

AGÊNCIA, SUBJETIVIDADE E REDE: TRÊS CONCEITOS PARA UMA INVESTIGAÇÃO SOCIOLÓGICA DO DISCURSO DO NEOLIBERALISMO EMPREENDEDOR

XIII Encontro de Pesquisa e Pós-Graduação

Raul da Fonseca Silva ThÉ, Jakson Alves de Aquino

O presente trabalho procura apontar a compatibilidade analítico-reflexiva dos conceitos sociológicos de agência, subjetividade e rede com os princípios do, e as habilidades exaltadas pelo, discursos do empreendedorismo e da inovação. Para tanto, examino os nexos de sentido do citado discurso que tem por indicação uma supervalorização da autenticidade, do eu e do indivíduo, mas também de uma responsabilização sobre as situações e sobre si mesmos, por um lado, relativos a um ventilado protagonismo pessoal e, por outro, aberto e exigente à (re)adaptações e à reinvenções em um mundo em constante mudança. Do mesmo modo, observo a produção da postura empreendedora e a objetivação do processo de buscar ser (tornar-se) empreendedor, ao tempo que se procura elaborar a construção de redes de relações e de contatos (networking) no intuito de potencializar oportunidades. Assim, diante do discurso geral do empreendedorismo e da inovação assumo uma postura metodológica, ao mesmo tempo, interpretativa e reflexiva, uma vez que intento buscar os sentidos e significados dos usuários e manejadores desse discurso e apontar as lógicas que estão subsumidas ao próprio ventilar discursivo. De modo que a própria discussão, aqui delineada, se produz como uma investigação teórico-conceitual, entretanto traça uma visão geral sobre o empreendedorismo como uma renovação do Homem da modernidade ou do homo economicus, em sua composição social e cognitiva, atualização essa que torna este discurso mais maleável e potencialmente mais eficiente ao construir subjetividades mediante processos de inculcação, expectativa e reforço que se dão por meio de sistemas de exigência impostos e expressos pela positividade. Apontando, assim, de um lado, para o caráter típico do indivíduo enquanto agente empreendedor de si e, de outro, para a produção de processos de autoexploração ou exploração de si.

Palavras-chave: Agência. Subjetividade. Rede. Homo economicus.