

# MEMÓRIA: A COMUNICAÇÃO EM ESPAÇO BIOGRÁFICO DO EVENTO *DAY1 ENDEAVOR* NARRATIVA DE VIDA E TRABALHO<sup>1</sup>

MEMORY: COMMUNICATION IN BIOGRAPHICAL SPACE OF THE EVENT *DAY1 ENDEAVOR* NARRATIVE OF LIFE AND WORK

Katia Martins Valente

## RESUMO

Este artigo tem por objetivo questionar as relações sociais existentes em comunicação, memória e narrativa de vida no espaço biográfico. Essas interações sociais têm como objeto empírico a tese de doutorado que contextualiza as reflexões do evento *Day1 Endeavor*, orquestrado pela *Endeavor*. Especificamente, realiza-se uma análise da narrativa autobiográfica de transformação de vida da palestrante e empreendedora Paola F. Carosella, empresária e chefe de cozinha, extraída do vídeo e site de compartilhamento *YouTube*, escolhido após análise de oito vídeos. A metodologia se resume à seleção de trechos das falas de Paola, análise de discurso de linha francesa e análise do percurso de vida de Giele e Elder Jr. Além disso, utilizaram-se aportes teóricos de autores como Halbwachs, Bosi, Arfuch e Boltanski e Chiapello. Os resultados apresentam a valorização das práticas da cultura empreendedora, a espetacularização da alta performance e a representação de um modelo de narrativa de vida que inspire outros sujeitos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação. *Day1 Endeavor*. Memória. Narrativa de vida.

## ABSTRACT

*This article aims at scrutinizing the social relations existing in communication, memory and life narrative in the biographical domain. These social relations (interactions) have as empirical object a doctoral thesis that contextualizes the reflections stemming from the Day1 Endeavor event, organized by the Non Governmental Organization Endeavor Brazil. Specifically, a review of the autobiographical narrative of the life transformation of speaker and entrepreneur Paola F. Carosella, businesswoman and cuisine chef. The biographical information was extracted from a YouTube sharing site video, selected among eight videos reviewed. The methodology is based on the selection of excerpts from Paola's presentations, French line discourse analysis and review of Giele's and Elder, Jr.'s life story. In addition, the theoretical contributions of authors such as Halbwachs, Bosi, Arfuch and Boltanski; and Chiapello were used. The results evidence the valorization of entrepreneurial culture practices, staging a show for people's high performance and showcasing a life model that could inspire other people.*

**KEYWORDS:** Communication. *Day1 Endeavor*. Memory. Life narrative.

<sup>1</sup> Artigo elaborado a partir da tese de K.M. VALENTE, intitulada "Narrativas de vida de empreendedoras, comunicação e consumo: análise de palestras inspiracionais do evento *Day1 Endeavor*". Escola Superior de Propaganda e Marketing, 2018.

## INTRODUÇÃO

Os relatos autobiográficos sempre despertaram interesse nas pessoas. Como exemplo, basta centrar a atenção nas narrativas autobiográficas de transformação de vida de agentes sociais, considerados célebres, que cruzam o cotidiano. Para tanto, surge como fundamentais a memória, a comunicação e a narrativa autobiográfica que materializa a formação identitária dos sujeitos. Essas narrativas apresentam acontecimentos retidos na memória e em vários meios de comunicação de forma que se possa recordar e valorar determinadas ações e feitos dos sujeitos. Inserida nesse contexto, a memória é reconhecida como uma propriedade da semiosfera, que representa o universo e os signos que compõem e integram todas as relações socioculturais.

Autores como Pollak (1989), Halbwachs (1990), Nora (1993) e Bosi (1995) contextualizam a memória como um importante objeto de estudo empírico em relação à compreensão das interações e das dinâmicas que cruzam as relações intersubjetivas e comunicacionais, sendo um dos pontos fundamentais que permite às pessoas constituírem-se como seres pensantes, humanos e poder recordar acontecimentos relevantes. Nesse contexto, Bakhtin (2009) é importante para entender a relevância sógnica que a memória adquire nas práticas sociais e vivências, tendo em vista que assume, em seu aspecto dialógico, um caráter estruturante do pensamento e da ideologia. Inseridos nessa discursividade midiática, entende-se que a comunicação, o tempo, o espaço biográfico (ARFUCH, 2010) e o consumo de narrativas autobiográficas de transformação de vida concretizam a constituição identitária dos sujeitos.

Nessa lógica de raciocínio, linguagem e representações sociais (materiais e simbólicas) estão imbricadas na sociedade e apresentam o imaginário e os feitos dos indivíduos, permitindo a interpretação de subjetividades.

Sabe-se que, quando se interpreta os signos e os acontecimentos inseridos na memória, é possível compreender a importância que esta assume na formação de cada pessoa e no contexto social mais amplo da qual faz parte. Assim, o coletivo e o imaginário individual são compostos pela memória, que passa a gerir direta ou indiretamente práticas humanas, estabelecendo uma ligação entre passado, presente e futuro. Nesse processo, as narrativas autobiográficas de transformação de vida surgem para atestar os acontecimentos retidos na memória e valorizar os acontecimentos e feitos relevantes de cada vida, sendo apresentados pela comunicação e consumidos em forma de imaginário de vida pelos indivíduos.

