

- Seção IV -

CONTEXTO EMPRESARIAL

A POLIFONIA E A MODALIDADE COMPONDO A ESTRUTURA ARGUMENTATIVA DE DOIS TEXTOS JORNALÍSTICOS

Vânia Maria Lescano GUERRA (UFMS-PUC/SP)
Teresinha de Fátima NOGUEIRA (UNIVAP-PUC/SP)
Sônia Maria Corsa MAHER (PUC/SP)
Maria Cristina de Siqueira NOGUEIRA (PUC/SP)

ABSTRACT: This article aims at demonstrating how the concepts of poliphony and modality interrelate to form different argumentative structures. Although we have compared two differently organized newspaper texts, the effects of argumentation were similar.

0. Introdução

Este trabalho tem por objetivo a análise de um *cópus* constituído por dois textos escritos, retirados de duas secções dos jornais “Diário do Comércio e Indústria” e o “Estado de São Paulo”. Os dois textos atingem leitores específicos, isto é, aqueles que se interessam particularmente por economia, negócios, etc, sendo que o texto 1 é escrito por um jornalista e o 2 é escrito pelo presidente de uma empresa.

É importante ressaltar, ainda, que os dois textos referem-se à Empresa Simonsen Associados.

A análise se dará à luz da teoria da *Semântica Argumentativa*, tendo como base os estudos desenvolvidos por *Ducrot (1987)*, com relação à polifonia. Um outro fenômeno da argumentação que ainda norteará nossa pesquisa é o das modalidades do discurso, utilizando trabalhos de *Cervoni (1989)* e *Maingueneau (1991)*.

Algumas questões estarão orientando a nossa discussão. Em primeiro lugar, como está construída a estrutura argumentativa dos textos que compõem o *cópus* em questão? Ou ainda: quais as variabilidades e regularidades, no nível linguístico, existentes entre elas? E finalmente, como definir o ato perlocucionário derivado dessa argumentação?

1. Fundamentação teórica

Para procedermos a análise do *cópus*, é necessário examinarmos alguns conceitos essenciais referentes à organização da estrutura argumentativa dos textos. Para tal, mobilizaremos os conceitos de *argumentação*, *polifonia* e *modalidades do discurso*.

1. Argumentação: *Ducrot* dando início à sua teoria da argumentação (*apud Indursky, 1989:94-95*), conclui que tal atividade deixa marcas linguísticas no enunciado. Através do estudo de algumas destas marcas (os operadores argumentativos), o autor incorpora à sua teoria a noção de orientação argumentativa a qual representaria uma função constitutiva do discurso, ou seja, de conduzir o interlocutor a uma determinada conclusão ou mesmo a uma mudança de comportamento ou posicionamento em relação a uma opinião.
2. Polifonia: Partindo dos estudos de *Bakhtin*, *Ducrot* postula que é constitutivo do sujeito - ou locutor, em seus termos - estar em relação constante com um outro do discurso. Segundo a teoria polifônica, o locutor só existe enquanto se estiver falando em um discurso, enunciação ou enunciado. Já o sujeito falante é um elemento da experiência, ou seja, é aquele que existe empiricamente. De acordo com *Ducrot (1987:182)*, o locutor é “*um ser que é, no próprio sentido do enunciado, apresentado como seu responsável, ou seja, como alguém a quem se deve imputar a responsabilidade deste enunciado*”.
O locutor quando está explícito pode se apresentar segundo um EU ou um NÓS, causando efeitos de sentidos diferentes. O efeito do uso de EU pode se referir a uma tomada clara de posição. Em muitos casos, como mostra *Charaudeau (1992)*, as marcas de primeira pessoa desaparecem dando lugar a formas linguísticas cuja principal função é apagar a responsabilidade ou participação do locutor com relação ao enunciado.
Ainda segundo *Ducrot*, a polifonia pode ocorrer em um outro nível: *o do enunciador*. Dentro de um enunciado podem existir vários pontos de vista distintos. Cada um desses pontos de vista é representado por enunciadores que são incorporados na enunciação do locutor. É nesse

imbricamento de enunciadores que se estabelece o jogo polifônico das vozes que compõem o discurso.

