

## **Histórias de vida e memórias em espaços biográficos: comunicação, trabalho e consumo<sup>1</sup>**

Katia Martins Valente <sup>2</sup>

Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, SP

### **Resumo**

O objetivo deste artigo é realizar breve revisão teórica sobre a memória, o sujeito discursivo e a narrativa individual e coletiva. A partir do olhar para o campo da memória, pretendemos refletir sobre a importância dos relatos de vida, espaços biográficos (ARFUCH, 2010) e discursos sociais que são espetacularizados em diversos tipos de espaços midiáticos, como suporte teórico dos seguintes autores: Halbwachs, Bosi, Bourdieu, Ferreira, Huyssen, Nora, Nunes e Pollak. Após esse percurso, será discutida a relevância da memória no processo de constituição e representação social e a interface com a comunicação, consumo e linguagem dialógica existente na contemporaneidade. Esse estudo sugere ainda uma interrelação com a pesquisa sobre as histórias de vida apresentadas nos vídeos dos eventos Day1 Endeavor.

**Palavras-chave:** comunicação e consumo, memória, narrativa, espaço biográfico, trabalho

### **Introdução:**

Em toda história da humanidade, os relatos de vida e as atividades exercidas pelas pessoas despertaram curiosidade e interesse. Em função dos acontecimentos contidos na memória, o homem encontrou um jeito de reconhecer, lembrar e valorizar os fatos e as lembranças inseridas no percurso social de cada indivíduo. Para Lotman (1996), a memória é uma propriedade da semiosfera que representa o universo de signos e de representação social em que os processos culturais acontecem.

Diversos autores, tais como Halbwachs (1990), Pollak (1989), Nora (1993), Worcman (2013) e Bosi (1995), estudaram aspectos e vertentes da memória, as relações sociais e os acontecimentos na tentativa de compreender o processo narrativo e dialógico (BAKHTIN, 2009) que envolve elementos pautados pelo tempo, comunicação, consumo e espaços biográficos (ARFUCH, 2010).

Nesse contexto discursivo de retratar a memória e suas facetas, encontramos as representações sociais, materiais e simbólicas da linguagem, dos fatos presentes nas

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação e Culturas Urbanas do Grupo de Pesquisa DT 6 - Interfaces Comunicacionais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM/SP. Mestre em comunicação pela Universidade Presbiteriana Mackenzie, professora da graduação e pós-graduação da ESPM, FGV e consultora de comunicação integrada. E-mail: k2valente@uol.com.br.

culturas, que são formas de constituição, entendimento e interpretação das diversas identidades e subjetividades dos indivíduos.

Ao interpretarmos essas relações simbólicas de afetos, lembranças e acontecimentos que circulam na memória e no consciente das pessoas, podemos entender a real importância que cada indivíduo confere a sua constituição, legitimação e representação do imaginário de vida e fazer das atividades do passado que cruzam com o presente.

Assim, torna-se necessário, nesse momento, contextualizarmos que o objeto de estudo de nosso doutorado, em andamento, se concentra nas narrativas autobiográficas de transformação de vida e trabalho de empreendedoras apresentados nos vídeos do site da organização Endeavor,<sup>3</sup> nas palestras do evento Day1 Endeavor, em que temos a existência de um contexto discursivo centrado nas narrativas de vida. Essas palestras reproduzem a história de vida de empreendedoras em seus espaços biográficos. Essas palestras são desenvolvidas pela organização Endeavor e retratam por meio de narrativas autobiográficas de transformação, como mulheres se tornaram empresárias por meio de práticas laborais de empreender a si mesmas, inseridas na cultura empreendedora contemporânea. Cada palestra desse evento retrata a vida de um tipo de mulher e apresenta como cada uma delas se tornou empresária.

### **O evento Day1 Endeavor**

O foco desse artigo é apresentara relação existente entre a memória e a construção material e simbólica de representação de mundo contidas no evento Day1 Endeavor, bem como a interface social entre a comunicação e consumo presentes na reconstituição do passado desses espaços biográficos (ARFUCH, 2010), por meio de discursos que representam identidades, subjetividades e narrativa do eu (TAYLOR, 2011), presentes na estrutura, falas e imagens desses vídeos. Pretendemos analisar os mecanismos teóricos e simbólicos deste contexto mediatizado, que reflete eixos contidos na memória, na comunicação e no consumo dos discursos articulados pelos vídeos que reproduzem o evento.

