



Empreendedores sociais: modelos simbólicos para a construção do eu reflexivo no mundo conexcionista¹

Angelina Sinato²

ESPM

Resumo

Esse artigo aborda os discursos referentes às narrativas de vida dos empreendedores sociais a partir do contexto de mundo conexcionista, de Boltanski e Chiapello (2009). Compreenderemos de que forma a busca pela construção do eu (GIDDENS, 2002), fenômeno atrelado à modernidade, articula-se com a lógica de atuação apresentado pelos discursos biográficos de empreendedores sociais. Em um mundo em que vida profissional e pessoal são praticamente indissociáveis e a busca por autorrealização (EHRENBERG, 2010) e felicidade são prescritivos, o estilo de vida dos empreendedores sociais se apresenta como um modelo discursivo que aparenta atender a esses anseios, apesar de se constituírem como recursos retóricos atrelados à busca pelo bem comum. Serão analisados sites de abrangência global, como Ashoka, Skoll Foundation e Schwab por meio da análise crítica do discurso de Fairclough (2001).

Palavras-chave: empreendedorismo social, mundo conexcionista, eu reflexivo, autorrealização, narrativas biográficas.

1. A construção do eu na modernidade

A busca da auto-identidade é uma questão moderna. Em períodos predecessores, como o medievalismo, as definições relacionadas à identidade de um indivíduo eram, em grande parte, fixas: “o ‘indivíduo’ não existia nas culturas tradicionais, e a individualidade não era prezada. Só com o surgimento das sociedades

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho 1 COMUNICAÇÃO E CONSUMO: cultura empreendedora e espaço biográfico, do 5º Encontro de GTs - Comunicon, realizado nos dias 5, 6 e 7 de outubro de 2015.

² Angelina Sinato é mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM, SP, Brasil. Sua pesquisa conta com o apoio de bolsa da FAPESP – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (processo no. 2014/23079-4). E-mail: gisinato_28@hotmail.com.



modernas e, mais particularmente, com a diferenciação da divisão do trabalho, foi que o indivíduo separado se tornou um ponto de atenção” (GIDDENS, 2002, p. 72). É a partir desse momento que o ‘eu’ passa a ser visto como um projeto reflexivo, de responsabilidade do sujeito, ou seja, “somos não o que somos, mas o que fazemos de nós mesmos” (GIDDENS, 2002, p. 73). Não somos sujeitos esvaziados de sentido e sim, em constante formação, alteração, de acordo com circunstâncias e instituições que nos cercam, e buscamos atribuir consistência às nossas vidas ao “construir/reconstruir um sentido de identidade coerente e satisfatório” (idem).

Para estruturar de forma coesa a auto-identidade, é preciso que haja uma narrativa, como forma de manter um sentido único para a história do sujeito. Entretanto, a construção narrativa se delimita a um processo discursivo, já que “produzir uma história de vida, tratar a vida como uma história, isto é, como o relato coerente de uma sequência de acontecimentos com significado e direção, talvez seja conformar-se com uma ilusão retórica, uma representação comum da existência (...)” (BOURDIEU, 1996, p. 185). O sujeito somente é constituído como sujeito pela linguagem. A construção narrativa tem por objetivo atribuir lógica ao que é narrado e se constitui de maneira a atribuir valor e significado às histórias de vida. Cada jornada se apresenta ligada a um modelo social, ao qual se mostra compatível e conectada do ponto de vista moral:

É essa orientação ética, que não precisa de nenhuma explicitação normativa, que vai além de uma intencionalidade, que insiste, talvez com maior ênfase, nas narrativas de nosso espaço biográfico, indissociável da posição enunciativa particular, dessa sinalização espaciotemporal e afetiva que dá sentido ao acontecimento de uma história (ARFUCH, 2010, p. 120).

