



A FALÁCIA DO SUCESSO EMPREENDEDOR

Karlili Trindade
Aluna Especial do Mestrado em
Comunicação e Territorialidades
Universidade Federal do Espírito Santo – UFES
E-mail: karlilitrindade@gmail.com

Resumo

Uma nova configuração social está se desenvolvendo a partir de mudanças na economia, nos avanços tecnológicos, na precarização do trabalho e na redução dos direitos. Em paralelo, o empreendedorismo surge como solução para o futuro. Os dados do empreendedorismo são promissores, se observado o número de pessoas que abrem uma empresa ou que se tornam microempreendedores, mas revelam uma realidade bem diferente quando se analisa o número de negócios que fecham em pouco tempo, a renda mínima que cada empreendedor consegue ganhar, as condições de trabalho e os impactos na saúde mental. Por que tantos perfis nas redes sociais digitais exploram a ideia de sucesso atrelado ao empreendedorismo? Para Dardot e Laval (2016) isso se deve ao neoliberalismo que deseja transformar cada pessoa em um sujeito empreendedor. O objetivo do estudo é a análise da narrativa do sucesso empreendedor criada nas redes sociais digitais para a construção de um imaginário neoliberal. Analizando perfis, no Instagram, que possuem uma grande quantidade de seguidores e que falam sobre empreendedorismo foi possível identificar os discursos que alimentam essa narrativa. São discursos de autogerenciamento em que o sucesso depende do sujeito, mas que se ele fracassar, basta continuar tentando. Desse modo, o sujeito é responsável por qualquer resultado que aconteça e passa a alimentar a narrativa, se apropriando do discurso. Além disso, utilizam figuras públicas que passam a ideia de que basta ser jovem, ter uma ideia brilhante que o sucesso estará garantido. Essa narrativa lança as pessoas em uma nova corrida pelo ouro.

Palavras-chave: Comunicação. Internet. Narrativa. Neoliberalismo

Introdução

“Coloquei na minha cabeça que a crise é você quem faz”, diz Carlos, que também é grafiteiro e sonha em se mudar para o Chile. “Um celular já te arruma um emprego. Se você se dedicar, consegue ganhar R\$ 1 mil em um dia. Vai do seu esforço.” Essa é a fala de um dos entregadores de aplicativo respondendo à pergunta da reportagem da revista Época.¹

Uma stalkerada em perfis no Instagram e é possível encontrar o mesmo discurso. Um discurso de autogerenciamento, comum em narrativas

¹ Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Empresa/noticia/2019/05/dormir-na-rua-pedalar-30-km-e-trabalhar-12-horas-por-dia-rotina-dos-entregadores-de-aplicativos.html> Acessado em 09 de setembro de 2019



empreendedoras, muito propagado por negócios como os próprios aplicativos de entrega.

As narrativas, em muitos casos, são criadas também a partir de imagens mitológicas como o unicórnio e a garagem. Povoam o imaginário com histórias de crescimento rápido, a conquista de um grande sonho a partir do zero. Como uma mágica, quase uma lenda.

O mito da garagem, revela que muitas das empresas que nasceram no Vale do Silício, na verdade, não começaram do zero, sem investimento ou com jovens sem experiência e com mentes brilhantes.

O mito da garagem transmite uma série de imagens e valores admiráveis. Empreendedorismo. Geração espontânea de ideias brilhantes. Trabalho duro. A liberdade de ser seu próprio chefe e desenvolver sua própria visão. A ingenuidade de pensar que tudo vai dar certo e a humildade de continuar trabalhando quando dá certo. A garagem não é só um enclave geográfico. “É um estado mental. É a rejeição do ‘statu quo’. É afirmar: Não preciso de dezenas de engenheiros com mestrado para fazer frente à concorrência...” (El País, 2014)

Em a Invenção das Tradições, o autor Hobsbawm (2012) analisa a imposição das tradições europeias como sendo as tradições de um novo continente. Tradições que nunca existiram e foram difundidas com o papel de exercer o poder por meio do controle das narrativas. De uma certa maneira, o mito da garagem cumpre esse papel, uma vez que reforça uma narrativa neoliberal que faz com que as pessoas se lancem em uma corrida, um novo sonho americano.

De acordo com Pêcheux, o discurso se torna o espaço em que emergem as significações, onde o sentido é produzido. Uma figura que é imagem e semelhança de muitos jovens, um perfil comum que foi capaz de romper com um modelo tradicional e ser bem-sucedido, legitima a tentativa de conquistar o mesmo feito. O objetivo do estudo é a análise da narrativa do sucesso empreendedor construída nas redes sociais digitais a partir de uma estratégia de comunicação para construção de um imaginário neoliberal.

Se há uma nova configuração social em curso e as narrativas construídas nas redes sociais digitais reforçam isso, significa que a comunicação exerce um poder para uma transformação que merece atenção e análise, uma vez que será



possível compreender o presente e o futuro de uma nova sociedade.

É a oportunidade de entender como o sujeito empreendedor está sendo construído no Brasil atual, considerando que as propostas de governo e do mercado convergem para esse cenário. Compreender como a comunicação é o elemento de fortalecimento da precarização do trabalho, da ampliação da desigualdade a partir da romantização de uma narrativa do sucesso.

