

Não me procura no passado, eu não estou mais lá: narrativas e memórias de jovens investidores midiáticos

Don't look for me in the past, I'm not there anymore: narratives and memories of young media investors

No me busques en el pasado, ya no estoy: narrativas y recuerdos de jóvenes inversores en medios

Marcelo dos Santos MARCELINO¹
Igor SACRAMENTO²

Resumo

Este texto discute a memória como dispositivo e tecnologia de subjetivação contemporânea. A partir da análise de perfis de jovens investidores midiáticos no Instagram, discutimos como o investimento se apresenta contemporaneamente como uma moral produtora de subjetividades alinhadas à racionalidade da biopolítica neoliberal. Observamos como os usos do passado de privação social e econômica dão novos sentidos para o sofrimento, que o converte em condição para ascensão e sucesso. Por fim, procuramos refletir sobre como as narrativas de superação e enriquecimento não são apenas sintomas do capitalismo financeiro, mas elementos de uma forma de vida ampliada pelas finanças capaz de estimular práticas e regimes de conduta voltado à responsabilização e culpabilização de si frente ao fracasso ou sucesso.

¹ Doutorando e mestre pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura pela UFRJ, membro do Núcleo de Estudos em Comunicação, História e Saúde (Nechs/Fiocruz) e servidor técnico-administrativo da Uerj. Graduado em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda pela USP. E-mail: marcelino.mds98@gmail.com.

² Foi professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e do Programa de Pós-Graduação em Informação, Comunicação e Saúde da Fiocruz (PPGICS/Fiocruz). Doutor em Comunicação pela UFRJ. Nos deixou precocemente em 21 de abril de 2025, em Paris (França), quando realizava seu estágio de pós-doutorado. Deixou também um grande legado para a área da Comunicação, Informação e Saúde. Este texto foi tecido por mim e Igor, meu eterno orientador. Lembro bem dos momentos da escrita de cada um desses parágrafos. Igor era detido em cada ponto, vírgula e construção frasal. Sua atenção tinha a ver não apenas com mero formalismo. Era, antes de tudo, um cuidado com as ideias. Os leitores e as leitoras de Igor merecem sempre o melhor dele. Hoje, passado pouco tempo desde sua partida, consigo celebrar a dádiva de poder ter dividido vida e coração com você, com infinita saudade. Igor sempre presente.



Palavras-chave: narrativas autobiográficas; memória, neoliberalismo; financeirização.

Abstract

This text discusses memory as a dispositif and self technology for contemporary subjectivation. By analyzing the profiles of young media investors on Instagram, we argue that investing today presents itself as a moral framework that produces subjectivities aligned with the rationality of neoliberal biopolitics. We observe how the uses of a past marked by social and economic issues give new meaning to suffering, which is converted into a condition for ascension and success. Finally, we seek to reflect on how narratives of overcoming and enrichment are not merely symptoms of financial capitalism but elements of a way of life expanded by finance. It is capable of stimulating practices and regimes of conduct focused on self-responsibility and self-blame.

Keywords: autobiographical narratives; memory; neoliberalism; financialization.

Resumen

Este texto aborda la memoria como un dispositivo y tecnología de subjetivación contemporánea. A partir del análisis de perfiles de jóvenes inversionistas mediáticos en Instagram, discutimos cómo la inversión se presenta hoy en día como una moral productora de subjetividades alineadas con la racionalidad de la biopolítica neoliberal. Observamos cómo el uso de un pasado de privación social y económica otorga nuevos sentidos al sufrimiento, que se convierte en una condición para el ascenso y el éxito. Por último, buscamos reflexionar sobre cómo las narrativas de superación y enriquecimiento no son solo síntomas del capitalismo financiero, sino elementos de una forma de vida ampliada por las finanzas, capaz de estimular prácticas y regímenes de conducta orientados a la auto-responsabilización y auto-culpabilización ante el fracaso o el éxito.

Palabras clave: narrativas autobiográficas; memoria, neoliberalismo; financierización.

Introdução

Notamos, há alguns anos, o crescimento exponencial de pessoas falando sobre investimentos. O curioso de considerar é que investir não deixou de ser apenas algo relacionado às finanças ou mesmo à economia, pois abarca uma ampla gama de setores e áreas da vida social, como corpo, saúde (física e mental), educação, entre outras. Não é raro encontrar revistas, livros, programas de podcasts, vídeos e canais que abordam o investimento como forma de agir, modo de ser e prática de vida cotidiana. Essa intensificação do discurso sobre o investimento é ainda mais evidente entre jovens, pessoas que possuem acesso à internet e dominam, em alguma medida, gramáticas, recursos técnicos e linguagens de mídia social. Esse grupo, em especial, é um dos mais



afetados pelo desemprego estrutural crescente, pelos baixos salários e pela falta de perspectivas sobre o futuro.

Nas mídias sociais, esses jovens passam não apenas a buscar fontes de renda a partir de plataformas de microtrabalho, como também propõem suas próprias plataformas de ensino e aprendizagem sobre como ganhar dinheiro a partir de investimento em capital financeiro. Nesses ambientes, o relato e o testemunho sobre a vida pessoal são centrais para vincular sua comunidade à forma pedagógica proposta nas suas publicações. Consideramos que esses jovens investidores compõem uma nova paisagem do self contemporâneo³. O investidor, para além do espírito e da moral empreendedora, assimila, reproduz e aciona lógicas sofisticadas dos dispositivos da governamentalidade neoliberal. Em vez de apenas um dono de negócio, o investidor pode ser compreendido como sujeito conduzido por preocupações e desejos associados à velocidade e ao *modus operandi* do capital.

Percebemos que o investimento é gestado como condição de superação da pobreza de muitos dos jovens influenciadores de finanças. Em alguns casos, muitos desses jovens propõem as finanças como um meio de superação da desigualdade social. Compreendemos que a ascensão desses jovens investidores como um problema comunicacional na medida em que seu sucesso implica uma produção de subjetividade vinculada à mídia e financeirização, padrão sistêmico de acumulação e gestão da riqueza na contemporaneidade (Braga, 1996; Santos, 2010). Portanto, as biografias comunicacionais (cf. Sacramento, 2014) desses sujeitos investidores são narrativas vinculadas a um certo modo de orientação da vida individual e coletiva pelo mercado, portanto, a um bios midiático (Sodré, 2014).

Aqui, procuramos pensar de que modo a biografia midiática desses jovens influenciadores, bem como a moral investidora, são capazes de propor aos sujeitos, especialmente para aqueles mergulhados nas assimetrias sociais, certa promessa agregadora que pouco está preocupada em responder aos problemas reais de uma comunidade ou do socius (Sodré, 2021). Nossa problematização com o tema está

³ O conceito de “self” é historicizado, portanto, não se deve a algo contínuo e imutável. Aqui, partimos da ideia de “si mesmo” como um conjunto de práticas, visões, narrativas e contextos em que os sujeitos estabelecem relações particulares consigo mesmos (Rose, 2011). Contemporaneamente, a noção de “self” é atravessada por um conjunto de técnicas e procedimentos que buscam auxiliar o indivíduo a descobrir a si mesmo, a ser “livre para escolher” dentre um número limitado de opções do self no mercado capitalista neoliberal. Para uma discussão mais apropriada sobre, ver Rose (2011).



lançada a compreender, para além das processualidades operadas no capital ou nas estruturas sociais, qual o agenciamento desses sujeitos na conformação de uma nova identidade do jovem de sucesso e, além disso, de uma nova subjetividade vinculada a modos específicos de subjetivação pelas tecnologias do self.

