



A LINGUAGEM E O EMPREENDEDORISMO COMO PRÁTICA SOCIOCULTURAL

GIACOBBO, Caroline¹
SOUZA, Antonio Escandiel de²

Resumo: Este artigo tem como objetivo apresentar algumas discussões e reflexões de estudos realizados na disciplina de Linguagem e Sociedade no Programa de Pós Graduação em Práticas Socioculturais e Desenvolvimento Social da Universidade de Cruz Alta, primeiro semestre de 2014. Discute-se a interface entre a linguagem e o empreendedorismo, refletindo sobre como esta interfere no âmbito do empreendedorismo, bem como é explorada como empreendedora sob a ótica da prática sociocultural. Buscou-se apoio teórico em autores como Bakhtin(2003), Fairclough(2003), entre outros. A principal conclusão deste artigo é que o empreendedorismo exerce uma função social e utiliza a linguagem como mediadora deste processo.

Palavras- Chave: Língua. Prática Social. Desenvolvimento Social.

Abstract: This paper aims to present the results of discussions and studies in the discipline of Language and Society in the Master's Programme in Social-Cultural and Social Development Practice University of Cruz Alta, first half of 2014 discusses the interface between language and entrepreneurship, reflecting on how this interferes in the context of entrepreneurship, as well as an entrepreneur is explored from the perspective of sociocultural practice. We sought theoretical support authors as Bakhtin(2003), Fairclough(2003), among others. The major conclusion this article is that entrepreneurship has a social function and uses language as a mediator of this process.

Keywords: Language. Social Practice. Social Development.

1.0 Considerações Iniciais

Sabemos que a linguagem está presente em nosso contexto social todo o tempo através da fala, audição e tudo que remete às formas de comunicação. Portanto, identificamos a linguagem como mediadora do discurso enquanto ciência. Para Saussure “A língua é uma parte essencial da linguagem; é um produto social da faculdade da linguagem é um conjunto de convenções necessárias, adotadas pelo corpo social para permitir o exercício dessa faculdade nos indivíduos.” (1969, p.7).

A língua, segundo Saussure "é um sistema de signos" - um conjunto de unidades que se relacionam organizadamente dentro de um todo. É a parte social da linguagem, exterior ao

¹ Mestranda em Práticas Socioculturais e Desenvolvimento Social da Universidade de Cruz Alta. Docente Unicruz. E-mail:giacobbo@hotmail.com

² Doutor em Linguística Aplicada pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Docente da disciplina de Linguagem e Sociedade e coordenador do Programa de Pós-Graduação em Práticas Socioculturais e Desenvolvimento Social da Universidade de Cruz Alta. Email: asouza@unicruz.edu.br



indivíduo não pode ser modificada pelo falante e obedece às leis do contrato social estabelecido pelos membros da comunidade o conjunto linguagem-língua contém ainda outro elemento conforme Saussure: “A fala é um ato individual; resulta das combinações feitas pelo sujeito falante utilizando o código da língua; expressa-se pelos mecanismos psicofísicos necessários à produção dessas combinações”. Kunsch apresenta o conceito de comunicação como “um ato de comunhão de ideias e estabelecimento de um diálogo. Não é simplesmente uma transmissão de informações, ou seja, dada sua abrangência, a comunicação estabelece o diálogo da organização em âmbito interno e externo (KUNSCH 2003, p.16).”

O artigo se estrutura como a seguir: na seção 2 apresentamos as contribuições sobre língua e linguagem na visão de Bakhtin. Na seção 3 contextualizamos sobre o empreendedorismo através de Dornelas e as contribuições de Fairclough, sobre práticas sociais. Posterior às considerações finais, seguidas das referências.

2.0 Língua, Linguagem e suas Interfaces.

Percebe-se que, neste contexto, a linguagem exerce papel fundamental para o processo de comunicação entre os indivíduos, pois é através dela que conseguimos interagir socialmente.

Como muitas áreas de estudo se interessam pela linguagem, o estudo do fenômeno linguístico na interface com outras disciplinas criou várias áreas interdisciplinares: a etnolinguística, que trabalha no âmbito da relação entre língua e cultura; a sociolinguística, que se detém no exame da interação entre língua e sociedade; a psicolinguística, que estuda o comportamento do indivíduo como participante do processo de aquisição da linguagem e da aprendizagem de uma segunda língua.

As formas da língua, e as formas típicas de enunciados, isto é, os gêneros de discurso, introduzem-se em nossa experiência e em nossa consciência conjuntamente. Aprender a falar é aprender a estruturar enunciados.

Por isso, o estudo da linguagem é muito importante no contexto social, pois a língua é realizada através das relações sociais.

