



A nominalização deverbal em cartilhas de agências reguladoras do Estado: de como a gramática produz efeitos de autoridade e não negociação

Gustavo Ximenes Cunha*, Ana Larissa Adorno Marciotto Oliveira e Rafael Vinicius de Carvalho Picinin

Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Av. Antônio Carlos, 6627, 31270-901, Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil. *Autor para correspondência. E-mail: ximenes Cunha@yahoo.com.br

RESUMO. O objetivo deste estudo é analisar o emprego de nominalizações deverbais em cartilhas produzidas por agências reguladoras do Estado. Partimos da hipótese de que, no texto escrito, especialmente no âmbito oficial, o uso das nominalizações deverbais sofre o impacto das condições de produção do discurso e, por isso, merece análise específica. Foram analisadas 10 cartilhas produzidas por agências reguladoras brasileiras, nas quais foi identificado um número significativo de instâncias nominalizadas. Do ponto de vista de sua estrutura argumental nominal, o estudo identificou as ocorrências de apagamento de elementos dessa estrutura, bem como analisou como esses elementos são recuperados, o que, em geral, é feito via fluxo discursivo. Com relação à análise das nominalizações como instâncias de metáforas gramaticais, estas são entendidas aqui como fenômenos produzidos no sistema de transitividade hallidayano. Esse uso propiciou uma maior densidade lexical dos textos analisados. Esse aspecto contribuiu para elevar o caráter objetivo e supostamente neutro dos acontecimentos, ou fatos, aos quais as cartilhas se referem. Os resultados indicaram também que as nominalizações deverbais configuram-se como recursos importantes para que as cartilhas cumpram a finalidade de impor ao leitor a aceitação de pressupostos não negociáveis, veiculados por estas em sua função oficial.

Palavras-chave: nominalizações; estrutura argumental nominal; domínio discurso oficial.

Nominalizations in guides produced by state regulatory agencies: on how grammar produces effects of authority and non-negotiation

ABSTRACT. The central aim of this study is to analyze the use of nominalizations in official guides produced by state regulatory agencies. The study is grounded on the assumption that, in written discourse, especially in the official realm, the use of nominalizations is conditioned by the discursive domain, which, in turn, frames the need for more specific investigation. We analyzed 10 guides produced by Brazilian regulatory agencies, and a significant number of nominalized instances was identified in them. From the point of view of the nominal argument structure, the study identified the occurrences of non-overt arguments. We also analyzed how these arguments were recovered, which, in general, was done via textual flow. With regard to the analysis of nominalizations as instances of grammatical metaphors, this use allowed for a greater lexical density of the texts analyzed. It also contributed to guarantee the alleged neutrality and objectiveness of the events, or facts, to which the guides refer. The results also indicated nominalizations as important resources for the official guides to fulfill the purpose of imposing on the reader the acceptance of non-negotiable assumptions, following their official role.

Keywords: nominalizations; nominal argument structure; official discursive domain.

Introdução

Ao produzir cartilhas voltadas para a população, as agências reguladoras do Estado, tendo em vista seu caráter normatizador, impõem a aceitação de pressupostos não negociáveis pelo seu interlocutor imediato, o leitor das cartilhas. Nesse sentido, a finalidade central das agências, ao elaborar cartilhas, é prescrever linhas de conduta a serem seguidas pelo

leitor. Nessa perspectiva, o interesse em estudar as cartilhas está em mostrar a forte imbricação que nelas se verifica entre aspectos da natureza contextual, relativos aos gêneros do discurso e às suas condições de produção, e aspectos de natureza textual e linguística. Em outros termos, consideramos que os fatores de ordem discursiva ganham ao serem analisados por meio da materialidade do texto. Assim, em função da tarefa

de impor normas de conduta, as cartilhas se caracterizam por uma série de regularidades no uso de estruturas sintáticas, na seleção dos tipos de sequências (argumentação, injunção, explicação etc.), na representação de discursos de outras instâncias de poder (legislações, decretos, regulamentos), na escolha dos atos de fala (ordem, conselho, aviso, afirmação etc.), bem como em outros planos de organização (Mozdzinski, 2006; Cunha, 2016a).