Para apresentar e problematizar algumas questões que propomos, nos fundamentamos empiricamente nos perfis de redes sociais de dois jovens influenciadores: Yan Pedro (@heyinvestidor) e no Murilo Duarte (@faveladoinvestidor). Ambos possuem perfis no Instagram e no TikTok, além de autodeterminarem mentores ou professores de cursos pessoais para a formação em investimentos e assuntos ligados ao mercado de capitais e finanças. Yan Pedro é um jovem influenciador da cidade de São Paulo. Murilo Duarte também é um investidor oriundo da periferia da capital paulista. Atualmente, ambos os seguidores colecionam 4,5 milhões e 671 mil de seguidores, respectivamente. A escolha desses dois influenciadores se deve a alguns elementos: (1) são dois homens, o que nos leva a pensar e tensionar dimensões de gênero, considerando que a forma do self investidor é representada especificamente por valores e concepções masculinistas; (2) dentre os vários influenciadores analisados na pesquisa maior com jovens influenciadores de finanças nas plataformas do YouTube, Instagram e TikTok, esses são aqueles que parecem mais incorporar gramáticas, discursos e elementos da “cultura investidora”; (3) colocam a experiência pessoal de sofrimento no passado como mediação fundamental da narração de si e capitalização da imagem e dos seus produtos midiáticos. Esses perfis fazem parte de um universo maior de influenciadores, cada qual com diferentes expressões e modos de agir. Há, por exemplo, perfis mais conservadores e outros mais próximos do que poderíamos ler como progressistas. Porém, nos detemos nos dois perfis mencionados anteriormente porque eles são qualitativamente representativos na utilização da memória e da história pessoal como dispositivos de produção da verdade sobre o que é investir e ter sucesso como jovem.

Dividimos esse texto em três momentos. Na primeira sessão, procuramos problematizar algumas dimensões culturais do tempo presente que nos levam a pensar a ascensão dos jovens investidores como fenômenos do contemporâneo, destacando o horizonte de expectativas decrescentes que recai especialmente sobre os jovens. Nosso olhar para os jovens, aqui, é metodológico. Importa-nos pensar como esse grupo social específico, a juventude, tem lidado com o investimento como tecnologia de



subjetivação (Rose, 2011). Inicialmente, uma das características principais que notamos no discurso desses jovens é que a maioria não fala sobre ascensão ou mobilidade pela via dos estudos formais e institucionais ou mesmo pelo trabalho, mas pelo aprendizado de uma vida investidora. Apresentamos algumas problemáticas teórico-metodológica para pensar os jovens investidores, incluindo as noções de geração e de investimento na ampla rede de sentidos existente: ser investidor é apenas uma dimensão de escolha? Se não, como perceber os agenciamentos desses sujeitos nessa nova dinâmica do capital, que impõe e propõe o investimento como forma de vida? Trata-se apenas de uma “escolha”?

Na segunda parte, procuramos discutir como o sucesso dessas figuras está envolvido por um certo modo de condução da vida (bios) orientado pela forma-empresa do sujeito empreendedor (Foucault, 2008). Essa forma é a que baliza e enquadra sonhos e expectativas desses sujeitos em diferentes temporalidades, narradas discursivamente a partir de uma perspectiva teleológica e tomada como fórmula de sucesso, em que os resultados são imediatamente auferidos e colocados sob ritos de prova pela experiência individual. Nesse sentido, há um passado, expresso pela visibilidade e narração daquilo que aquela vida (autobiografada) passou e um dia foi; o presente, indicado pela exposição midiática do que se tornou daquele passado a partir da mostra das intimidades, particularidades e experiências vividas após enriquecer, sempre sob uma lógica de superação e mobilidade social; e o futuro, naquilo que imagina ainda vir a ser ao continuar investindo e, também, ensinando os outros a crescer. Nesse primeiro momento, nosso intuito é ver a memória como um lugar de produção da verdade, uma verdade do mercado (Foucault, 2008). Iremos verificar os usos e abusos da memória e da experiência como lugares de representação e produção de valores para o self, tomando o testemunho como forma de narrar privilegiada. Também abordaremos como a performance e a construção de autenticidade funcionam como dispositivos de construção de uma tecnologia de subjetivação: o investimento.

Por fim, na última parte, analisamos uma dimensão fundamental dos jovens investidores, seus discursos e construção narrativa: a vinculação com a Teologia da Prosperidade (Mariano, 2014), que atribui os fracassos e dificuldades financeiras à responsabilidade individual do fiel e crente. Aqui, pretendemos discutir outro aspecto importante do problema: a necessidade de não ligar o interesse pelo investimento



como apenas uma questão de captura pelos dispositivos da governamentalidade. Há, antes de tudo, um desejo pela forma do investimento. Essa forma de desejo está amparada, fundamentalmente, pela moral e crença nos valores do neopentecostalismo no Brasil, que propõe um ethos e uma vontade pelo risco que vai além da dimensão religiosa, aglutinando práticas e enunciados dos sujeitos naquilo que, a rigor, poderia ser encarado como práticas profanas. Nesta seção, traremos alguns elementos empíricos que ilustram essa perspectiva.

Investimento como novo self: uma juventude ‘neoliberalizada’?

De antemão, procuramos pensar a ascensão dos jovens investidores como um problema propriamente comunicacional. Portanto, implica considerarmos a nova realidade econômico-política da sociedade no tempo presente e, ao mesmo tempo, dimensões culturais que conformam essa nova subjetividade contemporânea. A produção de figuras como essas está vinculada à emergência de uma nova forma de subjetivação do self, que pode ser lida como uma nova orientação da vida individual e coletiva, atravessada por mídia e mercado, o bios midiático (Sodré, 2014). Apesar de um fenômeno ultracontemporâneo, é imprescindível olhar para os seguidos movimentos de contração, modificação e reformulação que o Estado brasileiro passou desde o final do século passado e início dos anos 2000, e isso inclui a aparição de um novo vocabulário sugerido pela “cultura empreendedora”, que não apenas sugere o empreendedorismo como fórmula de sucesso às pessoas, como também o investimento como tecnologia do self, apresentando aproximações e distinções do que, no senso comum, assimilamos por “vontade empreendedora”.

Uma série de autores, como Saad e Moraes (2018), já mencionaram os desmontes das políticas de bem-estar social – que nunca foram amplas e efetivas à maioria da população – no Brasil no âmbito da economia política e na institucionalidade do Estado, datadas especificamente desde os governos de Fernando Henrique Cardoso. Porém, apesar da importância dessas análises, um dos pontos cegos dessa perspectiva é o entendimento de como essas novas políticas econômicas acompanham (em vez de apenas imporem) uma transformação no modo de produzir valores e técnicas de condução das condutas da vida dos humanos. Ou seja, consideramos relevante levar em conta os regimes de governamentalidade sugeridos pela racionalidade neoliberal (Foucault, 2012; Rose, 2011). Nosso problema com as perspectivas unicamente apoiadas na macroeconomia reside no fato delas apenas



