



Capitalising Social, Socializing Capital?

Le narrative sull'imprenditorialità sociale: un'analisi critica

Marco Guglielmo (University of Birmingham)

Paper presentato in occasione del XIII Colloquio Scientifico sull'impresa sociale,
24-25 maggio 2019, Dipartimento di Management e Diritto, Università degli Studi di Roma "Tor Vergata"

ISBN 978-88-909832-8-3

Capitalising Social, Socializing Capital?

Le Narrative sull'Imprenditorialità Sociale: un'Analisi Critica

Marco Guglielmo

PhD candidate, Department of Political Sciences and International Studies, University of Birmingham

Abstract

L'obiettivo di questo paper è quello di affermare la rilevanza dei contenuti ideologici nelle principali linee di narrazione accademica sull'imprenditorialità sociale. Nell'ultimo decennio, infatti, si è sviluppata una linea di analisi critica del discorso sulla *Social Entrepreneurship* tesa a disvelare le relazioni di potere e la carica ideologica normalmente nascoste sotto un velo di pretesa a-politicità. Tuttavia, queste critiche hanno teso a contrapporre dicotomicamente ad una ideologia individuata come *mainstream* – il fondamentalismo di mercato- un'altra ideologia fondata sulla partecipazione comunitaria. Al contrario, in questo paper, queste chiavi di interpretazione sono ri-concettualizzate come elementi di una tensione ideologica intrinseca nel fenomeno stesso della *Social Entrepreneurship* e delle relative narrative accademiche: quella tra la funzione di 'capitalizzazione del sociale' e di 'socializzazione del capitale'. Attraverso un'analisi qualitativa di oltre sessanta definizioni nella letteratura accademica sull'imprenditorialità sociale sono stati quindi individuati quattro tipi di ideologia, riferiti agli obiettivi di riproduzione/trasformazione delle strutture economico-sociali e alla conservazione/innovazione dei processi attraverso cui queste strutture operano. L'analisi è stata condotta adottando alcune delle tecniche proprie della *Critical Discourse Analysis* e rappresenta la fase pilota per ulteriori ricerche che arricchiscano la comprensione delle relazioni (contro-) egemoniche tra attori del mondo accademico, policy-makers, imprenditori sociali, comunità locali. Gli assunti principali alla base di questa analisi sono (1) che una crescente trasparenza del sub-strato politico negli approcci alla ricerca sull'imprenditorialità sociale possa favorire un dialogo più ricco e interdisciplinare e (2) che questo dialogo possa arricchire la comprensione delle complesse relazioni alla base di un fenomeno di grande rilevanza sociale.

Keywords: *Social Entrepreneurship, Imprenditorialità Sociale, Ideologia, Critical Discourse Analysis, Innovazione, Welfare, Imprenditorialità*

1. Introduzione

La Social Entrepreneurship (SE), come notato da Albert Hyunbae Cho (2006), ha rappresentato un fenomeno sociale capace di attrarre molti sostenitori e pochissimi detrattori. Questa tendenza 'conciliatrice' sarebbe derivata dallo sviluppo di nuove tipologie di organizzazione sociale in grado di by-passare le conflittualità tipiche delle economie capitalistiche, combinando in forme innovative la dinamicità e la propensione al rischio degli imprenditori con la possibilità di realizzare miglioramenti sociali significativi (es. Dees et al., 2001, Boltanski and Chiapello, 2005). Tuttavia, già nel 2004, Raymond Dart, affermava

criticamente che la SE fosse un fenomeno legittimato più sul piano morale che empirico: una pluralità di attori (policy-makers, centri di ricerca universitaria) ideologicamente schierati a favore dell'idea che solo le tecniche del business e del management potessero risolvere, in forma sostenibile, i problemi economici e sociali ne avrebbero sospinto lo sviluppo. Conseguentemente, la SE sarebbe stata più una creazione ideologica che una forma concreta di utilizzo del mercato per l'avanzamento del bene comune. Seguendo la stessa linea di ragionamento, Cho (2006) ha affermato che la concettualizzazione della SE sarebbe affetta da una visione tautologica e monologica del sociale: l'imprenditorialità sociale sarebbe stata cioè capace di produrre impatti positivi per il fatto stesso di essere concepita come l'unione di due diversi ambiti, e il 'sociale' sarebbe, in questo costrutto ideologico, una dimensione a-conflittuale, priva cioè di confronto dialogico tra diverse strutture e agenti.

Sulla base di queste prime riflessioni critiche della SE come fenomeno in sé e come disciplina di studio si sono sviluppati diversi filoni di ricerca. Da un lato, alcuni autori hanno messo in questione la validità empirica delle analisi sulla SE, ad esempio mostrando i limiti delle teorie¹ in base alle quali il movimento del 'terzo settore' verso il mercato sarebbe stato determinato dalla riduzione dei contributi pubblici e delle donazioni private (Kerlin and Pollak, 2010), o evidenziando come essa finisse per promuovere una modalità di occupazione che portava gli imprenditori sociali a sacrificare qualunque aspetto della propria vita privata (Dempsey and Sanders, 2010). Altri hanno messo in discussione la stessa definizione della Social Entrepreneurship, descrivendolo come fenomeno plurale e contraddittorio, e quindi non definibile unitariamente (Dacin et al., 2011). Dall'altro lato, sono emerse delle analisi critiche che hanno evidenziato la natura ideologica delle definizioni e delle analisi della SE. Queste critiche presentano, in filigrana, la stessa caratteristica. Quella cioè, di attribuire un valore negativo al concetto di ideologia, e di dividere, conseguentemente, le analisi sulla SE in un campo '*mainstream*', teso alla mitigazione dei problemi sociali propri delle economie capitalistiche attraverso i processi tipici dello stesso sistema (Cho, 2006, Teasdale, 2012, Lehner and Germak, 2014, Cieslik, 2018), e in un campo 'critico' in grado di concettualizzare la SE come fenomeno di trasformazione delle attuali strutture di potere, in grado di sostituire l'economia capitalista con un'economia sociale (Teasdale et al., 2013).

Adottando le categorie di analisi utilizzate da Jenny Andersson (2007) per descrivere il passaggio all'economia della conoscenza tra gli anni '90 e i primi anni 2000, la dimensione normativa della SE sarebbe interpretabile sulla base di una netta contrapposizione: la capitalizzazione del sociale o la socializzazione del capitale. Nella prima tipologia rientrerebbero quelle teorie che vedrebbero la competizione tra imprenditori come *driver* nell'individuazione di soluzioni 'di mercato' capaci di risolvere specifici problemi sociali. Queste teorie assumerebbero che lo stato e il terzo settore hanno fallito nel contrasto dell'esclusione sociale e che proprio la ridefinizione dei confini tra questi ambiti e il mercato sarebbe la chiave del cambiamento sociale. Nel secondo campo, rientrerebbero invece quelle teorie che assumono che il benessere sociale non sia riducibile alla somma del

¹ Resource Dependence Theory

benessere individuale e che il capitalismo sia una determinante dei fenomeni di esclusione sociale: di conseguenza, il cambiamento sociale si può realizzare solo cambiando le attuali relazioni di potere e rendendo la società civile protagonista dei processi di gestione dell'economia (Eikenberry, 2009, Teasdale et al., 2013). Posta in questi termini, l'analisi critica delle ideologie alla base della SE mostra due problemi: (1) la complessità di un fenomeno teso a cercare chiavi inesplorate di confronto tra le dimensioni dell'economico e del sociale è ridotta alla riproposizione di una dialettica che nega la possibilità di nuove forme di sintesi; (2) si critica un'ideologia (il fondamentalismo di mercato), con un'altra (l'economia sociale) caricando la prima di valore negativo e nascondendo la natura ideologica della seconda (Dey and Lehner, 2017).