Neste trabalho, focalizamos um aspecto específico da organização das cartilhas, que é o emprego de nominalizações deverbais. Partimos da hipótese de que, no texto escrito, especialmente no âmbito acadêmico e no oficial, caso das cartilhas publicadas por agências reguladoras do Estado, o uso das nominalizações deverbais sofre o impacto das condições de produção do discurso e, por isso, merece análise específica. O objetivo da pesquisa exposta neste trabalho é, assim, descrever e explicar o significado das nominalizações deverbais do ponto de vista discursivo-pragmático, revelando em que medida as nominalizações constituem um dos recursos com que as agências buscam alcançar a finalidade de impor ao leitor a aceitação de pressupostos não-negociáveis.

Para isso, propomos, inicialmente, uma caracterização das cartilhas produzidas pelas agências reguladoras do Estado. Discutimos, em seguida, o aporte teórico central deste estudo, relativo às instâncias de nominalizações. A discussão dos aspectos associados ao efeito que esses elementos podem produzir no fluxo textual, ligados ao encapsulamento informacional e à criação de efeitos de objetividade, constituirá a base para a realização de uma análise centrada em aspectos discursivo-pragmáticos. Na sequência, após a exposição dos critérios que nortearam a seleção de *corpus* formado por dez cartilhas produzidas por cinco agências reguladoras do Estado (Agência Nacional de Aviação Civil – ANAC, Agência Nacional de Telecomunicações – ANATEL, Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis – ANP, Agência Nacional de Transportes Terrestres – ANTT, Agência Nacional de Vigilância Sanitária – ANVISA) e do percurso de análise, apresentamos os resultados do estudo.

As cartilhas de agências reguladoras do Estado: um instrumento de controle social

Neste item, não apresentamos uma definição ampla do gênero cartilha. Nosso intuito é caracterizar a cartilha cuja instância responsável é uma agência reguladora do Estado. Desse modo, antes de emprendermos essa caracterização do gênero, é preciso definir, ainda que sucintamente, o que são as agências reguladoras. No Brasil, as agências reguladoras foram criadas pelo governo

Fernando Henrique Cardoso (FHC) (1995-2002), no contexto da Reforma do Estado, e pelo governo subsequente de Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2010). Ministro da Administração Federal e Reforma do Estado do governo FHC, Bresser-Pereira aponta alguns componentes que caracterizaram essa Reforma, dos quais dois são diretamente ligados à criação das agências:

(a) [...] a delimitação das funções do Estado, reduzindo seu tamanho em termos principalmente de pessoal através de programas de privatização, terceirização e 'publicização' e (b) [...] a redução do grau de interferência do Estado ao efetivamente necessário através de programas de desregulação que aumentem o recurso aos mecanismos de controle via mercado. (Bresser-Pereira, 1997, p. 18, grifo do autor).

Assim, dois pontos considerados essenciais da Reforma do Estado são (a) o enxugamento da máquina estatal, via diferentes mecanismos (privatização, terceirização e publicização), e (b) o fortalecimento do mercado.

Nesse sentido, a reforma do Estado se caracteriza pela desconstrução (ou desmonte) da máquina pública, como ressalta Dasso Jr. (2006, p. 24, grifo do autor):

A reforma regulatória, componente da reforma do Estado implantada durante o governo Fernando Henrique Cardoso e que teve como modelo soluções estrangeiras, é fundamentalmente um fenômeno político, resultado de uma opção ideológica, que marca a 'desconstrução' [...] progressiva dos serviços públicos universais, pois o objetivo nunca foi regular a economia visando o bem estar da cidadania, mas sim servir aos interesses da elite, transferindo a atores privados atividades que antes detinha o Estado a título de monopólio ou quase-monopólio.

Com as privatizações empreendidas no bojo da reforma, o Estado deixa, assim, o lugar de protagonista na execução dos serviços sociais e passa a exercer funções de planejamento, regulação e fiscalização e a ser essencialmente um promotor da competitividade econômica. É nesse contexto que surgem as agências reguladoras (Barroso, 2002). As agências são instituições que detêm o poder de formular regras e disciplinar a atuação dos agentes econômicos e cuja função central é regular serviços públicos delegados a empresas privadas (Dasso Jr., 2006)¹. Especificamente, as agências podem ser conceituadas como

Entidades administrativas com alto grau de especialização técnica, integrantes da estrutura formal da administração pública, instituídas como autarquias

¹ Atualmente, existem dez agências, que se subdividem entre agências de infraestrutura (ANATEL, ANEEL ANP, ANTAQ, ANTT, ANA, ANAC) e agências de área social (ANS, ANCINE, ANVISA) (Pacheco, 2006).

sob regime especial, com a função de regular um setor específico de atividade econômica ou um determinado serviço público, ou de intervir em certas relações jurídicas decorrentes dessas atividades, que devem atuar com a maior autonomia possível relativamente ao Poder Executivo e com imparcialidade perante as partes interessadas (Estado, setores regulados e sociedade) (Alexandrino, 2011, p. 40.)