---

<sup>3</sup>Site da organização Endeavor Disponível em: <https://endeavor.org.br/institucional/> Acesso em: 08 09 2015. A Endeavor é uma das principais organizações de fomento ao empreendedorismo do mundo. Com base nas histórias de mais de 100 empreendedores apoiados e no conhecimento de uma rede de mais de 300 mentores e especialistas, produz conteúdos que ajudam empreendedores a transformarem sonhos em negócios de alto impacto.

As diferentes fases dos espaços biográficos e autobiográficos representam narrativas de identificação social em que fragmentos, acontecimentos e lembranças, fases e história de vida são representadas por mulheres que, ao se tornarem empreendedoras de si, materializam simbolicamente as realizações do passado, como forma de preservação e legitimação de identidade e subjetividade das protagonistas presentes nesses vídeos.

Essas lembranças do passado se articulam e atravessam o presente, ao mesmo tempo em que o sujeito tenta imaginar e prever o futuro nesse processo de reconstituição de vida que só é possível por meio das lembranças e imagens contidas na memória.

### **Espaço biográfico e histórias de vida**

Os diversos tipos de abordagens biográficas existentes no contexto social são concretizados por meio dos efeitos e da relação com a memória, com os discursos, narrativas de vida e fatos marcantes das histórias de vida, que se tornam um processo complexo e fecundo de relacionamento, interpretação simbólica e de aproximação entre sujeito e sociedade. Ou seja, se torna um caminho teórico-metodológico relevante para se recuperar a dinâmica que constitui as relações sociais de representação e legitimação dos sujeitos perante o contexto social.

No processo de análise e pensamento da sociedade complexa, heterogênea e contemporânea, o estudo e reflexão de histórias de vida e a noção de espaço biográfico, que tem como referência os postulados de Arfuch (2010) e que nos possibilita a reflexão dos processos sócio-históricos e dinâmicos interpretados pelos sujeitos, suas identidades e subjetividades.

Ao narrar a vida, o sujeito tece discursos, reflexões, interpretações e lógicas simbólicas e materiais que ordenam seus pensamentos e experiências de mundo através do olhar e ponto de vista da memória, que carrega consigo elementos do fazer e agir.

A narrativa autobiográfica das empreendedoras representadas pelos vídeos reflete a materialidade de subjetividades em que se observa o compartilhamento e a necessidade de exaltar preferências, gostos e juízo moral em relação às coisas, objetos e discursos mencionados e editados, que trazem elementos da sociedade de espetáculo (DEBORD, 1997) e que são representados pelas cenas, na forma de comunicar o fazer as atividades. Temos, além da espetacularização das narrativas, a edição dos discursos apresentados. É

feita a seleção daquilo que deve ser dito e que envolve elementos da memória e afetos, reconstituídos em uma linguagem midiaticizada no evento Day1 Endeavor.

Há uma suspensão da vida real em que encontramos uma construção material que representa a narrativa do eu, constituída para aquele contexto espaço-temporal. Temos um cenário que representa vários discursos, imagens e maneira de falar, em que gestos, roupas, tipos de cenários e comportamentos são divulgados e midiaticizados pelos vídeos. Nesse processo, representa-se diversas nuances da vida das empreendedoras. E essa edição de mundo e da fala reproduz acontecimentos contidos na memória e fatos históricos.

Entretanto, “a passagem da memória para a história obrigou cada grupo a redefinir sua identidade pela revitalização de sua própria história. O dever de memória faz de cada um o historiador de si mesmo” (NORA, 1993, p.17). Dessa forma, acabamos representando as passagens de nossas vidas que se tornam histórias editadas por nós em função dos elementos e imagens contidas na memória individual e coletiva retidas no cotidiano.

Contudo, nos “ditos” e “não ditos” das falas que constam nos vídeos temos a comunicação e a materialização de significados e representações de visão de mundo. A narrativa autobiográfica de transformação de cada protagonista apresenta um contexto midiaticizado, espetacularizado e imbricado por momentos bons e ruins vivenciados. Em cada vídeo, encontramos a retratação de uma história de vida diferente, de cada empreendedora, em que temos as diversas passagens e fases que marcam a subjetividade, identidade e alteridade.

Esse campo discursivo é simbólico e representa o perfil moral de cada empreendedora, suas escolhas de vida, diferentes olhares e perspectivas distintas. Entretanto, “dotados 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” (POLLAK, 1989, p.4). Estando em circulação, em jogo, o real sentido da identidade individual e coletiva que são adaptadas e modificadas ao longo da história temos a presença do grupo (s) imbricados na memória que retratam as lembranças e a interface com a comunicação e o consumo das representações simbólicas vivenciadas e compartilhadas.

