

Ação empreendedora: que (re)configurações possíveis?

Rosalice Pinto*

Resumo

Este trabalho, inserido no quadro teórico do Interacionismo Sociodiscursivo, procura formular a hipótese da existência de uma ação empreendedora que pode vir a ser atestada a partir de um compósito de figuras de ação, semiotizadas linguístico-textualmente por tipos de discurso diversos. Considerando que os textos que circulam são representantes empíricos das atividades em que se inserem, procuro, de um ponto de vista interdisciplinar, mostrar a relevância dos estudos da/sobre a linguagem para o fomento do empreendedorismo empresarial nas organizações. Tal estudo é efetuado a partir da análise de um exemplar do gênero editorial de circulação interna, numa empresa portuguesa.

Palavras-chave: Interacionismo sociodiscursivo. Empreendedorismo. Figuras de ação. Gêneros textuais.

Introdução

Este trabalho procura refletir acerca de alguns aspectos linguístico-textuais que podem vir a caracterizar uma ação empreendedora em determinado gênero textual produzido por uma instituição portuguesa.

Inserido numa pesquisa de pós-doutorado que objetiva descrever do ponto de vista linguístico-textual o agir empreendedor em empresas portuguesas, visa desenvolver subsídios teóricos e metodológicos para o estudo da relação a ser estabelecida entre a materialização linguístico-textual de uma ação empreendedora em gêneros textuais produzidos por empresas e a(s) atividade(s) a ela relacionada(s).

Evidentemente, algumas pistas serão apresentadas e deverão ser atestadas em *corpora* mais alargados.

* Pesquisadora do Centro de Linguística da Universidade Nova de Lisboa e da Fundação para a Ciência e a Tecnologia de Portugal – Professora auxiliar da Universidade Lusiana de Lisboa.

De forma a atingir o objetivo a que nos propomos, começaremos este artigo pontuando alguns conceitos teóricos que norteiam este trabalho. Num primeiro momento, dada a flutuação conceitual dos termos “texto”, “gênero”, “atividade”, “ação”, “agir”, definiremos, dentro do quadro teórico em que nos inserimos, esses termos. E mostraremos alguns estudos efetuados por teóricos como BULEA e FRISTALON (2004), e BULEA (2010).

Em seguida, devido ao caráter interdisciplinar deste trabalho, que estabelece confluências com outras áreas do conhecimento, como as Ciências Econômicas, apresentaremos aspectos relevantes relativos à noção de empreendedorismo e mostraremos de que forma esse termo será por nós definido.

Por fim, tendo percorrido esses dois itens, apresentaremos a análise de alguns aspectos relativos a questões discursivas/enunciativas de um exemplar de gênero textual, a partir das classificações propostas pelos autores mencionados. Assim, a partir de um balanço crítico, pode-se começar a definir uma ação empreendedora a partir de algumas categorias linguístico-textuais atestadas. Evidentemente, a pesquisa a que se refere este artigo está em curso e, por conseguinte, serão formuladas hipóteses a serem aperfeiçoadas com estudos em *corpora* alargados, como já salientamos.

Opções terminológicas e conceituais relevantes

Dentro do quadro teórico em que este trabalho se fundamenta, nomeadamente o Interacionismo Sociodiscursivo (doravante ISD), os textos correspondem a “unidades comunicativas globais” e constituem representantes empíricos das atividades de linguagem/ações de linguagem em que estão inseridos. Com isso, podemos afirmar que a organização interna dos textos em seus diferentes níveis (infraestrutura textual, mecanismos de posicionamento enunciativo e mecanismos de textualização) depende das características da atividade a que esses textos vinculam-se.¹

Outro aspecto a ser ressaltado diz respeito à relevância dos gêneros de textos. Estes estabelecem uma intermediação entre as atividades e os textos empíricos. Na verdade, correspondem a modelos de textos disponíveis na memória de longo termo (arquitexto). Quando da produção/interpretação de determinado texto, numa ação de linguagem sócio-historicamente situada, um agente adota formatos de textos já conhecidos e os adapta em função de contextos diversos. Com isso, podemos afirmar que é o conhecimento que temos de certos modelos de gêneros textuais que propicia ao agente certa economia cognitiva.

1 - Para um maior aprofundamento sobre essas noções, ver Bronckart (1999 e 2008).

O termo agir (ou agir-referente) designa “qualquer forma de intervenção orientada de um ou de vários seres humanos no mundo” (BRONCKART, 2008, p. 120). De forma genérica, o termo é utilizado, ao nível ontológico (relativo à própria prática humana), para designar o “objeto” que é interpretado, ou melhor, o “dado” da própria pesquisa.