A construção narrativa parte do tempo presente para estruturar o passado e contar a história a partir de então. Selecionam-se os momentos que fazem mais sentido para a história que se quer “contar”, a identidade que se quer constituir. Os elementos do passado são escolhidos, editados, a partir do presente, para contribuir para o efeito de coesão que se busca:

Sem dúvida, cabe supor que o relato autobiográfico se baseia sempre, ou pelo menos em parte, na preocupação de dar sentido, tornar razoável, de extrair



lógica ao mesmo tempo retrospectiva e prospectiva, uma consistência e uma constância, estabelecendo relações inteligíveis, como a do efeito à causa eficiente ou final, entre os estados sucessivos, assim constituídos como etapas de um desenvolvimento necessário (BOURDIEU, 1996, p. 184).

A narrativa autobiográfica, editada, constituída a partir dos elementos passados selecionados, é a matéria-prima para o delineamento das possibilidades futuras. Entretanto, como destaca Giddens (2002), na contemporaneidade, “o futuro é pensado como cheio de possibilidades, mas não aberto ao livre jogo das contingências” (p. 76). Há uma gama de possibilidades socialmente determinadas. A modernidade traz uma série de reestruturações, dentre as quais o reordenamento entre tempo e espaço, que redefinam o local e o global. Com as novas tecnologias, a relação tempo e espaço passa por mudanças profundas: a presença física cada vez menos é correspondente ao processo de comunicação e, por isso, a relação de tempo e espaço se altera profundamente, e dá espaço a uma nova e mais complexa relação entre local e global. Nesse contexto, o sujeito também sofre uma série de mudanças, dentre as quais se destaca a necessidade de realizar escolhas: “A modernidade confronta o indivíduo com uma complexa variedade de escolhas e ao mesmo tempo oferece pouca ajuda sobre as opções que devem ser selecionadas” (GIDDENS, 2002, p.79).

O trabalho é entendido como um viés extremamente importante para a definição da identidade para Giddens (2002). Ele retoma Weber para ressaltar que a escolha por um trabalho pressupõe as oportunidades que estejam disponíveis, mas

o trabalho não está de nenhuma maneira completamente separado da arena das escolhas plurais, e a escolha de trabalho e do ambiente de trabalho constitui um elemento básico das orientações de estilo de vida na extremamente complexa divisão moderna de trabalho” (GIDDENS, 2002, p. 80).

Por estilo de vida, o autor entende ser um “conjunto mais ou menos integrado de práticas que um indivíduo abraça, não só porque essas práticas preenchem necessidades utilitárias, mas porque dão forma material a uma narrativa particular de auto-identidade” (GIDDENS, 2002, p. 79). Ou seja, são orientações, formas de viver, que garantem unicidade ao sujeito, com a finalidade de lhe atribuírem segurança e



também uma certa coerência para a construção de sua história de vida. “Além disso, a seleção ou a criação de estilos de vida é influenciada por pressões de grupo e pela viabilidade de modelos, assim como pelas circunstâncias socioeconômicas” (idem). É preciso aprender a “agir num mundo de escolhas plurais, envolver-se com ele, é optar por alternativas, tendo em vista que os sinais estabelecidos pela tradição estão agora em branco” (GIDDENS, 2002, p. 80). O lado perverso desse ponto de vista é que o sujeito se torna o único responsável por seus sucessos e também pelos fracassos que o atinjam. A vida é entendida como biografia, e, diante da solicitação por ter sucesso, por realizar as escolhas “corretas” – mesmo que não se saiba quais são – e estar em constante movimento, em busca de autorrealização. Desperta-se o sentimento de desencaixe. Diante dessa situação,

num mundo de opções de estilo de vida, o *planejamento* estratégico da *vida* assume especial importância. Como os padrões do estilo de vida, os planos de vida de um tipo ou de outro são como que concomitantes inevitáveis das formas sociais pós-tradicionais. Eles são o conteúdo substancial da trajetória reflexivamente organizada do eu. O planejamento da vida é um meio de preparar um curso de ações futuras mobilizadas em termos da biografia do eu (GIDDENS, 2002, p. 83).