Se la narrazione *mainstream* rappresenta un corpo unitario teso a imporre la logica del capitalismo in tutte le relazioni sociali, questo significherebbe negare l'esistenza il sé del fenomeno della SE, e allora perché presentare come necessarie delle contro-narrazioni sullo stesso fenomeno? Questa contraddizione rappresenta un gap nell'analisi critica della SE da cui derivano le ipotesi di ricerca alla base di questo paper: (1) le costruzioni ideologiche non sono, in sé, negative o positive, ma il riflesso degli obiettivi intrinseci alla rappresentazione di ogni fenomeno sociale; (2) le tendenze alla capitalizzazione del sociale o alla socializzazione del capitale non sono, necessariamente, poli di contrapposizione ma elementi di tensione costitutivi della Social Entrepreneurship. Sulla base di queste premesse è possibile formulare la principale domanda di ricerca: quali fattori caratterizzano le narrative accademiche sulla SE come costruzioni ideologiche articolate nella tensione tra la capitalizzazione del sociale e la socializzazione del capitale? Gli obiettivi principali di questo studio sono, da un lato, contribuire ad arricchire l'interdisciplinarietà degli studi sulla SE (Dey and Steyaert, 2012, Cieslik, 2018), dall'altro quello di affermare la necessità di una maggiore riflessività sulla carica politica di questo ambito disciplinare: infatti, l'ostentata a-politicità di alcune analisi sulla SE rappresenta, essa sì, una distorsione ideologica che copre la dimensione normativa dell'analisi. Garantire una maggiore trasparenza sul contenuto normativo delle concettualizzazioni della social entrepreneurship, ossia la risposta alla semplice domanda di quale sia il cambiamento sociale desiderato cui gli imprenditori sociali contribuirebbero, permette di articolare un dibattito che non nega la potenzialità politica del fenomeno (Beyes and Steyaert, 2011).

Il paper è articolato come segue: nel prossimo paragrafo presenterò una review dei principali filoni di letteratura critica sulla SE; illustrerò, quindi, le ragioni dell'adozione della *Critical Discourse Analysis* come metodologia per classificare il contenuto ideologico delle principali narrazioni accademiche sulla SE; nel quarto paragrafo presenterò i risultati di un'analisi empirica condotta su 62 definizioni della social entrepreneurship generando una classificazione delle ideologie sulla base di due principali assi di analisi: -la trasformazione/riproduzione delle strutture economico-sociali, la conservazione/innovazione dei processi che le guidano; infine, analizzerò i possibili rischi e benefici dei risultati di questa ricerca e i suoi possibili sviluppi futuri.

2. Critiche della Social Entrepreneurship: una Review

É possibile individuare tre filoni di analisi critica della SE. Il primo si focalizza sulle soggettività protagoniste del discorso accademico, descrivendole quindi come narrazioni grandi/mainstream, proponendo al contrario il valore delle piccole narrative come strumento per disvelare le asimmetrie di potere incluse nelle prime (es. Mason, 2012). La seconda linea di riflessione punta a problematizzare la prevalenza della ricerca sull'imprenditoria sociale attorno a scuole di pensiero prevalentemente radicate nei campi del business e del management (Social Enterprise, Social Innovation): il centro delle riflessioni critiche è dunque, in questo caso, posizionato nelle soggettività accademiche che guidano le narrazioni sulla SE; la critica, di conseguenza, è esercitata attraverso lo sviluppo di una più pronunciata multi-disciplinarietà come mezzo per rompere la mono-logicità del discorso accademico sulla SE (es. Cieslik, 2018). Il terzo campo critica le narrazioni sull'impresa sociale in un'ottica 'neo-Polanyiana': in questo caso, dunque, il problema principale viene individuato sui risultati dei processi dell'imprenditorialità sociale. La riflessione critica è dunque rivolta alla necessità di comprendere le condizioni necessarie affinché la SE si traduca in un 'contro-movimento' in grado di riconnettere la dimensione sociale con quella economica (es. Roy and Hackett, 2017).

Il discorso delle *grandi narrative* produrrebbe, secondo Simon Teasdale (2012) una relazione di equivalenza dell'imprenditorialità sociale con i principi del neo-liberismo, propagando una visione ottimistica delle sue capacità di trasformazione sociale basata sull'imprenditorialità come leva per l'implementazione di una performatività basata sulla razionalità, il perseguimento dell'utilità, l'individualismo: la SE, dunque, come capacità di combinare il fare 'bene' (l'economico) con fare 'il bene' (il sociale), sintetizzata nell'idea del perseguimento della *double bottom line* (Conway Dato-on and Kalakay, 2016). La ricerca accademica *mainstream*, dunque, implicherebbe una de-politicizzazione del cambiamento sociale (Teasdale et al., 2013), riducendo il focus dell'analisi sugli effetti prodotti dagli individui protagonisti dell'imprenditorialità sociale, ad esempio, nei campi della sanità (Drayton et al., 2006), dell'istruzione (Sperandio, 2005), dell'integrazione occupazionale dei soggetti svantaggiati (Nyssens, 2006). Pascal Dey e Chris Steyaert (2012) hanno individuato quattro aree di criticità in questo tipo di narrative: (1) la possibilità del cambiamento sociale sarebbe sconnessa dalle tensioni strutturali che esso comporta; (2) la SE sarebbe ridotta ad un oggetto dipendente dalle abilità manageriali dei suoi protagonisti, dunque oscurando l'analisi della sua utilità sociale; (3) le tecniche di management applicate dagli imprenditori sociali rappresenterebbero, di per sé, un segno di progresso positivo in contrapposizione alle inefficienze regressive legate alla dipendenza finanziaria dal settore pubblico (es. Dees et al., 2001); (4) le grandi narrative sarebbero viziate dall'assumere a-criticamente una visione individualista della trasformazione sociale. Gli stessi autori (Dey and Steyaert, 2010) hanno sintetizzato queste critiche nell'idea delle grandi narrative come promotrici di una visione messianica – ed uniformata- dell'imprenditore sociale: una figura orientata al mercato, ma allo stesso tempo altruista e interessato alla trasformazione sociale (es. Leadbeater, 1997, Mair and Noboa, 2006), riflettendo, in questo modo, una posizione ideologica che dividerebbe il mondo in un polo positivo (gli imprenditori sociali) e in uno negativo (gli esclusi da queste abilità) (es. Nicholls, 2006). Dey e Steyaert (2010) affermano

la rilevanza delle narrative costruite sul racconto delle micro-esperienze dell'imprenditorialità sociale, come strumento prioritario per affermare una visione polimorfa di questo fenomeno, come leva per comprenderne sia le potenzialità che i problemi. Nell'ultimo decennio, infatti, questo tipo di narrative accademiche sono cresciute sia dal punto di vista quantitativo che delle problematiche affrontate. Ad esempio, Tony Addison *et al.* (2009) si sono concentrati sugli impatti negativi sui legami sociali tradizionali in una delle storie tradizionalmente raccontate come esempio di successo dell'imprenditorialità sociale, le iniziative di micro-credito guidate da Mohammad Yunus (2007): introducendo una logica di scambio economico, infatti, sarebbero danneggiati i legami comunitari, e dunque sociali, nei paesi coinvolti dalle iniziative della Grameen Bank (Addison *et al.*, 2009). Sempre con riferimento alle criticità prodotte dalle narrative mainstream rivolte al racconto delle storie di successo nei paesi in via di sviluppo, è stato notato come un appiattimento dell'analisi delle attività delle ONG nei termini delle loro performance economiche, contribuirebbe a spingerle a non considerare le complessità delle relazioni politiche e sociali da loro affrontate (Jacobs, 2006). Altri esempi di piccole narrative nella letteratura sono focalizzate su specifici casi di studio in quei paesi europei dove il discorso sull'imprenditorialità sociale è stato fortemente sospinto dalle narrazioni dei *policy-makers*, come ad esempio la Svezia e il Regno Unito (Mason, 2012). Attraverso uno studio etnografico di quattro progetti finanziati da 'The Knowledge Foundation' e dalla 'Swedish Association of Local Authorities and Regions', Karin Berglund e Caroline Wigren (2012) hanno dimostrato che mentre le grandi narrative enfatizzano l'imprenditorialità sociale come agente razionale e mitigatore del capitalismo, nelle piccole narrative il focus sarebbe spostato su valori non economici, come la capacità di costruire legami comunitari, e di migliorare le abilità creative e manuali. Sempre nel contesto svedese, analizzando alcuni casi di imprenditorialità sociale (iniziative per contrastare la violenza giovanile, per il reingresso nel mercato del lavoro di disoccupati di lungo corso) Malin Gawell (2013) ha individuato una tensione nei protagonisti dell'imprenditorialità sociale, che avrebbero sviluppato capacità innovative, sia sfidanti delle strutture di potere politico e economico, che *embedded* all'interno delle strutture *mainstream* per mitigarne gli impatti più negativi. Con riferimento alla realtà del Regno Unito, Pam Seanor *et al.* (2013), intervistando manager di imprese sociali nel campo dell'assistenza sanitaria, hanno individuato come il focus sui loro piccoli racconti metta in mostra una circolarità nella tensione tra le funzioni di management e quella di operatori sociali, che produrrebbe la capacità di adottare diversi registri di comportamento. Con un'analisi più profondamente critica, infine, Caroline Parkinson e Carole Howorth (2008), hanno rivelato come gli imprenditori sociali, in realtà, associno i termini riferiti al business e al management con attributi negativi, come ad esempio l'attitudine di trattare i cittadini come 'clienti' e come persone 'di seconda classe'.