Assim, inserido nesse processo, este artigo articula comunicação, memória e narrativas autobiográficas de transformação de vida como parte da tese de doutorado da autora, que analisa as representações sociais inseridas no evento *Day1 Endeavor*, o qual retrata as narrativas autobiográficas

de transformação de vida de empreendedores (as) em espaço biográfico (ARFUCH, 2010).

A organização *Endeavor* (ENDEAVOR, 2017) é a principal organização de fomento ao empreendedorismo do mundo e organiza o evento *Day1 Endeavor*, que tem estrutura padrão composta por auditório, palco, plateia e palestrante. Esse evento é sempre representado pela figura de um(a) empreendedor(a). Os discursos que realizam duram em torno de 20 minutos. Os eventos *Day1 Endeavor* se assemelham muito ao formato de palestras do *TED Talks*, que são eventos que abordam diferentes temas e áreas de conhecimento. Assim, analisar as narrativas autobiográficas de transformação de vida apresentadas no *Day1 Endeavor* (enquanto produto audiovisual) possibilita a compreensão dos discursos tensionados no processo midiático e comunicacional dessa sociedade contemporânea igualmente midiática; ademais, permite verificar as articulações existentes no espaço biográfico (ARFUCH, 2010), na memória e na comunicação.

Essa vertente de análise integra a pesquisa de doutorado desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em comunicação e práticas de consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), concluída em março de 2018 pela autora deste texto. Concentraram-se esforços para entender os processos comunicacionais e o consumo simbólico existente nessas representações sociais apresentadas em narrativas autobiográficas de transformação de vida e trabalho de mulheres empreendedoras. Nesse processo, os discursos inseridos pelo campo do empreendedorismo reproduzem a produção de significados e relações de sentido em torno das práticas laborais empreendedoras, portanto trata-se de disseminação de valores dessa cultura empreendedora, bem como da construção de um perfil moral de conduta a ser seguido, o qual está centrado nos valores e crenças do neoliberalismo.

O objetivo deste texto é tensionar teoricamente as relações existentes entre comunicação, memória e consumo dessas narrativas. Para isso, o objeto empírico para as reflexões é o evento *Day1 Endeavor* com a análise de um dos oito vídeos analisados na tese e que foi escolhido de forma aleatória mais especificamente. Realiza-se uma análise da narrativa de vida da palestra de Paola Florência Carosella, cozinheira, empresária, executiva, *chef* de cozinha e empreendedora retirada do site de compartilhamento de vídeos do *YouTube* e do *site* da organização *Endeavor*. Os procedimentos metodológicos se concentram, portanto, na transcrição de alguns trechos da narrativa autobiográfica de transformação de vida de Paola, realizada com base nos pressupostos teóricos da análise de discurso de linha francesa e no método de análise de percurso de vida de Giele e Elder Jr. (1988). Buscou-se verificar as interações e interfaces sociais entre comunicação/consumo dessas narrativas, além das memórias e as práticas de representação social que aparecem no espaço biográfico (ARFUCH, 2010) como discursos que materializam identidades, subjetividades e narrativa do eu (TAYLOR, 2011).

## A MEMÓRIA PRESENTE NAS HISTÓRIAS DE VIDA E NO ESPAÇO BIOGRÁFICO

Em uma vertente social, Halbwachs (1990) considera o campo da memória um local de produção, circulação e disputa de sentidos, interesses e poder — articulados e mobilizados pelas e nas interações sociais. Isso porque é um desafio “não permitir o esquecimento” (HALBWACHS, 1990). Para Moraes (2005, p.92), “a memória se constitui como estratégia e negociação de sentidos”. Pode-se mencionar que essa negociação de valores retidos na memória retrata práticas de trabalho e narrativas de vida inseridas nas sociabilidades. Nesse sentido, todo discurso que envolve a memória é por si só um contexto de conflitos e questionamentos; entende-se que as narrativas de vida circulam pelos discursos, tempo e o espaço biográfico (ARFUCH, 2010) para a construção da memória individual e social.

Para Bosi (1995, p.46):

A memória permite a relação do corpo presente com o passado e, ao mesmo tempo, interfere no processo ‘atual’ das representações. Pela memória, o passado não só vem à tona das águas presentes, misturando-se com as percepções imediatas, como também empurra, desloca estas últimas, ocupando o espaço todo da consciência. A memória aparece como força subjetiva ao mesmo tempo profunda e ativa, latente e penetrante, oculta e invasora.

Assim, as experiências de cada indivíduo são pautadas, então, pela memória, sendo um fator relevante para a vida em sociedade. Na memória, “nada escapa à trama sincrônica da existência social atual, e é da combinação destes diversos elementos que pode emergir esta forma que chamamos de lembrança, porque a traduzimos em uma linguagem” (HALBWACHS, 1990, p.6). Portanto, compreende-se que o passado é reconstrução social, e a memória é viva e só existe nos grupos e nas pessoas, o que concretiza que a memória se atualiza no presente, criando “história”. Nesse contexto contemporâneo, a memória é interpretada como um campo social com agenciadores que disputam poder, interesses individuais e coletivos, no qual circulam pensamentos, discursos, representações simbólicas, significados e interpretações que estão em constante mutação. É preciso compreender, no entanto, que “a memória é, por excelência, seletiva. Guardamos aquilo que, por um motivo ou por outro, teve algum significado em nossas vidas”, ou seja, “aquilo que o indivíduo guarda tem a ver com sua história afetiva” (WORCMAN, 2013, p.148). Quando se uma história, materializa-se de forma simbólica as representações sociais, fatos e acontecimentos guardados na memória (NORA, 1993) e no coletivo. Essa dinâmica acontece nas palestras do evento *Day1 Endeavor*.

