

INVESTIGAÇÃO LINGUÍSTICA PARA O LETRAMENTO CIENTÍFICO: ASPECTOS ENUNCIATIVOS DA ADJETIVAÇÃO EM FOCO

Gabriella Cristina Timóteo Sales¹; Priscila Brasil Gonçalves Lacerda²

1 Gabriella Cristina Timóteo Sales, Bolsista (IFMG), Curso Técnico Integrado em Sistemas de Energia Renovável, IFMG Campus Ibirité, MG; gabriella1105cristina@gmail.com

2 Orientadora: Priscila Brasil Gonçalves Lacerda (Pesquisadora do IFMG), Campus Ibirité; priscila.brasil@ifmg.edu.br

RESUMO

Este trabalho está centrado na investigação dos processos de adjetivação que constituem formações nominais nucleadas pelo substantivo “empreendedorismo”. Foram escolhidas as ocorrências a seguir como exemplares de uma análise que pode se expandir para outras ocorrências, em postagens da rede social Instagram: “empreendedorismo feminino”, “empreendedorismo jurídico”, “empreendedorismo negro”, “empreendedorismo verde”, “empreendedorismo pet”, “empreendedorismo jovem” e “empreendedorismo familiar”. O procedimento de observação da língua em uso adotado aqui é sustentado pela grade teórica de uma semântica de bases enunciativas (GUIMARÃES, 2018 e DIAS, 2018), que entende a língua como um fato histórico-social cujo funcionamento se estabelece em duas interfaces. A primeira diz respeito à temporalidade: um passado de dizeres anteriores e uma latência de futuro nos dizeres do presente. A segunda interface, inerente ao linguístico, refere-se à materialidade da língua (gramatical) e à sua contraparte simbólica (da ordem dos sentidos). Vislumbrando essas interfaces, pretende-se aqui entender como se dá a articulação adjetiva, para além de qualificar um conceito dado, pré-existente. Especificamente, este trabalho propõe-se a investigar como se constroem as perspectivas na articulação com o nome-núcleo “empreendedorismo”, que tem circulado de forma recorrente nos dizeres contemporâneos sobre o mundo do trabalho e aparece de forma persistente, inclusive, no Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI 2019-2023) do IFMG. São mobilizados para o desenvolvimento das análises, principalmente, os conceitos de referencial histórico, de pertinência enunciativa (DIAS, 2018) e de reescrituração (2007). O recurso metodológico empregado é o das redes enunciativas (DIAS, 2018), pois, além de sua funcionalidade, tem-se, como propósito mais amplo deste trabalho, o intuito de promover o recurso das redes enunciativas, que será utilizado aqui para dar visibilidade aos contrastes de sentidos entre os diferentes processos de adjetivação, como metodologia a ser empregada no letramento científico no ensino médio técnico integrado. É possível verificar até então que a articulação do nome-núcleo “empreendedorismo” com diferentes adjetivos promove não apenas classificações diferentes de empreendedorisos, mas promove ora expansão, ora restrições, ora remanejamentos pela interseccionalidade com os sentidos que se interpõem pelo referencial histórico trazido por esses adjetivos.

INTRODUÇÃO:

Esta pesquisa é uma proposta de continuidade de um trabalho de investigação linguística que foi iniciado em 2021 e teve como mote o estudo da designação, materializada por substantivos, por uma abordagem enunciativa. Esse trabalho tomava por princípio a ideia de que a língua em uso é um fenômeno corriqueiro cuja investigação, com enfoque estabelecido e método, seria produtiva para a iniciação (ou desenvolvimento) do letramento científico do estudante de ensino médio técnico integrado.

Assim como a proposta anterior, esta aqui se insere no entremeio dos campos da análise linguística, do letramento científico e do ensino de língua portuguesa, desta vez centrada na adjetivação, também a partir de uma abordagem enunciativa. Especificamente, o objeto de análise será a interação entre substantivo e adjetivo nas formas linguísticas nominais (chamadas FNs) nucleadas pelo substantivo “empreendedorismo”. A escolha por esse termo se explica pela relevância que o conceito trazido por ele ganhou para o mundo do trabalho contemporâneo, algo que se traduz na frequência com que a palavra aparece no Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) 2019-2023 do IFMG: quase 40 ocorrências ao longo do documento. Fora do PDI, no espaço mais espontâneo da rede social *Instagram*, observa-se como se dá a articulação entre esse núcleo substantivo e adjetivos que convergem para conferir a ele diferentes perspectivas. Busca-se, então, uma resposta para o seguinte questionamento: como a adjetivação atua na configuração dos sentidos da FN “empreendedorismo + [adjetivo]”? E a expectativa é responder a essa pergunta com o auxílio da teoria da semântica da enunciação.