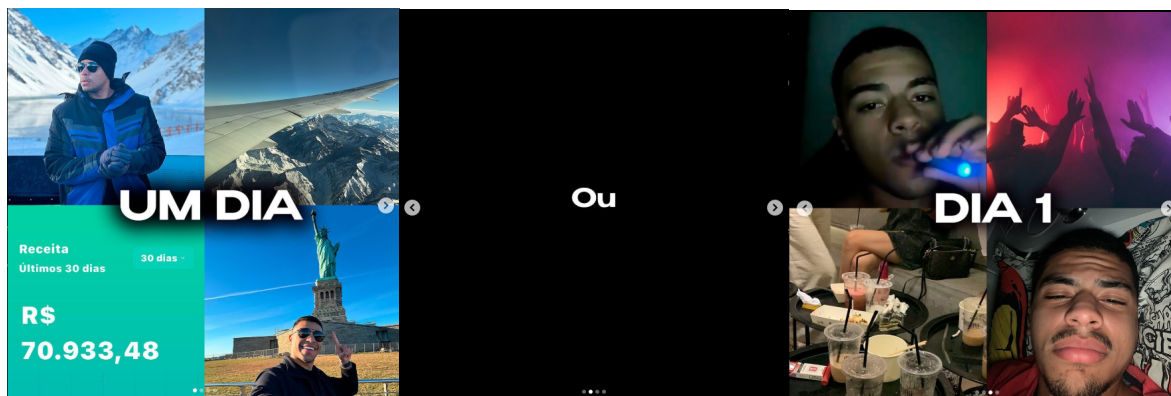
atribuírem ao surgimento desse fenômeno o reflexo de uma nova configuração das estruturas econômicas e às novas diretrizes que o capital impõe. Nesse sentido, é necessário pensar como o “eu”, diante de um longo processo de neoliberalização do social, movimento que propõe, ao fim e ao cabo, a destruição das estruturas coletivas (Bourdieu, 1998), pôde se estabelecer socialmente. Consideramos que há em curso uma diminuição exponencial da capacidade do indivíduo em “mediar o que não se submete [a uma] racionalidade econômica estendida”, ou seja, o que não se conforma a essa lógica de risco à vida, à liberdade e ao bem-estar individual considerado não patológico (Safatle, 2024, p. 19).

No caso dos jovens investidores, alguns elementos nos chamam a atenção. O primeiro deles é o fato de não falarem sobre estudos ou de trabalho como forma de ascensão social, mas proporem o investimento como primeira e última opção para a saída da pobreza e das condições de precariedade. Está fora do discurso uma vinculação vicária com qualquer institucionalidade (estatal ou não), mas a crença de que a mobilidade se dará, em primeiro lugar, pela responsabilidade individual sobre a vida financeira e, em seguida, pela assimilação de uma série de técnicas de gestão e indicação do risco. Outra característica que nos chama atenção é o fato desses perfis em redes sociais falarem sobre suas vidas pessoais ou, em parte, utilizarem elementos cujos signos indicam relações com a vida de pobreza.

Na maioria das vezes, o modo de tratar sobre a escassez é pela forma da superação, com imagens que enfatizam como o investidor se posiciona como um grande concorrente. Não raramente são feitas, em publicações nesses perfis, um contraponto entre aqueles que são corajosos (o empreendedor ou investidor) e aqueles que não são. As imagens são sempre mobilizadas de modo comparado: aquilo que o sujeito era (concorrente ruim) e aquilo que se tornou (bom concorrente). Identificamos também que uma grande parte desses investidores também apresenta uma perspectiva moralizante sobre a vida não guiada pelo investimento ou pelo empreendedorismo, com críticas feitas a outros jovens que bebem, fumam e vão para festas. Notamos aqui não apenas uma reatualização da máxima caricata de “trabalhe enquanto eles dormem”, mas um modo de ver a si em comparação aos outros da mesma geração. A juventude, signo amplo de significado, é tratada como lugar de perdição e ausência de foco para os resultados: enriquecer. Esta maneira de pensar está amplamente apoiada no modo como o neoliberalismo propõe o trabalho como um lugar de plena atividade

no cotidiano, porém de forma unicamente individual, cujo assujeitamento (e a subjetivação) se dá pela culpa daquele que não conseguiu o bom emprego, a boa renda (Lazzarato, 2011).

Figura 1: Publicação no perfil Hey Investidor (04/12/2024)



Fonte: Instagram @heyinvestidor (reprodução)

A moralização das condutas é um traço essencial da governamentalidade neoliberal, que procura, além de construir uma excepcionalidade do empreendedor-de-si no mercado, também atacar aqueles que não são como ele. No self da cultura empreendedora ou investidora, a concorrência entre indivíduos assume uma forma, inclusive, melodramática, uma disputa entre bem e mal. É daí que notamos o aparecimento de formas reacionárias e violentas de combate a um outro considerado anormal, ou seja, aquele fora do jogo concorrencial ou num nível abaixo do que se considera um “bom competidor” (cf. Lazzarato, 2011, p. 72). Os inimigos, portanto, são os internos contrários ao neoliberalismo ou qualquer sujeito que poderia atentar contra a “liberdade”. A liberdade é um substantivo constantemente mobilizado por parte dessa juventude investidora, o que nos faz lembrar como esta noção, na contemporaneidade, é limitada, condicionada a um regime de subjetivação muito bem circunscrito, da qual as pessoas não são livres para escolher, mas “obrigadas a serem livres, a entender e encenar suas vidas em termos de escolhas, sob condições que sistematicamente limitam, em tantas pessoas, as capacidades de modelar seus próprios destinos” (Rose, 2011, p. 11).

Ao falar daqueles que não são livres, há não apenas a produção de um senso moral de superioridade, mas também um novo anormal: aquele que não conseguiu se adequar aos novos imperativos do capital. A sofisticação do neoliberalismo vem, precisamente, da maneira como tecnologias de subjetivação

conseguem introduzir racionalidades que promovem padrões de autodisciplina, de beleza, graça e virtude ao sujeito (Rose, 2011, p. 72). É necessário, sempre, produzir um anormal para que haja uma normalidade. Essa técnica psicológica é fundamental para a arte de governar do neoliberalismo. No fundo, há uma profunda alteração dos modos de conduta em nível geral: o investimento como forma de vida opera sobre uma base ética da qual os sujeitos podem se regular, produzir metas morais para si e alterarem suas rotinas a partir de códigos alinhados ao regime de concorrência.

Assim, o que se sugere é que aquele que não é apontado como investidor seria o fracassado festeiro, aquele que usa drogas, aquele que não vai à academia para malhar e “prefere ficar gordo”, dormir muito, ser pobre. São vários os qualificativos que se produz para descrever alguém como anormal, portanto, fora do mercado. Como linguagem de articulação, o empreendedorismo e o investimento funcionam de forma programática para, ao mesmo tempo, deslegitimar qualquer ação ou estrutura social coletiva, inclusive aquelas alicerçadas pelo Estado e, ao mesmo tempo, incentivar uma visão ética da cultura empreendedora-investidora.

É relevante destacar que, ao mesmo tempo que essa racionalidade procura produzir um “cidadão” ativo, portanto, fora do “poder público”, o neoliberalismo é capaz de instalar “uma série de tecnologias que instalam e apoiam o projeto civilizatório, reformulando e governando sujeitos e estreitando seu comprometimento social” (Rose, 2011, p. 230). Nesse sentido, apesar de indescritivelmente fora dos cuidados do bem-estar social do Estado (que no Brasil nunca existiu para a maioria da população), os investidores (e seus seguidores) estão envolvidos por um conjunto de técnicas que o implicam numa transformação de si e incentiva sua própria mobilidade, além dos desejos e nova mentalidade conformada à autossuperação.

Figura 2: Sequência de imagens em publicação (25/06/2025)





Fonte: Instagram Yan Pedro (@heyinvestidor)

Estudar os investidores também nos leva a refletir sobre os problemas metodológicos na seleção dos perfis: de investidores nas mídias sociais. Apesar de todos emergirem de há uma variedade uma mesma década, guardam singularidades que não nos permitem essencializá-los numa definição estrita. Essa multiplicidade de ser investidor ajuda a explicar a heterogeneidade de formas assumidas pelo self investidor. Não há, como muitas vezes somos levados a crer, uma única biografia (o modelo biográfico) do indivíduo que investe, mas diversas expressões que a linguagem que essa subjetividade contemporânea assume e toma forma (Rose, 2011). A biopolítica neoliberal permite que sejam inventadas muitas histórias de vidas atravessadas pelo investimento. Essa problematização nos leva a um segundo nível da questão teórico-metodológica: os limites da noção de geração como agregador comum dos vários tipos de jovens investidores.

