

Narrativas de vida de empreendedores em podcasts: comunicação, cultura da inspiração e o capitalismo como religião

Vander Casaqui

Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo, com Pós-Doutoramento pela Universidade Nova de Lisboa. Professor Titular do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista – UNIP-SP. Bolsista de Produtividade em Pesquisa do CNPq.
E-mail: vcasiqui@yahoo.com.br

Resumo: Este artigo trata dos processos comunicacionais que constituem e publicizam a cultura empreendedora. Estudamos as narrativas de vida de empreendedores de alto impacto presentes na série de podcasts do Endeavor Day1, um evento associado à chamada cultura da inspiração. Nosso objetivo principal é analisar como as palestras inspiracionais dos empreendedores representam a dimensão comunicacional do capitalismo como religião, combinando aspectos teológicos, motivacionais e racionalizantes aplicados à vida como um todo. Entre os principais resultados, compreendemos que essa produção “inspiradora” se associa ao projeto de sociedade baseado na imagem do empreendedor como modelo, como tipo ideal. A metodologia do estudo é baseada na análise do discurso neoliberal proposta por Guilbert.

Palavras-chave: narrativa, cultura empreendedora, inspiração, capitalismo como religião, podcasting.

Narrativas de vida de emprendedores en podcasts: comunicación, cultura de inspiración y capitalismo como religión

Resumen: Este artículo aborda los procesos de comunicación que constituyen y difunden la cultura emprendedora. Estudiamos las narrativas de vida de emprendedores de alto impacto presentes en la serie de podcasts Endeavor Day1, evento asociado a la llamada cultura de la inspiración. Nuestro principal objetivo es analizar cómo las charlas inspiradoras de los emprendedores representan la dimensión comunicacional del capitalismo como religión, combinando aspectos teológicos, motivacionales y racionalizadores aplicados a la vida en su conjunto. Entre los principales resultados, entendemos que esta producción “inspiradora” está asociada al proyecto de sociedad basado en la imagen del emprendedor como modelo, como tipo ideal. La metodología de estudio se basa en el análisis del discurso neoliberal propuesto por Guilbert.

Palabras-clave: narrativa, cultura emprendedora, inspiración, capitalismo como religión, podcasting.

Life narratives of entrepreneurs on podcasts: communication, inspiration culture and capitalism as a religion

Abstract: This article deals with the communication processes that constitute and publicize entrepreneurial culture. We study the life narratives of high-impact entrepreneurs present in the Endeavor Day1 podcast series, an event associated with the so-called culture of inspiration. Our main objective is to analyze how the entrepreneurs' inspirational talks represent the communicational dimension of capitalism as a religion, combining theological, motivational and rationalizing aspects applied to life as a whole. Among the main results, we understand that this “inspiring” production is associated with the society project based on the image of the entrepreneur as a model, as an ideal type. The study methodology is based on the analysis of neoliberal discourse proposed by Guilbert.

Keywords: narrative, entrepreneurial culture, inspiration, capitalism as religion, podcasting.

As relações entre capitalismo e religião estão no cerne do desenvolvimento das teorias sociais. Um de seus autores inaugurais, Max Weber (2004) [1905], relaciona a ética protestante a uma concepção de vida ajustada ao mundo do trabalho capitalista, associada a uma moralidade, a uma mentalidade de inspiração religiosa. Identificamos os ecos dessa abordagem weberiana, por exemplo, na forma como se narrativiza a “jornada” e a “vocação” dos empreendedores de nosso tempo, que tem certa conexão com uma transcendência, com um dom divino, de maneira implícita ou dita expressamente. Outra referência fundamental nesse debate é, obviamente, o texto clássico de Walter Benjamin sobre o capitalismo como religião (2011) [1921]: como diz o autor, o capitalismo ocupa um papel social outrora destinado às religiões, de oferecer aos seus “seguidores” as respostas para os impasses da vida, por se apresentar como um sistema de ideias que atribui sentido à existência humana como um todo. Assmann e Hinkelammert (1989, p. 251) tratam da idolatria do mercado, que converge com a visão do capitalismo como religião de Benjamin, quando consideram que o paradigma do mercado se apresenta como caminho “exclusivo e universal”, que exige uma “adesão incondicional”, pois

trata-se de um paradigma que pretende explicar por onde a vida adquire sentido, como se viverá livre e feliz, qual é a base da segurança individual e social, que caminho seguir para o bem comum, em que consiste o progresso material e espiritual dos povos. . . . Em síntese, o reclamo de adesão condicional se reveste com todas as características da fé religiosa mais dogmática e inconcussa. (Assmann & Hinkelammert, 1989, p. 251)

Entre os lugares de culto ao capitalismo, onde se celebra essa fé incondicional no mercado, estão os palcos onde os empreendedores narrativizam sua experiência de vida e traduzem sua *jornada empreendedora* para um desenho da linguagem voltado a “falar, convencer e emocionar” (Gallo, 2014). Esse padrão de fala foi consagrado pelo formato dos *TED Talks*, o evento de palestras de alcance global que é derivado da cultura do Vale do Silício, o berço da chamada “Nova Economia” — baseada em *Tecnologia, Entretenimento e Design*, os termos-chave que representam a sigla do TED, associados tanto à indústria criativa quanto à sociedade em rede.