É importante também ressaltar a relevância, dentro desse quadro teórico, das atividades.² Estas constituem “um formato social que organiza e regula as interações dos indivíduos com o meio” (BRONCKART, 2008, p. 123). A partir das atividades e de pré-construídos coletivos, são construídas as ações que devem ser consideradas, nesta abordagem, do ponto de vista gnoseológico (relativo à representação e à interpretação), como o produto da interpretação linguageira,³ podendo ser de responsabilidade de um indivíduo ou de uma equipe (ação conjunta ou ação comum).⁴

Em relação à ação – aspecto teórico ressaltado neste trabalho – devemos enfatizar que, dentro do quadro do ISD, ela corresponde a uma forma construída num processo interpretativo. Essa construção se dá a partir da flexibilidade relativa aos protagonistas da atividade: seja a partir da flexibilidade dos observadores externos, seja a partir da dos actantes diretamente implicados na atividade. Ainda, essa flexibilidade pode se manifestar tanto a partir de uma consciência prática quanto de uma discursiva,⁵ sendo que esses níveis de ação estão em constante interação. Como afirma Bronckart, ao contrário do que afirmava anteriormente, como salientamos em nota:

Portanto, embora sustentemos a idéia de que a ação, assim como o ator, são, de fato, formas construídas no processo interpretativo, a própria natureza dessas formas pode ser variável, e saber qual é a forma precisa que se constrói em um determinado processo interpretativo torna-se uma questão empírica, que, como tal, é posta no quadro de nossa pesquisa [...] (BRONCKART, 2008, p. 126).

2 - Esse termo apresenta definições diversas. Para a *ergonomia*, a atividade corresponde àquilo que fazem, sentem e pensam os trabalhadores. A acepção do termo adotada pelo ISD é inspirada em Leontiev.

3 - Inicialmente, Bronckart definia a ação com um estatuto duplo. De um lado, uma parte da atividade imputada a um ser humano particular; de outro, a um conjunto de representações construído por um ser humano a partir de sua participação na atividade – (BRONCKART, 1999, p. 39). Em trabalho posterior, nomeadamente o de 2008, ele critica duas questões: primeiro, pensar que a ação é sempre singular; segundo, o fato de considerar que a ação só apresentaria uma única forma interpretativa construída.

4 - Bronckart, em publicação mais recente, faz uma distinção entre ação comum e conjunta. Pela primeira, um novo actante se associa a uma ação singular já estabelecida e, pela segunda, existe uma negociação de actantes acerca da distribuição de tarefas, em prol de um objetivo comum (BRONCKART, 2008, p. 124).

5 - Giddens distingue a consciência prática da discursiva. A primeira diz respeito ao conhecimento que os atores têm de forma tácita, sem que o saibam exprimir discursivamente. Já a segunda diz respeito às capacidades realizadas verbalmente (GIDDENS, 1987 *apud* BRONCKART, 2008, p. 54-57).

Mas qual a relação a ser estabelecida entre a ação enquanto processo interpretativo e o texto que a materializa? Para Bronckart, a partir de Ricoeur, “todo texto assim como qualquer ação humana é social” (BRONCKART, 2008, p. 34). Isso porque, mesmo podendo vir a ser, no início, o resultado da intervenção intencional de um agente, pode, depois de produzida, desligar-se do seu agente propriamente dito e, assim como o texto, vir a ser interpretada de diversas formas. Como afirma Ricoeur : “Finalement, l’action, comme un texte, est une oeuvre ouverte, adressée à une suite indéfinie de ‘lecteurs’ possibles. Les juges ne sont pas les contemporains, mais l’histoire ultérieure” (RICOEUR, 1986, p. 195). Dessa forma, a ação, assim como o texto, é polissêmica e pode ser analisada a partir de uma abordagem hermenêutica. E a partir dessa abordagem, Bronckart expõe a outra tese do círculo hermenêutico. Ao interpretar um texto, deve-se interpretar as figuras de ação que ele contém e assim poder-se-á interpretar a ação humana.

Em trabalhos empíricos,⁶ em ambiente hospitalar, para a análise de entrevistas com enfermeiras, Bulea e Fristalon (2004) e Bulea (2010) identificaram, considerando o agir-referente cuidados de enfermagem, cinco figuras de ação assim denominadas: ação ocorrência, ação acontecimento passado, ação experiência, ação canônica e ação definição. A organização enunciativo-discursiva de cada uma dessas figuras é minuciosamente descrita.