A existência de estudos interdisciplinares da psicologia, antropologia, história, sociologia, entre outras áreas da pesquisa científica, criaram mapas que ajudam a compreender os processos sócio-históricos de mudanças e permanências registrados nas vivências familiares e de trabalho, nas formas de transmissão social e de estabelecimento das relações entre gerações com critérios que organizam a vida social e seus vínculos.

Entretanto, podemos nos confrontar com a exposição, poder e presença de contextos discursivos mediados e espetacularizados pelos dispositivos digitais e móveis em que as vozes de empreendedoras (os) se tornam signos, “modelos” de inspiração, com representações de identidade que refletem comportamentos e relações sociais contidas nessas histórias de vida. Assim, vozes contidas pelo passado ajudam a constituir a “fala” do presente e reproduzir trajetórias de vida, afetos e imaginário de vida.

### **Memória e referências teóricas**

Os fundadores dos estudos da memória foram Halbwachs e Bergson, que consideravam o campo da memória local de produção, circulação e disputa de sentidos, interesses e poder - articulados e mobilizados pelas interações e representações sociais. Para Moraes (2005, p. 92) “a memória se constitui como estratégia e negociação de sentidos” nos acontecimentos retratados estamos negociando valores, crenças e discursos a serem empregados na relação social. Nesse sentido, todo processo discursivo é por si só um contexto de conflitos e consensos das relações a serem negociadas entre sujeitos.

Para Halbwachs (1995) é um desafio “não permitir o esquecimento”, sendo considerada estratégia da sociedade e do Estado. Assim, as narrativas de vida circulam pela relação de tempo, espaço e discursos que constituem a memória social em que se articulam afetos e representações vivenciadas por todos.

As experiências humanas são retratadas pela memória e pauta a vida em sociedade, o ser humano, nas diferentes etapas da vida, propositadamente, esquece as passagens e coisas tristes e ruins como forma de sobrevivência e proteção contra as experiências que trazem sofrimentos e dor, esquecidas para superar traumas e momentos tristes. Para Nietzsche (2005), conforme explica Barrenechea, o esquecimento é uma maneira de digerir as experiências:

Como o homem já não pode viver sem memória, ele lembra quase que continuamente, mas há momentos em que esquecer se torna imprescindível. O esquecimento é uma faculdade salutar, um zelador e guardião da ordem psíquica. (BARRENECHEA, 2005, p. 69).

O trauma e as diferentes fases boas e ruins que os sujeitos passam são comercializados e se tornam mercadorias em formas de vídeos, fotos, filmes, monumentos etc. Para Halbwachs, (1990) “o passado é reconstrução e a memória é viva e só vai existir

nos grupos e nas pessoas”. A memória se atualiza é projetiva e o futuro sendo reconstruído pela história. A ideia de meio de memória – a sociedade cria lugares materiais com sentido simbólico e funcional, como no caso os vídeos, que são aparatos midiáticos, para conservar o que foi “dito” ou “não dito”. Esse processo de sons, vídeos e falas mobilizam emoções, afetos e significados e o dizer de cada um que mobiliza disputas de memória e de poder. Segundo as teorias de Bourdieu (2009) retratadas por Moraes (2005), a memória é considerada um campo de conhecimento,

A nosso ver, a memória social se constitui em um campo em que algumas ideias de Bourdieu ganham importância teórica e metodológica. Esse autor é fundamental para a compreensão de processos e estratégias sociais em que a imposição de um projeto se faz por uma resistência organizada, uma luta, exigindo uma negociação de sentidos em que a memória social constitui fator de mobilização e de produção de significados e sentidos. (MORAES, 2005, p.91-92)

Sendo a memória considerada um campo social encontramos agenciadores que disputam poder, interesses individuais e coletivos em que circulam representações simbólicas, pensamentos, discursos e concretização de significados e interpretações que estão em constante mutação e transformação, porque, ao contarmos uma história, estamos materializando de forma simbólica fatos e acontecimentos guardados na memória.

Assim, as narrativas autobiográficas de transformação do evento Day1 Endeavor representam, também, a memória e a interface entre produção, distribuição, circulação e consumo de narrativas de vida sendo a Endeavor a organização agenciadora dos discursos praticados. Entretanto, nessas palestras do evento Day1 Endeavor a organização se utiliza da “vozes” de diferentes empreendedoras, que relatam como tiveram suas vidas transformadas, por meio de atividades laborais pautadas por empreender a si, estando em linha com valores da cultura empreendedora do presente.

