



Uma menina exemplar? O percurso de vida de Bel Pesce como modelo de cultura e como narrativa inspiracional¹

Camila Brandão Simurro Figueiredo²

ESPM

Resumo

Os discursos referentes às narrativas de vida dos empreendedores podem ser analisados como narrativas inspiracionais que servem como produções de sentidos e projetam transformações do “eu”. O objetivo principal deste artigo é analisar o discurso do primeiro livro de Bel Pesce, intitulado “A menina do vale”, com base em sua narrativa articulada ao empreendedorismo, refletindo sobre as relações entre o espaço biográfico e a cultura empreendedora, presentes nesse suporte midiático. A premissa de que estamos construindo em nossa sociedade uma monocultura empreendedora em que todos precisam ser empreendedores (nova hegemonia) e que com isso “você pode mudar sua vida”, será a base que permeará todo artigo.

Palavras-chave: comunicação e consumo; cultura empreendedora; análise de discurso; narrativas inspiracionais; novo espírito do capitalismo.

Introdução

Esse artigo é uma reflexão preliminar, referente à dissertação de mestrado que tem como título: *Celebridades empreendedoras e narrativas inspiracionais: pacotes biopolíticos de Bel Pesce e Flávio Augusto da Silva (Blog Geração de Valor) no âmbito da comunicação e do consumo*. O objetivo é mostrar os primeiros passos da construção do objeto e das premissas, partindo da análise do discurso (ORLANDI, 2009) de um *corpus* único a fim de identificar algumas questões relacionadas ao tema e ao objeto.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação e Consumo: Cultura Empreendedora e Espaço Biográfico, do 6º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado nos dias 14 e 15 de outubro de 2016.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM-SP. Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela mesma instituição. E-mail: figueiredo.camila@gmail.com



As narrativas do “eu”, constituintes de projetos autobiográficos e biográficos, estão cada vez mais presentes em nossas vidas. Irradiaram-se na sociedade como um marco de nosso tempo, organizando a vida por meio de narrativas de autorrealização. Suas formas de contar e transmitir experiências foram naturalizadas enquanto valorizações de ações pessoais como meio de se alcançar o sucesso. Ser bem sucedido parece, assim, ser o que organiza nossas escolhas a partir da projeção de um futuro idealizado, “um mundo possível”, no qual o presente se coloca como um espaço de transição e o passado como algo que deve ser superado, aprimorado, transformado ou inspirador.

Por falarmos das narrativas de vida de agentes empreendedores, vale apresentarmos, em um breve resumo, algumas definições de “empreendedor”. Uma das definições mais conhecidas acerca do tema, de acordo com Alessandra M. da Costa, Denise F. Barros e José L.F. Carvalho (2011), é do economista Joseph Schumpeter: “[o empreendedor é o] sujeito inovador que impulsiona o desenvolvimento econômico e social por intermédio da reforma ou da revolução nos padrões de produção” (p. 186). Contudo, a figura deste empreendedor se generalizou de tal maneira que está também no imaginário social. Para Jaron Rowan (2010),

a figura do empreendedor também é comum no imaginário social [...] normalmente o uso econômico convencional tende a envolver todas as qualidades próprias do uso original, que ele entendeu como "empreendedor" um adjetivo com significado geral. [...] do empreendedor se espera adjetivos como "libertador", "corajoso", "independente", que se assuma riscos e que, no final, seja capaz de realizar com sucesso as conquistas -econômicas- que se propôs a fazer. O sujeito econômico não só incorpora essas qualidades, mas também deve adicionar outras mais novas, atribuído a partir de diferentes fontes (tradução nossa, p. 23).

Em relação às narrativas de vida, estas serão compreendidas segundo a perspectiva proposta por Arfuch (2010), ou seja:

[...]a vida como narração, como trajetória que dá sentido aos fragmentos da experiência, à mobilização da memória e à projeção e ancoragem subjetiva em torno do consumo cultural (Amaya, 2004). O conceito de espaço biográfico de Arfuch, que engloba tanto as biografias quanto as autobiografias, manifestações comunicacionais ajustadas ao espírito do tempo de exposição da intimidade (ou extimidade, conforme Sibilia, 2008), é



organizador da investigação em torno das trajetórias de vida de empreendedores (CASAQUI, 2013, p. 867).

