

O agir do empreendedor e sua configuração textual: aspectos teórico-metodológicos

Rosalice Pinto

Abstract: This paper focuses on some theoretical and methodological aspects of my post PhD research *Entrepreneurial form of action and its textual configuration*. In this study it is proposed, based on the framework of Socio-discursive Interactionism, that an *entrepreneurial action* can be defined by the language that circulates through the oral and written texts (from different sources). It also tries to demonstrate that *entrepreneurship* is an important way of *social development* and it can be implemented in different social practices. As this study is situated in an interdisciplinary perspective conciliating linguistic, social semiotics and economic frameworks, the first part of this paper presents the main theoretical fields of our research. The second part describes the methodological strategies which were explored to evaluate *entrepreneurial action* in different contexts. The last part shows future developments of this research.

1 – Introdução

Numa época em que o mundo globalizado se preocupa com a rapidez, as mudanças e as incertezas nos diversos setores público e privado, o empreendedorismo, considerado como um “conjunto de competências (*mindset*) e aptidões (*skills*) que os indivíduos utilizam para criar valor para si próprios e para a sociedade” (Redford, 2011, p. 2), assume um papel de extrema relevância. Dentro deste contexto, o empreendedor corresponde ao indivíduo (ou grupo) que é capaz de identificar uma oportunidade, de juntar os recursos necessários, de criar uma organização ou uma sub-organização e de *atuar* enquanto líder num segmento. Para tal, diversas competências lhe são exigidas: o empreendedor precisa ter uma ideia em que acredite, deve se

envolver psicologicamente com ela, uma vez que dimensões de ordem cognitiva, social, emocional e outras estão envolvidas, e, a partir daí, poderá influenciar e conseguir com que os outros (clientes, funcionários, investidores) ‘compre’ a sua idéia.

Frente a este cenário, os objetivos globais desta investigação de pós-doutoramento, financiada pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia de Portugal, com a referência SFRH / BPD / 38024 / 2007¹, é descrever, de um lado, o *agir* do empreendedor e as competências a ele associadas em algumas empresas de sucesso portuguesas. Por outro lado, pretende-se observar como as

¹ O desenvolvimento deste trabalho é supervisionado pela Profª. Dra. Antónia Coutinho, da FCSH/UNL, e pelo Prof. Dr. Jean Paul Bronckart, da FPSE/UNIGE.

representações deste *agir* e as competências nele implicadas são formuladas nos diversos textos que circulam interna e/ou externamente (emails, documentos diversos, artigos, entrevistas). Vale salientar que, na perspectiva teórica privilegiada nesta investigação, o Interacionismo Socio-discursivo (doravante ISD), este *agir* é uma forma de intervenção de um ou vários indivíduo(s) no mundo e está presente nas diferentes práticas sociais. E é pela linguagem, com um papel central para o desenvolvimento da ciência do humano, que ele é semiotizado - Bronckart (2006, p. 10).

2 – Aspectos teóricos

Vale salientar que a interdisciplinaridade é uma vertente importante no desenvolvimento desta investigação que procura lidar com áreas do conhecimento diversas, de forma a atingir os objetivos propostos.

A perspectiva teórica de base deste trabalho, como mencionámos, que procura analisar de que forma o *agir empreendedor pode vir a ser configurado textualmente* é o ISD desenvolvido por Bronckart (1997, 2004) e estudiosos de centros de investigação na Suíça, em Portugal, na Argentina e no Brasil. Esta abordagem,

que busca uma *ciência do humano*, posiciona-se favorável à não existência de uma clivagem entre as diversas disciplinas (herança do positivismo), ressaltando a importância da interligação das diversas áreas do saber. Ademais, ratifica a relevância de uma abordagem descendente de análise. Na verdade, as atividades coletivas de natureza social condicionam os géneros de texto que, por sua vez, condicionam os textos que as semiotizam. Para efeitos de análise, é importante descrever de que forma instâncias supra-ordenadas (atividades / géneros) interferem/condicionam preferencialmente os aspectos verbais (ao nível pragmático, sintático, semântico, morfológico e fonológico) e presentes em textos empíricos. Nesta pesquisa, como analisamos textos empíricos inseridos em documentos que circulam nos âmbitos interno e externo a partir das organizações, interessa-nos também a descrição dos aspectos não-verbais neles presentes. Dessa forma, ao trabalharmos com textos plurissemióticos, categorias desenvolvidas pela Semiótica Social para a análise de textos não-verbais são de grande relevância para o estudos dos *corpora* – (Kress & Van Leeuwen, 1996/2006).