3. Modalidades: Ao se utilizar de modalidades, o locutor estabelece relações com o seu próprio enunciado, podendo mostrar um maior ou menor engajamento ou distanciamento com o que diz. Pode também decorrer do uso das modalidades que o locutor se apresenta como autoritário ou polêmico. *Cervoni (1989)* estudou as modalidades do ponto de vista formal e estrutural. Ele considera somente modais algumas estruturas sintáticas e itens lexicais como pertencentes a um “núcleo duro”. Dentro de tal núcleo duro, encontram-se as modalidades que os lógicos denominaram de *aléticas, epistêmicas e deônticas*.

As modalidades aléticas dizem respeito ao *necessário e ao possível*, enquanto que as modalidades epistêmicas referem-se ao nível do *certo e do provável*. E as modalidades deônticas dizem respeito ao que é *obrigatório e permitido*.

Se o campo das modalidades é complexo, podemos acrescentar que o da asserção pode ser considerado extremamente delicado. A partir da reflexão sobre as modalidades nos estudos de *Cervoni e Maingueneau*, cremos que a *assertiva* possui as seguintes características formais: *a.* pode ser afirmativa ou negativa, já que uma asserção se faz em termos positivos ou não; *b.* não apresenta marcas linguísticas específicas, que seriam englobadas dentro da classificação de “núcleo duro”; *e, c.* não pode ser imperativa, interrogativa ou exclamativa.

Semanticamente, ao fazer uma asserção o locutor valoriza o fato, tentando esconder suas opiniões sobre ele e, portanto, fazendo o fato falar por si mesmo. A “subjetividade” tão preocupante em certos discursos dá lugar a uma “objetividade” desejada. O enunciado adquire, então, valor de verdade irrefutável. Em termos perlocucionários, o discurso assertivo se apresenta como o discurso da ciência e da autoridade.

2. Análise e interpretação do corpus

Na exposição teórica que fizemos, explicitamos nossa intenção de caracterizar a estrutura argumentativa dos textos, decompondo-a segundo algumas categorias: a polifonia associada ao uso de

pronomes, e a modalidade. *Como estas questões contribuem para a identificação da orientação argumentativa dos textos?*

O texto 1

O texto 1 (anexo 1) foi publicado no jornal “Diário do Comércio e Indústria” em 08 de maio de 1986. O autor é jornalista, as características gerais são da empresa Simonsen Associados e o seu título é “Simonsen, crescendo com seus clientes desde 1966”.

Para procedermos a nossa análise, buscaremos no texto os locutores e enunciadores que o compõem. O locutor (*L1*) é jornalista e autor do texto. Sua voz é representada por *E1*. *L2* é o presidente da empresa e fala da perspectiva de *E2* (representa o presidente Simonsen cuja voz se confunde com a de sua própria empresa). *E3* representa a pessoa Simonsen que lutou para chegar à construção de sua empresa. *E4* é a voz dos técnicos da empresa. Os exemplos a seguir são recortes da análise total do texto:

Ex₁: “Harry Simonsen Júnior, presidente da empresa, diz que o ano de 1966, quando a empresa começou a atuar, foi uma espécie de divisor.”

L₁ (E₁): “Harry Simonsen Júnior, presidente da empresa, diz que...” em que *L1* marca claramente que a sua fala posterior pertence a um outro. A perspectiva aqui é do próprio *L1*, enquanto jornalista que conhece os fatos e os apresenta, contextualizando o tema que pretende tratar.

L₁ (E₂): “...o ano de 1966, quando a empresa começou a atuar, foi uma espécie de divisor”. A perspectiva aqui já muda para a de Simonsen, pois ocorre uma série de comentários que pretendem valorizar a empresa.

Ex₂: “Antes de criar a Simonsen, fiz uma boa pesquisa de mercado para saber o que estava faltando e resolvi criar esta empresa. Confesso que fui desencorajado por muitos, mas seguimos em frente e aqui estamos”.

L₂ (E₃): “Antes de criar a Simonsen... Confesso que fui desencorajado por muitos,...” Neste caso, *E3* representa a pessoa que lutou para chegar à construção de sua empresa.

L₂ (E₂): “...mas seguimos em frente e aqui estamos”. Já *E2* representa o presidente Simonsen cuja voz se confunde com a de sua própria companhia.