É nesse sentido que é possível compreender um certo paradoxo em relação às escolhas e à formação do “eu” como projeto reflexivo: não há outra escolha, a não ser escolher. Entretanto, as instituições tradicionais já não oferecem modelos. Com a mudança nas estruturas hierárquicas, as empresas, que deveriam ser “não apenas o lugar e o símbolo da obrigação do trabalho, mas a expressão de um código de conduta em um universo marcado pela incerteza” (EHRENBERG, 2010, p. 45) deixam de ter tamanha relevância simbólica. Já se aponta aí uma questão importante, que é a perda da ação coletiva salvadora e o surgimento das “disciplinas de salvação pessoal” (idem). Ou seja, o mercado de trabalho também se torna um importante *locus* do processo de individualização.

A busca incessante por ser feliz, autorrealizar-se, torna-se prescritiva. E, conforme apontado anteriormente, o trabalho se torna uma das principais fontes de constituição do projeto do eu e, conseqüentemente, para se autorrealizar e ser feliz. É



nesse sentido que o empreendedorismo ganha força como um modelo a ser seguido. O conceito é apresentado de diversas formas: empreendedores, microempreendedores, empreendedores sociais, ou mesmo absorver o conceito do empreendedorismo ao trabalhar para uma empresa. Destaca-se, nesse cenário, a quantidade de qualidades que são esperadas: um agente engajado, inovador, responsável por sua gestão e em busca de melhorias constantes em seu posto de trabalho. Há também “intraempreendedor social”, “incorporado ao sistema capitalista para renovar a cultura organizacional e projetá-la para um futuro imaginado pelo próprio sistema” (CASAQUI, 2014, p. 8). A relação entre trabalho e engajamento como forma de alcançar realização pessoal se constitui nesse cenário. Mesmo em momentos de crises econômicas,

o empreendedorismo tem vindo, assim, a ser transformado na panaceia que solucionará os graves problemas do desemprego desencadeados pela crise, através das políticas de apoio ao empreendedorismo de base tecnológica e de inovação, e que atenuará os impactos da crise através das iniciativas solidárias do microempreendedorismo, do empreendedorismo social e do empreendedorismo econômico solidário. [...] Tudo pesado, tudo leva a crer que a retórica do empreendedorismo e a tônica nas oportunidades de negócio produzidas pelas crises reforcem de forma clara o mito da autorrealização e do individualismo (LOPES, 2012 *apud* CASAQUI, 2013, p. 871).

Esse é um processo marcante para o novo espírito do capitalismo. De acordo com Boltanski e Chiapello (2009), esse despreendimento dos modelos hierárquicos representados pelas empresas, corresponde a um momento crítico que levou ao terceiro espírito do capitalismo. Em princípio, esse seria um indicativo de liberdade para a formação do sujeito. Por outro lado, por ser um projeto reflexivo, esse “eu” precisa estar em constante mudança, precisa alcançar modelos que correspondam à sua situação socioeconômica. Ou, seja, é preciso se encaixar, mas, ao mesmo tempo, estar em constante mudança. É preciso encontrar um trabalho que o faça feliz e autorrealizado, mesmo que essas condições dependam somente de você:

ganhos de liberdade ocorreram em detrimentos das reivindicações (...): grande parte das pessoas em vez de se libertar, foi precarizada, submetida a novas formas de dependência sistêmica, e obrigada a enfrentar com mais solidão exigências indefinidas, ilimitadas e torturantes de autorrealização e autonomia (Ehrenberg, 1998)” (BOLTANSKI e CHIAPELLO, 2009, p. 438).



É nesse cenário complexo que se enquadra a figura do empreendedor social, modelo de mudança que emerge especialmente a partir do terceiro espírito do capitalismo (BOLTANSKI e CHIAPELLO, 2009). Definido como um ator social responsável por mudanças profundas na sociedade, é visto como engajado, resiliente, criativo, inovador. As narrativas de vida disponíveis em relação a esse ator social endossam a figura mítica do empreendedor social, que se encaixa nos pressupostos do mundo conexcionista que se estabelece a partir do terceiro espírito do capitalismo (idem).