A memória coletiva está pautada em um sistema simbólico por meio do qual acontece o compartilhamento de significados, como ressalta

Hawlbachs (1990). Há agentes sociais que aceitam os valores e maneira de ser de alguns, enquanto outros são contrários e críticos às normas e valores do coletivo. Todo retorno ao passado não é simples lembrança. Ao contrário, materializa-se como elemento nutritivo a identidades individuais e ao mesmo tempo contribui para a constituição de identidades coletivas (POLLAK, 1989).

Pode-se mencionar que a memória reflete os acontecimentos e os fragmentos das lembranças vividas. Os lugares de memória apresentam a autenticidade e o discurso narrativo do eu (TAYLOR, 2011), que as pessoas se utilizam ao apresentarem suas narrativas de vida. Assim, cada indivíduo pauta suas narrativas de acordo com crenças e normas individuais, atravessados pelos interesses e valores da coletividade, para então construir sua própria história de vida, pois a memória é dinâmica e consolida as experiências, ou seja, a partir do olhar do outro as relações de pertencimento são revividas pela memória, perpetuando-se nos agentes sociais e na própria história (NORA, 1993). Assim, a cada fato lembrado, há a presença e o testemunho do indivíduo e do coletivo que carregam em seus discursos representações de mundo, como é o caso das narrativas autobiográficas de transformação de vida apresentados no evento *Day1 Endeavor*.

Nesse sentido, o espaço biográfico (ARFUCH, 2010) aparece sendo constituído por meio da relação com a memória e a comunicação existente, em que os discursos, narrativas de vida e feitos marcam um processo complexo de (re)elaboração do passado no presente, servindo como cerne às interações sociais (NORA, 1993). Dessa forma, o estudo de espaço biográfico (ARFUCH, 2010) em narrativas autobiográficas de transformação de vida se associa às histórias e acontecimentos retidos no passado e servem para compor a identidade presente do indivíduo, o que permite uma reflexão dos processos históricos e sociais aí imbricados.

Ao narrar a vida por meio da autobiografia o sujeito constrói discursos, interpretações e lógicas simbólicas que ordenam o modo de vivenciar o mundo e seus pensamentos para enfrentá-lo e para apreendê-lo (NORA, 1993). Assim, as narrativas autobiográficas de transformação de vida materializam o compartilhamento de experiências, bem como a importância de exaltar as ações realizadas (feitos), preferências, relações afetivas e juízos de valor.

No caso do *Day1 Endeavor*, a narrativização de memória autobiográfica de transformação de vida é processo comunicacional que atesta valores e crenças da sociedade de espetáculo (DEBORD, 1997), ou seja, essas narrativas são uma espetacularização midiática e performática de exposição do eu (TAYLOR, 2011). Existe uma edição dos discursos ali apresentados; ocorre uma seleção daquilo que é dito apresentando discursos afetivos e, ao mesmo tempo, consolidando práticas e valores institucionais (por parte da organização *Endeavor*), que aciona a memória, a comunicação e o consumo simbólico dessas narrativas extraídas desse espaço biográfico (ARFUCH, 2010). No caso específico que se estuda, isso ocorre com a

narrativa da empreendedora Paola Carosella, que é cozinheira e chefe de cozinha renomada.

Aqui, observa-se que existe certa suspensão da vida real nessa narrativização do eu, construída para um contexto espaço-temporal com diversos enquadramento e valores sociais que são próprios da sociedade contemporânea. Há a existência de um cenário que apresenta um conjunto de discursos, um palco, cenografia, decoração etc. O referido cenário ilustra e valoriza a apresentação da palestra feita pela empreendedora, que materializa o visual, o comportamental, o gestual e assim por diante. Isso é constituído com o objetivo de expor e exaltar um espetáculo da vida midiaticizada, em que o foco central é, sempre, a história de vida narrada pela empreendedora no palco do *Day1 Endeavor*. Esses recortes, portanto, possibilitam transformar uma história de vida editada em acontecimentos históricos que vão ressaltar o campo da cultura empreendedora e suas práticas de atuação. No tocante propriamente ao campo, é preciso considerar que ele:

[...] produz regras, é um espaço de conflitos e de concorrência no qual os competidores lutam para estabelecer o monopólio sobre a espécie específica de capital (no caso, o profissional) pertinente ao campo. Trata-se de uma recriação, um espaço relacional em movimento, cujas condições e existência são a permanente disputa, reconstrução e ressignificação, ou seja, signos e significados (MORAES, 2005, p.99).