Em sintonia com essa perspectiva, buscamos analisar como o empreendedor, no caso Bel Pesce, configura e articula fragmentos da existência em vida narrada, na edição de um mundo próprio que será constituído a partir de um papel, de uma atividade econômica: o empreendedorismo. Pretendemos entender de que lugar este sujeito fala, como mobiliza suas narrativas biográficas e autobiográficas direcionadas a um interlocutor e como este constrói o “eu” ao consumir estas narrativas.

“Modelos de conduta” e “histórias de vidas exemplares”: o discurso empreendedor e a construção do “eu” na contemporaneidade

Como o campo do empreendedorismo deriva do campo econômico, não poderíamos deixar de analisar este contexto a partir de conceitos que buscam definir o capitalismo de nosso tempo. Os autores Luc Boltanski e Ève Chiapello, em sua obra “O novo espírito do capitalismo” (2009), em uma releitura da obra de Max Weber, constroem a trajetória do capitalismo e definem o momento atual como “terceiro espírito do capitalismo”. Este “terceiro espírito do capitalismo” deverá ser entendido a partir da crise do “segundo espírito do capitalismo”, ou seja, como “isomorfo a um capitalismo globalizado” (BOLTANSKI e CHIAPELLO, 2009, p. 52).

Isso porque não mais faz sentido a busca do lucro pelo lucro, reformulando o sentido de acumulação monetária em vista da ascensão da ideia de justiça social. É neste momento que o conceito de “mundo conexionista” é elaborado pelos autores supracitados. Este conceito prevê uma crescente confluência entre vida privada e vida profissional, cujas qualidades e características pessoais e profissionais se interpelam: “torna-se então difícil fazer a distinção entre o tempo da vida privada e o tempo da vida profissional, entre jantares com amigos e jantares de negócios, entre elos afetivos e relações úteis” (BOLTANSKI e CHIAPELLO, 2009, p.193).

Atrelado à cultura corporativa, o empreendedorismo, no caso analisado, é transposto da esfera empresarial para a esfera privada das relações pessoais,



reforçando um modo de ser a partir da produtividade. Em uma era em que todos são incentivados a serem empreendedores de si mesmos, esse “espírito” – pautado no terceiro espírito do capitalismo - é o que possibilita a escolha de “mundos possíveis”, posto que propicia todas as condições básicas para que isso seja possível. Como destaca Lazzarato (2006, p. 101),

nossa ‘liberdade’ é exercida exclusivamente para escolher dentre possíveis (mundos) que outros instituíram e conceberam. Ficamos sem o direito de participar da construção dos mundos, de formular problemas e de inventar soluções, a não ser no interior de alternativas já estabelecidas.

Ehrenberg (2010) em sua obra “O culto da performance: da aventura empreendedora à depressão nervosa” reforça este contexto: “os repertórios do mercado se entrelaçam com a linguagem da psicologia e, combinados, os dois oferecem novas técnicas e sentidos para cunhar novas formas de sociabilidades” (p.12-13). O autor ainda reforça que não só as conquistas fazem parte desses discursos de autoajuda, mas “a verborrêia de *challenges*, desafios, performances de dinamismo e outras atitudes conquistadoras constitui um conjunto de disciplinas de salvação pessoal” (*ibid.*).

Essa intersecção é levantada por quase todos os empreendedores quando dão conselhos profissionais (e pessoais), como Richard Branson, dono do grupo *Virgin*, conglomerado de mais de 300 empresas que faturaram 24 bilhões de dólares em 2012, e que perante seu sucesso decidiu escrever dois livros: “*Like a Virgin*” (2012) e “*Ouse: Fazer o Bem - Se Divertir - Ganhar Dinheiro*” (2013). Ele afirma “estou sempre correndo riscos para conseguir o que quero, tanto na minha vida pessoal, como na profissional. Não acho que trabalho é trabalho e diversão é diversão. Para mim, tudo é vida”.³ Numa passagem do livro de Bel Pesce, isso também é visível quando afirma “o que importa é ser extremamente apaixonado por solucionar problemas e melhorar as vidas das pessoas, e estar disposto a trabalhar arduamente para fazer as coisas acontecerem”.