2. A figura simbólica do empreendedor social no mundo conexcionista

O terceiro espírito do capitalismo, conforme apontado de maneira breve, desponta a partir da crise do segundo espírito do capitalismo. Trata-se de um momento histórico em que o trabalho representava somente uma forma de acumular de dinheiro, mas não de se engajar nas atividades realizadas. Historicamente, o segundo espírito do capitalismo correspondeu ao período entre os anos 1930 e 1960, em que o modelo predominante era o das gigantes empresas centralizadas na figura magnânima do diretor, que era o principal ícone organizacional. Entretanto, essa lógica burocratizada e alienante foi bastante questionada, assim como as condições de trabalho. Soma-se a esse cenário a falta de engajamento dos trabalhadores, que passam a enxergar a desigualdade e falta de liberdade desse sistema proposto.

A partir desse período crítico surge o terceiro espírito do capitalismo, considerado ainda não totalmente estabelecido, mas com diretrizes que o descrevem como “isomorfo a um capitalismo ‘globalizado’” (BOLTANSKI e CHIAPELLO, 2009, p. 52). É nesse contexto que se institui a lógica de mundo conexcionista, também definido pelos supracitados autores. Esse conceito prevê uma crescente intersecção entre vida privada e vida profissional, ocasionando uma nova associação entre qualidades e características pessoais e profissionais, que outrora não necessariamente dialogavam: “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). E é nesse cenário quase indissociável que a vida profissional se torna um elo indispensável, ou mesmo o principal, para a definição do sujeito. A figura do empreendedor social se insere nessa circunstância a partir do momento em que ele une suas qualidades profissionais a qualidades pessoais. Seu sucesso profissional representa, discursivamente, a melhoria das condições de vida de muitos, já que sua atuação se constrói a partir da lógica do bem comum. O empreendedorismo, de forma geral, e mais especificamente o empreendedorismo social, são indícios sintomáticos da valorização da auto-identidade e da construção do “eu” reflexivo, assim como do terceiro espírito do capitalismo. Entretanto, são ícones de uma solução descrita como revolucionária, mas que, em última instância, não altera de forma estrutural a situação social da contemporaneidade:

o entusiasmo recente pelos empreendedores, quando a possibilidade de uma alternativa política e econômica ao capitalismo, quando o futuro mítico da sociedade sem classes, enfim reconciliada consigo mesma, que condicionava a libertação da subjetividade pelo marxismo e pelas ideologias revolucionárias, são doravante inoperantes (EHRENBERG, 2010, p. 57).

Ou seja, trata-se de uma alternativa política, econômica e também social que somente se dá no plano discursivo, simbólico. As propostas apresentadas reforçam a estrutura basilar responsável pelas desigualdades sociais: o capitalismo. Torna-se, então, inviável a existência de projetos capazes de alcançar as mudanças propostas. Assim como prevê a dinâmica de atuação em rede do terceiro espírito do capitalismo, percebe-se que a atuação dos empreendedores sociais também se dá a partir da atuação por projetos:

Num mundo reticular, a atividade profissional passa a ser feita de uma multiplicidade de encontros e conexões temporárias, mas reativáveis, em grupos diversos, realizados em distâncias sociais, profissionais, geográficas e culturais eventualmente muito grandes. O projeto é a oportunidade e o pretexto para a conexão. (BOLTANSKI e CHIAPELLO, 2009, p. 135).