Nos “ditos” e “não ditos” das falas e das narrativas de vida da palestrante do evento *Day1 Endeavor*, observa-se, assim, uma comunicação e o consumo de representações sociais sobre o modo de ser e agir específico, centrado nos princípios do campo do empreendedorismo. A trajetória de vida da empreendedora e o modelo que se encontra em seu palco refletem tristezas e, sobretudo, as alegrias alcançadas ao se empreender de forma a obter sucesso. Ela é autora de sua própria vida e se responsabiliza pelas ações praticadas no trabalho e na vida. Esse processo resulta na adequação do indivíduo ao modelo de vida proposto, um modelo que é construído na retórica discursiva inserida nas memórias de Paola: o fazer e as práticas laborais da empreendedora são seus alicerces e reforçam um perfil moral de conduta no trabalho e na vida que pode servir como um modelo de inspiração para outros. Para Pollak (1989, p.4), “dotada de duração e estabilidade aplicada à memória coletiva, essa abordagem irá se interessar, portanto, pelos processos e atores que intervêm no trabalho de constituição e de formalização da memória”. Paola, sem dúvida, utiliza muito bem essa dinâmica da memória coletiva, revisitando os acontecimentos retidos em sua memória.

Nessa perspectiva, a memória adquire um papel central e relevante para a arquitetura de subjetividades e identidades, que materializa um processo de retratação do passado e de (re)construção do presente. De todo modo, é comum se confrontar com o poder, a exposição e a presença de práticas

discursivas midiaticizadas e espetacularizadas pelos meios digitais e móveis, em que as vozes e as falas de Paola se tornam signos que podem ser reproduzidos por outros.

Desse modo, as narrativas apresentadas no *Day1 Endeavor* apresentam, portanto, as interfaces entre produção, distribuição, circulação e consumo de narrativas de transformação de vida que dependem dos acontecimentos retidos na memória e na representação de valores apresentados na contemporaneidade.

Nos oito vídeos dessa tese, que reproduzem os eventos com as palestras de empreendedoras, há uma estratégia discursiva centrada nas lembranças, momentos de afetos vividos no passado e com a carga simbólica, social e de sentidos que concretizam o esforço do fazer e gerir a vida. O foco é a valorização da atividade laboral empreendedora que ocorre em determinado dia, reconhecido como aquele mais relevante para a mudança, o *turning point*, a virada de vida, a grande transformação, ou seja, o “*Day 1*” (primeiro dia) do indivíduo como empreendedor.

Cabe ressaltar que a consciência histórica pode ser favorecida pelo espraiamento das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC), como foi observado no processo de midiaticização do *Day1 Endeavor*. As palestras são filmadas e divulgadas em diferentes meios de comunicação, tais como *site* institucional da *Endeavor*, *sites* de redes sociais, plataformas *online* etc. Isso ressalta o importante papel da comunicação na articulação da memória na contemporaneidade e seu processo de midiaticização e consumo dos discursos praticados.

Assim, lembra Moraes (2005, p.99) que “o século 20 fez com que a comunicação e a informação se tornassem “lugares privilegiados” na produção e veiculação de sentidos”, porque somente pelos discursos e processos comunicacionais contidos na memória social é possível ter acesso às visões e representações de mundo. “Tal memória produz um discurso organizador e estruturador do mundo, das relações sociais e simbólicas” (MORAES, 2005, p.99).

Por fim, vale mencionar que a consciência histórica busca favorecer as potencialidades de disseminação e comunicação dos textos e linguagens contidas nos diversos meios digitais, como vídeos, fotos, textos e narrativas de vida. São meios que viabilizam o consumo de representações sociais, atravessando as histórias humanas (MORAES, 2005).

Para Moraes (2005), há a memória oficial que mantém as estruturas da sociedade; mas existem também as memórias subalternas, que são ocultadas e que apresentam os interesses dos socialmente excluídos. De qualquer forma, as memórias subalternas também exercem força nas representações sociais. Isso porque “a memória se inscreve em um processo de circulação e consumo em que diferentes formas de mediação se manifestam ou são utilizadas” (MORAES, 2005, p.98).

Pode-se afirmar que, no evento *Day1 Endeavor*, existe o tipo de memória oficial acionada, representando, como foi visto, as práticas do empreen-

dedorismo e da cultura empreendedora. Ao mesmo tempo, as memórias dos empreendedores que palestram em seu palco apresentam pequenas variações de espetacularização dos seus feitos. Por várias vezes, momentos de tristeza e sofrimento são utilizados na construção do fazer e gerir das diferentes fases e ações da vida. Nesse contexto, a memória, portanto, também tem seus mecanismos de retratação, revelação e recordação das diferentes fases, principalmente das ações laborais no intuito de valorar e revelar os feitos. No subitem a seguir, essa questão será abordada.

## TRABALHO E COMUNICAÇÃO

É relevante contextualizar a vida por meio do relato das ações exercidas para a formação da identidade ao mesmo tempo em que ocorre a valorização dos feitos, da atividade laboral e sua relação com as passagens das etapas de vida que são pautadas nesse processo. “O trabalho nessa acepção é atividade que se desenvolve para além do tempo do emprego, para além do tempo da exploração do mercado, é o tempo de produção da vida, da saúde, do viver bem em comum” (SCHWARTZ, 2015, p.77). Assim, o trabalho pode ser interpretado como qualquer atividade e ação do indivíduo para legitimar o fazer e agir, sendo apresentado por meio da comunicação das atividades exercidas e atribuídas a cada indivíduo em um contexto social. Ademais, existe um consumo simbólico inserido nesse processo.