Uma semântica da enunciação está interessada em compreender os sentidos sustentados pela materialidade linguística na atualidade do dizer, ou seja, no presente do acontecimento enunciativo. Esse fundamento teórico é utilizado para se compreender o modo como estão configuradas as relações entre os elementos linguísticos e, especificamente neste trabalho, as relações de adjetivação. Flores (2010) propõe a noção de “transversalidade enunciativa, que se caracteriza por permitir ver a língua como um todo atravessado pelas marcas de enunciação” (p. 396). A partir dessa noção, o autor defende que uma abordagem enunciativa não deve se limitar a um determinado nível da língua, mas deve atravessar o estudo da língua como um todo. Isso justifica amplamente a procura empreendida neste trabalho por marcas enunciativas na articulação das FNs dentro dos textos, uma vez que “a enunciação está presente em todos os níveis da análise linguística” (p. 398).

No escopo de uma semântica de base enunciativa, entende-se que o colocar a língua em funcionamento traz à tona uma memória de dizeres, um histórico de enunciações anteriores que se coloca no presente do dizer e produz efeitos de sentidos (GUIMARÃES, 2002) na composição das FNs. Ao fazer a análise de postagens que orbitam em torno das FNs “empreendedorismo + [adjetivo]”, este estudo procura, portanto, traços que permitam delinear perspectivas de significação, sendo esses traços descritos pelos conceitos de referencial histórico e pertinência enunciativa (DIAS, 2018). Além disso, também é mobilizada na presente análise a interpretação dos procedimentos de reescrituração (GUIMARÃES, 2002 E 2007), que consiste na operação fundamental para a construção de textos de se redizer o que já foi dito.

Todo esse processo de análise indica um olhar sobre as FNs que escapa a uma perspectiva referencialista, i.e., que escapa ao entendimento de que as palavras servem para representar o mundo, apontando da maneira mais certa possível para ele (FREGE, 1898) – diz-se a “mais certa possível” porque os lógicos reconheciam a linguagem como falha nisso. Diferentemente disso, entende-se na teoria enunciativa que a representação do mundo seja um efeito – um efeito necessário, é verdade. As FNs, ao designarem o mundo constroem sentidos sobre o mundo e, por meio desse processo, produzem um *efeito* de apontamento objetivo para esse mundo. Esses referenciais são constituídos por sentidos sócio-históricos que colocam o mundo em perspectiva. É a essa perspectiva, construída por meio de recursos como a adjetivação, que se tem acesso como sujeito que se relaciona com o mundo por meio da linguagem.

Para ilustrar a aplicação dos conceitos de referencial histórico e pertinências enunciativa (DIAS, 2018), considere-se a postagem a seguir para uma breve análise dando enfoque à FN “feminismo negro”, que aparece como *hashtag*.



(Imagem retirada da rede social *Instagram*)

A postagem que conta com a FN *hashtag* “feminismo negro” atualiza o referencial histórico – um recorte no campo memorável – da ampliação dos direitos das mulheres, da valorização dos interesses das mulheres e da igualdade de gênero, sentidos estabilizados, conforme registro do verbete ‘feminismo’ no Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa On-line¹. A pertinência enunciativa – a adesão desses sentidos no presente da enunciação – vai, contudo, por outros caminhos na medida em que, ao articular o adjetivo “negro” na composição da FN, constrói a designação de um feminismo outro, não contemplado, tampouco pertinente, àquele designado pela FN “feminismo” (sem perspectivação adjetiva). A relação interna à FN “feminismo negro” não é a de especificação, como apontariam as definições mais tradicionais do papel do adjetivo, mas de deslocamento. Observamos, portanto, uma categoria distinta de adjetivação. A partir daí,

¹ Disponível em: https://houaiss.uol.com.br/corporativo/apps/uol_www/v6-1/html/index.php#1. Acesso: 10 jun. 2023.

vem um delineamento mais claro para a nossa pergunta-problema: que categorias descrever a partir da observação de usos diversos da FN “empreendedorismo + [adjetivo]”?