Como tentaremos, com este trabalho, formular uma hipótese da existência de um “compósito de figuras de ação” para a descrição de uma ação empreendedora dentro do quadro do ISD, passaremos, na próxima seção, a apresentar o conceito de empreendedorismo.

O conceito de empreendedorismo

Entendido de forma genérica como o processo de identificação e de exploração de determinada oportunidade de negócio, o desenvolvimento de uma atitude empreendedora⁷ no contexto social vem sendo considerado, por muitos, como um dos importantes motores do desenvolvimento mundial no século XXI. Uma organização empreendedora é exatamente aquela que gera riquezas, difunde novos conhecimentos, adotando novas tecnologias e informações. Durante muitos anos, o contexto sócio-político-econômico mundial e sobretudo europeu valorizou uma

6 - Outros trabalhos foram realizados, dentro do grupo ALTER, em relação ao trabalho docente de forma a identificar as formas do agir. Bronckart e Machado (2004) pontuam a existência de três formas de agir: o prescritivo, o agir-fonte e o decorrente. Mazzillo (2006) identificou três tipos de agir: um agir linguageiro, um agir com instrumentos e um agir mental que envolve capacidades. Evidentemente, as formas de agir foram identificadas a partir de contextos diversos.

7 - Para aspectos teóricos referentes a essa noção, ver Fayolle e Filion (2006).

estrutura econômico-social mais paternalista (protegida pelo Estado). Atualmente, numa conjuntura mais globalizada e liberal, valoriza-se, ao contrário, um processo de identificação e exploração de novas oportunidades.

O fomento de uma atitude empreendedora pode passar, evidentemente, por essas atitudes governamentais, mas, a nosso ver, deve estar ancorado, fundamentalmente, no desenvolvimento de uma atitude empreendedora nos diversos segmentos sociais. Assim, as pessoas devem ser levadas a se tornar mais autoconfiantes; a serem proativas, estando empenhadas na busca de informações e de novas oportunidades para gerar ideias e atrair recursos.

Na pesquisa em curso, assumo uma visão abrangente do termo. Assim, o empreendedorismo diz respeito tanto à criação/expansão de ideias inovadoras a partir de oportunidades identificadas em determinada atividade, quanto à atualização de ideias existentes, conferindo-lhes certa singularidade e certo teor de ineditismo. E, para este trabalho, limito-me a trabalhar com o que se denomina “empreendedorismo organizacional”. Este diz respeito a ideias singulares/ inovadoras que são desenvolvidas e implementadas em contextos organizacionais, sendo difundidas através da comunicação interna/externa dessas mesmas organizações. Dessa forma, essas ideias podem fomentar junto a colaboradores/ parceiros uma atitude empreendedora.

Do ponto de vista metodológico, parto do princípio de que, ao analisar textos que circulam externa ou internamente no seio das organizações, posso vir a identificar aspectos linguístico-textuais que semiotizam aspectos organizacionais empreendedores.

Dessa forma, de modo a refletir sobre uma possível definição do que se pode denominar um “compósito de figuras de ação”, passo à análise de um editorial de circulação interna de uma empresa de aviação portuguesa. Para tal, levanto aspectos apontados por Bulea e Fristalon (2004) e Bulea (2010) para a descrição das figuras de ação, de forma a analisar trechos do editorial selecionado.

Análise das figuras de ação do texto

Antes de passarmos a analisar o exemplar de texto selecionado (anexo 1), tentaremos brevemente explicitar o contexto sociointeracional de sua produção.

Contexto sociointeracional da produção

Como sabemos, o gênero editorial traz sempre a opinião de uma instituição acerca de questões de ordem social, econômica e política. Esse gênero pode

circular em suportes diversos: jornais, revistas, trazendo características específicas, em função de questões contextuais diversas: lugar de circulação, instâncias enunciativas envolvidas, tempo de circulação.

O exemplar em análise refere-se a um editorial inserido em um jornal de circulação interna⁸ de uma empresa de aviação portuguesa. Sabe-se que o intuito desse jornal é divulgar os produtos lançados, dar notícias diversas acerca de eventos que ocorrerão durante o mês na empresa ou, ainda, informar os funcionários sobre o que ocorreu, está a ocorrer e vai ocorrer na empresa e em congêneres espalhadas pelo mundo.