Nos vídeos que reproduzem esses eventos, encontramos estratégia discursiva focada nas lembranças, momentos de afetos vividos pelo passado e toda carga simbólica, social e de sentidos que concretiza o esforço do fazer e gerir a vida. O foco é a atividade laboral que ocorre num determinado dia, o Day1, reconhecido como mudança, *turning point*, grande transformação e virada de vida.

### **Autoridade do discurso e relação com memória**

Para Moraes (2005, p.103), a autoridade do discurso está relacionada à autoridade, no campo de poder, do autor”, em nosso caso, se relaciona ao lugar e poder de “fala” das empreendedoras, que podem ser consideradas autoridades em suas áreas e especialidades de atuação. Assim, todo contexto simbólico de representação e reprodução de experiências do passado, de revelação de significado e importância de mundo se torna real e possível por meio da memória e de seus relatos.

Para Moraes (2005, p. 99-100) “o discurso se constitui, ou se converte, em operador de identificação na produção de sentido”. Ele, por si, confere a relação de interpretação e entendimento entre sujeitos discursivos e as vozes presentes no contexto sociocultural vigente, que articula a relação com o tempo e o espaço desse embate discursivo.

Para o mesmo autor:

O campo 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 - 100).

As lembranças reconstituídas e recontadas articulam fatos, coisas, objetos, tempos, espaços, efeitos, etapas e realizações imbricadas no campo da memória, nas lembranças, recordações e acontecimentos com origem no passado, mas que, ao mesmo tempo, marcam a narrativa do eu (TAYLOR, 2011). O discurso revela o espaço íntimo, privado, de constituição da identidade e subjetividade individual versus os embates, críticas, conflitos e consensos das representações que atravessam valores e normas do coletivo.

O contexto discursivo representa jogos de interesses, poder e valores da sociedade hegemônica, que tenta impor seu *modus operandi* e interage e gera tensão e resistência necessárias para coibir os extremos e a forma rígida, voraz e calculista. Com regras de mercado, lucro e métricas de avaliação de resultados e desempenho, que representam os pontos de vista e “falas” das empreendedoras em relação ao seu modo de viver, fazer e gerir suas vidas e negócios.

Para o historiador alemão Andreas Huyssen (2000), um dos fenômenos políticos culturais mais importantes e surpreendentes dos nossos dias é a emergência da memória como uma das preocupações centrais das sociedades ocidentais e que envolve relações políticas e culturais. “Esse fenômeno caracteriza uma volta ao passado que contrasta totalmente com o privilégio dado ao futuro, que tanto caracterizou as primeiras décadas da modernidade do século 20” (Idem, 2000, p.9).

Assim, a memória serve para ordenar e lembrar imagens do ato de pensar e do próprio discurso. A partir da retórica, é que associamos uma imagem à memória.

A memória é, por excelência, seletiva. Guardamos aquilo que, por um motivo ou por outro, teve algum significado em nossas vidas (...) Aquilo que o indivíduo guarda tem a ver com sua história afetiva. (WORCMAN, 2013. p.148).

As imagens e lembranças retidas na memória tem o poder de apresentar significados, afetos e relevância de cada vida, como forma de marcação identitária do ser e as passagens relevantes de vida que são reconstruídas.

### **Passado, memória e identidade coletiva**

Esta volta ao passado, entretanto, não é simples lembrança, mas está inserida na função de nutrição individual das identidades, na perspectiva de Joël Candau (1998), ao mesmo tempo em que cria as identidades coletivas (POLLAK, 1989, 1992). Assim, essa memória coletiva se pauta num sistema simbólico, pelo qual acontece o compartilhamento de significados e identificação, como acentua Maurice Halbwachs (1990). Temos indivíduos que aceitam os valores e maneira de ser de alguns, enquanto outros sujeitos e agentes sociais são contrários e críticos aos valores, normas e crenças de representações e interesses do coletivo.

Podemos dizer que a memória reflete os acontecimentos, os fragmentos das lembranças vividas, os lugares de memória que retratam a autenticidade e o discurso narrativo do eu. Cada sujeito relata e pauta sua vida de acordo com valores e normas individuais, mescladas aos interesses e valores da coletividade para traçar sua história e construção de vida. A memória é dinâmica e retrata a experiência de vida editada e reconstruída. A cada fato lembrado, temos presença e testemunho do indivíduo e do grupo de indivíduos que carregam em seus discursos versões e representações de mundo. A partir do olhar do outro, seus valores e relações de pertencimento são revividos pela memória, que se perpetua na história e em seus agentes sociais.