Essa estrutura de atuação reforça tanto o processo de individualização que se estabelece a partir da modernidade quanto a dimensão do mundo conexionista da contemporaneidade: “O projeto é precisamente um amontoado de conexões ativas capazes de dar origem a formas, ou seja, dar existência a objetos e *sujeitos* (grifo nosso)” (BOLTANSKI e CHIAPELLO, 2009, p. 135). A estrutura de projetos é tanto articulada por organizações sociais quanto estimulada por meio de mecanismos de legitimação de outros campos, como imprensa e setor privado. Como exemplo, podemos citar a premiação realizada pela Folha de São Paulo, em parceria com a Schwab Foundation: o Prêmio Empreendedor Social³:

Além de projetar nacional e internacionalmente esses líderes, a Folha de S. Paulo e a Fundação Schwab oferecem um alto nível de qualificação e *networking*, viabilizando aos premiados a conquista de maiores e melhores indicadores em sustentabilidade, impacto social direto e indireto, influência em políticas públicas e escalabilidade para seus projetos.

A figura valorizada é a do líder do projeto, o que condiz com o processo de individualização proposto por Giddens (2002). Além disso, uma das vantagens descritas pela Folha de São Paulo para os ganhadores do prêmio é a de projeção nacional e internacional, por meio do qualificado *networking* (rede de contatos), ou seja, de uma teia conexões, proporcionado tanto pela Folha de São Paulo quanto da Schwab Foundation.



Figura 1: Logotipo da premiação da Folha de São Paulo em Parceria com a Schwab Foundation.

³ Link disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/empreendedorsocial/o_que_e.shtml. Acesso em 10 de Julho de 2015.



É interessante ressaltar a imagem de uma peça de quebra-cabeça no logotipo da premiação. Podemos entender a escolha dessa imagem como referência à conexão, aos projetos que precisam se conectar para ganhar forma, conforme indicam Boltanski e Chiapello ao descreverem o mundo conexcionista e a necessidade de tais ligações, por mais que sejam temporárias, para a formação do sujeito.

Ao analisarmos as organizações sociais, especialmente as de atuação global, como Ashoka, Skoll Foundation e Schwab, identificamos também a presença do mundo conexcionista como característica fundamental de atuação. No exemplo abaixo, segue a descrição da atuação da Skoll Foundation:

Jeff Skoll criou a Fundação Skoll, em 1999, para prosseguir a sua visão de um mundo sustentável de paz e prosperidade. Liderada pelo CEO Sally Osberg desde 2001, a nossa missão é impulsionar a mudança em grande escala, investindo, *conectando*, e celebrando empreendedores sociais e os inovadores que ajudem a resolver os problemas mais urgentes do mundo. Os empreendedores sociais são agentes de mudança da sociedade, criadores de inovações que alteram o *status quo* e transformam nosso mundo para melhor. Identificamos pessoas e programas que trazem mudanças positivas ao redor do mundo, e nós as capacitamos para estender seu alcance, aprofundar o seu impacto e, fundamentalmente, melhorar a sociedade. (tradução nossa)⁴.

A Ashoka desenvolveu uma rede de suporte para os empreendedores sociais, chamada de “*The Ashoka Support Network*”⁵:

⁴ Original em inglês: Jeff Skoll created the Skoll Foundation in 1999 to pursue his vision of a sustainable world of peace and prosperity. Led by CEO Sally Osberg since 2001, our mission is to drive large-scale change by investing in, connecting, and celebrating social entrepreneurs and the innovators who help them solve the world’s most pressing problems. Social entrepreneurs are society’s change agents, creators of innovations that disrupt the status quo and transform our world for the better. By identifying the people and programs already bringing positive change around the world, we empower them to extend their reach, deepen their impact, and fundamentally improve society.

⁵ Original em inglês: The Ashoka Support Network (ASN) is an initiative of Ashoka, the world’s largest network of social entrepreneurs. Building on Ashoka’s vision for a world where Everyone is a Changemaker, the Ashoka Support Network is a global community of successful leaders in their own fields - men and women with a passion for creative and entrepreneurial change - who share Ashoka’s understanding that entrepreneurs are the primary engine for economic and social development. The Ashoka Support Network envisions a world where there will be no more walls between the citizen sector and any other sector. A world where leaders from all fields and social entrepreneurs work together to solve society’s most pressing social problems