³ Artigo disponível em Endeavor @ <https://endeavor.org.br/richard-branson/>



É nesse cenário de interseção de vida privada e profissional, postulados pelo culto da alta performance, que afetos pessoais se misturam com os fundamentos econômicos e mercadológicos. Illouz (2011) conceitua, assim, o “capitalismo afetivo” com base em sua tese de que o “eu” é uma forma profundamente institucionalizada uma vez que “a vida e os sentimentos íntimos são transformados em objetos mensuráveis e calculáveis, a serem apreendidos em declarações quantitativas” (p.50).

A compreensão do eu como projeto reflexivo na modernidade tardia (GIDDENS, 2002) é entendido por esta autora a partir da racionalização das relações afetivas, paralelamente ao surgimento da psicologia positiva que, segundo ela, deu origem ao chamado “ontologia afetiva”, “ou à ideia de que os sentimentos podem ser desligados do sujeito para controle e esclarecimento” (*ibid.*, p.55). Dessa forma, ao falar de “capitalismo afetivo” que moldam uns aos outros, ela conclui que os afetos se tornam “um aspecto essencial do comportamento econômico, e no qual a vida afetiva – especialmente a de classe média – segue a lógica das relações econômicas e da troca” (*ibid.*, p.12).

Isso é visível ao observarmos a enunciação dos capítulos do livro “A menina do Vale”, que funciona como um “passo a passo” para alcançar a “felicidade” por meio do empreendedorismo; uma “bula” cheia de prescrições e precauções. Existe, portanto, uma construção ideológica, na forma global do discurso, que mobiliza questões que atravessam a busca da identidade e descoberta de si em uma sociedade que valoriza a alta performance, o bem-estar e desenvolvimento pessoal para alcançar o sonho, que é a felicidade. Esse discurso gira em torno, principalmente, do desejo de ser e ter. Ela fala a partir de um lugar de autoridade; fornece conselhos de forma imperativa e pessoal, como nos capítulos “Seja sempre humilde”, “Seja acelerado, mas tenha paciência”, “Encontre as suas paixões”, “Saia da sua zona de conforto”, entre outros. Nestes enunciados, os afetos paixão, humildade, inspiração são reforçados para a construção do “eu” empreendedor.

Além da delimitação dos parâmetros de mercado mesclados com afetos pessoais para a construção de suas narrativas, a figura do empreendedor está



diretamente ligada com o modelo de “herói contemporâneo” (EHRENBERG, 2010). Para o autor, “quando a salvação coletiva, que é a transformação política da sociedade, está em crise, dinamismo, performance [...] constituem um conjunto de “disciplinas de salvação pessoal” (*ibid.*, p. 13). Na inter-relação entre as práticas discursivas e sociais, é possível compreender a formação do empreendedor como “modelo de conduta” da contemporaneidade, uma vez que “o empreendedor satisfaz as condições para ser um herói popular porque ele encarna o homem voltado ao futuro, que enxerga o incerto, está engajado na ação arriscada, subverte as hierarquias instituídas” (*ibid.*, p.61). O mesmo autor ainda descreve esse processo como “heroinização”, no qual empreender “simboliza uma criação pessoal, uma aventura possível para todos” (*ibid.*, p.48, grifo do autor). As narrativas biográficas (ARFUCH, 2010), portanto, reforçam este modelo de conduta heroica que se faz o empreendedor, reforçando um ideário em prol do “bem comum” para a “salvação do mundo”.

“O herói mítico passa a ser uma possibilidade cotidiana” (EHRENBERG, 2010, p. 50). Com isso, podemos incluir outra autora na discussão: Milly Buonanno. Em seu artigo “Histórias de vidas exemplares. Biografias” (2011) ela discorre sobre a figura do herói de todos os dias, representados a partir de “pessoas comuns” e “história de vidas exemplares”. Para a autora, “as ‘narrativas domésticas’ tomaram posição, por assim dizer, em termos de heroísmo e fama” (p.80) e estão profundamente envolvidos na definição do gênero biográfico e de seu papel cultural. E ainda problematiza: “como praticamente todos são heróis, mesmo que heróis de todos os dias, obviamente ninguém é um herói” (*ibid.*, p. 70).