Na mesma direção da análise que acabamos de ensaiar, Dias (2018, p. 176) apresenta um estudo sobre os aspectos enunciativos da articulação adjetival com um núcleo nominal. O autor defende a tese, a que se aderiu neste trabalho, de que “o adjetivo é uma classe de palavras caracterizada pela perspectivação temática”, ou seja, “a articulação que se desenvolve na FN produz uma perspectiva enunciativa na relação entre atualidade da enunciação e a memória”. Conforme apontado por Dias (2018), essa perspectivação pode se configurar de diferentes modos e são precisamente essas distinções de modo que interessam aqui.

Outro trabalho que traz contribuições importantes para o presente trabalho é o de Alencar Neto (2018). Trata-se de um estudo sobre a perspectivação na construção de FNs relacionadas ao racismo e ao antirracismo. O autor mostra como a adjetivação ora pode situar/localizar o referencial histórico trazido pelo núcleo da FN, ora pode dilatar ou deslocar o referencial histórico desse núcleo. Movimentações de sentidos como as apontadas por Alencar Neto (2018) também estão no radar deste trabalho.

Por fim, reiterando o que já foi dito inicialmente, esta pesquisa busca contribuições no campo do ensino de língua portuguesa, pois parte do princípio de que “toda a língua [...] está na dependência da enunciação e como tal deve ser estudada” (FLORES, 2020, p. 180). Em termos práticos, este estudo opera na busca por subsidiar a transposição didática para as salas de aula, especialmente as do ensino médio técnico integrado, o emprego dos adjetivos com vistas ao letramento científico dos alunos e das alunas a partir do estudo do funcionamento da sua própria língua. Essa transposição se efetivaria pela aplicação das redes enunciativas como procedimento metodológico de investigação linguística. Ao final da pesquisa, busca-se chegar à proposição de uma sequência didática (DOLZ, NOVERRAZ e SCHNEUWLY, 2004) a fim se alcançar um entendimento contextualizado e refletido (ANTUNES, 2014), isto é, uma abordagem epilinguística (BEZERRA E SIQUEIRA, 2007), não apenas metalinguística (DIAS, 2020), do que seja o processo de adjetivação dentro de uma FN.

METODOLOGIA:

Para o desenvolvimento deste estudo, que teve início em abril de 2023, foi feita uma coleta inicial de postagens no *Instagram* indexados pelas hashtags FNs “#empreendedorismoX”, sendo “X” o adjetivo associado ao núcleo da FN. A ideia foi construir uma rede enunciativa (DIAS, 2018) que servisse como ponto de base para o entendimento e aplicação dos conceitos teóricos que são primordiais para o desenvolvimento das análises. Foram coletadas, portanto, 5 ocorrências indexadas por cada uma das *hashtags* a seguir:

1. #empreendedorismofeminino
2. #empreendedorismojuridico
3. #empreendedorismonegro
4. #empreendedorismoverde
5. #empreendedorismopet
6. #empreendedorismojovem
7. #empreendedorismofamiliar

Em linhas gerais, a metodologia das redes enunciativas consiste em “um procedimento de demonstração das relações entre unidades articuladas, por meio de semelhanças e diferenças entre construções linguísticas” (DIAS, 2018, p. 36). No caso, quer-se lançar luz sobre a interação do adjetivo com o substantivo núcleo de uma FN revelando os sentidos produzidos por diferentes configurações dessa relação, isto é, por diferentes perspectivas de adjetivação. A coleta foi sucedida por uma análise prévia elementar – ainda sem investimento do arcabouço teórico – dos sentidos que se destacam nos usos das FNs “empreendedorismo + [adjetivo]”, a fim de trazer um esteio para análises mais elaboradas ao longo dos próximos passos do estudo. Observe:

Ocorrência da FN “empreendedorismo + [adjetivo]”	Análise prévia de ocorrências de postagens do <i>Instagram</i>
#empreendedorismofeminino	<i>O empreendedorismo feminino é o segmento do empreendedorismo em que as mulheres estão envolvidas nos negócios seja como fundadoras, como chefes, ou como idealizadoras de um negócio. É possível perceber que a comunidade de empreendedorismo feminino gira obviamente em torno das mulheres, mas, mais do que isso, a maioria dos assuntos abordados é de um âmbito já pré-estabelecido pela sociedade como ‘obrigações de mulher’ ou ‘deveres femininos’, como: maternidade, moda, culinária, saúde, cuidados com a casa.</i>
#empreendedorismojuridico	<i>“Um novo jeito de encarar a advocacia”. É o ramo do empreendedorismo no qual os advogados estão envolvidos e buscam se reinventar, identificar problemas e oportunidades, formular soluções e investir em recursos para aperfeiçoar sua atuação jurídica. No empreendedorismo jurídico, é visível que os advogados querem inovar indo para as plataformas digitais, buscando por clientes e visibilidade nas redes. Parece ser um novo ramo do empreendedorismo, já que não existem muitas publicações nessa hashtag.</i>
#empreendedorismonegro	<i>O empreendedorismo negro surgiu de uma necessidade social de empoderamento e de busca pela igualdade. É um movimento de empreendedores negros que se juntam e se organizam em iniciativas para ajudar a comunidade a crescer. O ramo do empreendedorismo negro é bem versátil e criativo, as pessoas vendem de tudo e buscam sempre ajudar a visibilidade afrodescendente. Os posts são bem explicativos e tem o intuito de mitigar o racismo no Brasil.</i>
#empreendedorismoverde	<i>Essa forma de empreender é caracterizada por práticas inovadoras de modo a priorizar o meio ambiente. No caso, as empresas abandonam a percepção de somente gerar lucros e implementam ações de conservação ambiental. É a busca por produtos mais sustentáveis e uma revolução nas empresas para cada vez mais aderirem a uma forma de produção mais limpa e menos agressiva para o meio ambiente.</i>
#empreendedorismpet	<i>Geralmente um(a) médico(a) veterinário(a) ou alguém que gosta de animais decide dar dicas sobre como inovar nesse mercado. Parece um conteúdo interessante para quem tem animais de estimação, mas a hashtag tem poucos posts, havendo muitos apenas voltados para dicas sobre como cuidar dos animaizinhos de estimação: alimentação, saúde, comportamentos etc.</i>
#empreendedorismojovem	<i>É o termo dado para empreendedores formais quem têm entre 18 e 30 anos de idade. Um ramo bem semelhante aos outros, o diferencial aqui se dá pelo incentivo aos adolescentes/jovens adultos e até mesmo no processo de formação das crianças a começarem a empreender o quanto antes ou a simplesmente ter uma visão de mercado mais apurada.</i>
#empreendedorismofamiliar	<i>Trata-se de um negócio que é passado dentro de uma família de geração para geração. A ideia é que os pais passem esses ensinamentos para frente, alimentando um ciclo.</i>

Tabela – Análise prévia das postagens indexadas por *hashtags* “empreendedorismo + [adjetivo]”

Partindo dessas impressões iniciais, de interpretação mais livre, os próximos passos da rota metodológica deste trabalho consistem em desenvolver a análise de modo mais sistemático, até se chegar à articulação dos adjetivos que compõem as FNs, utilizando ferramentas conceituais da semântica da enunciação. Para tanto, nesses primeiros três meses de pesquisa, paralelamente à construção dessas redes enunciativas, que colocam em contraste os diferentes sentidos que atravessam o processo de adjetivação/perspectivação, estão sendo realizadas leituras, fichamento e discussões a partir de dois grupos de textos. O primeiro grupo é constituído por artigos e capítulos de livros centrais para o entendimento dos conceitos da semântica da enunciação que serão empregados em na análise. O segundo grupo de textos é formado por capítulos de três livros focados na temática do empreendedorismo que compõem o acervo da biblioteca do IFMG Campus, quais sejam: *Administração para empreendedores*, de Antônio César Amaru Maximiano; *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*, de José Dornelas; e *Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor*, de Idalberto Chiavenato. No segundo semestre de 2023, ainda pretende-se passar por um terceiro grupo de textos que se dedicam à descrição e à análise da categoria gramatical dos adjetivos.

RESULTADOS E DISCUSSÕES:

Serão apresentadas desta seção duas análises-piloto de modo a demonstrar como deve se encaminhar este estudo, que procura perceber regularidades na construção de sentidos materializada pela adjetivação no emprego das FNs “empreendedorismo + [adjetivo]”. Os exemplos foram extraídos de contas abertas da rede social *Instagram*.²

1 Análise-piloto

#empreendedorismofeminino (postagem de março de 2023)



Imagens 1 e 2 do carrossel

Texto da postagem (reprodução parcial): Tenha fé, NUNCA desista dos seus sonhos, ACREDITE!