Katarzyna Cieslik (2018) ha recentemente condotto una review della letteratura sulla SE al fine di evidenziare un (quasi-) monopolio metodologico da parte delle scuole di pensiero sviluppatesi nei Dipartimenti di Business e Management in Europa e Nord-America. Di conseguenza, la complessità della SE sarebbe ridotta ai test quantitativi sulle performances delle imprese sociali, con una sottovalutazione delle analisi qualitative in grado di rappresentare la profondità dei processi e delle tensioni coinvolte nell'imprenditorialità

sociale. Precedentemente, Paul Charles Light (2008) aveva evidenziato come le scuole di pensiero più forti sono in grado di esercitare un potere di selezione nella definizione degli attributi dei concetti, riducendo così la SE a poche storie di successo, limitando in questo modo il valore dei progetti comunitari o di attivismo sociale. Sarebbe possibile individuare due scuole di pensiero in grado di esercitare questo potere. La prima, la '*Social Enterprise School*' (rappresentata, ad esempio, dalle ricerche di Leadbeater, 1997, Boschee, 2006, Austin et al., 2006), è concentrata sulla capacità dell'impresa sociale di coniugare la sostenibilità finanziaria con la realizzazione di impatti sociali positivi: si tratterebbe, dunque di una produzione accademica che in nome di una ostentata a-politicità, contribuirebbe in realtà a svolgere un ruolo di *advocacy* che favorirebbe la mercatizzazione, in particolare, dei settori del volontariato e del non-profit (Eikenberry and Kluver, 2004, Cieslik, 2018). La seconda, la '*Social Innovation School*' (si vedano, tra le altre, le opere di Mulgan, 2006, Bornstein, 2007, Nicholls, 2010), descrive la SE, principalmente, nei termini di quei processi creativi capaci di modificare la generazione di valore sociale contribuendo, così, a rompere le barriere tra stato, mercato, e terzo settore. In questo caso, dunque, la capacità di attivazione dei processi dell'imprenditorialità sociale non sarebbero limitati ai settori del non-profit, ma alla capacità, trasversale agli operatori pubblici e di mercato, di implementare modelli di innovazione nella gestione e distribuzione di beni di valore pubblico (Nicholls, 2006). Tuttavia, anche in questo caso, la prevalenza della produzione accademica negli ambiti del business e del management produrrebbe un appiattimento mono-logico del concetto di innovazione, presentato come capace, di per sé, di portare ad una trasformazione sociale 'positiva', attraverso l'azione di individui di cui si presuppone la razionalità e la dote di una capacità creativa orientata al bene comune (Cieslik, 2018). Conseguentemente, entrambe queste scuole, pur nelle loro differenze, contribuirebbero alla produzione di un discorso influenzato da una retorica positiva sulle capacità regolative del mercato, che dunque produrrebbe un effetto disciplinante per gli agenti dell'imprenditorialità sociale: si tratterebbe, in questo modo, di approcci che assumerebbero, ideologicamente, una superiorità dell'imprenditorialità rispetto alla sua dimensione sociale (Hjorth, 2013). Nell'ultimo decennio, si è dunque sviluppata una produzione accademica che afferma la necessità di una maggiore multi-disciplinarietà negli studi sulla SE al fine di migliorare la comprensione del fenomeno. Chris Steyaert e Daniel Hjort (2006), in particolare, hanno affermato la necessità di una riflessione dialogica in grado di sfidare la riduzione della SE ai principi dell'efficienza e dell'ottimizzazione. Altri studi hanno sottolineato la necessità di un'analisi nell'ambito della critica sociologica, in quanto proprio la dimensione della partecipazione attiva dei cittadini sarebbe un elemento di distinzione dell'imprenditorialità 'sociale' rispetto a quella commerciale e orientata alla massimizzazione del valore economico (Hjorth, 2013, Dey and Teasdale, 2015). Nella stessa linea teorica, altri autori hanno sottolineato come proprio l'elemento della partecipazione comunitaria sia l'unico elemento in grado di portare ad una concettualizzazione della SE come agente di un cambiamento sociale trasformativo delle strutture esistenti (Roberts and Woods, 2005), e in grado di determinare nuovi equilibri tra le sfere del mercato, dello stato e della società civile (Martin and Osberg, 2007).

Il terzo filone di indagine critica si riferisce alle analisi sugli impatti dell'imprenditorialità sociale in un'ottica neo-Polanyiana. Infatti, secondo Karl Polanyi (1957), il capitalismo liberista, durante il diciannovesimo e il ventesimo secolo, si è caratterizzato come un sistema che sconnette la dimensione economica da quella sociale (costituita principalmente dai legami comunitari). Di conseguenza, egli individuava nelle organizzazioni di lotta per il welfare e i diritti democratici un contro-movimento che avrebbe dovuto portare al collasso del sistema economico capitalistico. La questione è dunque se l'imprenditorialità sociale possa essere analizzata come un processo del movimento di sconnessione del campo economico del sociale o se invece possa rappresentare un contro-movimento di riconnessione di questi mondi (Roy and Hackett, 2017). Con riferimento alla prima possibilità, è stato osservato come l'onnipresenza del discorso sull'impresa ridefinirebbe il 'sociale' come una specifica forma del mondo economico, trasformando così i cittadini in meri consumatori e contribuendo alla perdita del valore (non misurabile in termini economici) della partecipazione civica (Eikenberry and Kluver, 2004, Steyaert and Hjorth, 2006). Partendo da uno studio empirico in Australia che mirava a verificare se l'imprenditorialità sociale costituisse una efficace risposta alla crisi del welfare state, Beth Cook et al. (2003) hanno evidenziato come questa ipotesi fosse in realtà fondata sulle false premesse che una politica economica keynesiana sia la causa di una crescente disoccupazione e che il finanziamento in deficit delle spese per il *welfare state* sia impossibile. Di conseguenza, sotto la pressione di un simile discorso, l'imprenditorialità sociale lavorerebbe (1) come distruttore dell'universalità del *welfare state*, poiché sarebbero i meccanismi di mercato a decidere dove orientare la propria offerta e (2) come un agente di controllo e non di giustizia sociale, poiché sarebbero gli imprenditori sociali a decidere i valori a cui i cittadini devono conformarsi (Cook et al., 2003). Al contrario, Jacques Defourny e Marthe Nyssens (2008) hanno affermato che l'imprenditorialità sociale è un agente del contro-movimento in termini neo-Polanyiani, in quanto capace di 'ibridare' i principi economici della competizione nel mercato con quelli della reciprocità degli scambi comunitari e della redistribuzione di valore (sia economico che sociale). Altri autori hanno affermato che quella della SE come protagonista di un contro-movimento sociale è al momento una potenzialità inespressa: infatti, se da un lato essa sfida i confini tra mercato e terzo settore, confini che sarebbero tali in quanto determinati dai valori del neo-liberismo, dall'altro la mancanza di una piena riflessività sulle determinanti dei problemi sociali che l'imprenditorialità sociale intende affrontare ne limita le possibilità di cambiamento (Roy and Hackett, 2017).