O funcionamento das agências está profundamente atrelado à realização de atividades discursivas, ou seja, ao uso intensivo da linguagem. Isso porque, para exercerem esse papel de órgão regulador e interventor, as agências se valem de uma profusão de gêneros do discurso, sobretudo escritos, por meio dos quais elas dialogam com os agentes econômicos e com os diferentes segmentos da sociedade diretamente afetados pela atuação desses agentes.

Ao lado de gêneros como regulamentos, minutas, relatórios de vistoria, avisos de consulta pública, decretos, resoluções, notas técnicas, formulários, boletins, informes etc., as cartilhas exercem papel importante na atuação das agências, tendo em vista o fato de elas funcionarem como instrumento por meio do qual essas instituições, mais do que informarem determinações elaboradas em outras esferas do poder público, impõem a realização de condutas ou a mudança de hábitos tanto de empresas privadas, quanto de diferentes segmentos da sociedade. Nesse sentido, as cartilhas são um instrumento explícito de poder, porque possibilitam a coerção e o controle social por parte do Estado (Fairclough, 1989; Mozdzenski, 2006). Segundo Marcuschi (2005, p. 8),

[...] os gêneros são atividades discursivas socialmente estabilizadas que se prestam aos mais variados tipos de controle social e até mesmo ao exercício do poder. Numa formulação sucinta, diria que os gêneros textuais são a nossa forma de inserção, ação e controle social.

Nesse sentido, todo e qualquer gênero manifesta, em diferentes graus, relações de força entre atores sociais. Mas as cartilhas produzidas pelas agências reguladoras se diferenciam por um regime enunciativo que, do nosso ponto de vista, intensifica seu papel na regulação da sociedade, podendo, portanto, funcionar como um meio bastante eficaz de controle social. No que se refere a esse regime enunciativo, a cartilha se caracteriza por encenar um diálogo² em que uma instância de poder (uma agência reguladora) interage ou com agentes do mercado (indústria farmacêutica, proprietários de

postos de gasolina, empresas de transporte, comerciantes etc.) ou com segmentos da sociedade (viajantes, consumidores de medicamentos ou de combustíveis, clientes de operadoras de telefonia etc.). Tratando do discurso organizacional ou institucional em sentido amplo, do qual a cartilha faz parte, Cunha (2016, p. 117, grifo do autor) observa que, nesse tipo de discurso,

[...] trata-se de criar uma 'persona' que seja capaz de, no diálogo com o leitor, levá-lo a reforçar ou modificar crenças e saberes (como num relatório anual de prestação de contas) ou a realizar ações (como numa conta de energia elétrica ou numa cartilha com normas de segurança). No discurso que produz, o redator precisa representar uma interação (uma cena) em que, em função do que pretende que o outro faça ou pense, quem fala é uma organização mais ou menos severa, amigável, punitiva, atenciosa ou controladora.

Tratando especificamente da cartilha voltada para segmentos da sociedade, tal como as que compõem o *corpus* desta pesquisa, podemos notar que nelas o redator (conjunto de autores, ilustradores, especialistas responsáveis pela produção da cartilha) faz parecer que quem dialoga com o leitor é a própria agência. Afinal, a responsabilidade por tudo o que é dito numa cartilha recai não sobre redatores específicos, mas sobre a agência. Por ser a cartilha um instrumento de forte regulação social, a agência, ao dialogar com segmentos da sociedade, sempre se coloca no lugar de instância que tem legitimidade para ordenar, instruir, regulamentar, determinar comportamentos, prescrever normas de conduta, o que evidentemente é um reflexo de sua finalidade, como já exposto.