Ex₃: “É por isso que nossos técnicos preferem ser chamados de “Engenheiros do Lucro”, pois é uma equipe que busca resultados”.

L₂ (E₄): “É por isso que nossos técnicos preferem ser chamados de “Engenheiros do Lucro”, pois é uma equipe que busca resultados”. Neste caso, a valorização do trabalho da empresa é compartilhado pelos seus técnicos, cuja voz se faz ouvir juntamente com a do presidente.

No texto como um todo, houve a predominância da voz do enunciador 2, isto vem confirmar que o delocutário passa de um simples referente a uma pessoa fundamental deste discurso, já que o mesmo vai ser apresentado seguindo uma linha argumentativa que visa a persuadir o público quanto à importância da empresa em questão.

Dentro da organização da argumentação, existe ainda a questão dos pronomes, que se relaciona com a distinção dos participantes do enunciado. Duas marcas pronominais se evidenciam no texto: EU e NÓS. Vejamos o exemplo:

“Antes de criar a Simonsen fiz uma boa pesquisa de mercado para saber o que estava faltando e resolvi criar esta empresa. Confesso que fui desencorajado por muitos, mas seguimos em frente e aqui estamos. Para criar uma empresa de serviços como a nossa, acentua, há necessidade de três itens importantes: intenção, recursos e coragem. No nosso caso ficamos com a coragem”.

O NÓS neste texto adquire o valor de EU + ELE. EU seria representado pelo presidente da companhia e ELE(A) refere-se à empresa propriamente dita, em que ambos (presidente e empresa) assumem uma só perspectiva, a de E₂.

Já o EU cuja perspectiva corresponde a E₃, representa o indivíduo que lutou para conseguir um determinado objetivo. No exemplo percebe-se como, argumentativamente, L₂ constrói um processo de valorização de si mesmo e de sua empresa. Ao mostrar-se através de um EU, ele se apresenta como indivíduo que passou por dificuldades para desenvolver com sucesso sua empresa. Ao utilizar NÓS, L₂ explicitamente marca a sua posição atual de autoridade conferida pelo seu cargo de presidente. A partir daí, ele passa a falar de um lugar discursivo que o desloca da posição do indivíduo para a do representante da empresa em questão.

A estrutura do exemplo é, então, a seguinte:

Antes da Simonsen MAS Ir em frente
 EU NÓS

Verificamos, assim, que E2 e E3 são identificados, neste caso, não só pelo uso dos pronomes, mas também pelo próprio uso do operador argumentativo MAS. A teoria acima comprova a existência das vozes distintas que identificamos no enunciado.

Dentro do processo argumentativo, analisaremos ainda as modalidades, que identificamos a partir do critério proposto por *Cervoni*. Encontramos três modalidades deônticas e uma epistêmica. Como exemplo, podemos citar:

"... como devem penetrar no mercado etc." (deôntica)

"...a Simonsen olha para frente para saber o que acontecerá..."(epistêmica)

Quando Simonsen usa estas modalidades, seu discurso adquire o valor de autoritário e sua imagem é de detentor do poder. Portanto, sua argumentação não deixa espaço para uma refutação de ordem polêmica.

A estrutura do texto, porém, gira em torno do uso do que chamamos de modalidades assertivas:

"Esta empresa é a Simonsen Associados que rapidamente passou..."

"O normal de todos os empresários era olhar para..."

"...seus funcionários trabalhavam baseados no conceito..."

O efeito deste uso é o mesmo que o do anterior, ou seja, de não permitir a existência de um espaço de ordem polêmica.

Pode-se dizer que a autoridade do Simonsen, caracterizada pela frequência do aparecimento de sua voz (como *E2*), do uso que faz dos pronomes e das modalidades, chega mesmo a ter um efeito de apagamento de *L1*. Isto é, Simonsen é o que traz o conhecimento e a verdade para o texto. A função de *L1* fica reduzida a ser veículo (como uma espécie de microfone) de *L2*.

O Texto 2

O texto 2 (anexo 2) foi publicado no "Caderno de Empresas" do jornal "O Estado de São Paulo" em 23 de maio de 1986. O autor é Simonsen, presidente da empresa de mesmo nome. O título do texto é "Métodos para avaliação de negócios".