Pierre Nora (1984) sinaliza a necessidade de criação de “santuários de memória” ou “lugares de memória”, face ao fenômeno da aceleração da história, que faz com que o presente se torne cada vez mais rápido e volátil. Assim, os lugares de memória seriam signos de reconhecimento, representação e pertencimento do (s) grupo (s) da sociedade que interpretam, interagem e consideram os museus, os monumentos, filmes, retratos e vídeos



elementos e espaços de representação e entendimento simbólico, portanto, de reflexão e representação da memória traçada ao longo dos anos. Assim, um vídeo da vida de um indivíduo acaba sendo o arcabouço de recordações do fazer, do agir e ser de cada indivíduo, com significados e representações que circulam nessa plataforma de comunicação e de circulação de vozes da sociedade.

### **Comunicação, trabalho e consumo no âmbito da memória**

Para Moraes (2005) temos a memória oficial que mantém as estruturas da sociedade, mas existem, também, as memórias subalternas, que são ocultadas e que expõe os interesses dos excluídos, por meio de críticas e contestações das diferentes camadas sociais, que são consideradas invisíveis e ignoradas, mas que exercem representação na memória social. “A memória se inscreve em um processo de circulação e consumo em que diferentes formas de medição se manifestam ou são utilizadas” (MORAES, 2005, p.98). As pessoas necessitam legitimar e exercer o poder de representação de valores e normas individuais e coletivas.

Assim, podemos dizer, que as condições de vida retratadas pelas empreendedoras do evento Day1 Endeavor estão imbricadas e representadas por narrativas que pautam eixos socioeconômicas entre as classes sociais. Moraes (2005, p. 99), lembra, que “o século 20 fez com que a comunicação e a informação se tornassem “lugares privilegiados” na produção e veiculação de sentidos”, porque somente pelas relações discursivas e processos comunicacionais contidos na retratação da memória social é que temos acesso às representações e visões de mundo que são articuladas pela linguagem e palavras existentes. “Tal memória produz um discurso organizador e estruturador do mundo, das relações sociais e simbólicas” (idem, 2005, p. 99). Esse processo se articula porque temos as imagens e lembranças arquivadas pela memória acionada por nós.

Torna-se relevante a contextualização da vida por meio do relato da identidade, atividade de trabalho exercido e sua relação com as passagens das etapas de vida. “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). Assim, o trabalho pode ser considerado como qualquer atividade exercida pelas pessoas em que encontramos diferentes formas de legitimação do fazer e gerir as atividades pessoais e coletivas. Portanto, o trabalho é comunicação das atividades exercidas e atribuídas a cada sujeito do contexto social.

Assim, a atividade laboral pode ser exercida de diferentes maneiras, entre elas, no formato e representação de empresário como figura social, que se utiliza de práticas e atividades empreendedoras como forma e estrutura de vida. Ser empresário é uma forma de ser considerado empreendedor.

De acordo com Casaqui (2014), “o empreendedor, em tese, prioriza o lucro, o ganho individual e os interesses de sua organização”. É um sujeito disposto a enfrentar desafios como maneira de obter êxito e reconhecimento pelo desempenho de sua atividade laboral, sendo capaz de conviver com incertezas e riscos envolvidos pelas decisões exercidas e que se supera em vários momentos.

De acordo com o *Global Entrepreneurship Monitor - GEM* (2010, p.134), o empreendedorismo diz respeito a qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento, como, por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente por um indivíduo, grupos de indivíduos ou por empresas. O empreendedor acredita em um projeto de vida e o coloca em prática, por meio de sua rede de relacionamentos a estratégia de um negócio, do ponto de vista do trabalho, mercado e lucro. Assim, estamos falando de mulheres que se tornaram empreendedoras dentro do espírito da cultura empreendedora e do novo espírito do capitalismo (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009), em que a sociedade em rede representa os relacionamentos, contatos e grupos de pertencimento que tem valores e crenças semelhantes e auxiliam a forma de fazer por esse novo espírito do capitalismo.

Os dois autores entendem por espírito “a ideologia que justifica o engajamento do capitalismo” (idem 2009, p. 39) em que o sujeito se apresenta na “posição autorrealização”, tornando-se responsável pelas escolhas de vida pessoal e laboral.