Desse modo, o exame das cartilhas voltadas para a população revela que, por meio delas, as agências exercem basicamente duas ações: (i) regular o comportamento de segmentos sociais, ditando seus deveres, e (ii) determinar como deve ser o papel desses segmentos no trato com as empresas privadas, ditando seus direitos. Quanto ao primeiro ponto, ao regular o comportamento de segmentos sociais, as agências nas cartilhas atuam na tentativa de modelar a própria sociedade, na medida em que apresentam condutas que determinados segmentos devem passar a adotar em vários setores do espaço público: rodoviárias, aeroportos, postos de gasolina, farmácias, hospitais, interior de veículos (ônibus e aviões) etc. Nesse sentido, torna-se evidente o papel das cartilhas como instrumento de regulação da sociedade e não apenas do mercado, como se observa neste trecho de uma cartilha da ANTT³:

² Neste trabalho, adotamos uma concepção ampla do termo 'diálogo'. Na perspectiva bakhtiniana dos estudos do discurso, todo discurso é dialógico e nunca monológico, já que sempre corresponde, explícita ou implicitamente, a uma resposta a discursos anteriores e constitui um traço material da interação entre duas instâncias, quer sejam elas dois amigos dialogando face a face, quer sejam um leitor e um escritor separados pelo intervalo de muitos séculos (Bakhtin & Volochinov, 1986).

³ Ao longo deste trabalho, os excertos das cartilhas são acompanhados da sigla da agência e da numeração 1 ou 2, que expressa a qual das duas cartilhas de cada agência nos referimos. Nas referências, essa numeração se mantém, para que seja possível a identificação da cartilha mencionada.

(1) É seu dever não embarcar [em ônibus] ou transportar animais domésticos ou silvestres sem acomodação adequada, respeitando a legislação (ANTT2, 2014, p. 3).

Quanto ao segundo ponto, ao determinar como deve ser o papel de segmentos sociais no trato com as empresas privadas, as agências, por meio das cartilhas, simulam atribuir poder a esses segmentos. Afinal, em várias cartilhas, o leitor é convocado a assumir a postura de ‘fiscal’ das empresas ou de reivindicador de seus direitos. Coerentes com os pressupostos políticos com base nos quais foram criadas, tais como o de enxugamento da máquina pública e o de desobrigação do Estado para com a garantia de direitos sociais da população (Bresser-Pereira, 1997, Dasso Jr., 2006), as agências, nas cartilhas, simulam transferir ao leitor a tarefa de regular o mercado, como se verifica nestes trechos retirados de uma cartilha da ANP:

(2) Verifique se o veículo de entrega [de botijão de gás] (caminhão, caminhonete etc.) exibe o nome e o número de telefone da distribuidora (e, às vezes, também do revendedor).

(3) Desconfie de entregadores [de botijão de gás] sem identificação da distribuidora (ANP2, 2014, p. 4).

No intuito de atribuir um suposto poder ao leitor (muitas vezes referido nas cartilhas como ‘cliente’ ou ‘consumidor’ e raramente como ‘cidadão’) em relação às empresas, as cartilhas são repletas de informações explícitas sobre os direitos do leitor, como neste trecho de uma cartilha da ANTT:

(4) Você tem, também, o direito de receber serviços adequados, como ser transportado com pontualidade, segurança, higiene e conforto, do início ao fim da viagem (ANTT2, 2014, p. 18).

Mas vale ressaltar que, mesmo quando a agência simula transferir ao leitor o poder de fiscalizar empresas privadas, a cartilha ainda atua como meio de regulação social, uma vez que busca inculcar em segmentos da população linhas de conduta (fiscalização de empresas, reivindicação de direitos) que esses segmentos supostamente ainda não têm e devem passar a ter.

Como se pode perceber, há uma relação bastante estreita entre o contexto político e histórico de criação das agências e os gêneros do discurso de que as agências se valem para exercer seu papel. Por isso, o estudo das cartilhas possibilita mostrar a forte interação entre aspectos ligados ao contexto, como os que foram abordados neste item, e aspectos de ordem textual e linguística. Neste trabalho, nosso objetivo é investigar a articulação dos aspectos de natureza contextual das cartilhas e um aspecto

específico da organização do discurso, que é a nominalização deverbal.

