

MIDIATIZAÇÃO DE NARRATIVAS AUTOBIOGRÁFICAS *DAY1 ENDEAVOR*: comunicação, espaço biográfico e alta performance

Katia Martins Valente¹

Resumo

Estudar as representações sociais e simbólicas de narrativas autobiográficas de transformação de vida e trabalho torna-se uma temática importante no contexto social o que desperta o interesse pelo modus operandi do sistema midiaticizado e contemporâneo, que constrói identidade e visibilidade perante as práticas e interações sociais. O objetivo desse estudo foi realizar uma análise das representações sociais da contemporaneidade, seus significados simbólicos e os sentidos das narrativas autobiográficas de transformação de vida, que atestam o sucesso de mulheres empreendedoras do evento *Day1 Endeavor*. Este texto é fruto de pesquisa de doutorado que estudou a comunicação contemporânea, o consumo e o espaço biográfico (Arfuch, 2010) materializado por meio de narrativas autobiográficas de transformação de vida e de trabalho de empreendedoras do evento Day1, que foram orquestrados pela Endeavor, considerada a maior organização mundial de apoio ao empreendedorismo. Inseridos nesse processo de representação social de trabalho e de vida, observamos a recorrência de práticas da cultura empreendedora com foco no novo espírito do capitalismo (Boltanski e Ciapello, 2009), na exposição e culto da alta performance (Ehrenberg, 2010) e no trabalho (Casaqui, 2009). Os trechos dos textos dessas narrativas foram extraídos dos vídeos e das falas das empreendedoras desse evento publicados no site da Endeavor e na plataforma de vídeos YouTube e estudados a partir da metodologia de análise de discurso de linha francesa (ADF) e o método de análise de percurso de vida proposto por Giele e Elder Jr (1998). A reflexão deste estudo tem como base e quadro teórico de referência o espaço biográfico (Arfuch, 2010), cultura empreendedora (Drucker, 1985), trabalho (Casaqui, 2009), alta performance de (Ehrenberger, 2010) e a exposição do eu (Sibilia, 2010). Neste contexto, pudemos observar a relevância da comunicação contemporânea midiaticizada, em que “modelos” e “exemplos” de vida se materializam como

¹ PPGCOM Programa de Pós-graduação em Comunicação e Consumo da ESPM – Escola Superior de Propaganda e Marketing. E-mail do autor: k2valente@uol.com.br

13^o inter programas

cásp^{er} pesquisa

forma de inspirar outras pessoas a agir em função de práticas empreendedoras como representação de vida social.

Palavras-chave: Espaço Biográfico. Comunicação. Consumo. Narrativa. Trabalho.