Quando falamos de uma juventude comprometida com o investimento, estamos fazendo, evidentemente, um recorte na realidade que pretendemos observar nos limites da pesquisa: os movimentos indiciais que uma determinada parcela desse “grupo” apresenta e que nos faz notar suas relações com a subjetividade empreendedora. Porém, há muitas outras realidades não comprometidas com esse pensamento, inclusive resistentes.

Assim, uma “geração investidora”, composta por jovens com média de 30 anos, imersos em tecnologias da cultura digital e, em parte, oriunda de classes sociais baixas, nunca será essencial, estática ou imune ao tempo vivido, mas mediada por acontecimentos inauguradores; é parte de uma “engrenagem do tempo”, nas palavras de Sirinelli (2006). Quais são, então, os acontecimentos inauguradores da juventude empreendedora-investidora? Evidentemente, essa questão tem fundo histórico que



não cabe neste texto, porém, arriscamos mencionar dois processos, para começar o trabalho de investigação sobre a questão: (1) um novo nível de violência simbólica e precarização da vida para a maioria da população pelas políticas econômicas neoliberais; e (2) a eleição, pela biopolítica neoliberal, de dispositivos e tecnologias de subjetivação que propõem uma nova forma de vida para a juventude, alicerçada em mídia e valores do mercado, com baixa preocupação com a comunidade e apoiada em formas sofisticadas de neoconservadorismo.

Esses jovens, como Yan Pedro e Murilo Duarte, exemplificam como a biografia, mais do que relato de vida, torna-se uma tecnologia de si. Ao narrarem suas trajetórias pessoais de superação — da pobreza ao sucesso financeiro —, constroem uma identidade que se ancora na lógica do testemunho, estruturada por experiências passadas que legitimam o presente de êxito e apontam para um futuro promissor. Como bem observa Sacramento (2017), a narrativa autobiográfica nesse contexto funciona como mediação comunicacional por meio da qual os sujeitos realizam a gestão de si, operando sobre o passado para produzir um presente vendável e um futuro desejável. Essa autogestão, porém, não é neutra: está atravessada por dispositivos da governamentalidade neoliberal, em que o sujeito é chamado a se autoconduzir, a gerir sua própria vida como uma empresa (Foucault, 2008; Rose, 2011).

Essa subjetividade investidora não se estrutura apenas sobre a racionalidade econômica, mas sobre um bios midiático, em que a vida é vivida e narrada para ser exibida, consumida e monetizada (Sodré, 2014). A visibilidade nas redes sociais não é mera consequência, mas condição de existência dessa nova subjetividade: é preciso performar o sucesso, exibir a transformação do self, transformar sofrimento em capital simbólico e econômico. O passado de privação torna-se, então, matéria-prima da autenticidade — e é essa autenticidade que garante autoridade ao influencer como expert da vida financeira. Como afirma Lionel Trilling (2014), a autenticidade na modernidade é uma experiência moral exigente, que, nesse caso, é mobilizada para reiterar a meritocracia como valor central.

A financeirização da vida, como descreve Braga (1996) e é retomada por Sodré (2021), não se limita à economia no sentido restrito, mas infiltra-se em todos os domínios da existência: o corpo, a saúde, o tempo livre, os afetos. Tudo pode (e deve) ser capitalizado. O jovem investidor encarna essa lógica: seu corpo é esculpido para



expressar disciplina, sua rotina é rigidamente organizada em função de metas de crescimento pessoal e financeiro, sua fala é performática e moralizante. O sucesso é resultado da escolha correta, e o fracasso, da negligência ou da preguiça.

Nesse cenário, a memória deixa de ser espaço de contemplação ou elaboração simbólica do passado para tornar-se dispositivo de produção de verdade mercadológica. Como analisa Sacramento (2018), a narração da experiência transforma-se numa performance comunicacional que reinscreve o passado como recurso estratégico de legitimação do presente. Em vez de historicizar as desigualdades, essas narrativas as individualizam, deslocando a responsabilidade para o sujeito e apagando os condicionantes estruturais. O sofrimento deixa de ser um dado da violência social e torna-se pré-requisito da superação. Trata-se de uma reescrita da história de vida pelos objetivos da sua história de sofrimento-superação, nos termos de Eva Illouz (2011), em que o testemunho se organiza a partir de um incidente (geralmente a pobreza) que é superado pelo esforço individual e pela adesão a uma moral investidora.

O investimento, mais do que uma prática financeira, é uma ética de vida, uma forma de subjetivação que transforma o passado em capital simbólico, o presente em vitrine e o futuro em promessa. O eu é governado pela performance, pela gestão, pela comparação constante com os outros. O bios midiático não apenas documenta essa jornada: ele a torna possível. E, nesse processo, as fronteiras entre o público e o privado, o sagrado e o profano, o econômico e o existencial se diluem — tudo passa a ser investimento.

A memória como lugar de produção da verdade

A memória é fundamental para o investidor. É com ela que são mobilizados elementos fundamentais para narrar sobre si e para que a história de superação pelas técnicas de investimento ganhe sentido. A experiência do indivíduo pobre, que ascendeu por causas e méritos próprios, graças ao trabalho, serve para além de uma simples narrativa de mérito, pois é o substrato do testemunho. A partir dos atos de memória, os investidores reconstituem seus passados de privação e procuram dar novos sentidos para o sofrimento, convertendo em condição para ascensão e

sucesso. Falar de como sofreu no passado não é apenas recurso retórico, mas pré-requisito para que a narrativa do investidor faça sucesso.

Há, na maioria das publicações dos referidos jovens investidores, menções ao que eles eram (o passado) e aquilo que se tornaram agora (presente), além de sugestões daquilo que eles podem vir a ser, especialmente se continuarem nos ritos de investimentos. O passado quase sempre é colocado numa perspectiva negativa, como o jovem que ainda vivia (porém lutava) em condições difíceis, ou mesmo como aquele que ainda não tinha uma perspectiva empreendedora e vivia em festas ou ainda morava na favela. O presente, em sua maioria, é colocado como o estado atual daquele que atravessou o passado e não está mais nele, apesar de, paradoxalmente, fazer uso dele como algo fundamental da sua narrativa, considerando que não há empreendedor ou investidor de sucesso sem passado, especificamente um passado de sofrimento.

Figura 3: Vídeo “Não me procura no meu passado” (Murilo Duarte) – 18/04/2025



Fonte: Perfil no Instagram (@faveladoinvestidor) – Reprodução

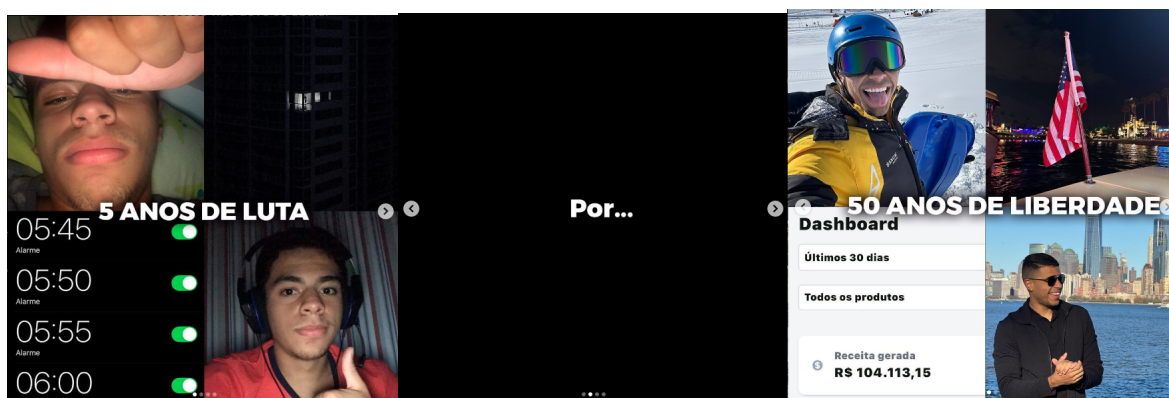
Em uma das publicações de Murilo Duarte (Favelado Investidor) no seu perfil no Instagram, ele utiliza uma série de fotos pessoais de uma época anterior à atual para mencionar sua despreocupação com as finanças. Em uma das imagens, aparece em um ambiente festivo, de óculos, boné e com um copo de bebida (possivelmente alcoólica) em mãos, fazendo gestos. Como legenda, diz: *Não me procura no passado. Eu não estou mais lá*. Ao fundo, toca um áudio de um louvor evangélico de André Fernandes, pastor vinculado à igreja Lagoinha Alphaville, de São Paulo.