Um dos eventos mais importantes que abrigam o empreendedorismo de palco no país é o objeto deste estudo: o *Endeavor Day1*, organizado desde 2011 pela Endeavor Brasil, uma instituição voltada à difusão do empreendedorismo como projeto de sociedade, que assume explicitamente a missão corporativa de “capacitar”, assim como de “inspirar” os brasileiros para a atividade empreendedora. Essa missão é evidenciada na frase que define o *Endeavor Day1*: “o principal evento de inspiração para empreendedores do Brasil”. Devido à pandemia da covid-19, as edições de 2020 e 2021 do evento foram transformadas em temporadas de podcasts, produzidos a partir do áudio editado das gravações de palestras selecionadas entre as mais marcantes de sua história e disponibilizados nas redes sociais.

Nesse ponto, é importante destacar: a cultura empreendedora, que abarca as narrativas que compõem nossa pesquisa, pressupõe um transbordamento da noção de empreendedorismo, para além das práticas de negócios — a vida passa a ser o maior empreendimento a ser gerido, como um capital humano. Segundo Foucault (2008), todo empreendedor é, antes de tudo, *empreendedor de si mesmo*. Os exemplos de vida dos empreendedores de alto impacto, reconhecidamente bem-sucedidos por uma sociedade delineada pela onipresença do mercado, servem a qualquer pessoa que seja interpelada como alguém que deve *transformar sua condição, visando atingir metas de felicidade e sucesso* (Marín-Díaz, 2012). Nesse contexto, empreendimento, felicidade e sucesso correspondem aos ideais da alta performance, como aponta Ehrenberg (2010): são mensuráveis, quantificáveis, legitimados pelos parâmetros capitalistas.

As palestras de empreendedores de si mesmos que compõem o espaço biográfico (Arfuch, 2010), ou seja, as biografias e autobiografias, são a transposição da experiência de vida para a forma narrativa. O interesse do mercado e da audiência em relação a esse gênero de produto cultural já é conhecido. Situados entre o relato de vida e a autoajuda, os livros de empreendedores de sucesso, de coaches (os “consultores da alma”), de lideranças identificadas com a alta performance e repletas

de seguidores (esportistas, celebridades, influenciadores digitais etc.) ocupam constantemente os primeiros postos nas listas de mais vendidos. Esses agentes também estão entre os mais requisitados no mercado de palestras, de eventos que abrigam narrativas de experiências de vida em conjunção com prescrições, receitas de sucesso, casos exemplares que possam inspirar os sujeitos desejosos por modelos, por segredos e dicas de “uso imediato” para aplicação em suas vidas. É esse cenário que identificamos com a cultura da inspiração (Casaqui, 2017).

Nossa abordagem metodológica deste fenômeno da cultura da inspiração é baseada na noção de discurso social de Marc Angenot (2010), que oferece suporte para o entendimento da dimensão comunicacional do empreendedorismo, a partir da narrativização da experiência dos agentes dessa cena. Para Angenot, o discurso social é uma expressão do “espírito do tempo”, uma vez que representa um código hegemônico e seu espraiamento pela vida como um todo — como são os discursos que representam a cultura empreendedora. Essa cultura, por sua vez, é baseada no imaginário do empreendedor como ser paradigmático e heroico do mundo em que vivemos, sob a égide do capitalismo neoliberal. Nesse sentido, as narrativas de empreendedores de sucesso, baseadas na própria experiência, caracterizam-se como *histórias de vida exemplares* (Buonanno, 2011), que compõem o espectro de uma *teologia do empreendedorismo*, como discutiremos a seguir.

O procedimento de análise das narrativas do podcast Day1 também está fundado na análise do discurso neoliberal de Guilbert (2020). Segundo o autor, o discurso neoliberal, ou discurso econômico, define-se como um conjunto de enunciados que promove “uma visão empreendedora e puramente econômica da vida e de todas as atividades humanas” (Guilbert, 2020, p. 22). Nesse aspecto, as narrativas de vida dos empreendedores de alto impacto se estabelecem, simultaneamente, como trajetórias pessoais e de negócios, demonstrando uma relação orgânica da experiência humana com as práticas empreendedoras — constituindo-se como modelos de subjetividade a serem replicados pela audiência do evento que contextualizam as palestras.