Nesse contexto, temos processos e articulações que sedimentam formas de narrar o que foi vivido e que cruza com os enredos, tramas e diferentes práticas de comunicação e consumo que legitimam as interações entre sujeitos e suas práticas sociais.

A ligação existente entre representação de consumo da narrativa autobiográfica e memória aciona a construção do tempo e os espaços vividos no passado. Assim, as narrativas representadas pelas empreendedoras acionam elementos contidos na memória e nas representações sociais dominantes, que impõe interesses, luta e poder envolvidos

Entretanto, “hoje em dia, cada vez mais as pessoas percebem a importância de terem suas próprias trajetórias de vida como tema e como essa construção de vínculos é importante para a própria autoestima” (Oliveira, 2009, p.2). Existe o processo de consumo

dessa representação de vida, que se transforma em função das mudanças ocorridas ao longo da história.

Assim, consumir é ato e direito de todo cidadão, segundo Baccega (2009). O consumo é considerado tanto pela materialidade física como simbólica dos objetos, portanto das ideias, da estética e do bem cultural. Não existe sociedade se não existir o consumo, o homem para sobreviver sempre se utilizou das práticas de consumo. A exclusão do cidadão da esfera do consumo retira a sua identidade porque não existe sociedade sem consumo no seu sentido amplo de bens materiais e culturais. Importante ressaltar, a existência do consumo das representações e experiências de vida contidas na memória e nas imagens retidas pelas empreendedoras

As narrativas autobiográficas de transformação da empreendedoras se transformam em locais de conhecimento, compreensão e ligação entre pessoas e diversas culturas. “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” (WORCMAN, 2013p. 147). Ao retratar a vida, temos representações de afeto, comunicação e consumo de experiências e interações vivenciadas, que fazem sentido e relevância para o ato de viver em sociedade.

A consciência histórica e a busca por reparação por meio da ressignificação de lugares de memória, reivindicada por movimentos sociais contemporâneos, pode ser favorecida pelas potencialidades de disseminação e comunicação dos textos e linguagens contidas nas diversas plataformas midiáticas. Assim, para Bosi (2003, p. 124), “cada indivíduo pensa que é um caso à parte quando opina”. Ou seja, cada sujeito pensa estar criando um discurso próprio, mas na realidade está reelaborando os discursos apreendidos nas palavras, que são ideológicos e contidos na memória individual e coletiva.

### **Exemplo e análise: uma fala de narrativa autobiográfica do evento Day1 Endeavor**

Nosso *corpus* de análise ancora-se em um trecho selecionado da empreendedora Heloisa Helena de Assis, a Zica, CEO do Instituto de Beleza Natural, maior rede no Brasil especializada em cabelos crespos e ondulados, com vários salões, aproximadamente 1.700 funcionários, um centro de desenvolvimento técnico e uma fábrica. O objeto analisado foi extraído do vídeo que reproduz o evento Day1 Endeavor.

Temos como ponto de partida a análise da construção e materialização de significados e sentidos que são articulados no discurso dessa empreendedora. Heloisa

Helena de Assis<sup>4</sup>, a Zica, fundadora da rede de cabelereiro Beleza Natural foi faxineira, empregada doméstica e babá. Começou a trabalhar aos nove anos. Estava cansada de ter o cabelo ondulado e crespo tipo *BlackPower*, é uma pessoa com cor de pele negra. Abaixo, texto que foi relatado por Zica:

Vimos aqui para contar um pouquinho da nossa história de vida. Eu comecei a trabalhar aos nove anos de idade como babá, empregada doméstica e faxineira. Mas tenho muito orgulho de falar isso aqui prá vocês. Porque eu levo isso para a minha empresa até hoje.

A fala da protagonista Zica reflete a interface existente entre comunicação e consumo das narrativas simbólicas que são representadas. O que salta aos olhos, em primeiro plano, é a presença do discurso de superação de vida e do trabalho contidos na memória na protagonista. Foram fatos que marcaram muito sua vida, ao declarar ter exercido atividades laborais consideradas menos valorizadas na sociedade. Aqui o trabalho está demarcado como fator de sobrevivência na primeira fase de sua vida. Em sua fala, Zica demonstra a existência de preconceito e voz da sociedade, portanto, do coletivo em relação às funções exercidas ao dizer “mas tenho muito orgulho de falar isso aqui prá vocês”, como se as atividades exercidas anteriormente não fossem motivo de orgulho, porque retratam o fazer e o gerir das atividades anteriores. A conjunção adversativa “mas” tem o efeito de sentido de mudar a enunciação que vinha caminhando pela narrativa da trajetória comum a muitas mulheres sem preparo profissional, oriundas das classes de baixa renda, para o discurso de tom autoral, memorialista, que incita a estratégia da superação dos obstáculos e liga essa atitude diretamente à noção de desempenho pela realização do trabalho e, depois, a um ponto de virada, quando ocorre a transformação de vida, quando ela se torna empresária, portanto, empreendedora.