Questi filoni di ricerca critica, pertanto, condividono la medesima analisi nei confronti delle narrazioni *mainstream* sull'imprenditorialità sociale. Queste ultime sarebbero infatti pre-determinate: (1) dall'assunto di una visione ideologica che attribuisce ai meccanismi di impresa e di mercato una superiore capacità di affrontare il miglioramento sociale (es. Dart, 2004); (2) da una visione che tende a ridurre la complessità dialogica delle relazioni sociali ad un pragmatismo del cambiamento che oscura le asimmetrie di potere (es. Dey and Lehner, 2017); (3) da una focalizzazione sui processi dell'imprenditorialità sociale che restringerebbe la sua valutazione (anche in termini di impatto) su singole metriche incapaci di cogliere la complessità dei sistemi sociali (es. Dey and Steyaert, 2012). Tuttavia, nello

sforzo di svelare le relazioni di potere al lavoro negli attori della produzione del discorso sulla SE e nei contenuti di tali narrative, queste analisi critiche sembrano anche condividere un analogo problema. Quello cioè di attribuire una valenza negativa all'identificazione ideologica delle discorsività oggetto della critica. Con questo paper, al contrario, si parte da una valutazione neutrale del concetto di 'ideologia' (Joseph, 1998), al fine di potenziare la complessità dell'analisi sulle formazioni ideologiche sottostanti la produzione accademica sulla SE. Questo tipo di analisi implica la possibilità che un'ideologia funzioni, contemporaneamente e/o alternativamente: (1) come una distorsione discorsiva utilizzata per coprire la volontà di riprodurre determinate relazioni di potere (Althusser, 2008); (2) come un'articolazione di diversi concetti tale per cui ognuno di essi (ad es. l'imprenditorialità, il cambiamento sociale) assume significati differenti in diversi costrutti ideologici (Laclau, 2014); (3) come il fenomeno emergente dalle interazioni tra diversi gruppi sociali nel loro tentativo di stabilire relazioni (contro-) egemoniche al fine di conservare o trasformare le strutture economiche e sociali (Francese, 2009). Dunque, analizzare la complessità delle funzioni svolte dalle diverse ideologie, le tensioni che essa include, serve lo scopo di migliorare la comprensione su un fenomeno di rilevante importanza come l'imprenditorialità sociale: rimane infatti da chiarire quali sono le caratteristiche che definiscono, nelle diverse analisi, la positività del cambiamento sociale cui la SE dovrebbe contribuire.

3. Metodologia

Per rispondere alla domanda alla base di questo paper, ho condotto un'analisi dei testi riferiti alla definizione dei concetti di '*social entrepreneurship*', '*social enterprise*', e '*social entrepreneurship organization*', così come riportati nelle più recenti review della letteratura (Bacq and Janssen, 2011, Conway Dato-on and Kalakay, 2016). La metodologia adottata rientra nel contesto della '*Critical Discourse Analysis*' (CDA): essa si caratterizza come un insieme di metodi e tecniche, finalizzati a demistificare le relazioni di potere e gli aspetti ideologici contenuti nei testi (Wodak, 2004, van Dijk, 2015). Il linguaggio, secondo questo approccio, è considerato una pratica sociale, sia costitutiva delle- che costituita dalle relazioni sociali ed in esso è possibile individuare dei costrutti che possono avere degli effetti ideologici, ovvero essere riferiti (esplicitamente o implicitamente) alla riproduzione o trasformazione delle relazioni di potere (Fairclough et al., 2011). Proprio la natura del potere è essenziale nella CDA, sostanziandosi nelle relazioni di differenza che possono essere identificate e disvelate in diversi costrutti discorsivi (Fairclough, 2003). Il potere, dunque, è il controllo esercitato da certi attori sociali nei propri ambiti e nelle relazioni sociali in cui sono immersi: la possibilità del controllo del discorso accademico da parte degli attori della ricerca scientifica è uno degli ambiti riconosciuti come propri della ricerca oggetto della CDA (es. Bizzell, 1992).

Al fine di applicare la CDA al mio ambito di ricerca, mi riferisco all'ideologia come la base assiomatica delle rappresentazioni sociali di un gruppo, costituendone, quindi, le attitudini condivise (van Dijk, 2000). Più specificatamente, dunque, il mio obiettivo è disvelare il contenuto ideologico alla base del discorso accademico sulla SE, rendendone evidenti i

contenuti normativi. In questo studio, che rappresenta la fase pilota per lo sviluppo di ulteriori ricerche, mi limiterò a verificare gli assunti alla base delle principali definizioni della SE, al fine di costituire una tipologia delle ideologie sottostanti alla narrazione accademica. Come evidenziato da Norman Fairclough (2003), infatti, gli assunti alla base di un testo rappresentano i segnali della presenza di determinati assiomi, che una volta assemblati in catene concettuali, denotano il contenuto ideologico di un discorso.

I dati alla base di questo paper sono pertanto 62 definizioni afferenti alla SE. Rispetto alle fonti di questa ricerca (Bacq and Janssen, 2011, Conway Dato-on and Kalakay, 2016), ho ridotto il campo delle definizioni a quelle derivanti da autori di paesi dell'area OCSE, poiché l'oggetto delle analisi critiche è rivolto principalmente alle narrative sulla SE nei paesi del 'Nord globale' (Dey and Steyaert, 2012). Poiché nelle review della letteratura alla base della mia ricerca vi era una sottovalutazione della scuola Europea EMES² (si vedano, ad esempio Borzaga and Defourny, 2001, Nyssens, 2006, Defourny and Nyssens, 2010), ho aggiunto alla lista delle definizioni analizzate quella di Jacques Defourny e Marthe Nyssens (2008). La logica di inferenza della CDA è adduttiva, nel senso che i dati vengono analizzati a partire da categorie dedotte da teorie esistenti, per poi ri-assemblare i concetti fondamentali, con un processo induttivo, dai dati alla teoria (Wodak, 2004, Creswell, 2013).

Come visto in precedenza (v. par. 1), il mio punto di partenza teorico sono quelle analisi che criticano la narrazione accademica mainstream sulla SE come *driver* di una 'capitalizzazione del sociale', contrapponendo ad essa la possibilità di contro-narrative che evidenzino la capacità della SE di 'socializzare il capitale'. Ho pertanto dedotto da queste teorie (Cho, 2006, Teasdale, 2012) una struttura di codici attraverso cui analizzare i dati, separati a partire dalla ricerca di frasi alla cui base vi erano assunti il cui oggetto normativo è '*capitalising social*' oppure '*socialising capital*'³. Questo processo ha portato all'individuazione di 28 codici di secondo- e 14 codici di terzo livello. In molti casi, si verificava una possibile duplicazione degli stessi codici, fatto che rappresenta un *bias* nella ricerca qualitativa in quanto attribuisce gli stessi concetti a diverse categorie analitiche (Patton, 2015). Questo processo mi ha permesso di individuare dei pattern concettuali ricorrenti attorno a 3 macro-categorie tematiche (imprenditorialità, innovazione, welfare), attorno a cui ricostruire la codificazione dei testi. Ho quindi potuto identificare, per ciascuno di questi nuovi codici di primo livello, due sottocategorie tematiche ricorrenti al livello della singola definizione. Questo risultato conferma l'ipotesi iniziale che un modello dicotomico che contrappone l'obiettivo della capitalizzazione del sociale o della socializzazione del capitale non spieghi sufficientemente quella che in realtà è una tensione ideologica presente nel discorso accademico sulla SE. La figura 1 rappresenta gli elementi costitutivi di questa tensione. La figura 2 raffigura invece la struttura dei codici per l'analisi dei dati. Come si può vedere, sotto il macro-tema imprenditorialità, troviamo quegli assunti che si riferiscono a questo fenomeno come al prodotto di agenti (principalmente individui) razionali e in grado di realizzare l'ottimo

² Emergence of Social Enterprises in Europe

³ Si veda l'Appendice 1. Riportare il processo di codificazione dei dati è uno degli elementi metodologici essenziali per migliorare l'affidabilità e la validità interna nella ricerca qualitativa. Si veda: Gioia, D. A., Corley, K. G. and L., H. A. (2013) 'Seeking Qualitative Rigor in Inductive Research: Notes on the Gioia Methodology', *Organizational Research Methods*, 16(1), pp. 15-32.

sociale ed economico, in tensione con quelli che invece limitano la qualifica sociale dell'imprenditorialità a quelle forme organizzative guidate da ragioni diverse dalla massimizzazione del profitto. Con riferimento all'innovazione, essa è caratterizzata come un'a-priori proprio degli imprenditori, con riferimento alla loro capacità di inventare nuovi processi, o invece alla possibilità di generare salti di paradigma nelle strutture economiche e sociali. Rispetto al welfare, è possibile individuare una tensione tra quelle affermazioni che assumono una concezione unitaria del benessere (e del cambiamento) economico e sociale, e quelle che invece affermano una tensione tra questi due ambiti, specificando gli elementi che caratterizzano l'oggetto del cambiamento sociale coinvolto nei processi della SE.