Observar as palestras do podcast Day1, no espectro teórico-metodológico proposto por Guilbert, é identificar os atravessamentos e entrelaçamentos do sistema econômico na vida narrada, em abordagem crítica, ou seja, problematizando sua ideologia e seu papel como comunicação estratégica de uma organização que objetiva incentivar e inspirar novos empreendedores brasileiros. Os empreendedores de sucesso, no cenário da Endeavor, são figuras referenciais, modelares, ou, como diz Buonanno (2011), são os *heróis de todos os dias*, situados em um campo de atividade humana fundado no mercado, como espaço social que molda comportamentos, mentalidades e visões de mundo.

“Espírito” do Capitalismo, Cultura da Inspiração e Teologia do Empreendedorismo

O objeto de nossa pesquisa se estabelece na confluência das relações entre religião, economia e psicologia positiva, na intrincada correlação de elementos que compõem um fenômeno atual e relevante para compreender a dimensão comunicacional do sistema capitalista e do espírito de nosso tempo: o *empreendedorismo de palco*. Essa terminologia, extraída do senso comum, identifica agentes que assumem a voz em eventos cujos protagonistas são palestrantes, ao apresentarem suas trajetórias de sucesso, na vida e principalmente nos negócios.

O mercado de ideias identificado com a cultura da inspiração se estabelece na complexa intersecção entre os discursos de autoajuda, entendida como *antropotécnica* (Marín-Díaz, 2012); a racionalidade da sociedade neoliberal (Dardot & Laval, 2016) e o “novo espírito do capitalismo” (Boltanski & Chiapello, 2009); a idolatria do mercado (Assmann & Hinkelammert, 1989) e o capitalismo como religião (Benjamin, 2011 [1921]). Buscamos compreender como se relacionam as narrativas de vida, os aspectos teológicos da economia neoliberal e as prescrições destinadas à transformação pessoal das audiências dessas apresentações, tanto presenciais quanto virtuais — na circulação das palestras gravadas e editadas pelas redes digitais.

Localizamos o *Endeavor Day1* e suas narrativas no contexto da cultura da inspiração (Casaqui, 2017), quando identificamos a existência de uma cena contemporânea voltada à produção, à circulação e ao consumo de narrativas que assumem o objetivo de inspirar, ou seja, de servir de modelo para sua audiência. Essa cultura pressupõe práticas sociais, valores e interesses comuns de agrupamentos sociais, bem como a presença legitimadora de institucionalidades (que organizam, abrigam e patrocinam eventos). Além disso, a cultura da inspiração constitui um *mercado*, que envolve tanto a mercantilização das narrativas quanto seu consumo pelas audiências — desde o consumo de representações sociais até a aquisição de bens e serviços, como a compra de livros, ingressos para eventos, consultorias e demais expressões de aconselhamento (Illouz, 2011).

De acordo com Rossi-Landi (1985, p. 68), os produtos da linguagem humana “formam-se *na* dialética da satisfação das necessidades, ou seja, dentro do processo de instituição das relações de trabalho e de produção, também a linguagem é trabalho humano, e as línguas são a sua objetivação necessária”. O autor considera que a linguagem é fruto de um *trabalho* coletivo e constitui um valor, uma utilidade compartilhada por uma comunidade, por um agrupamento social. Rossi-Landi também aborda a linguagem como um *mercado*:

Uma comunidade linguística se apresenta como uma espécie de *imenso mercado no qual palavras, expressões e mensagens circulam como mercadorias*. Podemos perguntar-nos quais são as regularidades que regem a circulação das palavras, expressões e mensagens, começando pelos *valores* segundo os quais elas são *consumidas e trocadas* (Rossi-Landi, 1985, p. 85, destaques do autor).

A teoria da linguagem de Rossi-Landi aponta para uma interessante abordagem dos fenômenos comunicacionais e culturas baseadas em produções narrativas, como é a cultura da inspiração. Estamos no universo dos coachings, das palestras motivacionais, dos eventos que apresentam casos de sucesso para servirem de modelo para um público que compartilha os mesmos valores, os mesmos códigos específicos, uma mesma visão de mundo baseada nos preceitos da *sociedade neoliberal* (Dardot & Laval, 2016). Em última instância, Rossi-Landi (1985) entende que toda linguagem, por ser trabalho e mercado, pressupõe um *projeto social*. Em suas palavras, “qualquer discurso é necessariamente mais ou menos ideológico. Isso significa que ele desenvolve de modo mais ou menos explícito alguma espécie de projeto social ou que remete a ele e pode, em última instância, ser a ele reconduzido” (Rossi-Landi, 1985, p. 144).