A configuração sintática, semântica e pragmática das nominalizações

A nominalização é tradicionalmente descrita como um processo morfológico em que uma raiz não-nominal é transformada em nome. Mais que isso, de acordo com Givón (2001), a nominalização é um processo pelo qual uma oração finita é convertida em um nome. Nesse processo, o termo nominalizado normalmente ocupa uma função/posição prototípica do sintagma nominal (SN); por exemplo, o termo passa a ocupar a posição de sujeito, de objeto ou de complemento do sujeito em uma outra oração, sendo, pois, um termo encaixado. A complexidade do termo nominalizado costuma refletir, de algum modo, os termos da oração de que lhe dá origem. Diante disso, a nominalização é vista como um processo sintático, cujos ajustes principais estão sumarizados nos movimentos a-e (adaptados de Hopper e Thompson, 1984, p. 741), que podem ser observados no seguinte exemplo:

Oração finita: Os médicos podem ‘orientar’ bem seus pacientes.

Termo nominalizado: A boa ‘orientação’ dos médicos a seus pacientes.

- há perda de marcação de tempo, aspecto e modalidade
- há perda da marcação de concordância pronominal
- o sujeito/objeto da oração de origem adquirem marcação de caso genitivo
- os determinantes do SN são adicionados
- os advérbios são normalmente convertidos em adjetivos

Em uma descrição formal, a relação entre as estruturas semântica e sintática dos nominais pode ser formalmente previsível, como os processos (a-e) indicados anteriormente demonstram. No entanto, nas situações de uso da língua, a estruturação sintática dos nomes, no que diz respeito à sua atualização na oração, pode variar muito, conforme já indicado aqui. Um dos fatores envolvidos nessa variação, além dos outros já mencionados, mais ligados ao fluxo informacional⁴, é o grau de formalidade dos textos em que as nominalizações aparecem. A alta frequência dos deverbais nos textos formais, em geral escritos, ocorre porque as

⁴ O fluxo informacional em um texto está associado à relação entre elementos novos e velhos (cf. Halliday, 2002). O fenômeno representa uma tentativa de classificar as expressões linguísticas com base no tipo de informação apresentada, verificando se o referente em questão constitui, ou não, informação nova no discurso.

nominalizações veiculam ideias abstratas e, sendo semântico-cognitivamente complexos, aproximam-se do modo sintático de comunicação⁵ (Givón, 2001), ligado a textos mais elaborados, ou mais formais, produzidos com planejamento e sob menor tensão/urgência comunicativa. Diante desses aspectos, a falta de expressão de um ou mais argumentos de um deverbal está ligada, também, ao domínio discursivo mais formal em que estes aparecem, e o leitor mais experiente pode lançar mão de mecanismos variados para recuperação de possíveis lacunas argumentais.

Em relação à formação dos deverbais, Basílio (2006) afirma que, do ponto de vista semântico, a formação de nomes a partir de verbos possibilita uma condição ideal para a designação genérica de eventos. Desse modo, é possível mencionar o evento verbal sem a especificação do seu tempo, ou de seu agente, fazendo referência a uma estrutura verbal já previamente utilizada no texto. Ainda segundo a autora, as formas nominalizadas permitem representar de modo unificado, e através de uma única palavra, toda uma proposição.

Há operações sintáticas variadas em uma nominalização, em especial, aquela em que o verbo de origem se transforma em núcleo do SN. Nos deverbais analisados neste estudo, observa-se a mudança categorial operada na base, por meio da inclusão de um sufixo: de verbo, passa-se a substantivo. De acordo com Rocha (2003, p. 126), poderíamos entender o produto dessa transformação, ou o nome deverbal, como o “[...] ato, efeito, processo ou estado de X [...]”, como ilustram os exemplos (5) e (6) a seguir, retirados de uma cartilha da ANATEL integrante do *corpus* desta pesquisa:

- (5) A ANATEL trabalha em benefício da ‘inclusão’.
- (6) Essa ‘solicitação’ pode ser feita à concessionária por qualquer pessoa (ANATEL2, 2007, p. 1, grifo nosso).

Do ponto de vista semântico, ao nominalizarmos um verbo, os termos resultantes desse processo tendem a preservar os argumentos exigidos pelo verbo original (verbo *input*) em sua estrutura argumental nominal. Esse processo ocorre porque os verbos são elementos centrais para a predicação e, ao mesmo tempo, são ‘incompletos’ do ponto de vista semântico, tendo que selecionar sempre um, dois ou até três elementos com os quais formam relações de transitividade, na posição de sujeito e de objeto. Essa característica de ‘incompletude’ se mantém após o

processo de nominalização, resultando no que pode ser entendido como a valência argumental do nominal (Santana, 2005).