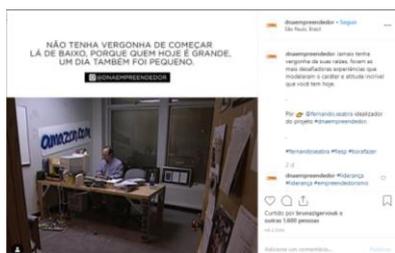
O tema foi definido em virtude de uma análise sobre a multiplicação de iniciativas e pessoas que propagam uma narrativa fantasiosa de um cenário que é bem distante da realidade. A autora do artigo passou por uma experiência em diversos grupos, eventos e ações de empreendedorismo e percebeu que há um efeito pirâmide na condução do tema.

Além disso, preparou um projeto de pesquisa para concorrer a uma vaga no mestrado em Comunicação e Territorialidades que aborda exatamente o mesmo tema. Foi em “A Nova Razão” do mundo que identificou o marco teórico da pesquisa e pôde desenvolver o estudo.

Metodologia

O estudo se baseia na análise de narrativas, sendo assim, a análise do discurso foi utilizada como metodologia e base teórica para o entendimento da construção narrativa.

A partir da hashtag #empreendedorismo e #startups foram identificados, manualmente, perfis que concentram um grande número de seguidores e que fazem post com textos e imagens motivacionais em sua maioria. Alguns discursos se repetem e reforçam três perspectivas para esta análise.





O Perfil DNA Empreendedor possui 459 milhões de seguidores e o post acima foi curtido por aproximadamente 1600 pessoas. O Perfil Mentos Implacáveis possui 870 milhões de seguidores e o post acima foi curtido por aproximadamente 25 mil pessoas. O Perfil Sonhe Grande possui 427 milhões de seguidores e o post acima foi curtido por aproximadamente 4 mil pessoas.

As mensagens contidas nos posts reforçam a ideia de que qualquer pessoa pode ter um negócio de sucesso. A primeira imagem corrobora o mito da garagem quando mostra um jovem, em um ambiente amador, com pouco recurso, desenvolvendo algo grandioso. É a ideia de que todo empreendedor de sucesso nasce do zero e constrói uma grande empresa.

Ao mesmo tempo, a mensagem é de que basta se esforçar para conquistar, como se o sucesso dependesse, exclusivamente, do empenho do sujeito. Já a segunda imagem é uma tentativa de fazer com as pessoas acreditem que todo mundo pode ser um milionário um dia, basta querer. Isso lança as pessoas em uma corrida pelo ouro.

A terceira e última imagem pode ser avaliada sob uma perspectiva teológica, o sofrimento que faz alcançar a salvação, neste caso, o sucesso. Existem alguns estudos que falam em “Teologia do Empreendedorismo” para explicar um fanatismo sobre o tema e uma correlação com as crenças bíblicas. Trabalham a culpa, o castigo e o sofrimento para alcançar o sucesso.²

A narrativa do sucesso evoca o sujeito empresa, como bem elaborado por Dardot e Laval (2016). O sucesso depende do sujeito, mas que se ele fracassar, basta continuar tentando. Se não obtiver sucesso é porque não tentou o suficiente. Desse modo, o sujeito é responsável por qualquer resultado que aconteça e passa a alimentar a narrativa.

E a comunicação com seus apelos visuais, palavras e discursos, envolve o sujeito em uma alienação que parece não ser uma alienação, como dito por Dardot e Laval (2016), ele passa a acreditar e a defender essa condição, se apropriando de mitos, ideias que são impostas por meio de uma violência

² Disponível em <http://marciokabe.com.br/empreendedorismo/a-teologia-do-empreendedorismo-leandro-karnal/>. Acessado em 24 de setembro de 2019.



silenciada. Como o caso do entregador de aplicativo que diz exatamente o que as narrativas propõem com seus discursos, uma romantização de um trabalho precarizado.

E percebendo o imaginário como o território de fabricação dos sentidos e entendimentos como afirma Saquet (2015), se torna um espaço fértil e alvo da colonização do neoliberalismo. E as redes sociais digitais, que entre posts de bichos de estimação e fotos em família, cumprem um papel estratégico, se tornam o meio de fazer com que o sujeito se aproprie da narrativa de maneira inocente e muito eficaz.

Considerações finais

O objetivo deste estudo é a análise dos discursos que são utilizados para construir uma narrativa de sucesso, utilizando o empreendedorismo como estratégia para criar um imaginário neoliberal.

Após as análises foi possível perceber que as redes sociais digitais são ferramentas estratégicas que colonizam o imaginário das pessoas, conduzindo-as a uma aceitação de uma mudança inexorável. Tornando a perda de direitos, a precarização do trabalho e a transformação de cada pessoa em um sujeito empreendedor uma mudança positiva. Fazendo com que o sujeito se aproprie dos discursos e nem sequer perceba uma violência silenciosa e muito eficaz.

Referências Bibliográficas:

SAQUET, Marcos Aurélio. "Por uma Geografia das Territorialidades e das Temporalidades" Rio de Janeiro: Consequência, 2015.

DARDOT, Pierre, LAVAL, Christian. "A Nova Razão do Mundo" São Paulo: Boitempo, 2016.

HOBBSAWM, Eric, RANGER, Terence. "A Invenção das Tradições". Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

Disponível em:

https://brasil.elpais.com/brasil/2014/11/24/tecnologia/1416831260_738423.html

Acessado em 09 de setembro de 2018