Figura 1 – Capitalising Social – Socialising Capital. Elementi di tensione ideologica

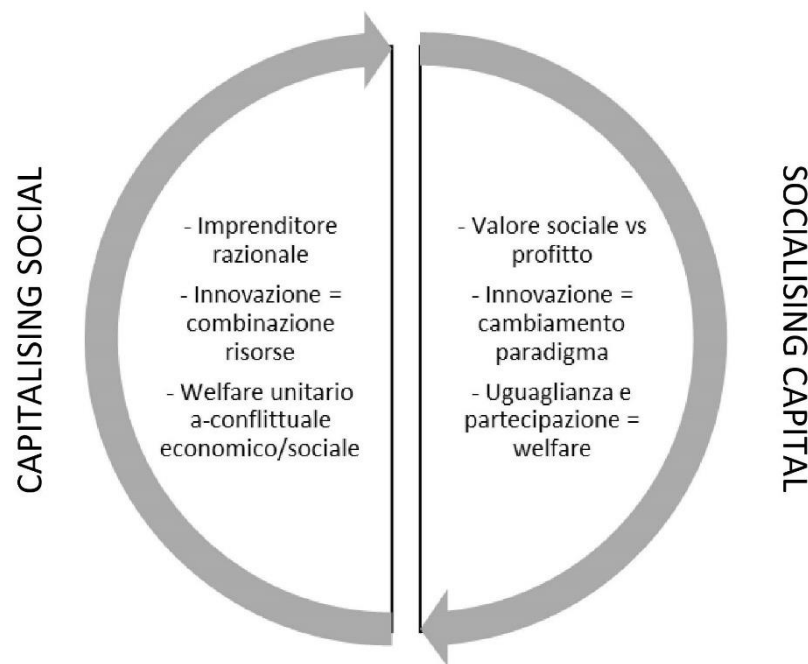
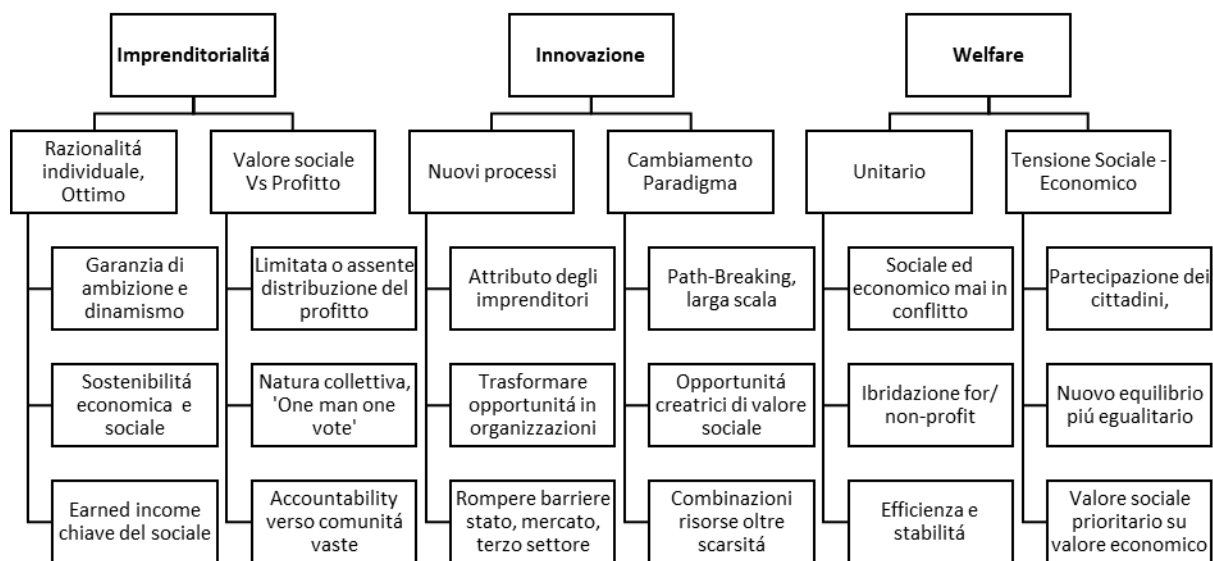


Figura 2: Mappa concettuale dei temi costitutivi delle ideologie sulla SE



4. Risultati

L'analisi del discorso accademico ha permesso di individuare quattro tipologie prevalenti di ideologie sottostanti il discorso accademico sulla SE. Vale la pena stressare ancora una volta il concetto che questi tipi rappresentano ipotesi da sottoporre a ulteriori verifiche (v. Conclusioni). Le ideologie sono state classificate secondo l'individuazione di assunti su due assi principali: quello della trasformazione / riproduzione delle attuali strutture socio-economiche; quello della conservazione / innovazione con riferimento ai processi di combinazione delle risorse che caratterizzano i paradigmi di funzionamento delle relazioni sociali.

Il primo tipo si caratterizza come un discorso ideologico riproduttivo/conservativo. In questa categoria rientrano quelle narrative che assumono la possibilità della SE come mitigazione dei fenomeni di esclusione sociale delle attuali strutture economiche, adottando i processi esistenti per sostanziare la specificità della SE.

Un primo esempio è rappresentato dalla definizione di Jeff Bosch e Jim McClurgh, con riferimento alle organizzazioni della SE (2003):

'Non-profits that emphasize earned income, sustainability and self-sufficiency instead of charitable contributions, government subsidies and eternal dependency'

Le imprese sociali, in questa definizione, sono assunte come diverse modalità organizzative dentro le strutture esistenti. L'assunto teorico risiede nella teoria della dipendenza dalle risorse (pubbliche e donazioni) secondo la quale, in virtù della loro riduzione, le

organizzazioni non-profit avrebbero subito una spinta per la ricerca di nuove modalità di azione, dentro i processi esistenti. Infatti, questa definizione assume che la vendita di beni e servizi, e le modalità commerciali siano la forma attraverso cui le organizzazioni non-profit devono realizzare le proprie missioni sociali.

Un secondo esempio è rappresentato dalla definizione di Paul Tracey e Owen Jarvis (2007):

'The notion of trading for a social purpose is at the core of SE, requiring that social entrepreneurs identify and exploit market opportunities, and assemble the necessary resources, in order to develop products and/or services that allow them to generate 'entrepreneurial profit' for a given social project'

Anche in questo caso, si assume che le attuali strutture di mercato non vadano cambiate, in quanto esse offrono opportunità che, se sfruttate grazie alle abilità imprenditoriali, possono risolvere i problemi sociali. Le imprese sociali, dunque, devono semplicemente utilizzare le modalità tipiche del mercato per mitigare i problemi sociali.

Le principali tensioni coinvolte in questa tipologia ideologica riguardano: (1) la relazione tra una concezione della SE come esclusiva delle organizzazioni non-profit e una visione unitaria del cambiamento sociale, tale per cui il cambiamento sociale e la generazione di valore economico non sono mai in conflitto; (2) la necessità di adottare le tecniche del business proprio delle *ventures* commerciali con la specifica natura non-profit delle imprese sociali.

Il secondo tipo si caratterizza come un'ideologia riproduttiva/innovativa. In questo caso, si assume che le strutture del mercato offrano le possibilità di mitigazione dei fenomeni di esclusione sociale, e che l'innovazione, assunta come un a-priori proprio dell'imprenditore, sia capace di per sé di realizzare gli obiettivi sociali di un'impresa. In questo caso, i processi di SE possono essere attivati indifferentemente dal tipo di organizzazione; piuttosto, l'ibridazione delle realtà for- e non-profit e il superamento delle barriere tra stato, mercato e società civile sono assunti come innovazioni di per sé positive.

Un primo esempio è rappresentato dalla definizione di Francesco Perrini e Clodia Vurro (2006):

'We define Social Entrepreneurship as a dynamic process created and managed by an individual or team (the innovative social entrepreneur), which strives to exploit social innovation with an entrepreneurial mindset and a strong need for achievement, in order to create new social value in the market and community at large'

Il valore sociale su cui l'impresa deve far leva, secondo questa definizione, va individuato prima nel mercato e poi nella comunità. L'imprenditore è assunto, nella sua forma più pura, come un attore razionale e unitario guidato dalla voglia di successo e da un innato dinamismo che, applicando questa mentalità ai problemi sociali, è in grado di combinare risorse, nelle strutture esistenti, in forma innovativa.