Por outro lado, assim como ocorre na transitividade verbal, a expressão dos argumentos da valência nominal pode variar no uso real da língua. Essa variação é, em geral, motivada por (a) fatores discursivos, relativos ao fluxo informacional do texto; (b) fatores ligados ao conhecimento de mundo dos interlocutores; (c) fatores associados ao conhecimento de curto prazo disponível na interação, recuperado pragmaticamente pelo contexto comunicativo imediato (Camacho, 2007; 2009). Nessa perspectiva, os deverbais podem apresentar propriedades expressas, ligadas à natureza predicativa de suas bases, ou podem apresentar argumentos não-expressos, recuperáveis por meio de processos semânticos e/ou pragmáticos.

Do ponto de vista discursivo-pragmático, em uma instância de nominalização, os processos verbais, codificados de modo congruente como verbos, são recodificados como nomes (Halliday & Matthiessen, 2004). Dito de outro modo, na proposta de Halliday e Matthiessen (2004), os ‘processos’ (verbos) são tipicamente (ou ‘congruentemente’) codificados como sintagmas verbais, construídos por meio da relação do verbo com seus participantes; quando um processo é realizado como um ‘nome’ (caso das nominalizações de verbais), ele passa a ser interpretado pelo falante como se fosse uma ‘coisa’ (*thing*). A essa extensão de sentido Halliday e Matthiessen (2004) denominam ‘metáfora gramatical ideacional’, já que o fenômeno está ligado à transitividade, classificada pelos autores como um dos componentes da metafunção ideacional.

Formas nominalizadas produzem efeitos diferentes daquelas formas consideradas mais ‘congruentes’. Por exemplo, se o falante escolhe usar a expressão ‘comparação de preços’, em vez de usar sua forma mais congruente (‘pessoas comparam preços’), esse uso mais gramaticalmente metafórico implica a construção de um mundo mais objetivo, em que os fatos podem emergir independentemente da consciência humana.

As metáforas gramaticais representam, por isso, um recurso importante para a criação de um novo sentido por meio de formas léxico-gramaticais modificadas (Thompson, 2013). Elas representam também uma possibilidade de redefinição das relações entre ‘sentido’ e ‘codificação’, operadas na própria gramática da língua. Por isso, quando uma instância de metáfora gramatical é utilizada, um nome passa a codificar um acontecimento, o que, em geral, envolve uma relação lógica de causa e

⁵ O modo sintático de comunicação, de acordo com Givón (2001), refere-se a uma organização textual com alto intrincamento gramatical, por exemplo, verificado pelo uso de orações complexas.

efeito, ligada ao agente e à meta do processo (verbo) em foco (Halliday & Matthiessen, 2004). Esse efeito de objetividade pode ser ilustrado em (6) e (7) a seguir, em que os verbos *avaliar*, *fiscalizar* e *prescrever* são usados em sua forma nominalizada. Esse uso forja uma relação de causa e efeito, própria do discurso oficial, alicerçado na aceitação de pressupostos não negociáveis e, portanto, plenamente aceitos, como nesses trechos de uma das cartilhas da ANVISA, componentes do *corpus*:

(7) Consulte seu médico para uma ‘avaliação’, principalmente, caso possua alguma doença pré-existente.

(8) A entrada de qualquer medicamento em outros países poderá sofrer ‘fiscalização’ sanitária, portanto não esqueça a ‘prescrição’ médica (ANVISA1, 2014, p. 6, grifo nosso).

Como se procurou afirmar aqui, dentro das metáforas gramaticais, as nominalizações são extensamente apontadas por Halliday e Matthiessen (2004) como construções próprias do texto acadêmico/oficial, não somente pelo efeito de objetividade causado por estas, mas também porque a omissão de argumentos, comum em nominalizações, pode ser recuperada pelo leitor mais competente, com base em seu conhecimento de mundo, em seu conhecimento sobre o assunto tratado, ou em elementos manipulados anteriormente no fluxo textual, ou ainda, conforme tentaremos propor neste texto, na autoridade oficialmente constituída, responsável pela produção do texto e por sua circulação.

