindo a camisa”, devotando-se à sua atividade. Os direitos e objetivos individuais dos empregados são suplantados pela dimensão coletiva desenhada e planejada pelo empreendedor. A relação trabalhista, dessa forma, é dissimulada

pela instância imaginária dos negócios e da exploração do capital. Eis uma forma de compreender o papel dos afetos na constituição do sistema capitalista, na esteira do que discute Eva Illouz (2011).

O *sexto eixo semântico* é o da *realização*: neste ponto, se localiza a narrativa da vitória, da consagração, da paixão que torna épica a trajetória percorrida, com todos os seus percalços, idas e vindas, mas com um final feliz. Em tom de comunhão consigo mesmo, o sujeito inspirador demonstra o objetivo a ser seguido por seus inspirados por meio de prescrições, pelo receituário do sucesso. Fica implícito, pela narrativa, que essa realização só é validada pelos parâmetros do próprio sistema capitalista.

O empreendimento de si, da gestão da própria vida é colocado em paralelo com o empreendimento de grandes negócios, com os resultados tangíveis e méritos amplificados pela dimensão transcendente, pela entidade máxima que rege o discurso neoliberal: o mercado – como aponta a palestra de Ari de Sá, proprietário da Arco Educação, que se vale da noção de “sonho” (quinto eixo) para construir uma narrativa perpassada por desafios, objetivos transcendentos e principalmente realizações. No entanto, a lógica da performance empreendedora não admite linha de chegada, sucessos definitivos: é preciso demonstrar que resultados alcançados são o impulso para novos objetivos e metas, ou “sonhos”, como diz o palestrante ao elencar conquistas, fazer um balanço do desempenho de sua empresa e encerrar sua fala com a frase: “O sonho está alargado... Estamos apenas começando”.

## Conclusões

Como parte da cultura da *inspiração*, o repertório representado pelos eixos identificados na análise dos *podcasts* do Endeavor Day1 pertence ao arcabouço de uma comunidade, à linguagem derivada das práticas sociais e interacionais do empreendedorismo. Entendemos os eixos semânticos como campos de significados recorrentes que agrupam elementos aplicados a estratégias e afetos presentes na narrativização da experiência de trabalho e de vida dos empreendedores de alto impacto. Em síntese, após o desenvolvimento do estudo empírico, os elementos constitutivos das narrativas inspiracionais do Day1, em seus respectivos eixos, estão demonstrados na tabela a seguir.

EIXOS SEMÂNTICOS	ELEMENTOS CONSTITUTIVOS
1 - Vocação	Iniciação, missão, influências, inspirações
2 - Provação	Sofrimento, incerteza, resiliência, fé
3 - Transformação	Viradas, ciclos de vida, progresso
4 - Autogestão	Estratégias, performance, motivação, lições práticas
5 - Sonho	Transcendência, objetivos pragmáticos, projeto de vida “compartilhado”
6 - Realização	Sucesso, consagração, paixão, “final feliz”

**Tabela 1:** Eixos semânticos e elementos constitutivos das narrativas do Day1

**Fonte:** Elaboração do autor.

Vistos em conjunto, os eixos temáticos constituem uma grande narrativa mítica do empreendedor de alto impacto vinculado à Endeavor em situação de sua fala motivacional, no contrato comunicativo estabelecido entre inspiradores e a audiência a ser inspirada. Uma narrativa composta por percursos individuais que, por mais que pareçam ser distintos e particulares, essencialmente constituem uma mesma trajetória coletiva rumo ao sucesso na perspectiva do capitalismo.

O projeto de sociedade relacionado à missão corporativa da Endeavor inclui a estratégia comunicacional baseada na inspiração, ou seja, a aposta no potencial de que as narrativas do Day1 possam ser incorporadas pela sua audiência e replicadas em novas “jornadas empreendedoras”. Esse objetivo da Endeavor revela uma utopia empreendedora a ser concretizada por meio da propagação de seu ideário para a constituição de uma sociedade de empreendedores. Os agentes escolhidos para narrar suas histórias de vida no palco do Day1 servem ao papel cultural de modelos de subjetividade, mentalidade e competências a serem seguidos.

Entre as principais conclusões deste estudo, apontamos para o caráter motivacional das narrativas de empreendedores, que, associadas ao contexto da pandemia, produzem significados que dissimulam a gravidade do problema social e as responsabilidades dos agentes públicos e privados na busca por soluções que atendam à coletividade, aos cidadãos de forma geral, principalmente aqueles que foram atingidos mais fortemente pelas consequências da crise sanitária. Essa dissimulação resulta na individualização das soluções sugeridas para a vida em sentido amplo. Nesse aspecto, a expressão positiva da “vida empreendedora” entra em contraste com o cenário atual de flexibilização do trabalho e suas consequências (SENNETT, 2007) no processo de responsabilização dos sujeitos pelo seu sucesso e por seus fracassos – o que sintetiza a ideologia da sociedade neoliberal (DARDOT; LAVAL, 2016). A retórica da necessidade de “reinvenção” sintetiza o sentido dos podcasts Day1 para a sua audiência como uma espécie de receituário para sair da pandemia pela via da motivação pessoal, da gestão de si e da autoajuda.