Ao falar para que as pessoas não o procurem no passado, Duarte não está negando o passado, mas colocando ele em um certo lugar: aquele que,

imaginariamente, os outros, os seus concorrentes, estão. É o lugar daqueles que ainda não conseguiram mudar de vida enriquecendo e continuam vivendo a vida profanamente, despreocupados com o futuro. Neste trabalho com a memória, pode parecer uma atividade mnemônica individual, mas tem a ver com um ponto de vista e percepção coletivo, de uma certa juventude que busca produzir a própria liberdade a partir do trabalho. Ser bem-sucedido (leia-se superar o passado) é não apenas acumular, mas ter a capacidade de ensinar os outros a como fazer: mostrar, de diversas maneiras, como enriquecer é uma aventura possível a todos (Ehrenberg, 2010).

Mostrar o possível é a atividade principal ocupada pelo trabalho com a representação e a produção de sentidos do biográfico. E isso só é possível porque o testemunho, na chamada cultura terapêutica (Illouz, 2011), contemporaneamente consegue transformar sofrimento em virtude e, com isso, capitalizar sobre diversas pautas e assuntos. A partir de Illouz (2011), identificamos que uma estrutura de narrativa biográfica governada pelo testemunho tem os seguintes elementos: (1) identificação patológica de algo anormal à percepção do investidor sobre os não investidores ou empreendedores; (2) estabelecimento de uma relação causal com o passado, geralmente um acontecimento incidental; (3) o entendimento de que aquele incidente incorrerá em consequências para o modo como o indivíduo irá conduzir a vida; e (4) por fim, a reescrita da história de vida do sujeito pelos objetivos da sua história.

Figura 4: Sequência de imagens em publicação (Yan Pedro) – 20/01/2025



Fonte: Perfil no Instagram (@heyinvestidor) – Reprodução



A memória sempre pode ser um lugar de usos e abusos em relação ao que aconteceu, inclusive porque é um produto da representação, cujas lembranças são também interferidas por grupos sociais, também pertencendo a uma memória coletiva do lugar em que ocupamos, assim como das relações que estabelecemos com os outros (Halbwachs, 1990). Por esta razão, está aberta a ficcionalizações, invenções e apropriações, que não necessariamente são deliberadas, mas motivadas pelo regime de subjetivação dos sujeitos. Para Paul Ricoeur (2007), a memória é a capacidade de representar o passado como tendo acontecido. No entanto, essa representação não é neutra nem infalível: ela é sempre mediada por estruturas narrativas, por escolhas seletivas e pelo esquecimento. A memória visa o passado, ela pretende dizer a verdade sobre o que aconteceu e, ao fazê-lo, distingue-se do imaginário e da ficção. Mas essa pretensão à verdade é frágil, exposta ao risco da ilusão e da manipulação. Ricoeur (2007) reconhece, portanto, uma tensão essencial entre a memória e a ficção: se, por um lado, a memória busca a verdade factual, por outro, ela compartilha com a ficção os mesmos mecanismos narrativos que organizam e tornam inteligível o passado. A memória é narrativa por essência, e justamente por isso é permeada por construções imaginárias — o que não invalida sua função, mas exige uma postura crítica diante das formas pelas quais ela se expressa. Como sabemos, não há narrativa sem uma trama, e toda trama supõe uma configuração ficcional. Assim, memória e ficção não são opostas, mas interligadas pela narrativa. A ficção pode inclusive atuar como um instrumento de rememoração, ao oferecer formas simbólicas que ajudam a dar sentido a experiências do passado.

Os investidores, ao retomarem o passado de privação, lembram como conseguiram superar a si mesmos. O investimento como tecnologia de subjetivação neoliberal não existe sem que essas experiências sejam narradas: tornadas públicas com vistas a inscrever suas próprias vidas na temporalidade acelerada e financeirizada do presente. Como lembra Sarlo (2007, p. 24), que partilha visão semelhante à de Paul Ricoeur (2010), não há testemunho sem experiência, nem mesmo experiência sem narração (Sarlo, 2007, p. 24).

Identificamos o trabalho de memória na passagem do passado de privação para o presente de gratificações em duas ocasiões: (1) nas mutações corpóreas do investidor, voltadas à construção de uma beleza (branca e heteronormativa), não

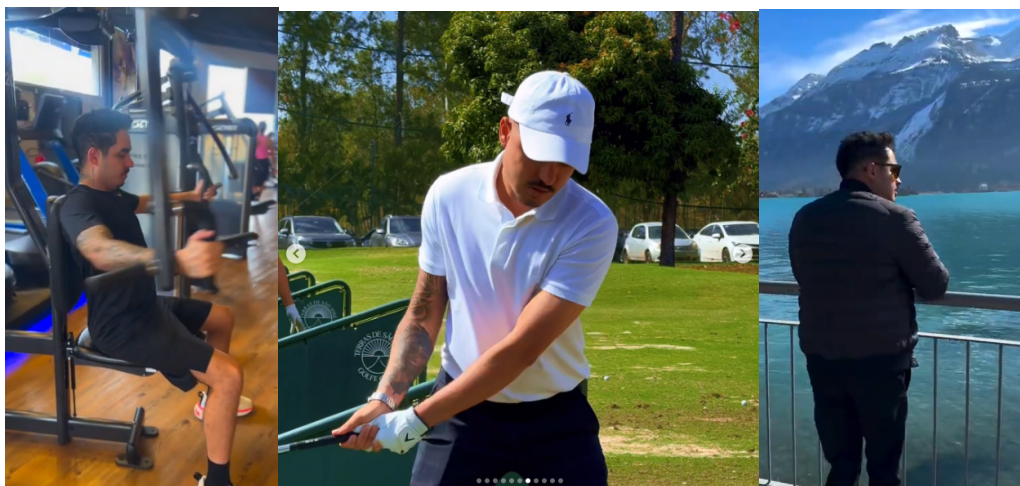


restrita à corporeidade física, mas alcançando lugares, vestimentas e modos como esses corpos de jovens falam; (2) nas gramáticas morais mobilizadas para construir autenticidade no imperativo do investimento, um aparente paradoxo.

No primeiro aspecto, analisamos como as mutações corporais são fundamentais para produzir superação de uma biografia. O passado daquele biografado (ainda) não empreendedor-investidor é de um rapaz mais novo, que não frequentava a academia, que veste roupas que socialmente são atribuídas de forma estereotipada a “meninos de quebrada” ou a pessoas de favela. Aquele que ascendeu pelas finanças é de alguém malhado, com o corpo desenvolvido, ou em vias de se tornar malhado, adaptado ao imperativo do treino e da performance. Essas imagens querem mostrar que não há sucesso no investimento financeiro sem o investimento no corpo, naquilo que se considera uma vida saudável e em vários qualificadores de bem-estar.