Isso fica claro com a utilização de dois tempos verbais: o passado e o presente, representando, respectivamente, a vida anterior inseridos na memória versus a atual, realidade. Temos o cruzamento das vozes da protagonista e da sociedade, com presença dos ditos e não ditos do coletivo. Nessa articulação das narrativas, encontramos a legitimação da identidade e subjetividade da narrativa individual da empresária, que se coloca na

---

<sup>4</sup>A fórmula da autoestima: Zica e Leila Velez e o Beleza Natural [Day1]. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ZT0nbUYlrrc>>. Acesso em: 29/06/2014.

posição de proprietária ao mencionar “porque eu levo isso para a minha empresa até hoje”. Note-se que existem nessas palavras a articulação da posição social exercida atualmente que é socialmente valorizada, em que o sujeito proprietário do negócio pode ser considerado empreendedor individual e que enfrentou riscos para chegar à posição exercida atualmente. Continuando a narrativa da protagonista “Zica”: “mas tenho muito orgulho de falar isso (minha vida de babá, empregada doméstica e faxineira) aqui prá vocês. Porque eu levo isso (minha vida de babá, empregada doméstica e faxineira) para a minha empresa até hoje”.

Há de se salientar ainda os subentendidos encontrados em “minha vida de babá, empregada doméstica e faxineira”, que trazem ao discurso privado e social que são compartilhados publicamente: o trabalho modesto e simples, a falta de reconhecimento, a pequena compensação salarial, entre outros, reforçando a emergência de transformação o grande dia, o ponto de virada de se tornar empresária. Assim, se observa que esses discursos dão margem a diversas representações simbólicas das vozes presentes e/ou apagadas, muitas vezes pela seleção de discursos a serem representados junto ao contexto social. Contudo, 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). Existe uma pré-seleção que todos fazemos ao expormos nossas representações de mundo e subjetividades.

### **Considerações finais**

O olhar e a leitura dos espaços biográficos (ARFUCH, 2010) apresentados nos vídeos, que retratam a memória social vivida pelas mulheres, que se tornaram empreendedoras ao longo da vida, demonstra que temos a presença do agenciador desse tipo de discurso, no caso aqui a própria organização Endeavor, que se utiliza de representantes e discursos de autoridade e poder em suas áreas de atuação laboral e de vida.

Nesse processo discursivo, os sujeitos se constituem e desenvolvem relações simbólicas que circulam nas duas direções, tanto na representação da voz da agenciadora Endeavor como pelas vozes das mulheres representadas. Elas têm a oportunidade de constituir subjetividade e lembrar seus feitos, crenças e valores, a partir do contato com a própria organização, que representa, também, os interesses e práticas do fazer e gerir a vida

dessas empreendedoras, ao mesmo tempo, que considera o olhar e visão do outro e da sociedade.

Temos uma estratégia de midiaticização e evidência de elementos contidos na memória social, em que os vídeos se tornam arquivos e plataformas de reconstituição da memória e do vivido, que demonstram a apropriação de vozes do passado, presente e futuro. Assim, encontramos indicações da existência da interface entre a comunicação e o consumo dessas vozes e representações do cotidiano e da vida, que podem servir de exemplos de inspiração (CASAQUI, 2015), das narrativas espetacularizadas, que estão em jogo e que pautam um contexto social vivenciado por todos.