A atividade laboral pode ser exercida de diversas formas, entre elas no formato e representação social do empreendedorismo (ser empreendedor). Este agente social se vale de práticas empreendedoras, corre risco, tem um objeto de vida e cria seu próprio negócio como estrutura de vida. De acordo com Casaqui (2015, p.257), “o empreendedor prioriza o lucro, o ganho individual e os interesses de sua organização”. Trata-se de um sujeito disposto a enfrentar desafios como modo de obter êxito e reconhecimento pelo desempenho de seu trabalho, sendo capaz de conviver com incertezas e riscos envolvidos pelas decisões praticadas.

De acordo com o *Global Entrepreneurship Monitor* (2014), o empreendedorismo diz respeito a qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento, como, por exemplo, uma atividade autônoma, uma empresa ou a expansão de um empreendimento existente por um indivíduo, grupo de indivíduos ou por empresas. São indivíduos e entidades que se tornam empreendedores inseridos nas práticas da cultura empreendedora e do novo espírito do capitalismo (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009).

Boltanski e Chiapello (2009, p.39) entendem que o novo espírito do capitalismo espírito é “a ideologia que justifica o engajamento do capitalismo” em que o indivíduo se apresenta na “posição de autorrealização”, tornando-se responsável pelas escolhas de vida pessoal e laboral. Assim, a reflexão sobre os fluxos e trânsitos da memória social

transita e circula nas relações de comunicação e consumo das narrativas de vida e trabalho, as quais estão inseridas nessa ideologia e em suas representações simbólicas.

Nessas representações do viver, ocorrem articulações e representações sociais que sedimentam formas de narrar o que foi vivido e cruza com os enredos, tramas e diferentes práticas de consumo do discurso e da memória, legitimando as interações entre indivíduo e suas práticas sociais. A ligação existente entre o consumo, sua representação e a memória, aciona a construção do tempo e os espaços vividos no passado (NUNES, 1999). Assim, as narrativas autobiográficas de transformação de vida apresentadas por empreendedores (as) no *Day1 Endeavor* acionam elementos contidos na memória e nas representações sociais dominantes como o trabalho, que impõe lutas e estruturas de poder abarcados por interesses de diferentes campos de atuação.

Dessa maneira, as narrativas de vida articulam trocas de visões de mundo, pertencimento e visibilidade que valorizam o *modus operandi* do neoliberalismo e, “hoje em dia, cada vez mais as pessoas percebem a importância de terem suas próprias histórias como tema e como essa construção de vínculos é importante para a própria estima” (OLIVEIRA, 2009, p.2).

Quando as pessoas se identificam como seres humanos, tecem relações sociais e de interpretação de mundo que refletem fatos do passado e acontecimentos arquivados pela memória e que são reeditados, tornando-se maneiras de materializar o consumo dessa representação simbólica de si perante o outro (NUNES, 1999). Existe o processo de consumo dessa representação de vida, que se altera em função das mudanças ocorridas ao longo da história. Segundo Baccega (2009), consumir é ato e direito de todo cidadão, e deve ser considerado, tanto pela materialidade física quanto pela simbólica, como um modo de encerrar ideias, estéticas e valores culturais. A exclusão do sujeito da esfera do consumo retira a sua identidade, porque não existe sociedade sem consumo, no sentido mais amplo possível.

Ressalta-se, ainda, a existência do consumo nas representações e experiências de vida contidas na memória e sua mediação, como é enxergado na estrutura do evento *Day1 Endeavor* nas falas de seus empreendedores-palestrantes. Esses palestrantes transformam suas histórias de vida, de trabalho e relacionamentos afetivos em elementos de comunicação, circulação e consumo de identidades espetacularizadas. Nesse sentido, a memória materializa a representação do eu privado que se torna público, sendo concretizado por meio das imagens, cenas, falas, sons etc. e apresentado pelo palco do *Day1 Endeavor*. No evento, os vídeos das palestras emergem como arquivos de vida contidos no site da organização *Endeavor* e ou vídeos do *Youtube* em formato de testemunhal com o objetivo de enaltecer os feitos laborais.

As histórias de vida de empreendedores(as) se configuram em locais de conhecimento, experiência prática vivenciada, compreensão e ligação

entre indivíduos e diferentes culturas. Para Worcman (2013 p.147), “o processo de ‘narrar’ a própria vida impacta o indivíduo, na medida em que o leva a criar e ou rever o sentido de suas experiências”. Assim, ao retratar a vida, há a existência da comunicação, representações sociais, relações de afeto; ademais, há o consumo dessas experiências narradas, que interferem no imaginário das pessoas expostas a este processo comunicacional existente na sociedade. A seguir, serão apresentadas parte de algumas falas da empreendedora Paola para exemplificar essa dinâmica de valorização das ações da vida desta empreendedora.