As narrativas desenvolvidas para eventos como o *Endeavor Day1* estão associadas à mentalidade empreendedora, como expressão do engajamento dos sujeitos no sistema capitalista, ou, de acordo com Boltanski e Chiapello (2009), esses processos comunicacionais se relacionam com o “espírito” do capitalismo contemporâneo. A cultura da inspiração associada ao empreendedorismo pressupõe uma teologia, como discutimos em trabalho anterior (Casaqui, 2019, p. 132):

Como toda teologia, o empreendedorismo é fundado na fé, na crença mágica, que guarda relação com a psicologia positiva, com a motivação, com a inteligência emocional, entre outros termos derivados da literatura especializada, que materializa essa liturgia e difunde seus preceitos para qualquer leitor/consumidor. O sucesso é a suprema divindade do empreendedorismo, e o espírito empreendedor é sua encarnação em qualquer sujeito que entra em sintonia com esse sistema de crenças. . . Narrar a vida dos santos, a fim de difundir os seus exemplos, é parte da missão religiosa, e a sua teleologia, ou seja, os seus objetivos, propósitos, finalidades estão baseados na perspectiva da imitação da vida dos santos pelos seus seguidores, o que no empreendedorismo não é diferente.

Em síntese: a teologia do empreendedorismo corresponde à hegemonia do capitalismo neoliberal de nosso tempo, na perspectiva do sistema econômico entendido como uma religião pragmática. Nesse espectro, os heróis desse cenário são figuras celebrizadas, narrativizadas, transformadas em modelos de cultura. As narrativas de vida de “empreendedores de palco” articulam modelos de self (mentalidades e condutas individuais a serem seguidas) e modelos de mundo

(projetos de sociedade, ideologias e valores) (Brockmeier & Harré, 2003) ajustados ao ideário do capitalismo de nosso tempo. Um sistema sustentado por lógicas neoliberais, em que todos os seus agentes devem corresponder ao paradigma do empreendedor, o seu tipo ideal, que serve de exemplo para as diversas facetas da vida cotidiana, do mundo do trabalho e para além dele. Os exemplos, por sua vez, tanto expressam uma racionalidade capitalista quanto mobilizam uma teologia, um “espírito” empreendedor, que se articulam aos afetos, à fé, à devoção ao sistema e a seus paradigmas morais e comportamentais.

Sentidos do Empreendedorismo nos Podcasts do Evento Endeavor Day1

O *podcasting* é um formato recente de produção midiática, plenamente ajustado ao cenário atual de “escuta nômade”, de descentralização da indústria cultural e da flexibilidade de suas ofertas, para atender à dispersão das audiências, principalmente a partir da consolidação das redes digitais em nosso cotidiano. Dessa forma, o *podcasting* representa uma cultura auditiva contemporânea, um novo processo de criação, produção e escuta da mídia, uma “hibridização midiática de pensamento, som e texto” (Llinares et al, 2018, p. 2) fundada na prática oral, na argumentação e na tensão entre o conhecimento subjetivo e objetivo. O podcast está associado à noção de flexibilidade não somente pela questão da escuta, mas também pela grande abrangência de temas, interesses e formas. Dessa forma, materializa a máxima de que “o específico é universal”, pois apresenta uma abertura para a especialização extrema de conteúdos que proporciona um “senso de inclusão para produtores e ouvintes” (Llinares et al, 2018, p. 2).

Os podcasts do Endeavor Day1, em suas edições extraordinárias de 2020 e 2021 (devido às restrições sanitárias decorrentes da pandemia da covid-19, que impediu a realização presencial do evento) acabam por se inserir nesse contexto midiático. Como parte de uma *cultura do aconselhamento* (Illouz, 2011), as falas dos empreendedores de alto impacto da Endeavor — instituição que assume como missão a propagação do empreendedorismo no país — soam como uma espécie de caminho para a saída da crise, que é sanitária mas também econômica. As lições de trajetórias bem-sucedidas remetem, necessariamente, a uma *jornada interior* em busca de uma força empreendedora para encontrar saídas — que se descolam da dimensão social dos problemas e do papel estatal de oferecer condições mínimas e dignidade para seus cidadãos, entre auxílios e incentivos a pequenos comerciantes, por exemplo. No contexto brasileiro da pandemia esses problemas se tornaram gritantes, ampliando ainda mais o caráter dissimulador das soluções mágicas pela via do “espírito” empreendedor.