Este texto se diferencia do anterior principalmente pelo fato de que o jogo polifônico converge para a presença de um único locutor (*L1*), o presidente da Simonsen Associados e autor do texto. Durante o processo de construção do texto, *L1* incorpora uma série de vozes (enunciadores) que equivalem a diferentes representações que o mesmo faz do tema em questão. A seguir, identificamos as diversas ocorrências enunciativas: *E1* é a voz do presidente. *E2* é a voz que poderia estar em desacordo com *E1*. *E3* é a voz restritiva. *E4* é a voz metadiscursiva. Observemos exemplos de cada uma dessas vozes:

Ex₁: “A avaliação de um empreendimento, quer seja existente, quer esteja apenas em projeto, é sempre uma tarefa subjetiva...”

L1 (*E1*): é a voz do presidente enquanto conhecedor do tema de que trata. Assume um tom didático ao expor seu conhecimento e experiência sobre o assunto, e é isto que delineará a orientação argumentativa do seu discurso.

Ex₂: “...não só em termos do empreendimento como em termos do ambiente onde ele está colocado”.

L1 (*E2*): é a voz que poderia estar em desacordo com *E1*, no sentido de apresentar uma idéia de que tudo o que o autor disse antes se daria em um certo nível, e, a partir do uso do NÃO, *E1* pode, então, refutar este *E2* potencial, reiterando a posição que defenderá (mecanismo argumentativo recorrente frequente no texto).

Ex₃: “Recomendável apenas naqueles casos em que for possível estimar-se a probabilidade de ocorrência de cada um dos eventos...”

L1 (*E3*): é a voz do enunciador restritivo que tenta se defender de qualquer possível refutação de algum alocutário. (Marcado linguisticamente pelo operador apenas).

Ex₄: “...que pode tanto ser aplicado a empreendimentos existentes como estendido, em termos de conceito, a empreendimentos novos...”

L1 (*E4*): é a voz metadiscursiva, representada através de uma oração explicativa, no sentido de que tenta explicitar um enunciado anterior. Argumentativamente, o efeito de sentido que se obtém, é que *L1* procura garantir uma ausência de mal-entendidos.

De um modo geral, *E1* é a voz predominante no texto. Quanto à questão dos pronomes, encontramos no texto estratégias de ocultamento do sujeito da enunciação, predominando o uso de nominalizações e de voz passiva (cf. Charaudeau). Vejamos alguns exemplos:

“A avaliação de um empreendimento...” (nominalização)
“...são aceitos mais ou menos uniformemente...” (voz passiva)

Em relação às modalidades, verificamos que o texto é constituído por quatro modalidades deônticas e quatro modalidades epistêmicas, sendo que as modalidades assertivas permeiam todo o discurso. Eis algumas das modalidades analisadas:

“É importante para a empresa...” (modalidade deôntica)
“...pode ser considerado de três formas distintas...” (modalidade epistêmica)
“...é o que prevalece sobre todos os outros métodos...” (modalidade assertiva)

De acordo com o quadro teórico as modalidades assertivas dão ao cópula um valor de verdade associada ao saber do locutor. Em decorrência do que foi exposto, pode-se dizer que o discurso, como um todo, mostra-se autoritário.

3. Considerações finais

A partir da análise do cópula, foi possível observar como as categorias de polifonia e de modalidade se interrelacionam para compor estruturas argumentativas diferentes.

O texto 1 caracteriza-se pelo fato de que o delocutário torna-se locutor 2, chegando até a apagar o locutor 1, que a princípio deveria ser o responsável pelos enunciados. O ato perlocucionário resultante deste deslocamento diz respeito a um mecanismo argumentativo de L2 para convencer ou persuadir os alocutários quanto ao valor de sua empresa.

É interessante notar que, embora o locutor 2 pretenda formar uma opinião positiva sobre a Simonsen, nem ele nem L1 mencionam o alocutário. O que podemos considerar como uma possível menção, em nível bastante implícito é o título: “Simonsen, crescendo com seus clientes”. A referência acima é uma estratégia discursiva para trazer o alocutário para o quadro de clientes.