Além disso, as nominalizações são centrais no discurso científico/oficial principalmente porque, nesse domínio discursivo, há mais formas linguísticas lexicalmente densas do que gramaticalmente imbricadas. Mais especificamente, a densidade lexical refere-se à proporção que itens lexicais (palavras de conteúdo tais como substantivos, verbos, adjetivos e advérbios) são usados em um texto. Assim, para Halliday (2002), a densidade lexical está ligada à baixa frequência de orações complexas, em detrimento do alto número de termos nominalizados. O fenômeno é assim descrito por Halliday, com relação aos textos intelectuais:

A densidade lexical aumenta não porque o número de itens lexicais sobe, mas porque o número de itens não-lexicais, palavras gramaticais, decai; e o número de cláusulas decresce ainda mais (Halliday, 2002, p. 329).

Nessa perspectiva, a linguagem científica e a oficial ‘empacotam’ os ‘processos’ (verbos), transformando-os muitas vezes em formas nominalizadas, cujos pressupostos comunicados

tornam-se inegociáveis, já que o fenômeno transforma ‘processos’ em fatos. Além disso, na linguagem científica/oficial, o agente normalmente está ausente, ou já é conhecido/dado e, por isso, quase sempre recuperável, embora não expresso. A densidade lexical é, também, um fenômeno essencialmente ativo e transformativo, pois o item nominalizado reconfigura o próprio fenômeno descrito, cujo significado complexo depende de conhecimento disciplinar prévio, ou da autoridade que o constitui.

Apresentado o referencial teórico que orienta a realização deste trabalho, o próximo item informa os critérios empregados na seleção do *corpus*, bem como o percurso de análise seguido no estudo das nominalizações nas cartilhas componentes do *corpus*.

Seleção do *corpus* e percurso de análise

O *corpus* desta pesquisa é formado por dez cartilhas produzidas por cinco agências reguladoras (ANAC, ANATEL, ANP, ANTT, ANVISA), sendo cada agência responsável pela produção de duas cartilhas. Para que o *corpus* apresente uma relativa homogeneidade, três critérios nortearam sua seleção: (i) levar em conta apenas um gênero de discurso, a cartilha, (ii) estudar cartilhas produzidas por apenas um tipo de organização governamental (as agências reguladoras do Estado), (iii) estudar cartilhas produzidas ou, ao menos, veiculadas em um mesmo intervalo temporal (embora a maioria delas não apresente a data de publicação, como pode ser verificado nas referências, todas as cartilhas foram coletadas em março de 2014 nos sítios eletrônicos das agências selecionadas).

Definido o *corpus*, o estudo das nominalizações se fez em três etapas principais. Na primeira, identificamos o total de nominalizações presentes nas dez cartilhas. Nas cartilhas, há grande número de nominalizações que se repetem. Como essa repetição tem papel importante na construção das cartilhas, todas as ocorrências de nominalizações foram consideradas na contagem.

Nas duas etapas seguintes, tendo em vista os objetivos deste estudo, focalizamos as nominalizações cujos argumentos são a própria agência responsável pela cartilha, o leitor, entendido este como qualquer integrante do segmento da população para o qual a cartilha é voltada, e/ou a empresa. Como já exposto, o regime enunciativo das cartilhas em estudo se caracteriza por um diálogo entre agência e leitor, diálogo cuja finalidade é permitir à agência prescrever quais são os direitos e os deveres do leitor e como ele deve agir no trato com empresas privadas. Sendo assim, uma hipótese deste trabalho é a de que, nas cartilhas, a estrutura

argumental dos verbos de que as nominalizações se originam seja preenchida, sobretudo, por um, dois ou três desses participantes.

Focalizando apenas essas nominalizações, a segunda etapa da pesquisa investigou a frequência de cada um dos três participantes (agência, leitor, empresa) na estrutura argumental da contraparte verbal das nominalizações. Neste trabalho, a hipótese central é a de que, nas cartilhas, as agências, em função de seu caráter normatizador, impõem a aceitação de pressupostos não negociáveis pelo seu interlocutor imediato, que são diferentes segmentos da população. Nesse sentido, a finalidade central das agências é prescrever linhas de conduta a serem seguidas pelo leitor. Nessa etapa da pesquisa, a finalidade é, então, verificar em que medida as nominalizações constituem um recurso com que uma dada agência impõe ao leitor a aceitação de processos nos quais ele se encontra envolvido. É preciso saber, portanto, com que frequência o leitor é um dos argumentos das nominalizações.