Esse texto⁹ não assinado, mas cuja responsabilidade autoral é reconhecida por todos os funcionários através da foto,¹⁰ no centro do documento, apresenta a todos os colaboradores o novo paradigma comercial adotado pela empresa a partir de junho de 2008: *5 novos conceitos de voar*, no lugar dos dois convencionalmente conhecidos. Ou seja, a partir dessa data, em substituição às classes econômica e *business*, os clientes podem escolher entre a *Tap discount*, a *Tap plus*, a *Tap executive*, *Tap basic*, *Tap classic*. Sendo que cada um desses produtos apresenta especificidades bem demarcadas e atende a diferentes nichos do mercado.

Além de divulgar esse novo produto, existe uma preocupação da empresa de justificar essa iniciativa e persuadir os seus clientes internos da importância dessa estratégia numa época em que a criatividade deve ser estimulada de forma a vencer as adversidades do mercado.

A motivação para a seleção desse exemplar deve-se essencialmente ao objetivo da pesquisa em andamento. Lembremos que a pesquisa que desenvolvo no momento visa a estudar ações empreendedoras em empresas portuguesas. Dessa forma, analisar esse exemplar, que correspondia ao primeiro nessa empresa a versar sobre essa ação – com caráter empreendedor reconhecido em Portugal e em outros países –, pareceu-me uma mais-valia. Era importante observar de que forma esse empreendedorismo era semiotizado linguístico-textualmente. E o estudo das figuras de ação associadas a esse editorial seria importante para

8 - A existência de jornais e revistas que circulam para clientes externos e internos da empresa, fornecendo informações variadas, é uma tendência do mercado empresarial atual. Com uma comunicação interna estruturada, as empresas, por um lado, tornam-se mais transparentes, comunicando-se diretamente, seja com os colaboradores, seja com os consumidores; por outro lado, diminuem os orçamentos publicitários. Dessa forma, as publicações que são elaboradas de acordo com interesses das empresas para serem divulgadas interna e externamente, ou seja, o *custom publishing*, têm, inclusive, crescido nos últimos anos.

9 - Esse texto está inserido no jornal de circulação interna da TAP Portugal, na página 3, e data de maio de 2008.

10 - A foto foi retirada do documento em anexo por solicitação da empresa que nos forneceu o material.

observar de que forma os clientes/os trabalhadores poderiam interpretar esse caráter empreendedor.

Tendo introduzido o contexto de produção do editorial e justificado a sua seleção, passaremos a definir o agir-referente do texto e tentaremos identificar algumas figuras de ação a ele relacionadas.

Descrição do agir-referente

O texto em análise é construído de forma a convencer os clientes internos da importância desse novo paradigma comercial para o presente e o futuro da empresa. Na verdade, é a partir das representações que a instância de produção tem dos seus leitores que esse editorial é elaborado. Não podemos nos esquecer de que o produto a que se refere o texto (5 formas de voar) pode vir a ser controverso, pois é uma novidade no mercado. Por isso, o texto é construído argumentativamente de forma a convencer os mais incrédulos sobre a importância da iniciativa.

O agir-referente é anunciado logo no título do editorial: “Novo paradigma comercial”. E é exatamente essa nova estratégia empresarial, a que todo o texto se refere, que será esclarecida e detalhada no 4º parágrafo: “(...) deixamos a tradicional estrutura... e passamos a oferecer (...)”.

Vale ressaltar, inclusive, que esse título funciona como uma macrounidade textual¹¹ que polariza argumentativamente todo o texto, uma vez que este busca não apenas apresentar o produto, mas também justificar a sua importância para os clientes internos e externos. Inclusive, observamos que esse título é retomado no texto através da utilização de sintagmas nominais com a repetição do qualificador axiologicamente positivo “novo”, enfatizando a inovação do produto: “nova política comercial” (1º parágrafo); “novos produtos” (2º parágrafo). E, ainda, todos esses sintagmas são avaliados positivamente ao longo de todo o texto, porque esse novo paradigma comercial representa “um novo patamar” (6º parágrafo); “novo passo na modernização da companhia” (7º parágrafo); “um produto mais adequado” (8º parágrafo); “novas abordagens de mercado” (12º parágrafo). Enfim, esses sintagmas funcionam nesse universo como modalidades apreciativas, visto que dizem respeito a avaliações da voz da empresa sobre a estratégia da companhia e reforçam, assim, a importância da mesma para o seu futuro.