Dentro da argumentação, o uso dos pronomes contribui para um efeito perlocucionário de uma construção da imagem do presidente como lutador bem sucedido, o que valoriza ainda mais a

própria empresa. A justaposição do presidente e da companhia, feita pelo uso do NÓS, confere uma força argumentativa a L2, caracterizada pela autoridade de um cargo empresarial.

A autoridade acima se ratifica pelo uso que L2 faz das modalidades do discurso. Há a predominância das modalidades deônticas e das assertivas, bem como das epistêmicas. As categorias de análise que adotamos se entrelaçam de tal forma que criam uma aparente unidade discursiva cujo efeito de sentido é o de uma valorização indiscutível do delocutário.

Já *no texto 2* o que ocorre é que o locutor utiliza uma estratégia de produzir um discurso que tenta apagá-lo enquanto sujeito / autor. Tal apagamento serve de fachada para abrigar uma multiplicidade de vozes que, frequentemente, sobrepõem-se umas às outras, resultando disso um movimento enunciativo polifônico bastante espesso.

Este recurso argumentativo associado à questão do uso das modalidades neste texto, caracterizando-o como autoritário, cria o efeito perlocucionário de que a empresa citada é digna de valor e eficiente em seus métodos de avaliação e serviços prestados.

A presença do alocutário neste texto também é extremamente implícita. Ela se dá a partir do enunciador 3, o qual assume uma posição defensiva a uma possível refutação. E3, então, marcaria indiretamente a referência ao alocutário.

Se tentarmos comparar os dois textos acima, o que nos chama a atenção é o seguinte:

1. pode-se dizer que há uma referência, ainda que indireta, aos alocutários nos dois textos. No texto 1, isto ocorre no título, sendo feita pelo L1(E1). Já no texto 2, a referência se dá através de L1 (E3);
2. quanto ao jogo polifônico, ele se dá de formas distintas. No texto 1, existe um movimento que leva ora a L1 ora a L2, através de uma multiplicidade de vozes, as quais darão predominância a L2. No texto 2, este movimento ocorre no nível dos enunciadores de um único locutor (L1);

3. em termos de modalidades, o uso é semelhante nos dois textos, com ênfase nas assertivas. Estas modalidades, em geral, caracterizam os textos como autoritários; e,
4. com relação ao ato perlocucionário, pode-se dizer que é igual nos dois textos: o de mostrar uma imagem positiva e bem sucedida da empresa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BEACCO, J. C. (1988) *Les roles énonciatifs*. In **La Rhetorique de L'historien: Une analyse linguistique du discours**: 136-154. Berne: Peter Lang.
- BRANDÃO, H. H. N. (1988) **Dialogismo e Polifonia Pnunciativa: Análise do discurso da propaganda**. Tese de Doutorado. SP: PUC-SP.
- _____. (1991) *A Constituição da subjetividade no discurso da propaganda*. **D.E.L.T.A.**, **7(2)**: 449-462. SP: EDUC.
- CERVONI, J. (1989) **A Enunciação**. SP: Ática.
- CHARAUDEAU, P. (1992). *Faits de discours*. In **Grammaire du Sens et de L'expressions**. Paris: Hachette.
- DUCROT, O. (1987) *Esboço de uma teoria polifônica da enunciação*. In **O Dizer e o Dito**: 161-218. Campinas: Pontes.
- INDURSKY, F. (1989) *Relatório Pinotti: o jogo polifônico das representações no ato de argumentar*. In E. Guimarães (org.) **História e Sentido na Linguagem**: 93-127. Campinas: Pontes.
- KOCH, I. G. V. (1987) **Argumentação e Linguagem**. SP: Cortez, 2ª edição.
- MAINGUENEAU, D. (1991) *L'énonciation*. In **L'Analyse du discours: une introduction aux lectures de l'archive**: 107-126. Paris: Hachette.

ANEXOS

1. Simonsen, crescendo com seus clientes desde 1966

Quando o Brasil se lançou na sua corrida desenvolvimentista, por volta de 1966, faltou suporte e conhecimento para as empresas nas áreas de marketing, administração, planejamento e sistemas. Muitas empresas cresceram e se desorganizaram. Enquanto isso, uma outra empresa começou a trabalhar e a acertar na prestação de serviços às indústrias em planejamento e marketing, especialmente em informações de mercado, distribuição, transporte e tudo o que estivesse diretamente ligado à comercialização de seus produtos e serviços. Esta empresa é a Simonsen Associados que rapidamente passou a ter uma participação meia abrangente, envolvendo-se em consultoria geral, em estudos de organização e métodos, planejamento financeiro, sistemas de informações

gerenciais, estudos de viabilidade e de localização, e na coordenação de investimentos.