Isso demonstra a influência da linguagem em todos os segmentos de estudo, reforçando sua relevância para a construção do conhecimento. Para Mikhail Bakhtin (2003, p. 55) “todas as esferas da atividade humana, por mais variadas que sejam, estão sempre relacionadas com a utilização da língua. Não é de surpreender que o caráter e os modos dessa utilização sejam tão variados como as próprias esferas da atividade humana”.



Nas discussões sobre o conceito de dialogismo, Bakhtin, entende que o indivíduo está sempre se relacionando com o outro e somos o tempo todo influenciados pela linguagem.

A apreensão do mundo é sempre situada historicamente porque o sujeito está sempre em relação ao outro, que vai constituindo-se discursivamente, aprendendo as vozes sociais que constituem a realidade em que está imersa e ao mesmo tempo suas inter-relações dialógicas. Como a realidade é heterogênea o sujeito não absorve apenas uma voz social, mas várias, que estão em relações diversas entre si. Portanto, o sujeito é constitutivamente dialógico. (BAKHTIN, 2003, p.58).

Neste sentido, podemos afirmar que a linguagem exerce importante papel na sociedade, pois é através dela que poderemos mudar uma realidade, através do nosso discurso. Tudo é dialógico, segundo Fiorin (2006) dialogismo é: “o modo de funcionamento real da linguagem, é o modo de funcionamento da linguagem é o princípio constitutivo do enunciado, é uma réplica a outro enunciado. Portanto, nele ouvem-se sempre, ao menos, duas vozes.” (FIORIN, 2006, p.24). Ou seja, todos os enunciados se constituem a partir de outros.

Fiorin também aponta para a importância dos diversos sentidos que o enunciado pode assumir, tais como: a) aquele que não é mostrado no enunciado, ainda que este tenha sido constituído em sua oposição. Ou seja, todo enunciado é uma réplica de outro, constitui-se a partir de outro. Ouvem-se sempre, ao menos duas vozes, mesmo que elas não se manifestem no fio do discurso; b) aquele que se mostra através da incorporação de vozes de outros enunciados. Neste sentido, o discurso do outro pode ser inserido no enunciado de duas maneiras: abertamente citado e nitidamente separado do discurso citante ou de forma não muito nítida, chamado bivocal; c) aquele que está relacionado com o indivíduo e o seu princípio de ação, ou seja, a resposta que cada pessoa dá às diversas vozes presentes na realidade em que está imerso.

Portanto, faz-se necessário interagir socialmente através da linguagem, pois as pessoas se constroem através das práticas discursivas que atuam e vice versa e, neste sentido que a troca, o diálogo são tão importantes em nosso cotidiano.

Fiorin (2006) afirma que “o sujeito é integralmente social e singular. Ele é um evento único, porque responde as condições objetivas do diálogo social de uma maneira específica, interage concretamente com as vozes sociais de um modo único.”(FIORIN 2006 p,58)”. A linguagem exerce seu papel social, pois é através dela, que as pessoas interagem e desenvolvem sua função social, tão importante para a nossa sociedade. Bakhtin(2003) afirma que, no diálogo, constroem-se as relações intersubjetivas, mas também a subjetividade. Os



sujeitos são, na verdade, substituídos por diferentes vozes que fazem deles sujeitos históricos e ideológicos.

Portanto, corroboramos reforçamos o pensamento de Fiorin (2006): “nenhuma comunicação é neutra ou ingênua, no sentido de que nela estão em jogo valores ideológicos, dos sujeitos da comunicação.” Para ele é através da linguagem que podemos identificar qual o contexto e o meio que está inserido o indivíduo, ou seja, a linguagem também pode ser determinada pelas condições sociais.

Fiorin (2003) afirma também que “Os sujeitos da comunicação devem ser considerados, em primeiro lugar, como sujeitos competentes, ou seja, o destinado e o destinatário (termos menos restritivos e, portanto, mais adequados do que emissor e receptor) têm de ter certas qualidades que permitam que eles se comuniquem. Essas qualidades são de dois tipos: modais - o querer ou o dever, o saber e o poder fazer, no caso, comunicar-se - e semânticas - valores, projetos, que determinam a comunicação. Os sujeitos são, nessa perspectiva, considerados "plenos" ou "preenchidos" tanto por qualidades modais necessárias as suas competências comunicativas quanto por valores decorrentes das relações históricas, sociais e ideológicas (FIORIN,2003,pg48)”.Se faz necessário entender o indivíduo, seu meio para que exista um diálogo eficiente e eficaz.

Fairclough (2003) afirma que “o discurso contribui para a constituição de todas as dimensões da estrutura social que direta, ou indiretamente, o moldam e o restringem suas próprias normas e convenções, como também relações, identidades e instituições que lhe são subjacentes. É uma prática não apenas de representação do mundo, mas de significação do mundo, constituído e construindo o mundo em significado (FAIRCLOUGH2003,p.91).”