A Rede de Apoio Ashoka é uma iniciativa da Ashoka, a maior rede mundial de empreendedores sociais. Com base na visão da Ashoka para um mundo em que todos são agentes de mudança, a Rede de Apoio Ashoka é uma comunidade global de líderes de sucesso em seus próprios campos - homens e mulheres com uma paixão para a mudança criativa e empreendedora - que compartilham o entendimento de Ashoka que os empresários são o principal motor de desenvolvimento econômico e social. A Rede de Apoio Ashoka prevê um mundo no qual não haverá mais paredes entre o setor civil e qualquer outro setor. Um mundo em que os líderes de todos os campos e empreendedores sociais trabalhem em conjunto para resolver os problemas sociais mais prementes da sociedade.

São valorizadas as qualidades individuais para a construção de um novo e global projeto de sociedade. Nesse projeto, os empresários, que são descritos como “o principal motor de desenvolvimento econômico e social”, são os protagonistas do desenvolvimento dessa rede que levará ao novo projeto de sociedade. No site, há uma série de vídeos que contam a história desses empresários qualificados que se dispõem a ajudar os *fellows*⁶ da Ashoka. São vídeos curtos, com cerca de um minuto cada, que possuem a mesma dinâmica biográfica e documental, a mesma trilha sonora – empolgante e instrumental – para dar voz à rede de apoio da Ashoka. Os principais eixos de todas essas entrevistas são: a fala em primeira pessoa, o destaque para a relevância da conexão para o sucesso das ações de empreendedorismo social e a recompensa, a autorrealização que os participantes dessa rede de apoio alcançam ao ajudarem os *fellows* da Ashoka. A linguagem, como prática social, evidencia o processo de legitimação entre as relações. O discurso é tanto moldado como restringido pela estrutura social. “Os eventos discursivos específicos variam em sua determinação estrutural segundo o domínio social particular ou o quadro institucional em que são gerados” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 91).

⁶ Fellows são os participantes da instituição Ashoka. São definidos pela organização como: “empreendedores sociais reconhecidos pela Ashoka por terem soluções inovadoras para os principais problemas sociais que enfrentamos, com verdadeiro potencial para mudar padrões na sociedade. Eles demonstram grande comprometimento com suas causas e seus projetos, provando que empatia, criatividade e colaboração são poderosas ferramentas para promover transformações sustentáveis e sistêmicas”. Disponível em: <http://brasil.ashoka.org/fellows>.



No caso da ASN (*Ashoka Network Support*), o discurso evidencia que seus participantes realizam uma forma de trabalho que define suas identidades, além de atribuírem *coerência* às suas trajetórias de vida. Esses profissionais partem de suas áreas de trabalho, de suas experiências anteriores para atuarem em prol do bem comum. Em todos os vídeos, nota-se a relação entre atuação pelo bem social e a recompensa:

Eu sou a Valérie Attia Shwartz, eu tenho alguns negócios e, um dia, eu *me dei conta de que faltava algo*. E, então, eu descobri a Ashoka e decidi me tornar uma ASN (parte da Ashoka Support Network) (...). Eu vejo que é muito *recompensador* compartilhar a minha experiência em negócios com pessoas que querem lançar negócios com um enorme impacto social (grifos nossos).



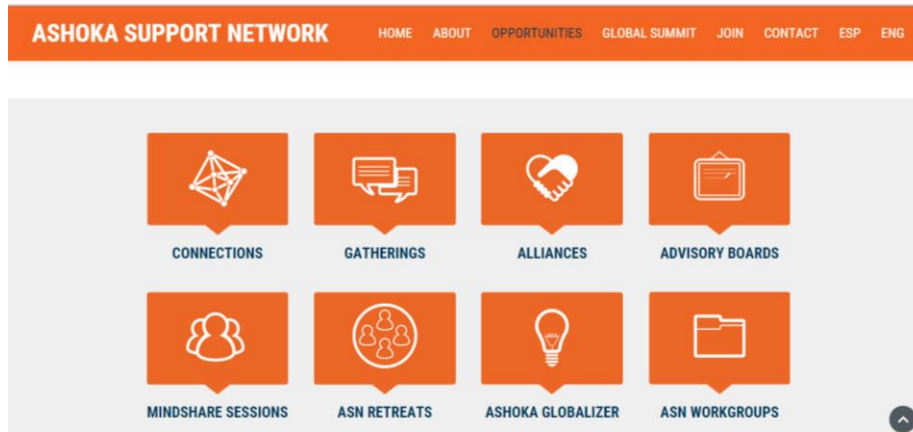
Figuras 2 e 3: Frames do vídeo em que Valérie Attia Shwartz conta sua experiência como parte da Rede de Suporte da Ashoka.