Para este estudo, selecionamos as três apresentações mais significativas que representam a totalidade das palestras do Endeavor Day1 da edição de 2020: as falas de Jorge Paulo Lemann (economista e empresário suíço brasileiro, com fortuna estimada em US\$ 22 bilhões em 2019); Luiza Helena Trajano (empresária fundadora do Magazine Luiza, que tem sua fortuna estimada em US\$ 4,9 bilhões em 2020); e Luiz Seabra (fundador da marca Natura de cosméticos, e que teve sua fortuna estimada em US\$ 1,3 bilhão em 2017). Os três são os agentes mais conhecidos do espectro de palestrantes dos podcasts da Endeavor, pois possuem certa popularidade no setor econômico e também por terem presença recorrente na cena midiática — principalmente Luiza Trajano e Jorge Lemann, constantemente chamados a opinar sobre economia e também envolvidos em questões da cena política brasileira. Mais recentemente, Lemann ganhou exposição negativa no noticiário ao estar envolvido no escândalo de fraude contábil que levou à crise financeira uma das maiores redes varejistas do país, as tradicionais Lojas Americanas, da qual é sócio.

Passamos então à síntese dos elementos e significados que compõem as falas desses empreendedores de alto impacto, que foram publicadas em plataformas agregadoras de podcasts e estiveram disponíveis na íntegra no site da Endeavor Brasil¹.

¹ Os podcasts Day1 analisados neste trabalho pertenceram à primeira temporada da série, que atualmente está indisponível no site da organização. A apresentação do Podcast Day1 da Endeavor e a segunda temporada da série estão disponíveis em Endeavor (2020). Acesso em: 12 out. 2023

Figura 1

Imagem do banner do podcast de Jorge Paulo Lemann



Nota: Endeavor.

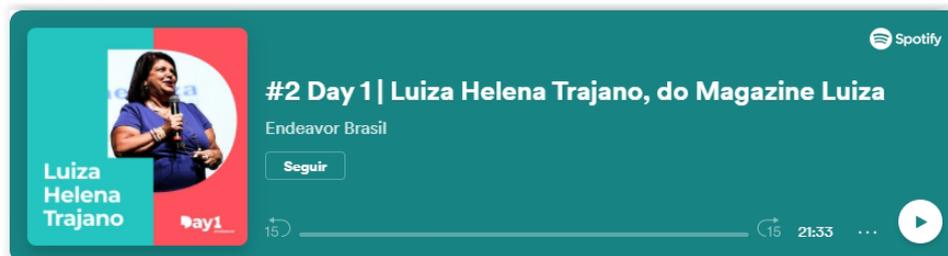
A palestra de *Jorge Paulo Lemann* (Figura 1) tem seu enfoque baseado principalmente na *racionalidade* aplicada à própria vida e aos negócios, num claro relato do empreendedorismo de si. Conta sua trajetória de “tenista e surfista”, sem maiores preocupações, passando pelos bancos da Universidade de Harvard, até se tornar um megaempresário. Para ele, o sucesso se baseia principalmente na sua “técnica de focar”, extraída das lições oferecidas pelo esporte. Foi assim que deixou de ser um aluno relapso da conceituada universidade norte-americana (destacada como uma das melhores escolas de negócios do mundo), para ser um bom gestor de seu capital humano e colher resultados.

Na passagem a este novo ciclo de vida, seu relato se caracteriza como uma coleção de sucessos, a prova de sua alta *performance* (Ehrenberg, 2010): da aprovação na universidade aos negócios, até alcançar o topo do ranking dos milionários brasileiros. A trajetória de vida se reorganiza nos parâmetros do mercado empresarial. De forma resumida, Lemann explica que todas as suas relações, de negócios com empresas a metas para funcionários, resumem-se ao estabelecimento de “cinco pontos básicos”, que são determinados a cada situação. As “lições do fracasso” são parte da trajetória de sucesso, e reafirmam alguns comportamentos (“*skills*”) tidos como universais no imaginário do empreendedor, como a resiliência, a flexibilidade e a disposição para enfrentar riscos. Os números que representam suas técnicas e sua visão de mundo são evidências da gestão empresarial de si: sua “equação do sucesso” se resume a “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”.

Na narrativa de Lemann, a mítica se estabelece na transformação comportamental consagrada por resultados mensuráveis e legitimados pelos parâmetros do mercado — do aluno relapso de Harvard ao agente inspirador que prescreve receitas para o sucesso.

Figura 2

Imagem do banner do podcast de Luiza Trajano



Nota: Endeavor.