Un secondo esempio è rappresentato dalla definizione di Alex Nicholls (2010):

'A set of innovative and effective activities that focus strategically on resolving social market failures and creating new opportunities to add social value systematically using a range of

resources and organization formats to maximize social impact and bring about change. Simply put, SE is defined by its two constituent elements: a prime strategic focus on social impact and innovative approach to achieving its mission'

Anche in questo caso, è possibile individuare nel testo l'assunzione di una concezione dell'innovazione come un a-priori in grado di combinare diversamente le risorse esistenti producendo, di per sé, impatti sociali positivi. Nuovamente, i fallimenti e le opportunità di cambiamento sociale sono descritti in termini di mercato. I problemi sociali, dunque, sono assunti come indipendenti dalle strutture di proprietà e dalle attuali relazioni economico-sociali.

Le principali tensioni che attraversano questo tipo ideologico sono: (1) quella tra una concezione unitaria ed a-conflittuale del benessere sociale e l'obiettivo di creare impatto sociale attraverso i processi della SE; (2) una concezione dell'innovazione attribuita esclusivamente agli imprenditori e l'obiettivo di determinare cambiamento sociale positivo. Rimane infatti non chiarito, in quale senso l'innovazione non dovrebbe essere un attributo anche di soggetti non imprenditoriali.

Il terzo tipo si configura come un'ideologia trasformativa / conservativa. Come nel caso precedente, questa associazione potrebbe sembrare ossimorica. Eppure, essa si riferisce alla individuazione di caratteri strutturali che rappresenterebbero un ostacolo (e al tempo stesso la soluzione) per i fenomeni di esclusione sociale, e alla combinazione di processi sostanzialmente conservativi di quelli esistenti. Un primo esempio è l'elenco dei criteri di definizione della SE del gruppo di ricerca EMES (Defourny, 2001):

'SE combine four economic and entrepreneurial factors (continuous activity producing goods and/or selling services, high degree of autonomy, significant level of economic risk, minimum amount of paid work) with five social dimensions (initiative launched by a group of citizens, decision-making power not based on capital ownership, participatory nature, which involves the persons affected by the activity, limited profit distribution, explicit aim to benefit the community)'

L'assunto principale in questa definizione è che i fini sociali sono incompatibili con quelli della massimizzazione del profitto, o, detta altrimenti, che le asimmetrie di potere relative alla disponibilità di capitale limitano il benessere sociale. Il cambiamento delle strutture ai livelli della proprietà e della gestione di impresa, dunque, sono le chiavi attraverso cui si realizza il cambiamento sociale. Tuttavia, non vengono individuate possibili innovazioni nei processi che guidano la combinazione di risorse: il mondo 'economico' e quello 'sociale' rimangono entità distinte.

Il secondo esempio è la definizione delle imprese sociali di Jacques Defourny e Marthe Nyssens (Defourny and Nyssens, 2008):

'Social enterprises are not-for-profit private organizations providing goods or services directly related to their explicit aim to benefit the community. They generally rely on a collective dynamics involving various types of stakeholders in their governing bodies, they place a high value on their autonomy and they bear economic risks related to their activity''

L'attivazione di dinamiche collettive, indipendenti dalle strutture della proprietà delle risorse, è assunta come la premessa necessaria perché possa realizzarsi un beneficio per la comunità. Anche in questo caso, tuttavia, i processi di interazione tra gli attori operanti nel campo economico e in quello sociale rimangono distinti: similmente alle prime due tipologie ideologiche, si assume che la modalità prevalente della SE sia quella di incorporare alcune delle tecniche di business e management proprie delle imprese commerciali in quelle non-profit e gestite secondo principi democratici, al fine di realizzare la propria missione sociale.

Le tensioni che attraversano questa ideologia possono essere riassunte in due aspetti principali: (1) tra la priorità assegnata al valore sociale come missione dell'impresa e la necessità di adottare tecniche proprie delle imprese commerciali, la cui natura sarebbe costitutivamente diversa; (2) rispetto alla natura della partecipazione dei cittadini nelle attività di impresa, rimanendo non chiarito se essa rappresenti un fine in sé o invece il mezzo privilegiato per incidere sui cambiamenti desiderati al livello delle strutture economiche.

Il quarto tipo si caratterizza come un discorso ideologico trasformativo / innovativo. L'innovazione è considerata, prevalentemente, come quell'insieme di processi tesi alla combinazione di risorse in grado di determinare un salto di paradigma in grado di trasformare le strutture esistenti. La SE si configura come un insieme di attività che oltre ad offrire soluzioni innovative tende all'abilitazione delle comunità per creare nuove forme di inclusione sociale. Un primo esempio è individuabile nella definizione della SE di Johanna Mair e Ignasi Martí (2006):

'First, we view SE as a process of creating value by combining resources in new ways. Second, these resource combinations are intended primarily to explore and exploit opportunities to create social value by stimulating social change or meeting social needs. And third, when viewed as a process, SE involves the offering of services and products but can also refer to the creation of new organisations'.

Si assume, in questo caso, che l'innovazione non sia una combinazione di risorse dentro le strutture esistenti per mitigare fenomeni di esclusione sociale. L'innovazione è piuttosto il driver della creazione e generazione di risorse precedentemente inesistenti e questo processo generativo è informato dalla priorità della creazione di valore sociale. La struttura economica deve dunque essere modificata attraverso nuove organizzazioni, assumendo implicitamente che quelle esistenti sono generatrici di fenomeni di esclusione.

Un secondo esempio per questa ideologia è la definizione di Roger L. Martin e Sally Osberg (2007):

'We define Social Entrepreneurship as having the following three components: (1) identifying a stable but inherently unjust equilibrium that causes the exclusion, marginalization, or suffering of a segment of humanity that lacks the financial means or political clout to achieve any transformative benefit on its own; (2) identifying an opportunity in this unjust equilibrium, developing a social value proposition, and bringing to bear inspiration, creativity, direct action, courage, and fortitude, thereby challenging the stable state's hegemony; and

(3) forging a new, stable equilibrium that releases trapped potential or alleviates the suffering of the targeted group, and through imitation and creation of a stable ecosystem around the new equilibrium ensuring a better future for the targeted group and even society at large'

In questa definizione si assume che le attuali strutture rappresentino una situazione di equilibrio stabile ma allo stesso tempo che esse causino esclusione, marginalizzazione e sofferenza. Inoltre, si assume che la causa principale di questo stato dell'arte risieda nelle disuguaglianze di disponibilità di mezzi finanziari e influenza politica. Dunque, la SE è tale se e solo se si pone l'obiettivo di determinare un salto di paradigma verso un nuovo equilibrio. L'innovazione, che si assume sostanziata nelle doti individuali della creatività, del coraggio e della propensione al rischio (qui però non ristretto al rischio economico di impresa) è la chiave per attivare la creazione di valore sociale e per liberare le potenzialità inesprese presenti tra i marginalizzati delle attuali strutture.

In queste costruzioni ideologiche è possibile individuare due tensioni principali: (1) tra l'assunto che la creazione di valore (e impatto) sociale sia prioritario e una concezione piuttosto unitaria del benessere sociale, che in quanto tale sarebbe perseguibile attraverso l'ibridazione di diverse strutture (pubbliche e private, for o non-profit); (2) nel riferimento allo stato dell'arte come determinato da particolari egemonie, senza però definire i soggetti sociali che le guidano, e lasciando quindi irrisolta la questione di quali attori sociali dovrebbero rappresentare le forze contro-egemoniche.

La Tabella 1 sintetizza questi risultati di analisi, evidenziando la sequenza dei concetti costitutivi dei tipi di ideologia sulla *Social Entrepreneurship* ed evidenziando gli ambiti di tensione tra la capitalizzazione del sociale e la socializzazione del capitale insiti in ciascun tipo.