Em relação às ciências económicas, são relevantes os trabalhos de Basso (2006); Fayolle & Fillion (2006), que elencam ferramentas relevantes para o desenvolvimento de um trabalho empreendedor; de Sarkar (2007) que pontua as diferentes formas de empreendedorismo; de Bouchard (2009) que centra-se sobretudo em aspectos relacionados ao *intra-empreendedorismo*. Lembremos que, como a investigação baseia-se essencialmente no estudo de elementos da comunicação interna e externa de empresas portuguesas, a noção de *intra-empreendedorismo*, que corresponde essencialmente à adoção de atitudes e de práticas empreendedoras no seio de empresas, é de grande importância, como afirma Bouchard (2009, p.1).

No que tange a questões psicológicas associadas ao trabalho, foi realizado um estudo aprofundado dos trabalhos de Clot (2006) que adota uma perspectiva histórico-psicológica para o sujeito. Dessa forma, enfatiza que o desenvolvimento unidirecional e pré-determinado só pode existir fora de situações reais. Como afirma Clot (2006, p.13) *o real se encarrega de transformar o desenvolvimento esperado em história não realizada*.

Na verdade, o que interessa atualmente como objeto de análise nas atividades relacionadas ao trabalho é o seu desenvolvimento, suas histórias e até os empecilhos vivenciados por determinado sujeito.

Em relação à correlação das ciências do trabalho com questões relacionadas à linguagem, foram encontrados subsídios em Fäita (2005). Lembremos que foi apenas no último quarto do século vinte que começam a ser sentidas mudanças no universo da organização do trabalho. Neste novo contexto, o lugar e o papel do 'fator humano' se impuseram de forma incontornável.

Ainda, face ao destaque dado nesta pesquisa à *Comunicação Organizacional / Empresarial*, uma vez que trabalhamos o *agir empreendedor* a partir de textos que circulam no interior ou a partir do interior de empresas portuguesas, foi feito um inventário recente de trabalhos em língua portuguesa que salientam a sua posição de destaque no organograma organizacional. Dentre esses estudos, salientamos os de Andrade (2003), Bueno (2009). Os dois autores reforçam o fato dessa comunicação organizacional atual estar integrada ao moderno processo de gestão,

promovendo conhecimentos e estratégias para que as empresas possam minimizar / superar conflitos existentes; ou ainda, divulgar ao mercado interno/externo os produtos existentes. Realça-se, assim, a existência de uma mudança de paradigma. Se até bem pouco tempo a comunicação organizacional era, na verdade, clivada em duas vertentes: a *institucional* e a *mercadológica*. Hoje em dia, ela caminha para uma perspectiva mais integrada, pleiteando uma articulação estreita entre os vários departamentos /áreas profissionais que exercem as atividades de comunicação nas empresas ou entidades. Dessa forma, a *comunicação é, por assim dizer, uma espécie de espelho das organizações, sendo que é através desta que os valores institucionais são divulgados.*

3 – Questões metodológicas relevantes

Esta investigação iniciada em 2007/2008 passou ao longo dos anos por alguns ‘ajustes’ metodológicos de forma a poder atender os objetivos propostos. É consensual a existência de três técnicas importantes de recolha de dados que instrumentalizam as pesquisas nas Ciências Sociais: a análise documental, a observação e o

inquérito, quer na sua forma oral (entrevista); quer na sua forma escrita (questionário).