## Referências

- ARFUCH, L. **O espaço biográfico: dilemas da subjetividade contemporânea**. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2010.
- ASSIS, Heloisa Helena. **A fórmula da autoestima: Zica e Leila Velez e o Beleza Natural [Day1]**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ZT0nbUYlrrc>>. Acesso em: 29/06/2014.
- BACCEGA, M. A. **Comunicação/educação e a construção de nova variável histórica**. Comunicação & Educação, Ano XIV, Número 3, p.24 set/dez. 2009.
- BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. São Paulo: Hucitec. 2009.
- BARRENECHEA, M. **Nietzsche e a genealogia da memória social**. IN: GONDAR, J. e DODEBEI, V. O que é memória social? Rio de Janeiro: Contracapa/Programa de Pós-Graduação em Memória Social da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, 2005.
- BOLTANSKI, Luc e CHIAPELLO, Ève. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: Martins Fontes. 2009.
- BOSI, Ecléa. Memória-sonho e memória trabalho. In: **Memória e sociedade: lembrança de velhos**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- \_\_\_\_\_. Entre a opinião e o estereótipo. In: **O tempo vivo da memória. Ensaios de psicologia social**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand. 2009.
- CANDAU, Joel. **Memoire et identité**. Paris: PUF, 1998.
- CASAQUI, Vander. **Mundos possíveis e projetos de futuro na construção do papel do empreendedor social**. Pesquisa financiada com bolsa CAPES, Brasil, no ano de 2013. Processo nº BEX 10542-12-4. Disponível em: <[lusocom2014.com/wp-content/uploads/2014/02/ComAcep.pdf](http://lusocom2014.com/wp-content/uploads/2014/02/ComAcep.pdf)>. Acesso em: 11/06/2014.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto. 1997.
- ENDEAVOR. **Site da organização**. Disponível em: <https://endeavor.org.br/institucional/> Acesso em: 08 09 2015.
- \_\_\_\_\_. pesquisa da Endeavor Disponível em <http://www.endeavor.org.br/artigos/estrategia-crescimento/cenarios-e-tendencias/talentos-femininos-transformam-o-emprededorismo>. Acesso 25/03/2014.
- HALBWACHS, Maurice. **Memória coletiva e individual**. In: **A memória coletiva**. São Paulo: Vértice Editora, 1990.
- HOBBSAWM, Eric. **A era dos extremos**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- HUYSSSEN, A. **Mídia e Discursos da Memória**. Revista Brasileira de Ciência da Comunicação. São Paulo, v. 27, n.1, 2004.

- \_\_\_\_\_. **Seduzidos pela Memória: arquitetura, monumentos, mídia.** Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.
- MORAES, Nilson Alves. **Memória Social: solidariedade orgânica e disputas de sentidos.** In: GONDAR, J e DODEBEI, V. **O que é memória social?** Rio de Janeiro: Contracapa/ Programa de Pós-Graduação em Memória Social da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, 2005.
- NORA, Pierre. **Entre memória e história: a problemática dos lugares.** Trad. Yara Khoury. Projeto História, São Paulo: Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em História e do Departamento de História da PUC/SP, n.10, p.7-28, dez. 1993. Disponível em <http://revistas.pucsp.br/index.php/revph/article/viewFile/12101/876310>. Acesso em: 04/12/2015
- OLIVEIRA, José Carlos. **Cibermemória: lugares, objetos, museus e história na era da mobilidade.** In: SIMPÓSIO NACIONAL ABCIBER, 3., 2009, São Paulo. Anais eletrônicos... São Paulo: ESPM/SP, 2009.
- POLLAK, Michael. **Memória, esquecimento, silêncio.** *Estudos Históricos*. Rio de Janeiro, Vol. 2. n. 3, 1989, p 3-15. Disponível em <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/viewFile/2278/1417>
- \_\_\_\_\_. **Memória e identidade social.** *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro: FGV vol. 5, n. 10, p. 200-212. 1992.
- WORCMAN, Karem. **História oral, histórias de vida e transformação.** In: SANTHIAGO, Ricardo e MAGALHÃES, Valéria. (Orgs). *Depois da utopia: a história oral em seu tempo.* São Paulo: Letra e Voz/FAPESP, 2013.
- TAYLOR, Charles. **A ética da autenticidade.** Trad. Talyta Carvalho. São Paulo: Realizações, 2011.
- SCHWARTZ, Yves. **Concordância dos tempos? O trabalho, o mercado, a política.** *Revista Eptic*, Vol. 17, nº 1, janeiro-abril 2015. Disponível em: <http://www.seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/3383/pdf> Acesso em: 05/ 12/ 2015.
- SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Pesquisa GEM - Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil 2010** Disponível em: [http://www.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/temas-estrategicos/empreendedorismo/relatorio\\_executivo.pdf](http://www.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/temas-estrategicos/empreendedorismo/relatorio_executivo.pdf). Acesso em: 08/06/2014.
- SIBILIA, Paula. **O show do eu: a intimidade como espetáculo.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.