Há uma construção linear do indivíduo bem-sucedido, como um projeto de vida que se assemelha à ilusão biográfica, criticada por Bourdieu (2006). Nessa crítica, é necessário enfatizar que não se trata de buscar a real verdade da biografia, até porque esse esforço é contraproducente se levarmos em conta que toda vida é contada por diferentes perspectivas, não sendo possível admitir uma única via oficial (Oliveira, 2018). Os investidores querem falar de suas próprias vidas e experiências, ainda que sejam “falsas” à maioria das pessoas na aplicabilidade concreta. Querem construir pelo testemunho uma verdade própria, logo, uma realidade. Um exemplo disso é tentar mostrar que acordar cedo é uma garantia para quem quer “vencer na vida” (leia-se ficar rico). Observamos que isso se realiza apenas no plano aspiracional, pois não há condições políticas e materiais para que isso ocorra para maioria da população no sistema capitalista.

Figura 5: Imagens de sucesso (Murilo Duarte) – 18/04/2025



Fonte: perfil no Instagram (@faveladoinvestidor) – Reprodução

No segundo aspecto, podemos observar como a construção desse Real também está associada à evocação de uma autenticidade. Ser autêntico é um valor fundamental da modernidade e, na contemporaneidade, é elemento mobilizado de forma especial pelas biografias midiáticas. Quando falamos da forma testemunhal utilizada pelos jovens empresários, empreendedores e investidores, estamos tratando do modo como eles podem propor “o mais verdadeiro” do eu e da sua experiência atravessada pelo investimento. A autenticidade como afirmação de si também serve à reiteração meritocrática das conquistas pessoais, geralmente tomadas sem mediação por algo ou alguém. Trilling (2014), ao descrever os valores da sinceridade e da autenticidade na sociedade moderna, menciona que a segunda evoca uma “experiência moral mais tenaz do que ‘sinceridade’, uma concepção mais exigente do eu e daquilo que consiste ser verdadeiro para com ele” (Trilling, 2014, p. 21).

Trata-se de uma noção mais ampla sobre a colocação do indivíduo frente ao mundo e aos outros, muito além de apenas “ser verdadeiro”, como nos leva a crer a noção de sinceridade. Para o Trilling (2014), há uma capacidade inventiva na autenticidade, que acaba por destoar da primeira noção. Reinventar-se, transformar-se, buscar a melhor versão de si e, com isso, mudar de vida, são afirmações que podem ser lidas à luz do paradigma da busca e publicização da autenticidade.

As relações entre memória, narrativas autobiográficas e verdade constituem um dos núcleos mais complexos da subjetivação contemporânea, especialmente em contextos midiáticos como o dos jovens investidores analisados. A memória opera um dispositivo ativo na construção da verdade sobre o sujeito. A autobiografia, por sua vez,



assume um papel de mediação entre o eu vivido e o eu performado, em que a verdade não é um dado objetivo, mas uma construção narrativa. Essa construção é atravessada por regimes de visibilidade, moralidade e autenticidade que organizam o modo como a experiência é narrada e consumida.

A partir de Halbwachs (1990), podemos compreender a memória como um fenômeno social. Não é o sujeito isolado que se recorda, mas ele o faz dentro de quadros sociais de memória que moldam e delimitam o que pode ser lembrado e como pode ser narrado. Ao retomar suas histórias de vida, os jovens investidores constroem uma memória coletiva de superação que se inscreve no ethos do neoliberalismo e da meritocracia. Não é a memória pela memória, mas a memória como um recurso de legitimidade de um presente financeiramente bem-sucedido. Nesse sentido, a memória autobiográfica cumpre uma função performativa: ela não apenas representa o passado, mas o reconstrói para produzir efeitos no presente e no futuro — um testemunho que educa, persuade e vende.

O testemunho, quando alicerçado em biografias comunicacionais, funciona como forma de validação da verdade subjetiva. Trata-se de uma verdade narrativa, construída com base em elementos da vida real, mas sempre mediada pela linguagem, pela edição e pela expectativa do outro. Isso nos leva a uma tensão fundamental: a verdade autobiográfica não é factual, pois está menos no que aconteceu exatamente e mais no modo como o sujeito reconstrói e dá sentido à sua trajetória (Ricoeur, 2010). Ela se estrutura menos sobre a correspondência com os fatos e mais sobre a coerência interna e a capacidade de mobilizar afetos, empatia e autoridade moral. Ricoeur (2014) também reconhece que toda autobiografia é construída a partir de um “contrato de veridicção”, isto é, o autor se compromete com uma certa veracidade. Mas essa verdade não é científica nem documental: é uma verdade de coerência narrativa, sustentada pela articulação dos eventos em uma trama inteligível. Afinal, a narrativa autobiográfica não é a simples transcrição do vivido, mas uma composição onde a vida é figurada, refigurada, sob a forma de uma história com sentido.

É nesse ponto que Lionel Trilling (2014) distingue os conceitos de sinceridade e autenticidade, ambos fundamentais para entender os efeitos de verdade nas narrativas autobiográficas contemporâneas. A sinceridade refere-se à correspondência entre o que o sujeito sente e o que ele expressa; é o compromisso com a verdade interna no momento da enunciação. Já a autenticidade implica algo mais denso: trata-se da



fidelidade do sujeito a um eu idealizado, àquilo que ele deve ser para estar em harmonia com seu projeto de vida. A autenticidade exige invenção, transformação e, paradoxalmente, uma dose de ficção. No caso dos influenciadores, a autenticidade se apresenta como um imperativo de performance: não basta ser sincero, é preciso parecer autêntico — apresentar-se como alguém que viveu intensamente as dores da pobreza, mas que as superou com coragem, fé e competência.

A ilusão biográfica das autobiografias dos investidores, ao enfatizarem um passado desvalido e um presente de sucesso, criam uma estrutura de sentido que reforça a ideia de que tudo faz parte de um plano, de uma vocação, de uma escolha pessoal — ignorando, assim, as rupturas, contingências e desigualdades estruturais. A verdade, nesse caso, é menos uma descoberta e mais uma fabricação que atende aos interesses da governamentalidade neoliberal. Portanto, a articulação entre memória e narrativa autobiográfica não é neutra. Ela está implicada em regimes de subjetivação que operam por meio da estetização da experiência, da moralização do sofrimento e da espetacularização da superação.

Deus, família e capitais

Os investidores analisados também inauguram novas representações da juventude: o empreendedor propõe um sentido de mobilidade social e justiça, de novas possibilidades, e não mais o sentido de uma sociedade dividida entre alto e baixo. Não há, então, melhores que os outros, mas apenas uma diferença de visibilidade entre os investidores, de modo que seja possível considerar que todos somos nosso próprio modelo, ainda que paradoxalmente haja um modelo único como imperativo do governo de si (Ehrenberg, 2010).

Essas novas representações do novo jovem investidor também comportam uma mudança substancial no modo como o neoliberalismo incorporou, na sua implementação no Brasil, tecnologias de subjetivação das igrejas neopentecostais brasileiras. Não deveria nos surpreender que muitos desses investidores falam e citam Deus em suas publicações. Para além de agradecerem pelos ganhos, admitem falar que suas vidas são comprometidas com o Senhor, que os manteve de pé para que eles tivessem disciplina, comprometimento e autodeterminação para vencerem na vida. Esses jovens propõem certas gramáticas morais sobre como se comportar no que diz



respeito à espiritualidade. Ser um empreendedor ou investidor de sucesso também significa investir no campo da religiosidade; porém, não é qualquer religiosidade, mas a cristão e neopentecostal, cuja moralidade é adaptada à subjetividade da economia de mercado.