Ao relatar sua biografia, Valérie destaca seu sentimento de desencaixe, “faltava algo”, ou seja, diante da necessidade de constante mudança, da construção do eu reflexivo, havia uma dificuldade de se estabelecer, de construir uma história coesa e que a levasse à autorrealização. Nesse contexto, participar da rede de suporte da Ashoka se tornou uma solução. A empresária estaca ser essa uma tarefa recompensadora e que se encaixa perfeitamente em sua história de vida: “eu sempre trabalhei com negócios em que a única coisa que importava era o que dávamos a nossos acionistas, e quando eu descobri a Ashoka eu pensei ‘é exatamente isso o que eu quero fazer’”.



Ao observar o exemplo do vídeo de Valérie, é interessante ressaltar alguns pontos da análise crítica do discurso de Fairclough. Trata-se de uma metodologia que propõe três dimensões de análise: “(1) análise das práticas discursivas (...), focalizando a intertextualidade e a interdiscursividade das amostras do discurso; (2) análise dos textos; (3) análise da prática social da qual o discurso é parte” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 282). O autor ressalta não ser esse um modelo restrito e faz importantes ressalvas. Alguns itens estão presentes em mais de uma dimensão analítica, outros estão sobrepostos e, de acordo com cada objeto, há itens que não são passíveis de análise: “note que em qualquer análise particular algumas das categorias são provavelmente mais relevantes e úteis que outras, e os analistas provavelmente desejam focalizar um número pequeno de categorias” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 283). Dentre os elementos constitutivos da análise das práticas discursivas está a coerência. Conforme apontamos por meio da história de Valérie, a forma de atuação proposta pela ASN atribui, narrativamente, coerência às histórias de seus membros. Por meio de sua participação na ASN ela conseguiu atribuir relevância e coerência à sua história, de acordo com práticas sociais e culturais valorizadas na contemporaneidade.

Assim como Valérie, os outros sete participantes da *Ashoka Support Network* contam suas histórias de vida em breves vídeos e destacam como se sentem realizados por fazerem parte dessa rede e como é possível ajudar a Ashoka a partir de seus conhecimentos das conexões interpessoais que possuem. Trata-se de uma rede composta por 350 membros, que atuam em 22 países. O site é todo construído em torno da ideia de “*network*”, como podemos observar a partir da imagem a seguir:



Figuras 4: Parte do site “Ashoka Support Network” que exemplifica a relevância da conexão e atuação em rede.

Pode-se compreender, de acordo com Boltanski e Chiapello (2009), como as relações sociais se tornam fruto de uma mercadorização generalizada. O sujeito, no contexto do mundo conexcionista, precisa se encaixar, ser flexível, precisa estar em constante mudança, e é o único responsável por seu sucesso ou fracasso. E não basta viver de acordo com ditames cada vez mais cambiantes, é preciso encontrar sentidos, justificativas para a construção de biografias inspiradoras, como as dos empreendedores sociais.

A busca por felicidade e autorrealização se torna prescritiva, em contexto em que as barreiras entre vida pessoal e profissional se liquefazem. Diante dessa realidade, é preciso ser feliz em todos os âmbitos – pessoal e profissional – nos mais diversos tipos de circunstâncias e, essa extenuante, e por vezes cruel tarefa, só depende de você.