Este teor heroico e cotidiano é apresentado nas “histórias de vida exemplares” de alguns empreendedores, como, por exemplo, em um dos livros do já citado Richard Benson que, ao ajudar um passageiro que perdeu seu táxi e chegou atrasado para o embarque escreve “salvamos o dia daquele passageiro e tenho certeza de que ele falou bem de nossa empresa por muitos anos”. Nesse sentido, a atuação “heroica” dos heróis de todos os dias é questionável, pois se confunde, muitas vezes, com a realização de tarefas diárias exercidas apenas de forma honesta (BUONANNO,



2011). Não há, portanto, de fato heroísmo, como aponta a própria autora. Conclui-se, assim, que as narrativas biográficas pautadas em simples “histórias de vidas exemplares” é uma maneira de dar voz a um discurso vazio, incapaz de promover reais transformações.

A partir do conceito de Giddens (2002) sobre a construção do “eu” na contemporaneidade, o indivíduo é considerado um ser, incompleto, reflexivo e em constante formação. Nesse sentido, podemos dizer que as histórias de vida tidas como exemplares tomam parte na formação das identidades para a formação dos sujeitos e, por isso, também se posicionam como convocações, “chamadas” para a transformação. Este “chamado” significa atender a diferentes “propostas sociais” para alcançar o sucesso. Entretanto, cada sujeito é suscetível de autocriação, ou seja, não se trata de apenas de seguir exatamente os modelos apresentados, mas, sim combiná-los. Arfuch (2010) parte dessa ótica e reforça que, mais do que simples relatos, estas narrativas possuem uma necessidade de subjetivação e identificação.

Giddens (2002, p.24) propõe também, o surgimento dos “sistemas especializados”. Esse tipo de sistema negligencia a relação entre tempo e espaço, e pressupõe que o conhecimento técnico é o que valida, independentemente de seus praticantes ou usuários. Esses “sistemas penetram virtualmente em todos os aspectos da vida social nas condições da modernidade” (*ibid.*) e se baseiam na relação de confiança pré-estabelecida e estimulada pelo caráter especializado desse arranjo social, legitimando, assim, a autobiografia empreendedora na trama social.

Essa legitimação representada em forma de narrativa autobiográfica, que promete uma possível melhoria das condições de vida, ganha importância diante dos consumidores e se transforma em “pacotes biopolíticos” (PRADO, 2013), ou seja, “receituários modalizadores para cada qual ter sucesso, ser feliz, gozar ao máximo” (*ibid.*, p. 162). Isso também devido as trajetórias de vida que são traduzidas como acontecimentos institucionais. Mais ainda, é perceptível durante todo livro de Bel Pesce a premissa de que “a transformação empreendida por esse ator é antecedida por uma transformação na própria vida, ou seja, um ‘empreender a si mesmo’”



(CASAQUI, 2013, p. 880) para se valer de uma “propriedade” e “autenticidade” no discurso e, assim, dar valor a sua narrativa de vida frente a um “bem maior”, um bem social baseado em “conselhos de vida”.

Ao intitular a abertura do livro como “Uma jornada empreendedora” a autora nos remete não apenas a uma história de vida com base na informação, mas sim proporciona algo “a mais” pois dá um tom heroico ao falar em jornada. Nosso foco de análise, portanto, será o percurso de vida e a narrativa inspiracional da autobiografia da autora, que se desloca para uma posição de conselheira social, uma vez que apresenta propostas de construção de “novos mundos possíveis”, ao escolher como “ideologia” de vida o “empreendedorismo”.