O meu tão sonhado espaço está se tornando realidade...

Um sonho que era distante da minha realidade, mas Deus com seu amor e carinho agiu de tal forma que está sendo tudo perfeito.

Mas uma coisa eu sei, DEUS me presenteou grandiosamente 🤍

Me presenteou com ANJOS que me ajudaram a conquistar cada detalhe, e sempre com uma palavra do Senhor sobre a minha vida!

Agradeço a Deus primeiramente, segundo lugar a minha família e amigos próximos que estiveram comigo em todos os momentos... e aos meus PACIENTES MARAVILHOSOS que confiaram sempre em mim e no meu trabalho, e por toda a paciência que estão tendo comigo nesse momento de mudanças.

Gratidão por cada um de vocês!!!

Se não fosse vocês, e o amor do Senhor por mim, nada disso estaria acontecendo.

Logo estaremos com tudo prontinho para atender cada um de vocês 🤍

[...]

#espaçonovo #novociclo #sonhorealizado #empreendedorismofeminino #empreendedora #esteticaporamor #tempodedeus

No exemplo apresentado acima, a postagem indexada pela FN *hashtag* “empreendedorismofeminino” é sustentada pelo referencial histórico da religiosidade, o que ganha materialidade pelo FN “fé” e pelos destaques dados às FNs “DEUS” e “ANJOS”, sendo a primeira reescriturada pelas FNs “palavras do Senhor” e “amor do Senhor”. A atualidade dos sentidos trazidos pelo referencial histórico da religiosidade está na pertinência enunciativa da superação das dificuldades que aqui está enquadrada nos sentidos da gratidão. Esse sentimento é direcionado a Deus, aos anjos e aos clientes, que aqui são designados como pacientes, recobrando o sentido de cuidado. O adjetivo “feminino” está

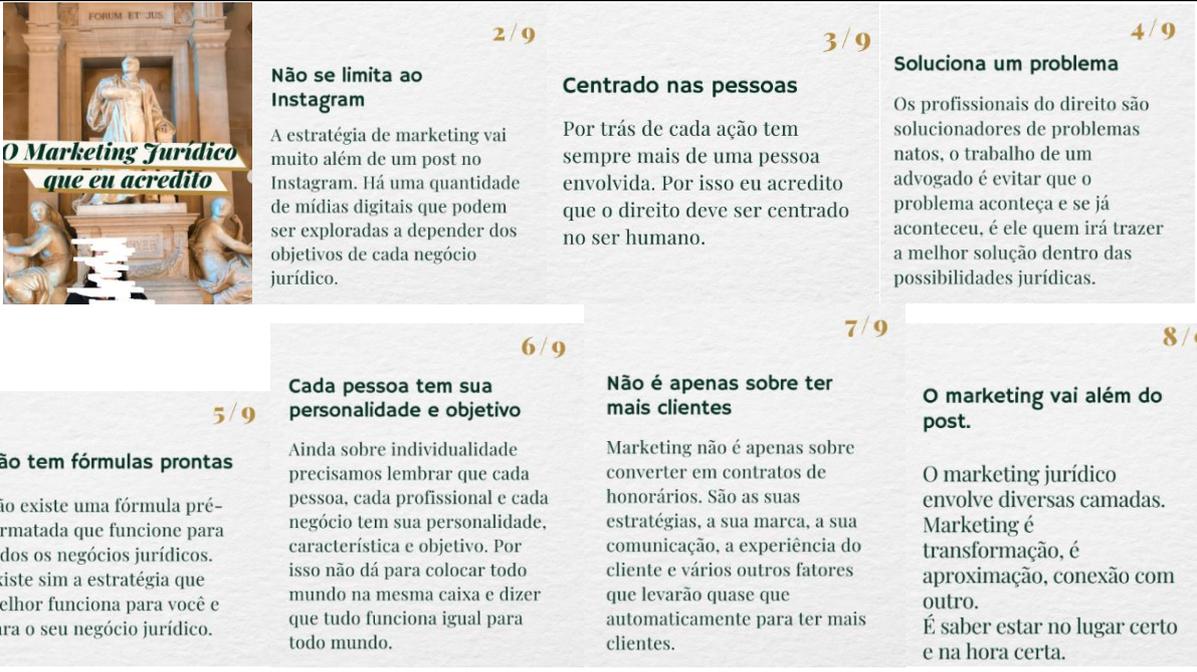
² Tomou-se o cuidado de camuflar imagens pessoais e de apagar os nomes dos perfis de modo a resguardar a identidade do(a)s autore(a)s das postagens.