Tabella 1. Classificazione ideologica delle narrative accademiche sulla Social Entrepreneurship

Tipo di ideologia	Concetti costitutivi			Tensione	Esempio
	Imprenditorialità	Innovazione	Welfare		
1 Riproduzione/ Conservazione	Earned Income Sostenibilità	Assente	Unitario Mitigazione	Non-profit Business	Boschee McClurg 2003
2 Riproduzione / Innovazione	Dinamismo Sostenibilità	Attributo Imprenditori	Ibridazione for/non-profit	Innovazione Impatti sociali	Perrini Vurro 2006
3 Trasformazione / Conservazione	No-Profit Natura Collettiva	Assente	Priorità sociale, partecipazione	Partecipazione Business	Defourny Nyssens 2008
4 Trasformazione /Innovazione	Creatività Dinamismo	Cambio paradigma	Valore sociale generatore di nuovi equilibri	A-conflittualità Innovazione	Martin Osberg 2007

5. Riflessioni conclusive

I risultati di questo *paper* dimostrano come anche il discorso accademico contenga un contenuto normativo già nella definizione degli attributi del concetto di *Social Entrepreneurship*, che si caratterizza, dunque, come un termine carico di diversi valori (Risjord, 2014). L'analisi dei dati sembra confermare l'idea che ogni ideologia sia un'articolazione di concetti tale da assegnare a ciascuno di essi un significato diverso nella misura in cui esso è collegato ad altre idee costitutive (Freeden and Stears, 2013, Laclau, 2014). Si guardi, ad esempio, al concetto di innovazione sociale. Esso assumerebbe due significati diversi (come proprietà individuale degli imprenditori sociali o come *driver* dei cambiamenti di paradigma) quando esso è associato a finalità di riproduzione o trasformazione delle attuali strutture economiche e politiche. Si può dunque affermare che, già allo stadio di una ricerca pilota, l'analisi critica delle ideologie contenute nelle narrazioni sulla *social entrepreneurship* consenta di arricchire la comprensione del tipo di cambiamento sociale desiderato intrinseco in ciascuna narrativa.

Il principale beneficio di questo tipo di analisi risiede nel fatto che la produzione accademica, non è concepita, in questa chiave, come separata dagli oggetti della sua ricerca, ponendosi piuttosto in un confronto costante in grado di costituirne nuove forme. La trasparenza e la comprensione delle ideologie alla base del discorso accademico sulla SE sono pertanto importanti nella misura in cui esse determinano degli impatti sui modi in cui gli attori dell'imprenditorialità sociale si organizzano e agiscono nella società (Dey and Lehner, 2017). Questa relazione è il passo logico successivo e necessario per confermare o confutare le ipotesi generate da questo *paper*. Infatti, per dare compiutezza alla metodologia della *Critical Discourse Analysis* è fondamentale analizzare le reciproche influenze tra diversi attori. In questo caso si tratta di comprendere più a fondo le interrelazioni tra il mondo dell'accademia, i professionisti della SE, i policy-makers, le comunità locali, in modo da evidenziare le strutture di potere al lavoro nella costruzione di ogni ideologia.

È possibile individuare due rischi potenzialmente derivanti dai risultati di questa ricerca. Il primo è connesso alla frammentazione teorica che riguarda il concetto di ideologia: quando esso venga inteso come produttore di distorsioni discorsive al fine di riprodurre delle relazioni di potere, sarà naturalmente associato ad una interpretazione peggiorativa delle posizioni classificate come ideologiche. Il secondo, conseguente, è il rischio di imporre una frammentazione aprioristica ad un campo di ricerca scientifica, contrapponendo visioni 'ideologiche' che potrebbero finire per oscurare l'avanzamento della conoscenza di fenomeni reali.

Tuttavia, proprio la scarsità di analisi empiriche dedicate ad una comprensione del contenuto ideologico della *social entrepreneurship* rischia di amplificare questi rischi. Le ideologie alle fondamenta delle narrative accademiche, rimanendo inesplorate e inesprese, contribuiscono a creare analisi dicotomiche o semplificanti che limitano la comprensione della ricchezza, delle complessità, delle tensioni necessariamente inerenti l'imprenditorialità sociale. Dunque, questo *paper*, nella sua natura esplorativa di un possibile campo di indagine, vuole contribuire ad estendere il dialogo tra diverse concezioni della SE. Ad esempio, è possibile immaginare un'analisi più ampia della letteratura accademica, per

comparare gli elementi comuni e le differenze presenti nelle definizioni concettuali e nelle analisi empiriche; o ancora si può immaginare di porre sistematicamente a confronto le narrative accademiche con quelle dei *policy-makers* e dei professionisti che operano nell'imprenditorialità sociale, per comprendere perché determinate catene di relazioni in certi contesti sono associate a diversi output dal punto di vista della produzione discorsiva.

Bibliografia

Addison, T., Hulme, D. and Kanbur, S. M. R. (eds.) (2009) *Poverty dynamics: interdisciplinary perspectives*. Oxford: Oxford University Press.

Althusser, L. 2008. *On ideology*. London: Verso.

Andersson, J. (2007) 'Socializing Capital, Capitalizing the Social: Contemporary Social Democracy and the Knowledge Economy'. archives-ouvertes.fr. Available at: <https://hal-sciencespo.archives-ouvertes.fr/hal-01066075> (Accessed 16/02/2019).

Austin, J., Stevenson, H. and Wei-Skillern, J. (2006) 'Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both?', *Entrepreneurship*, 30(1), pp. 1-22.

Bacq, S. and Janssen, F. (2011) 'The multiple faces of social entrepreneurship: A review of definitional issues based on geographical and thematic criteria', *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(5-6), pp. 373-403.

Berglund, K. and Wigren, C. (2012) 'Soci(et)al Entrepreneurship: The Shaping of a Different Story of Entrepreneurship', *Tamara Journal of Critical Organisation Inquiry*, 10(1), pp. 9-22.

Beyes, T. and Steyaert, C. (2011) 'The ontological politics of artistic interventions: Implications for performing action research', *Action Research*, 9(1), pp. 100-115.

Bizzell, P. (1992) *Academic discourse and critical consciousness*. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press.

Boltanski, L. and Chiapello, E. (2005) *The new spirit of capitalism*. Translated by: Elliott, G. London: Verso.

Bornstein, D. (2007) *How to change the world: Social entrepreneurs and the power of new ideas*. Oxford: Oxford University Press.

Borzaga, C. and Defourny, J. (eds.) (2001) *The emergence of social enterprise*. London: Routledge.

Boschee, J. (2006) *Migrating from innovation to entrepreneurship: How nonprofits are moving toward sustainability and self-sufficiency*. Minneapolis, MN: Encore! Press

Boschee, J. and McClurg, J. (2003) 'Toward a better understanding of social entrepreneurship: Some important distinctions', pp. 5,
https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/28028593/testtrtr.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1557880692&Signature=sBsyOu5/BvvkQvvJ3bU2Go6tZyc%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DToward_a_better_understanding_of_social.pdf
[Working Paper] (Accessed 15/05/2019).

Cho, A. H. (2006) 'Politics, Values and Social Entrepreneurship: A Critical Appraisal', in Mair, J., Robinson, J. & Hockerts, K. (eds.) *Social Entrepreneurship*. London: Palgrave Macmillan UK, pp. 34-56.

Cieslik, K. (2018) 'The quandaries of social entrepreneurship studies – a discursive review of the discipline', *Review of Social Economy*, 76(3), pp. 352-376.

Conway Dato-on, M. and Kalakay, J. (2016) 'The winding road of social entrepreneurship definitions: a systematic literature review', *Social Enterprise Journal*, 12(2), pp. 131-160.

Cook, B., Dodds, C. and Mitchell, W. (2003) 'Social entrepreneurship—False premises and dangerous forebodings', *Australian Journal of Social Issues*, 38(1), pp. 57-72.

Creswell, J. W. (2013) *Qualitative inquiry & research design : choosing among five approaches. Qualitative inquiry and research design* 3rd ed. edn. Los Angeles, Calif. /London: SAGE Publications.

Dacin, M., Dacin, P. and Tracey, P. (2011) 'Social Entrepreneurship: A Critique and Future Directions', *Organization Science*, 22(5), pp. 1203-1213.

Dart, R. (2004) 'The legitimacy of social enterprise', *Nonprofit Management and Leadership*, 14(4), pp. 411-424.

Dees, J. G., Emerson, J. and Economy, P. (2001) *Enterprising Nonprofits: A Toolkit for Social Entrepreneurs*. New York: John Wiley & Sons INC.

Defourny, J. (2001) 'From third sector to social enterprise', in Borzaga, C. & Defourny, J. (eds.) *The emergence of social enterprise*. London: Routledge, pp. 1-28.

Defourny, J. and Nyssens, M. (2008) 'Social enterprise in Europe: recent trends and developments', *Social enterprise journal*, 4(3), pp. 202-228.

Defourny, J. and Nyssens, M. (2010) 'Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences', *Journal of Social Entrepreneurship*, 1(1), pp. 32-53.

Dempsey, S. E. and Sanders, M. L. (2010) 'Meaningful work? Nonprofit marketization and work/ life imbalance in popular autobiographies of social entrepreneurship', *Organization*, 17(4), pp. 437-459.