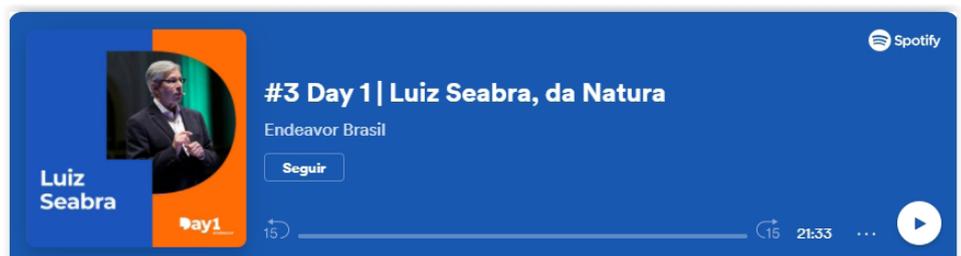
No caso da narrativa de vida de Luiza Trajano (Figura 2), identifica-se claramente um *ethos* que é preservado de suas origens, como pequena comerciante da cidade de Franca, no interior paulista, evidenciado em seu modo de falar, que mantém erros em relação à norma culta e uma imagem de simplicidade, de “gente do povo”, como as consumidoras de seu Magazine. O enfoque de seu testemunho está baseado no equilíbrio entre a *positividade* (os aspectos motivacionais, a “força interior” em sua jornada empreendedora) e a *religiosidade*, em suas expressões de fé aplicada ao seu trabalho e na crença nos valores originários de sua família. Em suas palavras: “importante é ter paixão pelo que faz e ter cérebro de solução”. Ela não deixa de destacar elementos de racionalidade, como, por exemplo, quando se declara “focada” em atendimento e inovação, que seriam a chave do sucesso de seu negócio no ramo de varejo. No entanto, sua maior ênfase está na “força” da influência da família, nos valores éticos e nos princípios herdados de sua mãe e de sua tia. Dessa forma, expressa sua *vocação*, no sentido weberiano, quando afirma ser “vendedora de nascença”, por “herança familiar”, o que caracteriza sua missão de vida.

Ao mesmo tempo, Luiza Trajano reforça alguns elementos que vêm do campo econômico: declara que “não é do pensar, e sim do fazer”, num evidente sentido prático da existência, que é uma das facetas do empreendedor (como o ideário representado pelo lema “do it yourself — DIY”, ou “faça você mesmo”). Também adota a “meritocracia” como regra de gestão, inclusive no âmbito da própria família, quando estabelece parâmetros de desempenho para valorizar o trabalho *dos próprios filhos*, que hoje conduzem seus negócios: nesse sentido, sua definição de modelo gestor é a “empresa familiar profissional”. Outra forte evidência de sua fé aplicada aos negócios é o ápice emotivo de sua fala, quando traz um trecho da carta lida para o filho quando ingressou na companhia da qual ela é fundadora, que traz como síntese a frase: “Acredite sempre em você, na sua fé”.

Na narrativa de Trajano, em resumo, encontramos ecos do ideário capitalista da “self-made woman”, do sucesso construído com trabalho árduo, da crença nas próprias capacidades e nas diretrizes familiares obtidas nas origens de sua trajetória. A meritocracia, que aparece brevemente em sua fala, é o imaginário que perpassa a narrativa como um todo — combinado a seu *ethos* de “gente como a gente”, reforça, em sua palestra, a fé nas possibilidades de sucesso como algo acessível a qualquer pessoa que tenha motivação, resiliência e dedicação integral e íntegra ao seu sonho.

Figura 3

Imagem do banner do podcast de Luiz Seabra



Nota: Endeavor.

A apresentação de Luiz Seabra traz destaques também baseados na *positividade* e na *religiosidade*, como no testemunho de Luiza Trajano, mas com algumas configurações bem distintas. Esses elementos em alguns momentos estão imbricados, quando sua fé é expressa numa construção narrativa da transcendência da jornada empreendedora, ou seja, numa imagem mítica de si. Relata sua crença sustentada na força das paixões, da determinação, das convicções, “das relações e do respeito”, do “silêncio interno” — como forma de espiritualidade pessoal inspirada principalmente pelo seu encontro com um guru (ou “coach espiritual”), o quiromante armênio Sana Khan, de história controversa e folclórica que não cabe relatar nesta análise e, sim, entender seu papel na narrativa de Seabra. Para o megaempresário, o

místico, também conhecido como “guru de celebridades”, inspirou-lhe na busca do “sonho impossível”, na crença nas “palavras que curam e têm luz”, e não nas “palavras que intoxicam”.

Esse conjunto de termos e expressões místicos, que soam vagos, causam certa estranheza ressaltada pelo contexto: estamos falando de um empresário de alta performance, que dissimula sua trajetória de negócios e suas conquistas financeiras e materiais para se apoiar em uma visão etérea e transcendente de si. A inspiração para a audiência ressalta o papel da “força interior” para se alcançar o sucesso, afastando ainda mais o entendimento do empreendedorismo como um fenômeno social, cultural e histórico.