11 - Poderíamos pensar que o título funciona no editorial como uma “plataforma argumentativa” que desencadeia várias relações argumentativas ao longo do texto. Para mais detalhes sobre o funcionamento argumentativo dos títulos em editoriais, cf. Pinto (2010, p. 401).

Descrição das figuras de ação

Como afirma Bulea, as figuras de ação “correspondem a ângulos de ataque do agir-referente”, ou, ainda, “(...) são ângulos interpretativos ou pontos de vista interpretativos a partir do agir, configuradas ao nível dos tipos de discurso”¹² (BULEA, 2009, p. 1). De acordo com a autora,¹³ existem cinco configurações interpretativas transversais e recorrentes, ou melhor, cinco figuras de ação: a ação ocorrência, a ação acontecimento passado, a ação experiência, a ação canônica e a ação definição.

No intuito de verificarmos algumas dessas figuras de ação, percorreremos algumas partes do texto selecionado e tentaremos ver de que forma as categorias apontadas pelas autoras adéquam-se a esse exemplar de gênero. Evidentemente, o que nos interessa aqui são os trechos em que se faz presente a singularidade ou o ineditismo do produto oferecido, o que, para nós, pode demarcar a atitude empreendedora dessa organização.

No texto em análise, por exemplo, observamos no primeiro parágrafo a presença de segmentos do relato interativo, com a presença de verbos no passado, na voz ativa e passiva: “apresentou”, “foi aberto”. E esses verbos estão contextualizados e demarcados pelo marcador temporal “no dia 6 de maio”. Essa data, evidentemente, está diretamente relacionada à produção do editorial realizada em maio de 2008. Pelo exposto, podemos pensar que temos, no caso, o exemplo de uma “ação acontecimento passado” presente no texto.

Ainda, vale ressaltar a existência de outra figura de ação: a ação definição. Nesta há uma compreensão do agir-referente como objeto de reflexão, vindo a configurar-se tanto pelo discurso teórico quanto pelo misto teórico-interativo. No texto em análise, o agir-referente “novo paradigma comercial” é avaliado nos primeiros três parágrafos por uma espécie de instância normativa externa. Sendo que essa avaliação é demarcada pela ocorrência de modalizações diversas: “é fundamental”; “é importante”, “cada um de nós deve ser”. Inclusive, por coerções impostas pelo próprio gênero – lembremos que se trata de um editorial de circulação interna na empresa e, conseqüentemente, dirigido aos funcionários –, são apontados pelos membros da direção argumentos que sustentam a necessidade de abertura do processo de comunicação a todos os trabalhadores. E a construção

12 - Estes constituem “plataformas de transição” entre representações coletivas e individuais, podendo ser facilmente identificáveis a partir de categorias linguísticas recorrentes. Dentro da perspectiva teórica do ISD, são quatro os tipos de discurso: discurso teórico, discurso interativo, relato interativo e narração. Para mais detalhes sobre a questão, ver Bronckart (1999) e Coutinho (2008).

13 - Esse estudo foi feito a partir da análise de entrevistas junto a enfermeiras em um hospital de Genebra. Para detalhes sobre essa pesquisa, ver Bulea (2010).

textual dessa justificativa será feita a partir de segmentos do discurso misto teórico/interativo. São inúmeros os organizadores textuais convencionais (“pois”, “mas”, “assim”) e também não convencionais (“de facto”, “em síntese”) que demarcam partes do texto, sendo que os não convencionais, no caso, atribuem aos agentes certo grau de responsabilidade enunciativa. Também há a presença de pronomes (pessoais – “nós” explícito e implícito – e possessivos “nossos” – duas ocorrências) de primeira pessoa que remetem para o(s) actante(s) diretamente envolvido(s) na produção textual.

Vale salientar que o quinto parágrafo desse texto é essencial, uma vez que define o agir-referente: “deixamos a tradicional estrutura baseada (...) e passamos a oferecer aos passageiros (...). Dada a relevância desse parágrafo, no que tange ao objetivo a que nos propomos – definição de uma ação empreendedora – quais seriam as figuras de ação que podem configurar interpretativamente esse agir? Passamos a analisar algumas dessas figuras.

Inicialmente, esse parágrafo não pode vir a ser interpretado tipicamente como uma “ação canônica”, visto que a apreensão do agir referente não se faz de forma totalmente descontextualizada, com validade geral e originária de uma instância normativa externa ao actante. Poder-se-ia até pensar que o emprego do modificador “tradicional” remetia a essa forma de ação. Contudo, cabe ao actante, no caso, não mais respeitar a norma que lhe é associada, mas transgredi-la.