Análise do Discurso e o percurso de vida de Bel Pesce

Antes de analisarmos o *corpus*, cabe fazermos uma breve apresentação da autora. Bel Pesce⁴ nasceu em São Paulo, em 1988. Se formou em Engenharia Elétrica, Ciências da Computação, Administração, Economia e Matemática pelo Massachusetts Institute of Technology (MIT). Foi a partir dessa experiência que Bel se tornou empreendedora. Durante a universidade, trabalhou na Microsoft, Google e Deutsche Bank e, após concluir os estudos, Bel se mudou para o Vale do Silício, na Califórnia, região conhecida por abrigar as sedes das maiores empresas de tecnologia do mundo e onde escreveu seu primeiro livro “A menina do vale”. Este foi disponibilizado gratuitamente na internet em 2012 e atingiu em menos de três meses a marca de 1 milhão de downloads. Pelo sucesso, ela volta assim ao Brasil. Funda a FAZINOVA, escreve mais dois livros: “Procuram-se Super Heróis” e “A Menina do Vale 2”. Todos se valem de histórias “inspiradoras” da autora, baseadas em seu percurso de vida. Bel Pesce foi considerada uma das “100 pessoas mais influentes dos Brasil”, pela Revista Época, eleita um dos “30 jovens mais promissores do Brasil”, pela Revista Forbes, e entrou na lista dos “10 líderes brasileiros mais admirados pelos jovens” pela Cia de

⁴Disponível em: www.belpesce.com.br. Acesso em 02 de Maio de 2016.



Talentos. Possui mais de 580 (quinhentos e oitenta) mil seguidores em sua página do Facebook “Bel Pesce”, com um engajamento altíssimo de mais de 20 (vinte) mil visualizações por post de vídeo.

Como já citado, analisaremos, neste primeiro momento, seu primeiro livro “A menina do vale”. O livro será analisado levando em consideração a Análise do Discurso conceituado por Eni Orlandi (2009). Isso porque, um dos pontos fortes que a AD proporciona, segundo a mesma autora, é de res-significar a noção de ideologia a partir da linguagem e da interpretação. A AD leva em consideração não só os mecanismos intradiscursivos, mas o contexto sócio-histórico no qual se produzem os discursos. Para as palavras terem sentido, elas já devem ter feito sentido em um discurso passado portanto, todo texto é interdiscursivo mesmo que, nesse processo, tenha-se a impressão de que elas são independentes e completas de sentido em si.

A fim de identificar, no decorrer dos capítulos, como Bel Pesce se coloca no tempo e no espaço, como ela auto reforça seu “eu” para a transformação do “nós”, quais são suas orientações pessoais e os momentos de vida que se tornaram um “marco” em sua história, separamos a análise nos quatro momentos propostos por Giele e Elder Jr. (1998): “1. Localização no tempo e no espaço (*location in time and place*); 2. Vidas interligadas (*linked lives*); 3. Orientação pessoal das ações (*human agency*); 4. Momentos da vida (*timing of lives*) [...] que são filtrados pelos sujeitos, e que correspondem à forma como se articulam as relações entre o plano individual e a estrutura social” (CASAQUI, 2013, p. 875 - 877).

1. Localização no tempo e no espaço (*location in time and place*)

“Essa dimensão remete à forma como a experiência individual é interdependente de um momento histórico, de uma sociedade e de uma cultura” (CASAQUI, 2013, p. 875). Como todo gênero discursivo está atrelado a um momento histórico, implicando em uma “valoração do mundo” (ARFUCH, 2010, p. 68) não podemos deixar de encontrar essa valoração no discurso de Bel Pesce. Esse conceito



demonstra que a escolha discursiva por si só revela importantes referenciais, especialmente os valores éticos relativos à sociedade e ao momento histórico vivido.

Quando a autora aponta “a grande maioria das lições que o Vale do Silício me ensinou pode ser usada em qualquer lugar do mundo”, podemos entender que, em relação a localização no tempo e no espaço, Bel Pesce se localiza como saindo da “meca” do empreendedorismo para “salvar” o Brasil e os brasileiros que não possuem, de maneira geral, esse conhecimento e/ou oportunidade de ter esse tipo de experiência. Essa localidade é vista desde a capa do livro, onde vemos uma ilustração da ponte *Golden Gate*, situada nos Estados Unidos, na Califórnia, em São Francisco, lugar conhecido mundialmente como referência do empreendedorismo no globo. O texto da capa com o título do livro também nos proporciona a mesma visão de localidade; “a menina do vale”, em caixa baixa, remete diretamente à uma marca: a *persona* Bel Pesce. A palavra “vale” aqui reporta-se ao aclamado “Vale do Silício”. Podemos perceber também, a presença da função conotativa por meio de um apelo ao leitor no subtítulo: “como o empreendedorismo pode mudar sua vida”. É identificável também a noção do “não dito” (ORLANDI, 2009) uma vez que o enunciado remete a “mudança de vida” como sinônimo de “ser mais feliz”, reforçando o quesito “salvar o mundo” a partir de sua localização no tempo e no espaço,