O ápice dessa “jornada empreendedora” é alegorizado pela imagem do “anjo perdido”, na sua declamação emocionada e com voz embargada, no desfecho da palestra, do poema “O voo”, do poeta modernista Menotti Del Picchia, que reproduzimos abaixo:

O voo
 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. (Del Picchia, 2023)

Por meio da alegoria do “voo” do poema de Picchia, que faz alusão à clássica obra “Paraíso Perdido” de John Milton — o grande poema que representa o imaginário do homem burguês moderno —, a jornada empreendedora de Seabra é configurada como uma (auto)narrativa em tons bíblicos, como uma trajetória espiritualizada e metafísica que ressalta o seu caráter heroico, protagonizada por um semideus da cultura do mercado capitalista.

Seabra faz o balanço de sua vida por meio de uma narrativa que mitifica a própria experiência: o capitalismo, representado na personificação desse agente, caracteriza-se como um lugar de inspiração, de revelações, de descobertas, desafios e encontros transcendentais. Um lugar de culto, uma religião que produz resultados mercadológicos derivados de uma jornada de aprimoramento espiritual.

Em síntese, as análises das três narrativas do Endeavor Day1 resultam no entendimento dos sentidos do empreendedorismo em três principais eixos:

1. A leitura da trajetória da própria vida baseada na força interior, no legado familiar, na força dos valores próprios, nas relações construídas, nas paixões e convicções (transformadas em prescrições que remetem ao universo da autoajuda);
2. A articulação das experiências vividas e as prescrições às audiências a partir da racionalidade neoliberal, da gestão eficaz do capital humano, da resiliência (para lidar com os fracassos), da reinvenção contínua, da incorporação do *habitus* do campo econômico (Bourdieu, 2005);

3. A associação das narrativas às crenças religiosas, a uma visão mística da própria vida, à predestinação, e até a um suposto caráter divino de sua missão, e, por extensão, das mercadorias produzidas pelas corporações que conduzem.

A sociedade neoliberal (Dardot & Laval, 2016), que interpela individualmente os sujeitos como responsáveis pelo seu próprio sucesso — e também atribui a cada um a responsabilidade pelo fracasso pessoal —, confere às narrativas autobiográficas o papel cultural de celebrar publicamente e legitimar os modelos que personificam a utopia pragmática do sistema capitalista. Esses modelos, por sua vez, são evidências de que o sucesso é possível, ao demonstrar que os empreendedores de alto impacto são semelhantes a qualquer cidadão comum — com suas dificuldades, dúvidas, fracassos, crenças, sonhos e determinações.

Considerações Finais

Nosso estudo destaca a dimensão teológica do empreendedorismo, que confere às narrativas dos empreendedores de palco o poder mítico de transformação da realidade, numa complexa junção entre gestão do próprio capital humano, psicologia positiva e mobilização de forças transcendentais — que, em termos discursivos, associam culto à performance, fé e autoajuda. O caráter prescritivo das “lições” dos palestrantes é uma convocação para que os sujeitos empreendam a si mesmos, incorporando o *ethos* do mercado para a vida como um todo — o que pressupõe uma crença incondicional na falácia meritocrática e no poder mágico do capitalismo.

As narrativas inspiracionais que difundem o ideário empreendedor se insinuam como antídoto, como suposta tábua de salvação diante dos processos de precarização, de destituição de direitos e ausência de postos do mundo do trabalho atual. Essa linguagem expressa um *projeto social* (Rossi-Landi, 1985): o projeto de sociedade neoliberal baseado na responsabilização dos sujeitos pelo seu sucesso e pelo seu fracasso, pelas condições de seu trabalho e de sua subsistência. Num contexto social em que os sujeitos estão à deriva (Sennett, 2007), o apelo a uma certa espiritualidade pautada pelas lógicas do mercado é traduzido na crença no poder do empreendedorismo como chave de transformação da vida.

Mais do que uma “inspiração” para a trajetória de vida da audiência, as narrativas dos empreendedores no palco do Endeavor Day1 são o culto à personalidade dos empresários de sucesso. O gênero biográfico “oferece a observadores e analistas culturais um acesso privilegiado às alterações das concepções de heroísmo e fama que encontram expressão, em dado momento, nos textos e discursos da mídia” (Buonanno, 2011, p. 76). Na condição de discurso social, o empreendedorismo cumpre essa função de propagar seus heróis, e por meio deles seus valores, seus traços de comportamento, suas formas de existência, a fim de estimular a sua replicabilidade.