Harry Simonsen Júnior, presidente da empresa diz que, o ano de 1966, quando a empresa começou a atuar, foi uma espécie de divisor. O normal de todos os empresários era olhar para dentro das fábricas achando que uma máquina resolvia qualquer problema. A partir daí, passou-se a ver o mercado como gerador de lucros. “Antes de criar a Simonsen, fiz uma boa pesquisa de mercado para saber o que estava faltando e resolvi criar esta empresa. Confesso que fui desencorajado por muitos, mas seguimos em frente e aqui estamos. Para criar uma empresa de serviços como a nossa, acentua, há necessidade de três itens importantes: intenção, recursos e coragem. No nosso caso ficamos com a coragem”.

Nestes 20 anos de atividades, a Simonsen Associados completou um grande número de programas, de ampla variedade: informação de mercado, viabilidade e localização, expansão e diversificação, planejamento financeiro, aquisição e desinvestimento, organização e métodos. Além disso, sua equipe técnica desenvolveu série de modelos de simulação, tanto modelos algorítmicos - muitos dos quais com aplicação em computador - como modelos heurísticos utilizados principalmente na previsão de cenários empresariais.

A empresa, informa, vem desenvolvendo continuamente e seus inúmeros clientes utilizam há mais de 15 anos programas integrados de simulação de empreendimentos e operações, através de seus instrumentos financeiros - previsão de vendas, orçamentos de lucros e perdas, de fluxo de caixa, de investimentos e de pessoal, bem como as subsequentes análise de sensibilidade e análise de risco - e instrumentos estatísticos de inferência e aferição.

Na realidade, a Simonsen, garante o seu presidente, dá toda a ajuda à empresa cliente, buscando detectar os mercados para os quais deveria vender seus produtos, mostrando a demanda, concorrentes, como competir com sucesso, como fazer fluir os produtos, quais produtos e como devem penetrar no mercado etc.

O primeiro trabalho realizado pela empresa, informa Simonsen, foi para o BNDE - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico. “Nosso trabalho envolveu a

mudança do conceito de análise de avaliação dos empreendimentos. Até então seus funcionários trabalhavam baseados no conceito do lucro e nós mostramos que o segredo estava no fluxo de caixa. O próprio País vive problema de fluxo de caixa. É por isso que nossos técnicos preferem ser chamados de “Engenheiros de Lucro”, pois é uma equipe que busca resultados”.

O presidente da Simonsen diz que, a principal finalidade de qualquer forma é a de gerar lucros aos seus acionistas, as outras funções são decorrências, como gerar empregos, pagar impostos etc. Neste período, acentua, a Simonsen está apta a dizer que desenvolveu uma série de instrumentos que lhe permite abordar os problemas de mercado para dentro da empresa. Ele garante que seus funcionários atuam totalmente ao contrário dos auditores, pois enquanto eles olham para trás para ver o que foi feito, a Simonsen olha para frente para saber o que acontecerá e como transformá-los em benefícios para os clientes, em todos os segmentos da livre empresa.

Um grande mérito da empresa, segundo o seu presidente, pode ser atribuído aos computadores. Explica que antes desses equipamentos eram guardados apenas 50% das informações que passava pela empresa. Depois passou a classificar cerca de 80 a 90% da informação coletada para uma recuperação de 60 a 80%. “Antes nós éramos o maior banco de informação privada do País e continuamos sendo”, garante.

(Dirce Siqueira - O ESTADO
DE S.PAULO, DCI, em
08/05/86-p.03).

2. Métodos para avaliação de negócios

A avaliação de um empreendimento, quer seja existente quer esteja apenas em projeto, é sempre uma tarefa subjetiva; requer que se refinam vários parâmetros e várias grandezas e que se faça isso olhando para o futuro muito mais que para o presente ou para o passado, não só em termos do empreendimento como em termos do ambiente onde ele está colocado. Alguns métodos estão consagrados pela prática e são aceitos mais ou menos uniformemente

nos países de livre empresa, pelo menos por empresas e executivos mais experimentados.