### **O VÍDEO DE PAOLA FLORÊNCIA CAROSELLA NO DAY1 ENDEAVOR**

Toma-se como objeto de análise o vídeo da palestra de Paola Florência Carosella, no evento *Day1 Endeavor*, intitulado “os sonhos que eu tenho não tem limites”, realizada em 5 de junho de 2017. Para efeito de informação referente a identidade social, Paola é cozinheira, empresária, executiva e *chef* de cozinha ítalo-argentina radicada no Brasil. Atualmente, é proprietária do restaurante de comida mediterrânea Arturito com o seu sócio, Benny Goldenberg. Também administra o café *La Guapa*, onde serve empanadas artesanais. O corpus ancora-se em alguns trechos de falas de sua palestra no *Day1 Endeavor*, selecionados e transcritos para análise. Há como base a análise da constituição de sentidos e significados que são articulados no discurso dessa empreendedora.

A partir do texto a seguir, pode-se interpretar os sentidos do que foi narrado por Paola: “*eu tive uma mãe incrível, muito forte, super empreendedora, linda, inteligentíssima, que trabalhou muito a vida inteira e estudou muito a vida inteira, mas foi sempre muito triste*” (CAROSELLA, 2017, 7min., 23seg.).

Observa-se que Paola abre sua palestra dizendo que sua mãe era empreendedora. A interpretação relaciona-se com o espelhamento de Paola nessa mãe também empreendedora, o que é um discurso das práticas sociais dessa cultura em que ter um negócio próprio e ser empreendedor de si faz parte do novo espírito do capitalismo (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009). Há um não-dito atrelado ao sistema capitalista o qual enfatiza a pessoa que tem uma atividade laboral como forma de ser reconhecida socialmente. Encontra-se o uso de vozes que demarcam sua heterogeneidade no contexto social vigente, em que se valoriza o trabalho como um fator relevante a ser considerado na condução da vida e na constituição de identidade.

A questão de ser muito triste está relacionada com o não-dito: o imperativo da felicidade (FREIRE FILHO, 2010), a partir do qual as pessoas são cobradas a estarem na condição de serem felizes em todos os momentos da vida, pois o sentimento de tristeza não é uma atitude aceita pelas regras da sociedade vigente. Para o autor, a tristeza não é aceita pelo contexto social, é algo que deve ser combatido, pois, como questionado

por ele, há uma impossibilidade de viver a vida sendo sempre feliz em todas as suas fases. Paola, assim, vale-se da memória como fundamento para a constituição de uma trajetória de vida por ela marcada em suas diferentes fases.

Em outra fala de Paola, ela menciona: *"E eu me dei bem na cozinha, eu gostava de cozinhar e eu era boa pra isso e eu fui crescendo"* (CAROSELLA, 2017, 10min., 4seg.). Mostra-se uma fala que busca afirmar o valor de sua competência e habilidade pessoal para o exercício de ser cozinheira. Emerge a representação do interdiscurso marcado por vozes de outras cozinheiras que estão abarcadas nesse discurso para compor o lugar de fala de Paola. Aqui, começa-se a configurar um saber específico da empreendedora. Na exposição de si, há a presença do discurso de alta performance (EHRENBERG, 2010), que atesta o crescimento no campo do trabalho ao ser legitimada como uma boa profissional deste ramo. A palavra "crescimento" é polissêmica e pode ser utilizada em vários contextos, mas crescer enquanto cozinheira é estar em uma posição de fala de ser reconhecida por seus feitos exercidos, como é o caso de Paola, que participa como personagem midiática do *Master Chef*, programa com grande repercussão social.

Em uma das falas finais de sua narrativização de vida e no vídeo de sua palestra, Paola diz: *"Hoje é o meu Day1 16289, eu sou muito mais feliz do que antes, o La Guapa vale hoje 40 vezes mais do que o investimento inicial, isso tudo por causa do Barba"* (CAROSELLA, 2017, 31min., 41seg.). Nesse discurso, há a marcação, novamente, da narrativa de vida alicerçada no fator transformação como algo recorrente e alinhado com o sistema normativo do neoliberalismo. Após passar pelo medo e incertezas até encontrar o sócio correto, o "Barba" (Benny), fica clara a exaltação do sucesso e da alta performance ao enfatizar em seu dito que o restaurante vale 40 vezes mais do que o investimento inicial. Observa-se o interdiscurso que circula pelo campo econômico e que se relaciona com a intertextualidade de um investimento, empréstimos e serviços bancários, sinalizando a relação que a empreendedora tem com geração de lucro em função do capital investido. É uma forma de atestar seus feitos e a exposição espetacularizada do seu trabalho, dando sentido à sua vida; além disso, mostra-se que hoje ela tem uma posição de empreendedora bem-sucedida, com grande visibilidade. Paola é autora de sua vida, alinhando-se com o novo espírito do Capitalismo (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009). Essa nova configuração apresenta um novo modo de apresentar o trabalho, exercido por rede de relacionamentos, sociedade conectada e com exaltação das práticas da cultura empreendedora, ou seja, nessa perspectiva o sujeito é autor de sua vida.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

As lembranças e imagens contidas na memória têm o poder de reter significados e afetividades essenciais para as construções identitárias. Isso

se processa por meio das passagens e etapas de vida reconstruídas em relatos no presente. Logo, resgatam-se as lembranças vinculadas a percepções do passado, portanto, da memória, que se misturam e conduzem as pessoas às práticas do presente. Nas palavras de Bosi (1995, p.46):

Pela memória, o passado não só vem à tona das águas presentes, misturando-se com as percepções imediatas, como também empurra, desloca estas últimas, ocupando o espaço todo da consciência. A memória aparece como força subjetiva ao mesmo tempo profunda e ativa, latente e penetrante, oculta e invasora.