A narrativa do percurso de vida da autora nos proporciona, assim, uma relação direta a famosa frase *Veni, vidi, vici* (em português: "Vim, vi, venci") que supostamente foi proferida pelo general e cônsul romano Julio César numa mensagem ao senado romano descrevendo sua recente vitória sobre Fárnaces II do Ponto na Batalha de Zela. A frase serviu tanto para proclamar seu feito como também alertar aos senadores de seu poder. Isso é visível em todo livro, principalmente quando ela atribui suas conquistas a sua trajetória profissional nos Estados Unidos. Neste caso, poderíamos reformular a frase para "Fui, vi, venci e voltei para contar minha história inspiradora".

2. Vidas interligadas (*linked lives*)



“No plano discursivo, as teias de sentido se estabelecem na forma como o “eu” se multiplica em conexões com o outro” (CASAQUI, 2013, p. 876). Essa dimensão serve, principalmente, para identificarmos o “eu” e o “nós” nessas narrativas. Podemos afirmar que, no decorrer do livro da autora, é visível que os leitores são convocados para, pelo “eu” de Bel Pesce, construir o “nós”. Essa abordagem não é só atestada por outros empreendedores, como por ela mesma, como quando afirma:

Não acredite nessas generalizações [de idade]. Na sua vida, você encontrará pessoas que tentarão usar vários argumentos para te desencorajar. [...] Aos 24 anos, se eu tivesse dado ouvidos a essas pessoas, teria desistido de várias oportunidades maravilhosas.

Podemos entender por seu discurso que, a partir da problemática que ela entende ansiar alguns dos indivíduos brasileiros de que *você pode ter sofrido algum desencorajamento*, ela constrói o “nós”, mostrando ao interlocutor uma certa empatia, contando como “superou” essas questões por meio de um comportamento pessoal, um exemplo de vida. Ela desloca, portanto, o interlocutor para o lugar de “nós” colocando em pauta questões que a afligiram, ou poderiam ter afligido, como a idade. Contudo, se coloca em uma posição superior, de autoridade e, talvez, dedicando-se a uma “falta” do interlocutor ao dar o conselho que “se você realmente sonha em empreender, a sua idade não importa”, convocando o interlocutor a “não se importar mais com isso”, reforçando assim a ideia de Prado (2013, p.59):

“Estes indivíduos em ‘falta’ “são convocados pelo enunciador, sendo tipificados em segmentos específicos, e a eles é oferecido um conjunto de modalizações biopolíticas para que todos os tipos de segmento possam empreender seu caminho para a plenitude, para o gozo” (PRADO, 2013, p. 59).

Ao decorrer dos capítulos, essas citações próprias são destacadas, auto reforçando seu “eu” para a transformação do “nós”. Em um mundo em que a busca por autorrealização é o motor que move a sociedade, onde a vida profissional e pessoal são praticamente indissociáveis (EHRENBERG, 2010), podemos dizer que esta autobiografia não só emana o estilo de vida de Bel Pesce, mas se apresenta como um modelo ideal que aparenta atender aos anseios da busca pela felicidade, ao se



constituírem como recursos conselheiros e biopolíticos atrelados à busca pelo bem comum, e por alguma “falta” ou “falha” que o interlocutor possui. Fica implícito assim, em vista do seu discurso cheio de “exemplos de sua vida”, que o interlocutor não possui o “conhecimento” necessário para ser feliz pois não teve as diversas experiências para isso e, como ela e outros empreendedores possuem, cabe a estes aconselharem aos “desprovidos” de conhecimento e experiência.