No primeiro ano, detivemo-nos na análise documental. Foram recolhidos os textos (e-mails, entrevistas, palestras, anúncios publicitários, códigos de ética) que circularam em 2007 referentes a duas instituições portuguesas, o Banco Alimentar e a TAP Portugal. A partir dos *corpora* recolhidos, passámos a estudar de que forma o *empreendedorismo social e empresarial* é fomentado tanto no interior das organizações, quanto externamente junto aos *media* e alguns segmentos da sociedade.

No segundo ano de trabalho, tendo já os *corpora* recolhidos, centrámo-nos sobretudo no estudo de anúncios publicitários que circularam nas duas empresas durante o ano de 2007, nos códigos de ética e também nos e-mails divulgados no interior destas empresas. O intuito era entender de que forma essas instituições podiam fomentar através da linguagem veiculada a textos diversos uma *atitude empreendedora* junto ao seu público interno e externo. Na verdade, o fato de terem uma adesão importante dos funcionários e do público às ideias que tentavam vender poderia, do ponto de

vista da analista, ser explicado pela própria configuração textual utilizada pela comunicação interna/externa dessas empresas. Contudo, depois de várias análises efetuadas e alguns trabalhos publicados, deparámo-nos com um fato: todos os textos analisados pressupunham a existência prévia de um *agir empreendedor* a eles veiculados. Na verdade, já preconcebíamos que aqueles textos representavam uma *ação empreendedora* e todas as análises efetuadas seguiam essa perspectiva. Tal constatação deu-se essencialmente quase ao final do segundo ano de bolsa. Salientamos, assim, que até setembro de 2009, centrámo-nos essencialmente na *análise documental*. Tais análises permitiram-nos olhar *unidirecionalmente* para o objeto de pesquisa.

No terceiro ano, a partir de outubro de 2009, foram aperfeiçoados aspectos metodológicos que permitissem trabalhar com outros instrumentos de pesquisa de forma a realmente definir uma *ação empreendedora* a partir de olhares múltiplos, inseridos em contextos diversos. Face a essa reorientação exigida pela investigação, outras referências bibliográficas foram convocadas. A partir de Blanchet &

Gotman [(1992), 2007²] e Quivy & Van Campenhoudt [(1992), 2008⁵], foram desenvolvidos *inquéritos*, na sua forma escrita. Vale salientar que, através do *inquérito*, o investigador pode ter acesso a um conjunto de *informações sobre os inquiridos relativas à sua situação social, profissional ou familiar, às suas opiniões, às suas expectativas, ao seu nível de conhecimentos ou de consciência de um acontecimento ou de um problema*, como afirmam Quivy & Campenhoudt (2008, p.188).

Através destes, poderia ter acesso a descrições múltiplas sobre o mesmo objeto e, com isso, a análise poderia ser mais completa. Os *inquéritos* foram aplicados em alunos do primeiro ano de Licenciaturas diversas, em instituições privadas e públicas, em dezembro de 2009². Tal material foi transcrito e o objetivo essencial era entender as representações que os estudantes de primeiro ano têm do que venha a ser uma *ação empreendedora* e de que maneira estas representações podem variar em função da

² Agradeço aqui a preciosa colaboração da Prof^a. Dra. Maria do Céu Caetano que cedeu alguns minutos de sua aula, em duas turmas, na Universidade Nova, para que a analista efetuasse os *inquéritos* com os alunos e gravasse as suas intervenções.

licenciatura escolhida, do caráter privado/público institucional, da faixa etária, do gênero. Para atender esta nova exigência imposta pela investigação, de caráter também quantitativo, foram utilizadas ferramentas computacionais de forma a trabalhar dados estatísticos. Foram empregados dois programas computacionais para cumprir tal objetivo: o CONCAPP e o SPSS. Os resultados obtidos foram apresentados em congressos em Portugal e no exterior e os trabalhos foram publicados: Pinto & Silva Filho (2010); Pinto & Valentim (2010) e Pinto (2011).

4 – Caminhos ainda a percorrer

Encontramo-nos agora numa outra etapa desta investigação que pode ser dividida em cinco fases que ocorrem muitas vezes em simultâneo.