Quanto à “ação experiência”, Bulea reitera que, do ponto de vista da organização enunciativa, é o discurso interativo que predomina (BULEA, 2010, p. 139). Corresponde, assim, a uma espécie de cristalização pessoal de várias ocorrências do agir vividas e, com isso, existe um balanço por parte do actante em relação à experiência vivida. Ela se apresenta como uma ação descontextualizada e sempre recontextualizada, em contextos particulares, sendo reconstruída e assumida pelo actante. Do ponto de vista das estratégias linguísticas utilizadas, é importante o emprego do presente genérico, de advérbios com valor genérico e reiterativo, de sintagmas preposicionais e nominais, de modalizações. No entanto, ao nos depararmos com o parágrafo em análise, observamos, do ponto de vista genérico, a existência de uma espécie de recontextualização do paradigma comercial assumida pelo actante: a empresa passou a adotar um paradigma novo, substituindo o tradicional. Contudo, do ponto de vista do eixo de referência temporal, essa recontextualização está estruturada em consonância com a situação de interação (a partir da data de publicação desse editorial) e não segundo um único eixo, homogêneo e ilimitado (como caracterizaria a ação experiência).

Feitas essas considerações, duas figuras de ação poderiam vir a ser consideradas nesse trecho: a ação definição e a ação ocorrência.

Poder-se-ia pensar inicialmente num forte indício da “ação definição” implícita, se pensarmos que, no enunciado, “deixamos a tradicional estrutura baseada em duas classes – econômica e executiva”, já existe uma apreensão por parte dos indivíduos do que venham a ser essas duas classes e os serviços que possam vir a oferecer. Na verdade, aquilo que esses serviços representam constitui uma espécie de objeto de reflexão para o aparecimento de um outro produto/novo produto. Há assim uma espécie de redefinição do paradigma comercial a partir de produtos já existentes.

Em relação à “ação ocorrência”, em que há o predomínio claro do discurso interativo, sabe-se da existência de uma espécie de “hesitação quanto à tomada do eixo de referência temporal” (BULEA, 2010, p. 129). No texto em análise, os dois verbos, no presente do indicativo: o primeiro, “deixamos”, e o segundo, “passamos a”, demarcam uma ruptura em relação a uma medida anterior e a reatualização do processo comercial, configurando o ineditismo da nova proposta. Além disso, as marcas de agentividade são bem claras. O pronome pessoal na primeira pessoa do plural “nós” (responsável da empresa + funcionários) assegura a forte implicação de todos no processo, enquanto verdadeiros atores: todos são responsáveis por essa estratégia de negócio.

Essa figura de ação é ainda mantida no decorrer do texto; no 6º parágrafo, observa-se: “Nos últimos anos, a TAP atingiu um nível de desenvolvimento elevado, de tal forma que nos devemos agora colocar num novo patamar, no qual queremos servir cada passageiro, de forma cada vez mais personalizada e de acordo com as suas expectativas.”. No caso, a hesitação temporal é demarcada tanto por localizadores de anterioridade quanto de simultaneidade. No primeiro caso, o verbo no pretérito perfeito – “atingiu” –, acompanhado pelo organizador temporal “nos últimos anos”; no segundo, o verbo “dever” no presente do indicativo, com valor deôntico – “devemos agora colocar”. Salienta-se, ainda, a relevância do marcador temporal “agora”, que, de certa forma, estabelece uma ruptura temporal em relação àquilo que vinha sendo feito até então e marca uma outra etapa na empresa. Essa clivagem e reatualização do modelo de negócio é corroborada também pela utilização do qualificador “novo” e pelo quantificador “cada vez mais”. Na verdade, a singularização do produto é demarcada, atingindo o objetivo de cada cliente.

Pelo que foi exposto, poder-se-ia pensar na existência de uma ação empreendedora configurada sobretudo por uma “figura de ação ocorrência”. Contudo, como vimos pelas análises, para podermos realmente definir essa ação,

devemos pensar numa espécie de “compósito de figuras de ação”, uma vez que, para definir uma ação empreendedora, várias figuras de ação foram convocadas.

Em síntese, salientemos que, do ponto de vista da organização enunciativa, esse compósito apresentaria o predomínio de segmentos de discurso interativo, com presença marcante de pronomes de primeira pessoa (essencialmente no plural) e de verbos no presente do indicativo. No entanto, o que nos parece que deve ser ressaltado ainda é o próprio sentido da relação predicativa¹⁴ envolvida nessa forma de ação, associada ao valor semântico do próprio verbo “deixar” combinado ao da locução verbal “passar a oferecer”.