Assim, a partir de um objeto de estudo empírico, o evento *Day1 Endeavor*, constatou-se como as diferentes fases do espaço biográfico (ARFUCH, 2010) e autobiográfico representam narrativas de identificação social em acontecimentos e lembranças de história de vida representadas pelo indivíduo. Ao se tornar empreendedor, ele materializa simbolicamente as realizações do passado, como forma de preservação e legitimação de sua identidade e subjetividade do momento presente, que ajudou para a nova construção de representação social do referido momento. Ocorre, nesse processo, a exaltação da narrativa autobiográfica de transformação de vida e trabalho, que é exaltada pela fala de Paola em suas práticas e ações da cultura empreendedora.

Essas lembranças se articulam e atravessam o presente, ao mesmo tempo que o sujeito tenta imaginar e prever o futuro nesse processo de reconstituição e mutação de vida, que só é possível por meio do imaginário e das imagens contidas na memória. Logo, o espaço biográfico (ARFUCH, 2010) aciona a memória individual e social dos indivíduos e traz a força dos acontecimentos vivenciados no passado. Na análise efetuada, verifica-se que a trajetória de vida da empreendedora Paola é construída para expor e valorar o sucesso alcançado por meio das práticas empreendedoras; para tanto, utiliza-se da comunicação para mediar essa espetacularização da vida e seus feitos.

O espaço biográfico (ARFUCH, 2010) e suas narrativas de exaltação das práticas empreendedoras se converterem em “modelos” e “padrões” de inspiração por meio de uma construção identitária que reflete relações, comportamentos de trabalho, vida e consumo simbólico de representação social centrada em trajetórias de vida organizadas em narrativas autobiográficas de transformação. Também, nesse caso, encontra-se a presença de um agenciador desse tipo de discurso, sendo a própria organização *Endeavor*, que se utiliza da voz da empreendedora empregando um discurso de autoridade e poder em sua área de atuação laboral e de vida. Assim, o referido discurso é representado pelo perfil deste agente da cultura empreendedora, que tem conhecimento e vivência prática dos seus feitos.

Nesse processo discursivo, o sujeito é constituído pelas relações simbólicas que circulam nas duas direções, tanto na representação da voz da agenciadora e orquestradora deste tipo de evento, a organização

*Endeavor*, como na representação pelas vozes dos empreendedores-palestrantes, como é o exemplo da Paola. Assim, a empreendedora tem a oportunidade de (re)constituir sua subjetividade e identidade ao lembrar feitos, crenças e valores a partir do contato com a própria organização, que representa, também, os interesses e práticas do fazer e do gerir a vida, que está inserida na cultura empreendedora contemporânea e em suas práticas.

A isso se adiciona uma estratégia de midiatização de memórias, por meio de vídeos que se tornam, ao mesmo tempo, arquivos e plataformas de reprodução, ou melhor, de circulação e de consumo midiático e simbólico dessas narrativas de ações empreendedoras. Nesse contexto, acredita-se que existe a interface entre a comunicação e o consumo simbólico dessas narrativas autobiográficas de transformação da vida relatadas a partir dos acontecimentos retidos na memória. Ocorre um processo de consumo dessas vozes/narrativas que pode servir de exemplos e inspiração para outros; além disso, essas narrativas de transformação de vida são espetacularizadas e a exposição do eu (SIBILIA, 2008) é tratada com o propósito de apresentar o pensamento privado que se torna público, em um contexto midiatizado e contemporâneo do cotidiano.

Por fim, nota-se como o sujeito ativa suas memórias e procede a uma escolha seletiva a partir do que faz sentido para ele, pois "sempre se efetua um recorte no mundo percebido e lembrado, em função das necessidades e dos interesses presentes do sujeito que percebe e lembra" (SIBILIA, 2008, p.126). Fica materializada, assim, uma pré-seleção de narrativas de vida que os indivíduos realizam perante o contexto social ao expor seus feitos e as representações de mundo e subjetividades extraídas dos acontecimentos retidos na memória, que são atualizadas para o tempo presente. Na análise da narrativa de vida e trabalho da empreendedora Paola e nos outros vídeos analisados, observou-se a ocorrência e repetição de ações e feitos da cultura empreendedora. Ademais, a valorização do indivíduo que é responsável por si e a exposição de si são temáticas recorrentes e midiatizadas, com o objetivo de perpetuar o sistema e inspirar outros sujeitos a agir em consonância com as práticas dessa cultura contemporânea de ser empreendedor de si. Assim, observa-se que no vídeo da Paola, nos outros vídeos analisados neste artigo e nos vídeos da tese da autora do presente artigo, é ressaltada a importância das práticas empreendedoras.