É importante ressaltar que, de acordo com Bronckart (2004, p. 110-114), a *ação* deve ser considerada como uma forma construída no processo interpretativo. E, ainda, deve ser analisada a partir de quatro eixos: a *responsabilidade do ator*, a *determinação dos mundos externos*, o *controle e/ou o vivido durante o curso da ação* e o *resultado da própria ação*.

Para cada um desses eixos, existem aspectos linguístico-textuais que podem vir a materializar tais características. Com isso, a tarefa agora, através dos dados recolhidos nos inquéritos, é aprofundar as análises, verificando como a *ação empreendedora* é representada pelos inquiridos, considerando os eixos apontados. Dessa forma, poderemos ter pistas interessantes para refletir sobre possíveis meios didáticos para modificar, ou melhor, aperfeiçoar essas representações de cunho mais individual sobre o que circula socialmente relativo ao conceito de *ação empreendedora*.

Uma outra etapa diz respeito à análise das transcrições das interações – realizadas seguindo normas tradicionalmente reconhecidas (Filliettaz, Saint-Georges & Duc, 2008). Lembremos que estas interações ocorreram em sala de aula entre o investigador e os alunos quando das intervenções realizadas depois do preenchimento dos *inquéritos por questionário*. Talvez seja relevante lembrar que, de forma a enriquecer as análises que seriam efetuadas, depois das respostas aos *inquéritos*, os alunos tiveram acesso a alguns *documentos institucionais* (nomeadamente anún-

cios publicitários das duas empresas com as quais trabalho). E, na altura, quando da visualização dos textos, o investigador efetuou algumas perguntas no intuito de observar se, a partir desses textos, os alunos percebiam alguma *ação empreendedora*. O objetivo foi de verificar se elementos verbais - associados aos não-verbais - nos textos poderiam vir a facilitar a apreensão, por parte destes alunos, de uma *atitude empreendedora* das empresas em análise. Essas interações foram gravadas em vídeo e começam a ser analisadas. Para as análises, estão sendo estudadas: 1) a organização enunciativa e a forma como o actante (o próprio aluno) apreende o *agir empreendedor* – enquanto ator ou agente do processo; 2) a organização temática, em função dos segmentos de organização temática (Bulea, 2010, cap. VI) e, de acordo com questões lexicais. Como o texto apresenta *níveis de complexidade* distintos e, ao mesmo tempo interdependentes, aspectos lexicais podem estar também relacionados com questões genéricas; (3) a organização discursiva, observando de que forma os *tipos de discurso*, materializados por categorias linguísticas diversas, podem traduzir

implicação/autonomia dos actantes nas ações de linguagem em curso.

A outra fase diz respeito à transcrição de entrevistas já realizadas com pessoas que reconhecidamente são consideradas *empreendedoras*, dentro do segmento em que atuam. Essas entrevistas estão sendo transcritas, seguindo as convenções estabelecidas para a transcrição dos vídeos. Foram selecionados alunos (visto que nos *inquéritos* foram privilegiadas questões que objetivavam descobrir indivíduos com um percurso reconhecidamente *empreendedor* nas turmas), quadros de empresa (sejam estas públicas, privadas e de benemerência). Para a formulação das *entrevistas semi-estruturadas*, foram utilizadas estratégias pontuadas por Blanchet & Gotman [(1992) 2007]. Estamos agora na fase de análise dos documentos, em função de aspectos mencionados na etapa anterior. Com isso, poderemos ter acesso a informações sobre as competências desenvolvidas por estas pessoas para se tornar empreendedoras. A fase posterior refere-se a uma análise comparativa dos dados obtidos através dos instrumentos de pesquisa utilizados, de forma a realmente definir o *agir do empreendedor*, a partir das várias representações elencadas.

Por fim, teremos condição de elaborar e de publicar um trabalho que reúna, para além de questões linguísticas relativas à descrição desse *agir empreendedor*, pistas para o desenvolvimento de competências que possam vir a auxiliar os profissionais de diversas áreas a se tornarem mais empreendedores nos diversos segmentos da sociedade. Salientemos que, como salienta Vygotski: “um desenvolvimento não é a simples continuação direta do outro, mas ocorre uma mudança do próprio tipo de desenvolvimento – do biológico para o histórico-social”. Vygotski (2001: 149).