3. Orientação pessoal das ações (*human agency*)

Em relação ao terceiro elemento de análise, podemos identificar algumas motivações de caráter pessoal da autora, que, ao elaborar seu discurso a respeito de sua atuação, deixou pistas sobre sua orientação, sobre aquilo em que acredita e “pelo que faz valer a sua luta, a sua persistência, as suas recompensas, as suas vitórias, mas também possibilita compreender a dimensão de seus fracassos, de seus sonhos frustrados, das metas não alcançadas” (CASAQUI, 2013, p.877). Com frases de efeito como: “o que importa é ser extremamente apaixonado por solucionar problemas e melhorar as vidas das pessoas, e estar disposto a trabalhar arduamente para fazer as coisas acontecerem” entendemos que Bel Pesce tem pré-requisitos, como “ser apaixonado por solucionar problemas e melhorar as vidas das pessoas” ou “trabalhar arduamente”, e que caracterizam a sua orientação pessoal. Aqui podemos identificar uma relação direta com a lógica de Illouz (2007) sobre o “capitalismo afetivo”, já discutido previamente neste artigo.

Mesmo que sempre colocando todo seu percurso como relevante, seu olhar não é sobre si mesmo, mas sobre outrem; sobre o indivíduo em “falta” (PRADO, 2013). Estruturar uma vida em termos de relato é contar a partir de um ponto de vista. Interpelam-se, então, o eu e o outro, um que é “eu” e outro que é leitor, ambos interligados na construção de uma imagem de si pela própria narrativa. Neste caso, noções como felicidade, em especial, são evocadas a todo tempo como horizonte para as atitudes de Bel. Isso porque, portadora de determinados conhecimentos como “iniciativa”, “dedicação” e “sonhadora”, em detrimento daqueles que, por outro lado,



não os têm, estabelece uma distância entre esses dois tipos de sujeitos, que é minimizada através do compartilhamento de experiências. Um bom exemplo, é quando conta seus relatos de infância: “desde pequena, tenho uma curiosidade extremamente aguçada e amo aprender coisas novas. Esse fato, aliado à dedicação e à iniciativa, me ajudou a abrir as portas para muitos dos meus sonhos”.

4. Momentos da vida (*timing of lives*)

“A leitura da forma como a vida narrada se estabelece a partir de marcos, de momentos de transformação” (CASAQUI, 2013, p.877). Posto isso, podemos dizer que o livro por si só é o “marco” de Bel Pesce. É a partir dele que ela se torna empreendedora-consultora, e este “marco” está diretamente ligado com a sua experiência no exterior, mais precisamente no Vale do Silício, e nas suas experiências com *startups*. Isso é bem explicitado em alguns capítulos, como no último em que ela afirma “é impressionante como dar o primeiro passo em direção a uma meta faz toda a diferença” cujo primeiro passo é seu “marco”: escrever o livro em 2012. Portanto, o produto é o “marco” de seu sucesso pessoal e profissional. Esse viés é também percebido em outros capítulos, como no terceiro em que ela afirma “construir uma empresa é como andar em uma montanha-russa: há muitos altos e baixos. Ter uma estrutura que o oriente e chame a atenção para as coisas certas pode ser extremamente valioso”. Aqui o “marco” de vida está implicitamente ligado, e no decorrer do texto do capítulo fica mais explícito, ao momento que fundou uma *startup*. O curioso é que esta não teve sucesso econômico; o sucesso foi apenas “fundar”.

A busca por razões morais ligadas à prática laboral, por trabalhar em algo que você acredita, para melhorar a sociedade, torna-se cada vez mais claro na contemporaneidade, e é evidente nos discursos de Bel Pesce.

Considerações Finais

Essas vozes postas em narrativas de vida estão, portanto, alinhadas com o ideário pragmático de sociedade empreendedora proposto por Peter Drucker (2011), em que o



empreendedorismo guiará não apenas a economia, mas toda a sociedade. A dinâmica do empreendedorismo e as lógicas capitalistas das narrativas de vidas exemplares abarcam, assim, propostas relacionadas à forma de atuação pragmática e à ideia de construção de um novo projeto de sociedade. Bel Pesce considera, por seu percurso espetacular, a protagonista dessa cena, uma profissional exemplar, repleta de sonhos e ideais para melhorar o mundo, convocando os leitores a serem mais um “herói” do cotidiano como ela. Nesse sentido, “é inegável a intersecção desse imaginário com o novo espírito do capitalismo” (CASAQUI, 2014, p. 15). Ao reforçar a dinâmica do sistema vigente, Bel Pesce se torna, portanto, um modelo exemplar de performance individual e autorrealização que *deve ser seguido*.