A Teologia da Prosperidade, reforçada e estimulada pelo neopentecostalismo, engendra um novo ethos que transcende a dimensão religiosa, abarcando outras áreas da vida dos sujeitos. Não é mais necessário esperar o Reino dos Céus para viver a promessa Divina, já que ela ocorre aqui mesmo, na Terra (Mariano, 2014). Segundo Mariano (2014), o neopentecostalismo brasileiro inaugura uma outra percepção sobre o sofrimento, a prosperidade, os ganhos na vida terrena e a relação espiritual dos crentes com Deus e a Igreja. O autor descreve quatro aspectos da nova Teologia, que prosperou deste final do último século até agora: (1) a ideia de que há uma vida menos ascética para viver, portanto, mais próxima do que muitos podem avaliar como profano; (2) a concepção de que a felicidade deve ser vivida no presente, portanto, na vida terrena, incluindo acesso aos bens e serviços da sociedade do consumo; (3) a percepção de que a crença em Deus, aliado ao cumprimento da Bíblia, é o que fará as pessoas melhorarem de vida; (4) o sentido de que pobreza pode ser superada aqui mesmo, e não apenas no Paraíso, como pensavam os pentecostais.

Como mostram os próprios investidores ao partilhar suas vidas, há um estímulo, ao modo neoliberal do neopentecostalismo, para uma prova da espiritualidade: os bens adquiridos, bem como a demonstração deles em público, é o indicativo da força da espiritualidade do fiel investidor. O neopentecostalismo possui uma relação com o capitalismo diferente do pentecostalismo, especialmente o de versão calvinista: em vez da promessa de ganho do Paraíso pela ética do trabalho e pela introspecção de comportamentos e virtudes ascéticas, introduz-se a defesa da “prosperidade como algo legítimo e mesmo desejável ao cristão, no estímulo ao consumo e progresso individual e em acentuado materialismo” (Mariano, 2014, p. 185). Não há, portanto, crítica ao capitalismo ou mesmo à desigualdade social, mas o estímulo dela pela via meritocrática.

A Teologia da Prosperidade, enquanto fenômeno religioso, cultural e midiático, tem se transformado, nas últimas décadas, em uma força discursiva capaz de moldar subjetividades, orientar condutas e produzir sentidos sobre sucesso, superação e destino individual. No contexto neoliberal, essa teologia, antes restrita ao universo



eclesial, expande suas fronteiras e se reinventa como gramática moral legitimadora da ascensão pessoal e econômica de sujeitos que performam, publicamente, uma biografia de sofrimento superado. A circulação da Teologia da Prosperidade fora dos templos e sua incorporação em discursos seculares — como os das finanças pessoais — revela o quanto esse arcabouço teológico se adequa perfeitamente às exigências do neoliberalismo enquanto regime de subjetivação. Como destaca Ricardo Mariano (2014), o neopentecostalismo brasileiro, especialmente em sua vertente próspera, rompe com o ascetismo do protestantismo clássico e abraça um discurso que valoriza o consumo, a riqueza material e a felicidade terrena como sinais visíveis da benção divina. Essa moralidade, ao ser recontextualizada nas plataformas digitais dos investidores, adapta-se à linguagem do mercado, mantendo, porém, seus fundamentos espirituais. Falar de finanças, nesse caso, é também falar de fé; investir é orar; enriquecer é parte de uma missão divina.

Na performance desses influenciadores, a masculinidade assume papel central na articulação entre ética religiosa, economia e subjetivação. Ambos apresentam-se como homens de conduta reta, disciplinados, resilientes e determinados — atributos clássicos da virilidade moderna, agora reconfigurados à luz de uma masculinidade neoliberal e crente. Como observam Connell e Messerschmidt (2005), a masculinidade hegemônica é constantemente reelaborada para se manter dominante, e o contexto atual exige que ela seja compatível com a lógica da performance, da visibilidade e da autossuficiência emocional. O investidor de sucesso é, portanto, um homem que governa a si mesmo, que se mostra imune às tentações da juventude mundana e que realiza, sozinho, sua transformação. A experiência religiosa, nesse cenário, não enfraquece a masculinidade, mas a reforça, legitimando-a por meio de um chamado divino.

Essa performance masculina está profundamente articulada ao ethos neoliberal, entendido aqui como uma racionalidade política que desloca a responsabilidade pelo bem-estar dos indivíduos das estruturas coletivas para o sujeito. Como Foucault (2008) argumenta em seus estudos sobre governamentalidade, o neoliberalismo não apenas administra a economia, mas fabrica sujeitos empreendedores de si mesmos, capazes de gerir suas vidas como empresas. Essa gestão passa por práticas de autoconhecimento, disciplina, resiliência e, sobretudo, pela capacidade de transformar cada fracasso em uma oportunidade de crescimento. Nesse



ponto, a Teologia da Prosperidade funciona como complemento ideal à subjetividade neoliberal: ao espiritualizar a responsabilidade individual, ela naturaliza o fracasso como falta de fé e transforma a pobreza em desobediência espiritual, assim como o neoliberalismo transforma a exclusão em falta de mérito.

A narrativa autobiográfica é o gênero discursivo que permite a esses jovens empreendedores expressarem essa fusão entre moral cristã, racionalidade econômica e virilidade performada. O testemunho de superação, nesse sentido, não é apenas uma técnica de convencimento, mas um ato de fé e um ritual de pertencimento (Illouz, 2011). No caso dos investidores, o sofrimento não apenas é enunciado, mas é cenicamente representado por meio de imagens do passado, vídeos emotivos, trechos de louvores e depoimentos sobre a vida antes da riqueza. Esse passado, no entanto, é cuidadosamente construído para cumprir uma função: tornar crível o presente de sucesso. O testemunho, como lembra Paul Ricoeur (2010), é uma forma de inscrição da experiência em uma temporalidade que já não é a de seu acontecimento, mas a de sua recordação estratégica.

A memória, portanto, ocupa um lugar central nesse processo. Ela é mobilizada como tecnologia de autenticidade e como capital simbólico. Retomar o passado de privação é uma forma de legitimar a autoridade do sujeito enquanto expert e mentor; mas é também uma forma de convocar o outro — o seguidor, o discípulo, o espectador — à conversão. O tempo vivido é reorganizado segundo uma lógica teleológica, em que o início é marcado pela dor e o fim pela redenção financeira e espiritual. Como sugere Beatriz Sarlo (2007), a memória, na cultura da subjetividade, torna-se espetáculo, e o eu narrado é, muitas vezes, menos um sujeito do passado e mais um personagem performado para o presente.

Essa operação é atravessada por um imperativo de autenticidade, como analisa Lionel Trilling (2014). A autenticidade, distinta da sinceridade, não exige apenas que o sujeito diga o que sente, mas que encarne uma experiência verdadeira de transformação. O investidor não precisa apenas ser verdadeiro; ele precisa parecer autêntico — isto é, deve performar uma coerência entre sua vida interior e sua imagem pública. A autenticidade, nessa chave, torna-se valor de mercado, atributo comunicacional e critério de legitimidade moral. O sujeito que se apresenta como autêntico é aquele que pode ser seguido, admirado e consumido. No universo das redes sociais, essa autenticidade é, muitas vezes, construída por meio de códigos visuais



(fotos do passado e do presente), linguagens afetivas e invocações religiosas que sugere um percurso sagrado de superação.

Nesse cenário, a Teologia da Prosperidade adquire uma nova dimensão: torna-se uma narrativa organizadora da experiência individual em tempos de incerteza, precariedade e ausência de políticas públicas. Como enfatiza Muniz Sodré (2021), o bios midiático-financeiro estrutura um novo regime de subjetivação, em que a vida é narrada como empresa e o sujeito, como gestor de si. A fé, nesse contexto, não é apenas crença, mas método de governança da alma. A memória, nesse processo, deixa de ser um espaço de elaboração coletiva do passado e se torna uma ferramenta de marketing pessoal; ela é moldada pelos algoritmos, calibrada pelos likes e reorganizada para fins pedagógicos e comerciais.