Referências Bibliográficas

- Andrade, R. F. de 2003. *Colapsos e reparações de sentido nas organizações*. Coimbra: Minerva.
- Basso, O. 2006. *Le manager entrepreneur. Entre discours et réalité, diriger un entrepreneur*. Pearson Education France : Paris.
- Blanchet, A. & Gotman, A. 2007. *L'enquête est ses méthodes*. 2a edição. Paris: Armand Colin.
- Bouchard, V. 2009. *Intrapreneuriat. Innovation et Croissance*. Paris : Dunod.
- Bronckart, J.-P. 1997. *Activité langagière, textes et discours. Pour un interactionisme socio-discursif*. Paris : Delachaux et Niestlé.
- Bronckart, J. –P et al. 2004. *Agir et discours en situation de travail, Cahiers de la Section des Sciences de l'Éducation* 103, Genève: Université de Genève – Faculté de Psychologie et des Sciences de l'Éducation.
- Bronckart, J.-P. 2006. *Atividade de linguagem, discurso e desenvolvimento humano*. In Machado, Anna Rachel & Maria de Lurdes M. Matencio et al. (org.). Campinas, SP: Mercado das Letras.
- Bueno, W.da C. 2009. *Comunicação Empresarial: Políticas e Estratégias*. Rio de Janeiro: Saraiva.
- Bulea, E. 2010. *Linguagem e efeitos desenvolvimentais da interpretação da atividade*. Campinas: Mercado das Letras.
- Clot, Y. 2006. *A Função Psicológica do Trabalho*. Petrópolis: Vozes.
- Faïta, D. (2005). *Análise dialógica da atividade profissional*. Rio de Janeiro: Imprinta.
- Fayolle, A. & Fillion, L. J. 2006. *Devenir entrepreneur. Des enjeux aux outils*. Pearson Education France : Paris.

Fillettaz, L.; de Saint-Georges, I. & Duc, B. 2008. "Vos mains sont intelligentes!" Interaction en formation professionnelle initiale. *Cahiers de la section des sciences de l'éducation* 117, Genève: Genève: Université de Genève – Faculté de Psychologie et des Sciences de l'Éducation.

Kress, G. & Van Leeuwen, T. 2006. *Reading Images. The Grammar of Visual Design*. 2nd ed. London/New York: Routledge.

Pinto, R. 2011. Agir empreendedor: uma abordagem sociointeracionista. In *Anais do VII Congresso Internacional da Abralin*. Universidade Federal do Paraná (ISSN: 2179-7145), pp. 3806-3817.

Pinto, R. & Valentim, H. T. 2010. Marcas Actanciais em inquéritos por questionário: uma abordagem linguístico-textual. In Sell, Mariléia & Ana Maria de Mattos Guimarães (orgs.), *Anais do Congresso Internacional Linguagem e Interação II*. Universidade Vale dos Sinos (UNISINOS). São Leopoldo: Casa Leiria. Publ. em CD-Rom (ISSN 2177-5702).

Pinto, R. & Silva F., Sebastião 2010. Linguística de corpus e Interacionismo Sociodiscursivo: interface e / ou complementaridade. In. Caetano, Maria do Céu (org.) *Cadernos WGT – Forma e Significado*. Lisboa: CLUNL, pp. 41-49.

Quivy, R. & Campenhoudt, L. V. 2008. *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. 5^a edição. Lisboa: Gradiva.

Sarkar, S. 2007. *Empreendedorismo e Inovação*. Lisboa : Escolar Editora.

Vygotski, L.S. 2001. *A construção do pensamento e da linguagem*. São Paulo: Martins Fontes.

Webliografia

Redford, D. 2007. Educação em Empreendedorismo em Portugal, disponível na Internet via <http://www2.eeg.uminho.pt/gestao/veiriz/Rede2020v2n6.pdf>, consultado em 1 de dezembro de 2011.