## REFERÊNCIAS

- ARFUCH, L. *O espaço biográfico: dilemas da subjetividade contemporânea*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2010. p.370.
- BACCEGA, M.A. Comunicação/educação e a construção de nova variável histórica. *Comunicação e Educação*, v.14, n.3, p.24-44, 2009. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/43579>>. Data de acesso: 7 jul. 2017.
- BAKHTIN, M. *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 2009.
- BOLTANSKI, L.; CHIAPELLO, È. *O novo espírito do capitalismo*. São Paulo: Martins Fontes, 2009. p.39.
- BOSI, E. *Memória e sociedade: lembrança de velhos*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995. p.46.
- CAROSELLA, P. *Day1: Paola Carosella: Os sonhos que eu tenho não têm limite*. [S.l.]: Endeavor Brasil,

6 de junho de 2017. 1 vídeo (20 min.). Disponível em: <[https://www.YouTube.com/watch?v=Cq\\_OBKFS-as](https://www.YouTube.com/watch?v=Cq_OBKFS-as)>. Acesso em: 7 jun. 2017.

CASAQUI, V. Empreendedorismo social: narrativas de vida, presença midiática e projetos de transformação: notas de pesquisa. In: ROCHA, R.M.; PERES-NETO, L. *Memória, comunicação e consumo: vestígios e prospecções*. Porto Alegre: Sulina, 2015. p.255-271.

DEBORD, G. *A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

EHRENBERG, A. *O culto da performance: da aventura empreendedora à depressão nervosa*. Aparecida: Ideias e Letras, 2010

ENDEAVOR. *Site da organização*. [S.l.]: Endeavor, 2017. Disponível em: <<https://endeavor.org.br/institucional/>>. Acesso em: 27 abr. 2017.

FREIRE FILHO, J. *Ser feliz hoje: reflexões sobre o imperativo da felicidade*. Rio de Janeiro: FGV, 2010.

GIELE, J.; ELDER JR., G. Life course research: development of a field. In: GIELE, J.; ELDER JR., G. (Org.). *Methods of life course research: Qualitative and quantitative approaches*. California: Sage, 1988. p.5-27.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. *Empreendedorismo no Brasil: relatório executivo*. [S.l.]: GEM, 2014. Disponível em: <[http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/gem%202014\\_relato%20C3%B3rio%20executivo.pdf](http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/gem%202014_relato%20C3%B3rio%20executivo.pdf)>. Acesso em: 7 jul. 2016.

HALBWACHS, M. *A memória coletiva*. São Paulo: Vértice Editora, 1990. p.6-189.

MORAES, N. Memória social: solidariedade orgânica e disputas de sentidos. In: GONDAR, J.; DODEBEI, V. *O que é memória social?* Rio de Janeiro: Contracapa, 2005. p.11-99.

NORA, P. Entre memória e história: a problemática dos lugares. *Projeto História*, v.10, p.7-28, 1993. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/revph/article/viewFile/12101/876310>>. Acesso em: 7 jul. 2017.

NUNES, M.R.F. *O mito no rádio: a voz e os signos de renovação periódica*. São Paulo: Annablume, 1999.

OLIVEIRA, J.C. Cibermemória: lugares, objetos, museus e história na era da mobilidade. In: SIMPÓSIO NACIONAL ABCIBER, 2009, São Paulo. *Anais [...]*. São Paulo: ESPM-SP, 2009. p.1-15.

POLLAK, M. Memória, esquecimento, silêncio. *Estudos Históricos*, v.2, n.3, p.3-15, 1989. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/viewFile/2278/1417>>. Acesso em: 17 maio 2017.

SCHWARTZ, Y. Empreendedorismo social em perspectiva global: bem comum, trabalho e engajamento na retórica do capitalismo contemporâneo. *Revista Eptic*, v.17, n.1, p.185-197, 2015. Disponível em: <<http://www.seer.ufs.br/index.php/epitic/article/view/3383/pdf>>. Acesso em: 7 maio 2017.

SIBILIA, P. *O show do eu: a intimidade como espetáculo*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008. p.126.

TAYLOR, C. *A ética da autenticidade*. São Paulo: Realizações, 2011.

WORCMAN, K. História oral, histórias de vida e transformação. In: SANTHIAGO, R.; MAGALHÃES, V. (Org.). *Depois da utopia: a história oral em seu tempo*. São Paulo: Letra e Voz, 2013. p.147-148.

**KATIA MARTINS VALENTE** | ORCID iD: 0000-0001-5713-2723 | Escola Superior de Propaganda e Marketing | Faculdade Cásper Líbero | Av. Paulista, 900, Bela Vista, 01310-100, São Paulo, SP, Brasil | E-mail: <[k2valente@uol.com.br](mailto:k2valente@uol.com.br)>.

#### Como citar este artigo/How to cite this article

VALENTE, K.M. Memória: a comunicação em espaço biográfico do evento *Day1 Endeavor* narrativa de vida e trabalho. *Pós-Limiar*, v.2, n.2, p.215-228, 2019. <http://dx.doi.org/10.24220/2595-9557v2n2a4493>

Recebido em 18/2/2019, reapresentado em 17/6/2019 e aprovado 27/6/2019.