3. Considerações finais

A estruturação da auto-identidade (GIDDENS, 2002) é um processo que se caracteriza como de responsabilidade única e exclusiva do indivíduo, a partir da modernidade. Se em outros momentos os sujeitos estavam sujeitos a castas e a



classificações fixas, a partir da modernidade essa lógica se altera. A divisão de trabalho se tornou ponto chave no processo de individualização do “eu” e, além disso, é um definidor bastante relevante em relação aos diferentes estilos de vida que um indivíduo pode escolher.

No mundo conexcionista (BOLTANSKI e CHIAPELLO, 2009) em que estamos inseridos, vida pessoal e profissional estão cada vez mais entrecruzadas e indissociáveis. Não se trata somente de “levar trabalho para casa” ou algo semelhante, trata-se de um espectro mais amplo, em que amizades e relacionamentos são definidos tomando em conta conexões favoráveis para “os negócios”, para “os projetos” que cada indivíduo desenvolve. De acordo com Giddens (2002), espera-se que o eu seja reflexivo, ou seja, adaptável, móvel, que se altere a diferentes circunstâncias, a todo o tempo. O mundo conexcionista, similarmente, pressupõe a atuação acordo com projetos, que são conexões instáveis que se formam e dissolvem de acordo com as circunstâncias. Esse cenário de constante alteração e conexões se apresenta como pano de fundo para a formação de objetos e sujeitos.

Nesse contexto incerto, instável, em que a única certeza é a que temos que escolher e sermos felizes, autorrealizados, surge a necessidade de contarmos nossas histórias de forma coesa. As narrativas biográficas são formas de atribuir coerência às escolhas realizadas e ao caminho escolhido. Além disso, elas carregam, mesmo que de forma implícita, a orientação ética dos sujeitos e das sociedades em que estão inseridos.

Os discursos narrativos dos empreendedores sociais demonstram o espírito do tempo a partir dessas características da contemporaneidade. Trazem, com bastante ênfase, a questão da individualidade, ao evidenciarem de que forma sua atuação individual é essencial para solucionar os problemas sociais; a construção do eu reflexivo, ao destacarem a necessidade de estarem em constante movimento, ao tentarem “se encontrar” por meio da atuação profissional no campo do empreendedorismo social. Essas situações são relatadas a partir da dinâmica da atuação por projetos, pela rede, por se conectarem com outros empreendedores sociais ao redor do mundo. Todas essas características demarcam, a partir do campo discursivo, a ideia



da construção de um novo projeto de sociedade, viabilizado pela atuação do empreendedorismo social. Trata-se, nesse sentido, de um movimento retórico em que se consome um sistema simbólico.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

ASHOKA - site da instituição disponível em: <http://www.ashoka.org.br>. Acesso 07 de Julho de 2015.

ASHOKA SUPPORT NETWORK – site da instituição disponível em: <http://www.ashokasupportnetwork.org/>. Acesso 07 de Julho de 2015.

BOLTANSKI, Luc e CHIAPELLO, Ève. **O novo espírito do capitalismo**. 1ª edição. São Paulo, 2009: Martins Fontes.

BOURDIEU, Pierre. **A ilusão biográfica**. In: FERREIRA, Marieta de Moraes; AMADO, Janaína (Orgs.). Usos e abusos da história oral. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1996.

CASAQUI, Vander. Questões metodológicas para o estudo das vidas narrativizadas. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 20, n. 3, p. 866-883, set./dez. 2013.

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

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora UnB, 2001.

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

PRÊMIO EMPREENDEDOR SOCIAL – site disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/empreendedorsocial/o_que_e.shtml. Acesso em 8 de Julho de 2015.

SCHWAB FOUNDATION – site da instituição disponível em: <http://www.schwabfound.org>. Acesso em 6 de Julho de 2015

SKOLL FOUNDATION – site da instituição disponível em: <http://www.skollfoundation.org>. Acesso em 6 de Julho de 2015.