associado à perspectivação do empreendedor que supera dificuldades com resiliência – sentido recorrentemente apontado às mulheres. Nesse texto, o empreendedor é reescriturado no sentido comportamentalista, que, conforme aponta Maximiano (2010), enfatiza as atitudes constitutivas do perfil empreendedor, como criatividade, a intuição e a disposição para correr riscos.

A articulação do adjetivo “feminino” com nome-núcleo “empreendedorismo” dá enfoque ao **agente** responsável pela condução do negócio, ou seja, a FN “empreendedorismo feminino” traz à tona as especificidades de um empreendimento conduzido por uma mulher, dando visibilidade à faceta da vitória heroica desse agente, que supera obstáculos próprios do acúmulo de funções que se impõe de forma recorrente às mulheres, do desbravamento de se colocar no mercado.

Análise-piloto 2

#empreendedorismojurídico (postagem de março de 2023)



2/9
Não se limita ao Instagram
A estratégia de marketing vai muito além de um post no Instagram. Há uma quantidade de mídias digitais que podem ser exploradas a depender dos objetivos de cada negócio jurídico.

3/9
Centrado nas pessoas
Por trás de cada ação tem sempre mais de uma pessoa envolvida. Por isso eu acredito que o direito deve ser centrado no ser humano.

4/9
Soluciona um problema
Os profissionais do direito são solucionadores de problemas natos, o trabalho de um advogado é evitar que o problema aconteça e se já aconteceu, é ele quem irá trazer a melhor solução dentro das possibilidades jurídicas.

5/9
Não tem fórmulas prontas
Não existe uma fórmula pré-formatada que funcione para todos os negócios jurídicos. Existe sim a estratégia que melhor funciona para você e para o seu negócio jurídico.

6/9
Cada pessoa tem sua personalidade e objetivo
Ainda sobre individualidade precisamos lembrar que cada pessoa, cada profissional e cada negócio tem sua personalidade, característica e objetivo. Por isso não dá para colocar todo mundo na mesma caixa e dizer que tudo funciona igual para todo mundo.

7/9
Não é apenas sobre ter mais clientes
Marketing não é apenas sobre converter em contratos de honorários. São as suas estratégias, a sua marca, a sua comunicação, a experiência do cliente e vários outros fatores que levarão quase que automaticamente para ter mais clientes.

8/9
O marketing vai além do post.
O marketing jurídico envolve diversas camadas. Marketing é transformação, é aproximação, conexão com outro. É saber estar no lugar certo e na hora certa.

Imagens 1 a 8 do carrossel (a nona imagem apenas incentivava os leitores/seguidores a curtirem, compartilharem e salvarem a postagem)

Texto da postagem: Essa lembrança que vi hoje de 4 anos atrás, quando visitei o Palácio da Justiça, sede do Poder Judiciário Francês me fez refletir o que é o marketing jurídico.
Para mim vai muito além de uma foto, de um post ou de fechamento de um contrato.
Não se engane pelos métodos e pela facilidade, marketing é construção diária de uma série de camadas.
Para você, o que marketing jurídico representa para você?
#marketingjuridico #marketing #estrategiademarketing #marketingdeconteudo #advogado #advogada #advocacia #advocaciaempreendedora **#empreendedorismojuridico** #direito #escritoriodeadvocacia #advocaciajovem