Contudo, ao nos depararmos com a narrativa de vida dessa autora, proposta em seus diversos dispositivos midiáticos (aqui só analisamos o livro, mas a proposta do projeto de pesquisa é analisar sua “jornada” em todos dispositivos disponíveis), questionamos: elas servem para quê? Transformar? Inspirar? Ou apenas entreter?

Trata-se, nesse sentido, de um movimento retórico em que se consome um sistema simbólico. Contudo, Bel Pesce seleciona o que é interessante ser contado ou não para concretizar sua história de sucesso, esquecendo de questões importantes como, por exemplo, “como ela conseguiu dinheiro para estudar no MIT e abrir suas *startups*”.

A felicidade é evocada a todos os instantes da narrativa da autora, e emerge nesses como um meio de nos tornarmos produtivos através da obtenção do “melhor de nós mesmos” (FREIRE FILHO, 2010). Mas, essa maneira de dar voz a um discurso possivelmente vazio, que não promove reais transformações, pode causar que outros “sentimentos”? E mais, como o que se propõe pode ser factível na vida real? Como os 1 (hum) milhão de leitores podem se “permitir” empreender e realmente alcançar o sucesso, econômico e social, em um mundo de desigualdades socioeconômicas como o nosso? Existe espaço para todo mundo? Se não existe, o que isso pode causar? Uma frustração, um descontentamento, uma depressão, uma inspiração? Fica assim uma reflexão para pensarmos em como o uso exacerbado da positividade e individualidade está afetando os seres humanos nos dias de hoje. Essas e outras questões



problematizadas neste artigo serão levantadas e estudadas no decorrer do projeto de pesquisa supracitado.

Referências Bibliográficas

ARFUCH, Leonor. O espaço biográfico: dilemas da subjetividade contemporânea. Rio de Janeiro: Ed.UERJ, 2010.

BOLTANSKI, Luc e CHIAPELLO, Ève. O novo espírito do capitalismo. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

BUONANNO, Milly. Histórias de vidas exemplares. Biografias. Revista MATRIZES, São Paulo, n. 1, ano 5, p. 63 – 84, jul/dez. 2011.

CASAQUI, Vander. A invenção de um país de empreendedores sociais: “Imagina na Copa” e seu projeto de Brasil. Compós. Universidade Federal do Pará, 27 a 30 de maio de 2014.

_____. Questões metodológicas para o estudo das vidas narrativizadas: aplicação às narrativas de empreendedores sociais. Revista Famecos. Porto Alegre, v.20, n.3, p. 866-883, set/dez 2013.

COSTA, Alessandra Melo da, BARROS, Denise Franca e CARVALHO, José Luís Felício. A dimensão histórica dos discursos acerca do empreendedor e do empreendedorismo. Revista de Administração Contemporânea. Curitiba, v. 15, n. 2. Mar/Abr. 2011

DRUCKER, Peter F. *Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios*. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

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

FREIRE FILHO, João (Org.). *Ser feliz hoje: reflexões sobre o imperativo da felicidade*. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2010.

GIDDENS, Anthony, *Identidade e modernidade*. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2002.

ILLOUZ, Eva. *O amor nos tempos do capitalismo*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

LAZZARATO, Maurizio. *As revoluções do capitalismo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

ORLANDI, Eni Puccinelli. *Análise do discurso: princípios e procedimentos*. 8. ed. Campinas, SP: Pontes, 2009.

PESCE, Bel. *A menina do vale*, Creative Commons. 1. Ed, 2012, disponível gratuitamente para download em www.ameninadovale.com.br/ Acesso em: 10 jun. 2016.

PRADO, J. L. A. *Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais*. São Paulo: EDUC: FAPESP, 2013.

PORTAL ENDEAVOR, Entrevista Richard Benson, <https://endeavor.org.br/richard-branson/>Acesso em: 05 mai. 2016.

ROWAN, Jason. *Discursos, instituciones y contradicciones de la empresarialidad cultural*. Madrid: Ed. Traficantes de Sueños, 2010.