Fiorin(2003) distingue o sistema virtual e abstrato (a língua), entendido como um conjunto de elementos com uma organização interna, de sua realização concreta, em que separa, por sua vez, discurso e fala. "Os discursos são as combinações de elementos linguísticos usados pelos falantes com o propósito de exprimir seus pensamentos, de falar do mundo exterior ou de seu mundo interior, de agir sobre o mundo. A fala é a exteriorização psicofísico-fisiológica do discurso (FIORIN,2003,pg51)”.Assim, a "mensagem" que circula na comunicação é um discurso, exteriorizado pela "sequência de sinais" de fala para Fiorin(2006) “o discurso que sofre determinações sociais, é o discurso que é marcadamente ideológico, acrescentando porém às reflexões de Bakhtin duas questões fundamentais: a da relativa autonomia do sistema linguístico em relação às formações sociais; e a do lugar das determinações sociais nos discursos.”



Neste contexto, reforçamos a importância da linguagem em nosso meio como prática social. A seguir discutiremos como a linguagem pode ser mediadora neste processo.

3.0 Empreendedorismo e Práticas Socioculturais

Existem vários conceitos sobre empreendedorismo, e para Dornelas (2001, p.37), o empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados. Em qualquer definição de empreendedorismo, encontram-se pelo menos os seguintes aspectos referentes ao empreendedor: iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz aceita assumir os riscos e a possibilidade de fracassar e utiliza os recursos disponíveis de forma criativa transformando o ambiente social e econômico onde vive”.

O empreendedor tem muitas características como criar, organizar, planejar, ser responsável, saber liderar, ser hábil, trabalhar em equipe, gostar da área, ter visão de futuro, coragem para ir em frente, solucionar, inovar, persistir, ouvir, comunicar e saber expressar. Os empreendedores são pessoas com atitude empreendedora e mente para tomar iniciativas, que tenha percepção de oportunidades, com ideais, ousado, que saiba transformar conhecimentos em produtos ou serviços, descobrir novas ideias com produtos já existentes, dar vida aos produtos, tem que se destacar no mercado dos negócios, através de sua força de vontade transformando sonhos em realidade, gerando assim resultados positivos, é aquele que produz bens ou serviços em uma empresa com ou sem fins lucrativos, que tenha técnicas de produção e até mesmo novas formas de organização.

Através do empreendedorismo interno o indivíduo promove as mudanças dentro da empresa em que atua, reinventa a empresa e os negócios, o empreendedorismo social é aquele que promove mudanças, reúne recursos e constrói em benefício da comunidade voluntariado, terceiro setor, realização pessoal, insatisfação no trabalho, vontade de mudar de vida ou o fato de serem demitidos fatores ambientais: identificação de oportunidades ou a possibilidade de entrar em uma incubadora de empresas fatores sociológicos: possibilidade de reunir um grupo de pessoas competentes com características complementares, influência dos pais ou modelos envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto levam à transformação de ideias em oportunidades. É a perfeita implementação destas oportunidades que levam a criação de negócios de sucesso (DORNELAS2007, p.23)”.



No ponto de vista de Lopes (2013) “empreendedor é todo aquele que percebe oportunidades ou necessidades e cria em torno de si uma rede de pessoas e recursos, organizando-os de tal modo a implementar uma empresa, uma organização social, negócio socialmente responsável, produtos e projetos, oferecendo ou melhorando bens e serviços e aumentando a riqueza ou o bem estar da sociedade”. Ela traz uma visão apropriada, pois é preciso empreender de forma social, portanto os empreendedores sociais são indivíduos com soluções inovadoras para os problemas sociais mais prementes da sociedade.

O empreendedor social é alguém que reconhece um problema social e utiliza os princípios do empreendedorismo para gerenciar e promover a transformação social, ou seja, é um agente de mudança social, que aproveita as oportunidades para a melhoria da gestão, inovando e criando soluções sustentáveis para a melhoria da qualidade de vida da comunidade onde esta inserido.

Ser empreendedor é uma tarefa que exige pensamento diferenciado, e principalmente atitude inovadora.

Empreendedorismo não trata apenas de pequenas empresas e novos empreendimentos. Não aborda apenas a criação de novos produtos ou serviços, mas, sim, inovações em todos os âmbitos do negócio – produtos, processos, negócios, ideais– enfim, uma grande variedade de aplicações inovadoras que ainda estão longe de serem esgotadas.(CHIAVENATTO2007,p.60)

O verdadeiro sentido de um empreendedor é mudar o meio onde está inserido, através de uma visão transformadora da realidade, irá proporcionar melhor qualidade devida das pessoas, gerando transformação social, neste sentido que a linguagem empreendedora pode ser considerada uma agente de transformação social.