Nesse ponto, consideração importante deve ser feita. Diz respeito à finalidade da avaliação, se para venda ou para compra de empresas, se para decisão sobre execução de um novo empreendimento ou sobre a descontinuidade de uma operação. Nestes termos a maioria das avaliações utiliza mais de um método, servindo a vários resultados como limites do intervalo de valores.

O mais usual dos métodos de avaliação, que pode tanto ser aplicado a empreendimentos existentes como estendido, em termos de conceito, a empreendimentos novos é o do Valor Patrimonial Atual. É importante para a empresa cujo patrimônio contábil é maior que aquele necessário para as operações normais. O valor patrimonial pode ser considerado de três formas distintas: valor patrimonial contábil (basicamente igual ao valor do "não exigível" da empresa. Obviamente apenas com as reservas corretas); valor patrimonial venal (em que o valor do ativo é computado em termos de mercado, para venda, e do qual são deduzidas as exigibilidades); valor patrimonial de reposição (em que os valores dos ativos - prédios, máquinas, equipamentos, veículos, estoques, contas a receber - são computados ao valor de reposição correspondente ao estado em que se encontram). Além do valor patrimonial atual há também o futuro que, embora seja financeiramente mais complexo que o primeiro, pois necessita de projeções futuras das operações, não apresenta benefícios adicionais em termos de precisão. Permite, sim, que o valor do empreendimento seja calculado em termos de valor patrimonial contábil ao fim do período escolhido para análise.

Outro método utilizado para a avaliação é o do período de repagamento (Pay-Back), que corresponde ao tempo que o empreendimento necessita para gerar os fundos necessários e amortizar o investimento feito. Calcula-se o período necessário para que o valor dos recursos gerados seja igual ao valor do investimento, em cruzados. Multiplicador de lucro, o quarto dos oito métodos é baseado na capacidade de gerar lucros de um empreendimento. Este método leva em consideração parâmetros estabelecidos nas Bolsas de Valores, para a relação preço-lucro das ações.

Valor presente do fluxo de caixa descontado. Este método é utilizado para avaliar um empreendimento em função do valor presente do dinheiro gerado pelo empreendimento. Requer que se defina a taxa de desconto, isto é, a expectativa de remuneração de capital investidor, expectativa esta que é em geral baseada em outras oportunidades alternativas de investimento que existem.

Completando os métodos de avaliação encontram-se: taxa interna de retorno; análises de risco e preço do vendedor. O primeiro deles (Taxa interna de Retorno) parte da premissa que o empreendimento é realizado com recursos próprios e tem por objetivo calcular a taxa de desconto que zera o valor presente do fluxo de caixa. Isto é, uma vez fixado o prazo para avaliação, é calculada a taxa de desconto que iguala os saldos de caixa de investimentos.

Recomendável apenas naqueles casos em que for possível estimar-se a probabilidade de ocorrência de cada um dos eventos, a análise de risco introduz o cálculo de probabilidade para qualificar o valor de fluxo de caixa descontado e elaborado na forma descrita anteriormente. A análise de risco é feita sob várias formas, com graus de sofisticação bastante viáveis. A abordagem mais simples consiste na atribuição de probabilidades para a ocorrência de eventos que vão estabelecer as grandezas, as quais, por sua vez, determinam a geração de fluxo de caixa e, conseqüentemente, o respectivo valor presente. Como a soma dessas probabilidades é igual a 1, o valor presente do empreendimento sob várias probabilidades será o resultado da soma do fluxo de caixa descontado e multiplicado pela respectiva probabilidade de ocorrência.

Por último, o método preço do vendedor, que se baseia na avaliação intuitiva dos donos do empreendimento, no caso de venda. Em muitas das vezes é o que prevalece sobre todos os outros métodos científicos de avaliação.

(O autor é Harry Simonsen Jr., engenheiro civil e presidente da Simonsen Associados. O ESTADO DE S.PAULO - CADERNO DE EMPRESAS, em 23/05/86, p.03).