Dey, P. and Lehner, O. (2017) 'Registering Ideology in the Creation of Social Entrepreneurs: Intermediary Organizations, 'Ideal Subject' and the Promise of Enjoyment', *Journal of Business Ethics*, 142(4), pp. 753-767.

Dey, P. and Steyaert, C. (2010) 'The politics of narrating social entrepreneurship', *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 4(1), pp. 85-108.

Dey, P. and Steyaert, C. (2012) 'Social entrepreneurship: critique and the radical enactment of the social', *Social Enterprise Journal*, 8(2), pp. 90-107.

Dey, P. and Teasdale, S. (2015) 'The tactical mimicry of social enterprise strategies: Acting 'as if' in the everyday life of third sector organizations', *Organization*, 23(4), pp. 485-505.

Drayton, W., Brown, C. and Hillhouse, K. (2006) 'Integrating social entrepreneurs into the 'health for all' formula', *Bulletin of the World Health Organization*, 84(8), pp. 591-592.

Eikenberry, A. M. (2009) 'Refusing the Market: A Democratic Discourse for Voluntary and Nonprofit Organizations', *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 38(4), pp. 582-596.

Eikenberry, A. M. and Kluver, J. D. (2004) 'The marketization of the nonprofit sector: civil society at risk?', *Public administration review*, 64(2), pp. 132-140.

Fairclough, N. (2003) *Analysing Discourse : Textual Analysis for Social Research*. London: Routledge.

Fairclough, N., Mulderrig, J. and Wodak, R. (2011) 'Critical Discourse Analysis', in van Dijk, T.A. (ed.) *Discourse Studies : A Multidisciplinary Introduction*. London: SAGE Publications.

Francesse, J. (ed.) (2009) *Perspectives on Gramsci : politics, culture and social theory*. New York - London: Routledge.

Freedden, M. and Stears, M. (eds.) (2013) *The Oxford Handbook of Political Ideologies*. Oxford: Oxford University Press.

Gawell, M. (2013) 'Social entrepreneurship – innovative challengers or adjustable followers?', *Social Enterprise Journal*, 9(2), pp. 203-220.

Gioia, D. A., Corley, K. G. and L., H. A. (2013) 'Seeking Qualitative Rigor in Inductive Research: Notes on the Gioia Methodology', *Organizational Research Methods*, 16(1), pp. 15-32.

Hjorth, D. (2013) 'Public entrepreneurship: desiring social change, creating sociality', *Entrepreneurship & Regional Development*, 25(1/2), pp. 34-52.

Jacobs, A. (2006) 'Helping people is difficult: growth and performance in social enterprises working for international relief and development', in Nicholls, A. (ed.) *Social entrepreneurship : new models of sustainable social change*. Oxford: Oxford University Press.

Joseph, J. (1998) 'In Defence of Critical Realism', *Capital & Class*, 20(65), pp. 73-12.

Kerlin, J. A. and Pollak, T. H. (2010) 'Nonprofit Commercial Revenue: A Replacement for Declining Government Grants and Private Contributions?', *The American Review of Public Administration*, 41(6), pp. 686-704.

Laclau, E. (2014) *The Rhetorical Foundations of Society*. London: Verso.

Leadbeater, C. (1997) *The rise of the social entrepreneur*. London: Demos.

Lehner, O. M. and Germak, A. (2014) 'Antecedents of social entrepreneurship: Between public service motivation and the need for achievement', *Lehner, OM, Germak A*, pp. 1369-1066.

Light, P. C. (2008) *The search for social entrepreneurship*. Washington D.C.: Brookings Institution Press.

Mair, J. and Martí, I. (2006) 'Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight', *Journal of World Business*, 41(1), pp. 36-44.

Mair, J. and Noboa, E. (2006) 'Social Entrepreneurship: How Intentions to Create a Social Venture are Formed', in Mair, J., Robinson, J. & Hockerts, K. (eds.) *Social Entrepreneurship*. London: Palgrave MacMillan.

Martin, R. L. and Osberg, S. (2007) 'Social Entrepreneurship: The Case for Definition', *Stanford Social Innovation Review*, 5(2),
https://ssir.org/articles/entry/social_entrepreneurship_the_case_for_definition (Accessed 13/05/2019).

Mason, C. (2012) 'Up for grabs: A critical discourse analysis of social entrepreneurship discourse in the United Kingdom', *Social Enterprise Journal*, 8(2), pp. 123-140.

Mulgan, G. (2006) 'Cultivating the Other Invisible Hand of Social Entrepreneurship: Comparative Advantage, Public Policy, and Future Research Priorities', in Nicholls, A. (ed.) *Social Entrepreneurship : New Models of Sustainable Social Change*. Oxford: Oxford University Press.

Nicholls, A. (ed.) (2006) *Social entrepreneurship : new models of sustainable social change*. Oxford: Oxford University Press.

Nicholls, A. (2010) 'The Legitimacy of Social Entrepreneurship: Reflexive Isomorphism in a Pre-Paradigmatic Field', *Entrepreneurship theory and practice*, 34(4), pp. 611-633.

Nyssens, M. (ed.) (2006) *Social enterprise: at the crossroads of market, public policy and civil society*. London: Routledge.

Parkinson, C. and Howorth, C. (2008) 'The language of social entrepreneurs', *Entrepreneurship & Regional Development*, 20(3), pp. 285-310.

Patton, M. Q. (2015) *Qualitative research & evaluation methods : integrating theory and practice*. Fourth edition. edn. Los Angeles: Sage.

Perrini, F. and Vurro, C. (2006) 'Social Entrepreneurship: Innovation and Social Change Across Theory and Practice', in Mair, J., Robinson, J. & Hockerts, K. (eds.) *Social Entrepreneurship*. London: Palgrave Macmillan.

Polanyi, K. (1957) *The great transformation*. Boston: Beacon Press.

Risjord, M. (2014) *Philosophy of Social Science : A Contemporary Introduction*. Routledge Contemporary Introductions to Philosophy Hoboken: Routledge.

Roberts, D. and Woods, C. (2005) 'Changing the world on a shoestring: The concept of social entrepreneurship', *University of Auckland Business Review*, 7(1), pp. 45-52.

Roy, M. J. and Hackett, M. T. (2017) 'Polanyi's 'substantive approach' to the economy in action? Conceptualising social enterprise as a public health 'intervention'', *Review of Social Economy*, 75(2), pp. 89-111.

Seanor, P., Bull, M., Baines, S. and Ridley-Duff, R. (2013) 'Narratives of transition from social to enterprise: you can't get there from here!', *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 19(3), pp. 324-343.

Sperandio, J. (2005) 'Social Entrepreneurs and Educational Leadership in Bangladesh', *Current Issues in Comparative Education*, 8(1), pp. 18-30.

Steyaert, C. and Hjorth, D. (eds.) (2006) *Entrepreneurship as Social Change. A third Movements in Entrepreneurship Book*. Northampton: Edward Elgar.

Teasdale, S. (2012) 'What's in a Name? Making Sense of Social Enterprise Discourses', *Public Policy and Administration*, 27(2), pp. 99-119.

Teasdale, S., Lyon, F. and Baldock, R. (2013) 'Playing with Numbers: A Methodological Critique of the Social Enterprise Growth Myth', *Journal of Social Entrepreneurship*, 4(2), pp. 113-131.

Tracey, P. and Jarvis, O. (2007) 'Toward a Theory of Social Venture Franchising', *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(5), pp. 667-685.

van Dijk, T. A. (2000) *Ideology: A Multidisciplinary Approach* London: SAGE Publications. Available at: <http://sk.sagepub.com/books/ideology> (Accessed: 2019/05/14).

van Dijk, T. A. (2015) 'Critical Discourse Analysis', in Tannen, D., Hamilton, H.E. & Schiffrin, D. (eds.) *The Handbook of Discourse Analysis*. Hoboken: John Wiley & Sons, Incorporated.

Wodak, R. (2004) 'Critical Discourse Analysis', in Seale, C., Gobo, G., Gubrium, J.F. & Silverman, D. (eds.) *Qualitative Research Practice*. London: SAGE Publications.

Yunus, M. (2007) *Creating a World Without Poverty: Social Business and the Future of Capitalism*. London: Hachette UK.

Appendice 1. Struttura dei codici per l'analisi dei dati – prima fase