Primeiramente, a primeira relação predicativa estabelecida entre o predicado e os argumentos seria <deixar, (nós), estrutura>. Contudo, ao examinarmos o enunciado “deixamos a tradicional estrutura baseada (...)”, observamos que os argumentos apontados sofrem operações de determinação distintas, o que lhes conferiu valores de qualificação diferentes.

Na verdade, o pronome pessoal “nós” implícito tem como localizador a própria situação de enunciação, sendo a forma verbal (deixamos) o marcador linguístico dessa localização.

Já para o argumento lexicalizado “estrutura”, encontramos um localizador expresso linguisticamente pelo qualificador “tradicional” e a própria relação de localização é especificada pelo predicado “deixar”, que demarca semanticamente uma ruptura em relação a algo que era tradicionalmente feito.

Ainda, vale ressaltar que, a partir da presença do verbo “deixar” na voz ativa e do qualificador “tradicional” associado à unidade lexical “estrutura”, poder-se-ia pensar na existência de um pressuposto e de um posto,¹⁵ que seriam respectivamente:

Pressuposto – [Antes a empresa adotava o modelo tradicional]

Posto representado pelo próprio enunciado “(...) Deixamos a tradicional estrutura (...)”.

E seria, talvez, essa justaposição de conteúdos semânticos inseridos na forma verbal “deixar” que enfatiza o teor inovador da iniciativa dos actantes envolvidos no processo e, conseqüentemente, a atitude empreendedora do grupo.

14 - Assumimos aqui a definição dada pelo quadro da teoria formal enunciativa (ou TFE) para relação predicativa, a partir de Culioli. Para a TFE, retomando as palavras de Campos e Xavier, “na origem de todo enunciado encontra-se uma relação primitiva entre noções (ou representações cognitivas) ainda não lexicalizadas nem categorizadas. É da lexicalização e categorização das noções que constituem a relação primitiva que resulta a relação predicativa” (CAMPOS; XAVIER, 1996, p. 295). Ainda, é a partir de sucessivas operações de localização que incidem sobre a relação predicativa que se configura uma determinação, resultando um número infinito de enunciados com determinada significação.

15 - Para mais detalhes sobre a distinção entre “pressuposto” e “posto”, ver Ducrot (1972).

Essa ruptura com algo existente e a busca pela inovação é ressaltada também pela relação predicativa <passar a oferecer, (nós), passageiros, produtos>.

E, pelo que definimos anteriormente como “empreendedorismo”, a breve descrição linguística das relações predicativas acima aponta para a caracterização de uma espécie de “coloração distinta deste compósito de figuras de ação”.

Evidentemente, estamos tentando, a partir de um único texto, começar a definir como uma ação empreendedora pode vir a ser semiotizada linguístico-textualmente e observar até que ponto ela pode ser interpretada a partir de um “compósito de figuras de ação”. Cabe-nos, certamente, a partir da análise de outros textos, explorar mais profundamente como ela pode ser linguisticamente atestada.

Na verdade, como afirma Bronckart, é sobre a organização sintática dos tipos discursivos que nós devemos atualmente nos debruçar, não dando tanta importância às sequências, uma vez que dentro da infraestrutura textual, parecem ser raras. Como afirma o autor:

Sur ce plan, les analyses statistiques présentées dans *FdD* faisaient apparaître une très nette détermination des types discursifs sur la distribution des sortes de « phrases » ou de relations prédictives (les non-déclaratives sont propres au discours interactif ; les passives au discours théorique, etc.) ; il conviendrait de prolonger cette approche pour identifier l'ensemble des régularités syntaxiques qui seraient propres aux types (BRONCKART, 2008, p. 80).

Caminhos a percorrer

Neste trabalho, inserido fundamentalmente no quadro teórico-metodológico do ISD, mas com a contribuição de outras correntes teóricas de descrição linguística, procuramos refletir tanto acerca da existência de um “compósito de figuras de ação” para a descrição de uma ação empreendedora, quanto da presença de uma espécie de coloração distinta para esse mesmo compósito a partir da breve análise de um texto singular. Com isso, procuramos, de um ponto de vista ainda bastante incipiente, mostrar a relevância de um estudo mais aprofundado das relações predicativas nos tipos discursivos para melhor descrevê-los.