A “teologia do empreendedorismo” apresenta aqui os seus santos, suas narrativas modelares, seu projeto de sociedade. Esses agentes seriam a “prova” do milagre da autodeterminação, da força interior, do mundo de possibilidades oferecido por um mercado que nitidamente é visto, desde ao menos a época de Adam Smith (“*A riqueza das nações*”), como uma instituição religiosa, com sua “mão invisível” e seu imaginário de justiça, de equilíbrio, de reconhecimento da competência e da dedicação. Obviamente, esse ideário não atende a todos: os empreendedores de alto impacto, como os palestrantes da Endeavor, são um grupo restrito e bastante distante da realidade cotidiana da legião de empreendedores por necessidade e de trabalhadores informais brasileiros.

O que fica sublimado no palco do Endeavor Day1 é a desigualdade que caracteriza nossa sociedade, composta por uma diminuta casta rica e uma legião de milhões de cidadãos pobres e miseráveis. Em última instância, a glorificação da trajetória dos agentes bem-sucedidos acaba por reforçar o estigma em relação a quem não consegue ser reconhecido como vitorioso sob a ótica, e em alinhamento com a ética, do mercado. O capitalismo como religião celebra a fé em si mesmo, na chave positiva de leitura da própria vida.

A busca incessante pelo lucro, traço inerente ao capitalismo, é sublimada por uma visão mítica, meritocrática, heroica de si. O sucesso é resultado de esforço, de predestinação, de valores e crenças, sem considerar a exploração do trabalho, a competitividade predatória, a vampirização do Estado pelo capital privado, entre outros paradoxos do sistema em relação à sua dimensão narrativa. Em síntese, o podcast Day1 pode ser definido como um produto cultural de caráter motivacional, político, ideológico.

Referências

- Angenot, M. (2010). *El discurso social: los limites históricos de lo pensable y lo decible*. Siglo XXI.
- Arfuch, L. (2010). *O espaço biográfico: dilemas da subjetividade contemporânea*. EdUERJ.
- Assmann, H., & Hinkelammert, F. J. (1989). *A idolatria do mercado: ensaio sobre economia e teologia*. Vozes.
- Benjamin, W. (2011) [1921]. O capitalismo como religião (J. M. M. Araújo, Trans.). *Revista Garrafa*, 9(25). <https://bit.ly/3xppvoj>
- Boltanski, L., & Chiapello, È. (2009). *O novo espírito do capitalismo*. WMF Martins Fontes.
- Bourdieu, P. (2005). O campo econômico. *Revista Política & Sociedade*, 4(6), 15-57. <https://doi.org/10.5007/%25x>
- Brockmeier, J., & Harré, R. (2003). Narrativa: problemas e promessas de um paradigma alternativo. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 16(3), 525-535. <https://doi.org/10.1590/S0102-79722003000300011>
- Buonanno, M. (2011). Histórias de vida exemplares. Biografias. *MATRIZES*, 5(1), 63-84. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v5i1p63-84>
- Casaqui, V. (2019). Aspectos pedagógicos e teológicos do empreendedorismo: profanações do “Livro da Vida”. (2019). *RuMoRes*, 13(25), 127-146. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-677X.rum.2019.155502>
- Casaqui, V. (2017). Abordagem crítica da cultura da inspiração: produção de narrativas e o ideário da sociedade empreendedora. *E-Compós*, 20(2). <https://doi.org/10.30962/ec.1355>
- Dardot, P., & Laval, C. (2016). *A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal*. Boitempo.
- Del Picchia, M. (2023). O voo Menotti del Picchia. Poetisarte. <https://bit.ly/3VCvtu9>
- Ehrenberg, A. (2010). *O culto da performance: da aventura empreendedora à depressão nervosa*. Ideias e Letras.
- Endeavor. (2020, set 3). Ouça o podcast Day1. <https://bit.ly/4cvGler>
- Foucault, M. (2008). *Nascimento da biopolítica: curso dado no Collège France (1977-1978)*. Martins Fontes.
- Gallo, C. (2014). *TED: falar, convencer, emocionar: como se apresentar para grandes plateias*. Saraiva.
- Guilbert, T. (2020). *As evidências do discurso neoliberal na mídia*. Editora Unicamp.
- Illouz, E. (2011). *O amor nos tempos do capitalismo*. Zahar.

Llinares, D., Fox, N., & Berry, R. (Eds.). (2018). *Podcasting: new aural cultures and digital media*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-90056-8>

Marín-Díaz, D. L. (2012). **Autoajuda e educação: uma genealogia das antropotécnicas contemporâneas** [Tese de doutorado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul]. Repositório institucional da UFRGS. <http://hdl.handle.net/10183/63171>

Rossi-Landi, F. (1985). *A linguagem como trabalho e como mercado: uma teoria da produção e da alienação linguísticas*. DIFEL.

Sennett, R. (2007). *A corrosão do caráter: consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo*. Record.

Weber, M. (2004) [1905]. *A ética protestante e o “espírito” do capitalismo*. Cia. das Letras.