Portanto, a relação entre Teologia da Prosperidade, masculinidade performada, ethos neoliberal e autobiografia revela o modo como, na contemporaneidade, a fé e o mercado operam juntos na fabricação de sujeitos. Os jovens investidores analisados exemplificam uma geração que, em vez de reivindicar direitos, afirma a própria superação como modelo: em vez de questionar estruturas, transforma a dor em currículo; em vez de denunciar a desigualdade, a estetiza. A memória, nesse processo, é o palco em que o milagre se encena — e, como todo bom espetáculo, precisa de roteiro, estética e audiência.

Considerações finais

Neste texto, buscamos analisar alguns aspectos da atividade mnemônica a partir da biografia comunicacional de dois influenciadores de finanças, Murilo Duarte e Yan Pedro. Esses sujeitos jovens, que falam de finanças especialmente para pessoas pobres (“baixa renda”) são parte de um fenômeno recente na cultura midiática contemporânea. A partir da mobilização da sua experiência, esses influenciadores pretendem construir uma realidade pessoal teleológica, não restrita ao privado, mas com vistas a uma ampla publicização de suas práticas. Falar de finanças é um fenômeno relativamente recente, mas que remonta à história recente do tempo presente, atravessado por dispositivos de valorização e estímulo da racionalidade neoliberal.



A análise dos jovens investidores Murilo Duarte e Yan Pedro revela não apenas novas formas de narrar o self, mas sobretudo novas maneiras de existir e operar no mundo, em sintonia com as exigências contemporâneas de performance, visibilidade e autogestão. Nesse processo, a memória se mostra como elemento estruturante — não mais entendida como arquivo passivo do passado, mas como uma operação ativa de montagem de uma biografia teleológica, orientada pela lógica da superação, do mérito e do exemplo. A rememoração da pobreza, do sofrimento e da “vida errada” não é feita em busca de uma elaboração coletiva do trauma, mas como estratégia de validação de um presente vitorioso e, sobretudo, vendável. O passado é ressignificado como ponto de partida necessário para que o sucesso contemporâneo seja possível — e crível.

As narrativas de superação desses jovens reforçam uma subjetividade calcada na individualização radical da responsabilidade, na culpabilização dos que não vencem e na glorificação do sucesso como prova de valor moral, espiritual e econômico. O discurso da liberdade, central na racionalidade neoliberal, aparece aqui como obrigação de ser livre, como diria Nikolas Rose (2011): os sujeitos são chamados a realizar escolhas em contextos estruturados pela desigualdade, mas são julgados como se estivessem em condições de plena autonomia. Ao propor o investimento como forma de vida, esses influenciadores reforçam não apenas a centralidade da financeirização da existência, mas também a estetização da vida como projeto, como performance contínua de si, mediada por plataformas digitais e legitimada por visualizações, likes e engajamento.

As biografias midiáticas desses jovens configuram uma pedagogia neoliberal do self: ensinam não apenas a investir dinheiro, mas a investir em si mesmo como capital humano, emocional e espiritual. Trata-se de um processo que ultrapassa a economia, afetando profundamente as formas de viver, sonhar e se relacionar com os outros e com o futuro. Essa não é apenas uma mudança nas formas de geração de renda ou de comunicação, mas na própria constituição da subjetividade. O desafio que se impõe, portanto, é pensar alternativas a esse regime de verdade, formas de narrar e viver que resgatem a potência do comum, da solidariedade e da imaginação política, em um tempo em que o individualismo e a moral do mérito se tornam norma quase inescapável da vida social.



Referências

- BOURDIEU, P. A ilusão biográfica. In: FERREIRA, Marieta de Moraes; AMADO, Janaina; PORTELLI, Alessandro. **Usos & abusos da história oral**. Rio de Janeiro: Ed. da FGV, 2006. p. 183-191.
- BOURDIEU, P. The essence of neoliberalism. Utopia of endless exploitation. **Le Monde diplomatique**, dezembro de 1998.
- BRAGA, J. C. de S. Financeirização global: o padrão sistêmico da riqueza do capitalismo contemporâneo. In: TAVARES, Maria da Conceição; FIORI, José Luís. **Poder e dinheiro**. Petrópolis-RJ: Vozes, 1997.
- CONNEL, R. W., & MESSERSCHMIDT, J. W. Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept. **Gender & Society**, 19(6), 829–859, 2005.
- EHRENBERG, A. **O culto da performance**. Aparecida, SP: Ideias & Letras, 2010.
- FOUCAULT, M. A “Governamentalidade”. In: MOTTA, Manoel Barros da. **Foucault: Estratégia, Poder-Saber**. Coleção Ditos e Escritos vol. IV. São Paulo: Forense Universitária, 2012.
- FOUCAULT, M. **Nascimento da Biopolítica**: curso dado no Collège de France (1978-1979). São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- HALBWACHS, M. **A memória coletiva**. São Paulo: Vértice, 1990.
- ILLOUZ, E. **O amor nos tempos do capitalismo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- LAZZARATO, M. **O governo das desigualdades**: crítica da insegurança neoliberal. São Carlos-SP: EdUFSCAR, 2011.
- MARIANO, R. **Neopentecostais**: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil. São Paulo, Edições Loyola, 2014.
- OLIVEIRA, M. da G. Para além de uma ilusão: indivíduo, tempo e narrativa biográfica. IN: AVELAR, Alexandre de Sá; SCHMIDT, B. B. **O que pode a biografia**. São Paulo: Letra e Voz, 2018.
- RICOEUR, P. **A memória, a história, o esquecimento**. Campinas: Ed. Unicamp, 2007.
- RICOEUR, P. **O si-mesmo como outro**. São Paulo: WWF Martins Fontes, 2014.
- RICOEUR, P. **Tempo e Narrativa I**: a intriga e a narrativa histórica. São Paulo: WWF Martins Fontes, 2010.
- ROSE, N. **Inventando nossos selves**: psicologia, poder e subjetividade. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.
- SACRAMENTO, Igor. A biografia do ponto de vista comunicacional. **MATRIZES**, São Paulo, Brasil, v. 8, n. 2, p. 153–173, 2014. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v8i2p153-173.
- SACRAMENTO, Igor. 'A autoestima é muito importante': a retórica da salvação pessoal nos relatos de celebridades sobre o bullying. **LUMINA (JUIZ DE FORA)**, v. 11, p. 55-74, 2017.



SACRAMENTO, Igor. #euamoquemsou: televisão, discurso terapêutico e relatos biográficos no Twitter. In: Holzbach, Ariane; Castellano, Mayka. (Org.). **TeleVisões: reflexões para além da TV**. 1ed. Rio de Janeiro: E-Papers, 2018, v. , p. 105-130.

SAFATLE, V. Uma era de crise psíquica. **Revista Cult**, nº 311, ano 27, nov./240. São Paulo: Editora Bregantini, 2024.

SANTOS, M. **Por uma outra globalização**. 19a ed. Rio de Janeiro: Record, 2010.

SARLO, B. **Tempo passado: cultura da memória e guinada subjetiva**. São Paulo: Companhia das Letras, Belo Horizonte: UFMG, 2007.

SIRINELLI, J. F. A geração. In FERREIRA, Marieta de Moraes; AMADO, Janaína (org.) **Usos & abusos da história oral**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006, p.131-137.

SODRÉ, M. **A ciência do comum**. Petrópolis: Vozes, 2014.

SODRÉ, M. **A sociedade incivil: mídia, iliberalismo e finanças**. Petrópolis: Vozes, 2021.

SAAD FILHO, A.; MORAIS, L. **Brasil: neoliberalismo versus Democracia**. São Paulo: Boitempo, 2018.

TRILLING, L. **Sinceridade e autenticidade**. São Paulo: É Realizações Ed., 2014.



Este é um ARTIGO publicado em acesso aberto (*Open Access*) sob a licença *Creative Commons Attribution*, que permite uso, distribuição e reprodução em qualquer meio, sem restrições, desde que o trabalho original seja corretamente citado.