Nesse segundo exemplo, a postagem indexada pela FN *hashtag* “empreendedorismojurídico” é sobre marketing voltado para um negócio no **ramo** jurídico. A postagem é sustentada pelo referencial histórico da massificação, atualizado pelo viés da contraposição. Ou seja, o(a) autor(a) da postagem nega as estratégias de alcance do marketing para muitas pessoas, para angariar mais clientes. A defesa é de que o marketing precisa ter identidade, alcançar a individualidade do cliente e se conectar com ele, deve ter um diferencial e se concentrar nas pessoas, o que se comprova pela reescrituração na imagem conclusiva: “Marketing é transformação, é aproximação, é conexão com o outro”. É essa a pertinência enunciativa construída pela postagem para a área jurídica como um empreendimento. A perspectiva criada pela articulação do adjetivo “jurídico” ao nome-núcleo “empreendedorismo” é a de dar enfoque ao **ramo** do empreendimento, trazendo, no caso uma abordagem inovadora ao que historicamente se colocou como um espaço conservador, como o do judiciário. Esse sentido também se observa na FN “negócio jurídico”. Ressalta-se aqui, portanto, a ideia de que o empreendedor seja aquele que pode também inovar dentro de

negócios já existentes (SCHUMPETER apud DORNELAS, 2021), ou seja, pode trazer um olhar diferenciado e personificado para as relações no tradicionalmente árido campo jurídico.

CONCLUSÕES:

Espera-se que a pesquisa produza, como resultado final, um ciclo de análises representativas dos processos de adjetivação, mostrando diferentes modos de construir perspectivas. Aqui, foi trazida uma amostra de análise em que se apresentam dois direcionamentos diferentes para a articulação do adjetivo com o nome-núcleo “empreendedorismo”: um em que o foco está no agente do processo de empreender – “empreendedorismo feminino” – e todas as especificidades sócio-históricas dessa identidade –; e outra em que a incidência do adjetivo produz foco sobre o ramo de atuação do empreendimento, cruzando o sentido de inovação do empreendedorismo ao sentido da tradição associada ao jurídico. As indicações da postagem referente a “empreendedorismo jurídico” partem de uma visão tradicional de negócio para se contrapor e incentivar uma nova rota, mais personalizada, para esse ramo eivado pelo protocolo tradicional. Indicar o agente e ou o ramo revelam-se como duas facetas semânticas distintas possíveis para a mesma relação gramatical: a adjetivação.

Ao final, também, após um desdobramento mais aprofundado das análises, pretende-se também gerar exercícios didáticos que se desenvolvam a partir da aplicação da rede enunciativa como procedimento metodológico, auxiliando os estudantes a compreenderem a articulação entre substantivo e adjetivo na composição da FN de modo analítico, conduzindo-os por um percurso de investigação da própria língua. Esses exercícios devem ser estruturados em uma sequência didática replicável e adaptável a contextos diversos de ensino-aprendizagem de tópicos gramaticais no ensino médio.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- ALENCAR NETO, W. D. de. **As formações nominais em textos sobre racismo e antirracismo**: o caso das nominalizações. Belo Horizonte: Faculdade de Letras da UFMG, 2018. [Manuscrito]
- ANTUNES, I. **Gramática contextualizada**: limpando “o pó das ideias simples. São Paulo: Parábola, 2014.
- BEZERRA, G. G. R. & SEMEGHINI-SIQUEIRA, I. (2007). **Atividades epilinguísticas**: por uma revisão do ensino e aprendizagem de gramática no EF. *Anais do 16º Congresso de Leitura do Brasil*; 10 a 13 de julho de 2007. Campinas: Unicamp. p. 1-10.
- CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 4 ed. Barueri: Editora Manole, 2012.
- DIAS, L. F. **Enunciação e relações linguísticas**. Campinas, SP: Pontes, 2018.
- DORNELAS, J. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios 6 ed. São Paulo: Instituto Fazendo Acontecer, 2021
- FLORES et al. **Enunciação e gramática**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2020.
- FLORES, W. do N. A enunciação e os níveis de análise linguística. In: **Anais do SITED**. Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2010, p. 396-402.
- FREGE, G. (1892). Sobre o sentido e a referência. In: **Lógica e filosofia da linguagem**. Trad. brasileira. São Paulo: Cultrix, 1978.
- GUIMARÃES, G. **Semântica**: enunciação e sentido. Campinas: Pontes Editores, 2018.
- GUIMARÃES, G. **Semântica do acontecimento**. Campinas: Pontes Editores, 2002, p. 11-31.
- MAXIMIANO, A.C.A. **Administração para empreendedores**. 2 ed. São Paulo: Pearson, 2010.
- OLIVEIRA, R. P. de; QUAREZEMIN, S. **Gramáticas na escola**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017.
- REZENDE, Leticia Marcondes. **Atividade epilinguística e o ensino de Língua Portuguesa**. Revista do Gel, São Paulo, v.5, n.1, p. 95-108, 2008.