Dornelas(2007) aponta as principais características que um empreendedor deve possuir ou desenvolver: iniciativa e busca de oportunidades; perseverança; comprometimento; busca de qualidade e eficiência; coragem para assumir riscos, mas calculados; fixação de metas objetivas; busca de informações; planejamento e monitoração sistemáticos, isto é, detalhamento de planos e controles; capacidade de persuasão e de estabelecer redes de contatos pessoais; independência, autonomia e autocontrole.

O empreendedorismo passa a ser um meio de desenvolver pessoas, comunidades, empresas através do seu discurso e assim transformando uma sociedade. Nesta perspectiva Fairclough(2003)argumenta que:



Diferentes discursos são diferentes perspectivas sobre o mundo (...) discursos não só representam o mundo como ele é (ou melhor, como é visto), eles também são projetivos, imaginários, representando mundos possíveis que são diferentes do mundo real e amarrado em projetos para mudar o mundo em direções particulares. As relações entre os diferentes discursos são um elemento das relações entre pessoas diferentes, eles podem se complementar, competirem um com o outro, dominar os outros e assim por diante. Discursos constituem parte dos recursos que as pessoas implementam ao se relacionarem com as outras – mantendo-as separadas umas das outras, colaborando, competindo, dominando.(FAIRCLOUGH,2003, p.135).

A linguagem é um meio de transformação social, pois representar é construir textualmente o mundo social “o que pode ser representado pela linguagem inclui “aspectos do mundo físico (seus processos, objetos, relações, parâmetros espaciais e temporais), aspectos do ‘mundo mental’ de pensamentos, sentimentos, sensações(FAIRCLOUGH2003, p.135).”

A linguagem pode ser utilizada como prática social e não apenas como uma atividade individual, portanto, o discurso contribui para a constituição de todas as dimensões da estrutura social. Para ele “o discurso é uma prática, não apenas de representação do mundo, mas de significação do mundo constituído e construído o mundo em significado(FAIRCLOUGH,2003, p. 92).”

O empreendedorismo exerce sua função social através de fatores pessoais: realização pessoal, insatisfação no trabalho, vontade de mudar de vida. Fatores ambientais: identificação de oportunidades ou a possibilidade de entrar em uma incubadora de empresas.

Fatores sociológicos: possibilidade de reunir um grupo de pessoas competentes com características complementares, influência dos pais ou modelos de sucesso na família, formação, vocação e idade e sendo a linguagem mediadora deste processo.

A linguagem não existe se não estiver mediada no contexto social, por isso ela é dialógica. O discurso exerce esse papel social, pois é através deste que as pessoas constroem suas práticas discursivas, por isso, discurso não é apenas construído pela sociedade ele ajuda a construir essa mesma sociedade. A linguagem empreendedora é, portanto, uma forma de contribuir para a mudança social.

4.0 Considerações Finais

A linguagem se constitui como importante ferramenta de transformação social através do discurso, por meio dela promovemos a mudança social, porque tudo é realizado através da linguagem. Neste artigo, buscamos ressaltar a importância do sujeito como ator da mudança social através de seu discurso, intervindo no outro e vice-versa.



O empreendedorismo exerce através da linguagem uma função social, por ser um fenômeno cultural, propõe soluções que tenham a nossa identidade, nossos valores, ou seja, a nossa forma de ver e transformar o meio onde estamos inseridos. Não é apenas um modismo, pois ele é necessário para a melhoria da qualidade de vida da sociedade, concluímos, portanto que é o contexto social que molda o nosso discurso.

É extremamente relevante a relação com o meio que nos cerca, pois a sociedade é fonte de transformação, capaz de inovar e transformar essa realidade. O perfil ideal de um empreendedor pode ser construído de acordo com seu contexto, e assim utilizar a linguagem como mediadora deste processo. Há necessidades de envolver as pessoas com práticas criativas que transcendam limites, propicie crescimento com determinação, comprometimento, criatividade e liderança.

Referências Bibliográficas

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios.** 11º reimpressão. Rio de Janeiro: Elsevier, Ed. Campus, 2001.

FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social.** Tradução Izabel Magalhães. Brasília: Editora Universidade de Brasília, [2001] 2008.

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal.** Trad. Maria Ermantina Galvão Pereira. São Paulo. Martins Fontes, 2000.

FIORIN, José Luiz. **Introdução ao pensamento de Bakhtin.** São Paulo. Ática, 2006.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio.** 2.ed. rev. e atualizada. - São Paulo: Saraiva 2007.

LOPES MARIA- Revista ESPM ano 2013. **Publicação Bimensal da Escola Superior de Marketing e propaganda.** Editora Referencia Gráfica. São Paulo - SP.