Os seis eixos semânticos das narrativas dos empreendedores da Endeavor aqui analisados materializam os preceitos da cultura da inspiração. Como semideuses da cultura do capitalismo contemporâneo, esses agentes demonstram tanto a sua dimensão transcendente quanto suas fraquezas, dúvidas, fracassos – sua dimensão humana, de “gente como a gente”, igual a qualquer pessoa, mas distinta pela vocação, pela fé, pela resiliência, pela mentalidade de mercado. Como seres “inspiradores”, transmitem a seu auditório a “inspiração”, ou seja, a convocação para que empreendam suas próprias trajetórias de sucesso mercadológico, tido como uma realização pessoal, e da vitória de uma coletividade liderada por esses agentes de alto impacto. Em última instância, fica a lição de que “qualquer um” pode chegar lá, reafirmando a falácia meritocrática que sustenta o imaginário do neoliberalismo como lógica existencial.

## Referências

- ANGENOT, M. **El discurso social**: los limites históricos de lo pensable y lo decible. Buenos Aires: Siglo XXI, 2010.
- ARFUCH, L. **O espaço biográfico**: dilemas da subjetividade contemporânea. Rio de Janeiro: Editora UERJ, 2010.
- BAUMAN, Z. **Modernidade e ambivalência**. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.
- BECK, U. **Sociedade de risco**: rumo a uma outra modernidade. São Paulo: Editora 34, 2011.
- BOLTANSKI, L.; CHIAPELLO, È. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.
- BROCKMEIER, J.; HARRÉ, R. Narrativa: problemas e promessas de um paradigma alternativo. **Psicologia: Reflexão e Crítica**, v. 16, n. 3, p. 525-535, 2003.
- BROWN, W. **Undoing the Demos**: Neoliberalism's Stealth Revolution. Nova York: Zone Books, 2015.
- BUONANNO, M. Histórias de vida exemplares: Biografias. **MATRIZES**, v. 5, n. 1, p. 63-84, 2011.
- CASAQUI, V. Abordagem crítica da cultura da inspiração: produção de narrativas e o ideário da sociedade empreendedora. **E-Compós**, v. 20, n. 2, p. 1-18, maio-ago. 2017.
- DARDOT, P.; LAVAL, C. **A nova razão do mundo**: ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo Editorial, 2016.
- EHRENBERG, A. **O culto da performance**: da aventura empreendedora à depressão nervosa. São Paulo: Letras e Ideias, 2010.
- FRANÇA, V. **O acontecimento e a mídia**. Galáxia, n. 24, p. 10-21, 2012.
- GALLO, C. **TED**: falar, convencer, emocionar: como se apresentar para grandes plateias. São Paulo: Saraiva, 2014.
- GUILBERT, T. **As evidências do discurso neoliberal na mídia**. Campinas: Editora Unicamp, 2020.
- ILLOUZ, E. **O amor nos tempos do capitalismo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- LEARY, J. P. **Keywords**: The New Language of Capitalism. Chicago: Haymarket Books, 2018.
- LLINARES, D.; FOX, N.; BERRY, R. (Eds.). **Podcasting**: New Aural Cultures and Digital Media. Cham: Palgrave Macmillan, 2018.
- MARÍN-DÍAZ, D. L. **Autoajuda e educação**: uma genealogia das antropotécnicas contemporâneas. 2012. 310 f. Tese (Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012.

PUELLO-SOCARRÁS, J. F. **Nueva gramática del neo-liberalismo**. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 2008.

SENNETT, R. **A corrosão do caráter: consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo**. Rio de Janeiro: Record, 2007.

STECHER, A. Un modelo crítico-interpretativo para el estudio de las identidades laborales. Contribuciones a la investigación psicosocial sobre trabajo y subjetividad en América Latina. **Universitas Psychologica**, v. 12, n. 4, p. 1311-1324, 2013. Disponível em: <<https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy12-4.mcie>>. Acesso em: 5 dez. 2023.

URBANO, D. Y. M.; VALENCIA, N. M. Subjetividades emergentes a partir del emprendimiento como forma de gubernamentalidad: una aproximación desde el análisis de discurso de la política pública de emprendimiento en Colombia. In: ANTUNES, R. et al. (Coords.). **Trabajo y capitalismo: relaciones y colisiones sociales**. Buenos Aires: Teseo, 2019. p. 279-297.

## **Informações sobre o artigo**

### **Resultado de projeto de pesquisa, de dissertação, tese**

O artigo é resultado da pesquisa *Narrativas no contexto da cultura empreendedora: análise crítica do “empreendedorismo de palco” na cena brasileira contemporânea*.

### **Fontes de financiamento**

Bolsa de Produtividade em Pesquisa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), nível 2, processo n. 303434/2019-8.

### **Considerações éticas**

Não se aplica.

### **Declaração de conflito de interesses**

Não se aplica.

### **Apresentação anterior**

XVI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC), realizado em Buenos Aires, Argentina, 2022.

### **Agradecimentos/Contribuições adicionais:**

Não se aplica.