Evidentemente, algumas pistas foram levantadas em relação à descrição linguístico-textual da ação empreendedora nessa atividade empresarial. No entanto, continuaremos a analisar outros textos de forma a criar subsídios metodológicos e teóricos para realmente atestar a hipótese da existência de um “compósito de figuras de ação” para a interpretação do que venha a ser uma “ação empreendedora”.

Entrepreneurial action: what (re)configurations are possible?

Abstract

The purpose of this article, based on the Sociodiscursive Interactionism approach, is to describe the way in which entrepreneurial action can be interpreted by a composite of action figures materialized by different types of discourse. Considering that the texts that circulate are empirical representatives of social activities where they are inserted, my goal is, in an interdisciplinary point of view, to show the importance of the studies of/about the language to improve the entrepreneurship inside the organizations. In order to attain this objective, I present a sample of a text genre – an editorial. This text was circulated in a portuguese organization.

Keywords: Sociodiscursive interactionism. Entrepreneurship. Action figures. Text genres.

Action entrepreneurante: quelles r(e)configurations possibles?

Résumé

Ce travail, inscrit dans le cadre théorique du Interactionnisme socio-discursif, essaye de formuler l'hypothèse de l'existence d'une action entrepreneurante que peut être confirmée à partir d'un ensemble de figures d'action, sémiotisées linguistico-textuellement par des types de discours divers. Considérant que les textes qui circulent sont des représentants empiriques des activités dans lesquelles ils s'insèrent, je cherche, d'un point de vue interdisciplinaire, à montrer l'importance des études du/sur le langage pour la promotion du entrepreneuriat dans les organisations. Cette étude est effectuée à partir de l'analyse d'un exemplaire du genre éditorial de circulation interne d'une entreprise portugaise.

Mots-clés: Interactionnisme socio-discursif. Entrepreneuriat. Figures d'action. Genres textuels.

Referências

BRONCKART, Jean-Paul. **Atividade de linguagem, textos e discursos**. Por um interacionismo sociodiscursivo. São Paulo: Educ, 1999.

BRONCKART, Jean-Paul. **O agir nos discursos**: das concepções teóricas às concepções dos trabalhadores. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2008.

BULEA, Ecaterina; FRISTALON, Isabelle. “Agir, agentivité et temporalité dans des entretiens sur le travail infirmier”. In: BRONCKART, Jean-Paul; Grupo LAF (Ed.). Agir et discours en situation de travail. **Cahiers de la Section des Sciences de l’Education**, Genève, n. 103, p. 213-262, 2004.

BULEA, Ecaterina. **Commentaires à l’article “Ação empreendedora: que configuração possível”**. Genève: Université de Genève, 2009.

BULEA, Ecaterina. **Linguagem e efeitos desenvolvimentais da interpretação da atividade**. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2010.

CAMPOS, Maria Henriqueta Costa; XAVIER, Maria Francisca. **Sintaxe e semântica do português**. Lisboa: Universidade Aberta, 1996.

COUTINHO, Maria Antónia. Marcadores discursivos e tipos de discurso. **Estudos Linguísticos / Linguistic Studies**, Lisboa, n. 2, p. 193-210, dez. 2008.

DUCROT, Oswald. **Le dire et le dit**. Paris: Editions de Minuit, 1972.

FAYOLLE, Alain; FILION, Louis Jacques. **Devenir entrepreneur**: des enjeux aux outils. Paris: Pearse Education France, 2006.

MACHADO, Anna Rachel; BRONCKART, Jean-Paul. Procedimentos de análise de textos sobre o trabalho educacional. In: MACHADO, Anna Rachel (Org.). **O Ensino como trabalho**: uma abordagem discursiva. Londrina: Editora da Universidad Estadual de Londrina, 2004. p. 133-163.

MAZZILLO, Tania Maria da Frota Mattos. **O trabalho do professor de língua estrangeira representado e avaliado em diários de aprendizagem**. Tese (Doutorado em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2006.

PINTO, Rosalice. Valores socioculturais na comunicação organizacional. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO (CICOM), 2009, Centro de Estudos Filosóficos e Humanísticos da Faculdade de Filosofia da Universidade Católica Portuguesa de Braga, **Comunicação, cognição, media**. Braga: Aletheia, 2010. p. 769-781.

PINTO, Rosalice. **Como argumentar e persuadir**: prática política, jurídica e jornalística. Lisboa: Quid Juris, 2010.

ANEXO



Anexo 1 – “Novo paradigma comercial”. **Jornal interno da TAP**, 56, Lisboa: maio de 2008, p. 3.