A terceira e última etapa focalizou a forma de expressão dos argumentos da nominalização, no intuito de investigar a frequência com que, nas cartilhas, os argumentos identificados na etapa anterior são expressos, bem como se o argumento, quando expresso, ocorre no interior ou no exterior do sintagma cujo núcleo é a nominalização. A finalidade dessa etapa é investigar a que se devem a expressão e o apagamento dos argumentos da nominalização e quais os efeitos essa escolha pode provocar. O próximo item apresenta e discute os resultados dessas três etapas da pesquisa.

As nominalizações deverbais em cartilhas de agências reguladoras do Estado

Como exposto, a primeira etapa da pesquisa consistiu em identificar o total de nominalizações presentes em dez cartilhas produzidas por cinco agências reguladoras (ANAC, ANATEL, ANP, ANTT, ANVISA). Conforme a Tabela 1, o *corpus*, que é formado por 12.314 palavras, apresenta um total de 845 (6,8%) nominalizações.

O maior percentual de nominalizações encontra-se nas duas cartilhas da ANAC (279/33%). Uma explicação para esse resultado pode estar no fato de que as cartilhas da ANAC são aquelas em que se verificou um grau menor de implicação do leitor (Bronckart, 2007). Em outros termos, as cartilhas, de modo geral, buscam simular uma relativa proximidade entre agência e leitor, o que costuma ser feito por meio de pronomes, como 'eu' e 'você', bem como de perguntas e respostas em que supostamente o leitor faria perguntas à agência, recursos por meio dos quais a agência implica o leitor na interação. Nas cartilhas da

ANAC, esses recursos ocorrem com muito pouca frequência, o que contribui para criar um efeito de objetividade e de distanciamento entre os interlocutores. Como informado no item 2, quanto maior o grau de formalidade de um discurso, maior a possibilidade de ocorrerem nominalizações.

Tabela 1. Total de nominalizações no *corpus*.

Agências	N	%
ANAC	279	33,0
ANTT	192	22,8
ANATEL	126	14,9
ANP	101	11,9
ANVISA	147	17,4
Total	845	100

A segunda etapa da pesquisa investigou a frequência com que três participantes considerados centrais nas cartilhas (agência, leitor, empresa) preenchem a estrutura argumental da contraparte verbal das nominalizações. Os resultados dessa etapa estão expostos na Tabela 2.

Tabela 2. Frequência dos três participantes (agência, leitor, empresa) na estrutura argumental.

Participantes	ANAC		ANATEL		ANP		ANTT		ANVISA		Totais
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Leitor	179	41,3	77	17,8	31	7,1	79	18,3	67	15,5	433
Empresa	159	45,9	73	21,0	44	12,8	59	17,0	11	3,2	346
Agência	7	12,7	10	18,1	20	36,4	7	12,8	11	20,0	55

Na Tabela 2, chama a atenção o fato de que a maior parte das nominalizações presentes no *corpus* estudado apresenta pelo menos um dos três actantes (agência, leitor, empresa) como argumento de sua contraparte verbal. Assim, cruzando os resultados expostos nas tabelas 1 e 2, verificamos que das 845 nominalizações identificadas no *corpus* 834 (98,7%) apresentam pelo menos um dos três participantes como argumento. Com esse resultado, constata-se que, de fato, na cartilha a agência assume a postura de um órgão controlador da conduta da população e das empresas, bem como da forma como esses actantes se relacionam, empregando formas nominalizadas para impor deveres ao leitor e estabelecer os direitos que este deve reivindicar no trato com as empresas.

A Tabela 2 revela ainda que a agência constitui um dos argumentos em apenas 55 nominalizações. A maior parte dos verbos de que se originam as nominalizações apresenta o leitor e a empresa como pelo menos um dos argumentos. É o que se pode exemplificar com este trecho em que a ANAC informa um dos direitos do passageiro⁶.

⁶ Ao longo deste item, adotamos as seguintes convenções na apresentação dos excertos das cartilhas: as nominalizações constantes no texto original são marcadas com aspas simples, e a contraparte verbal é reconstruída entre

(9) Receber o ‘reembolso [a empresa reembolsa o passageiro]’ integral, incluindo a tarifa de ‘embarque [o passageiro embarca no avião]’ (ANAC1, 2014, p. 7, grifo nosso).

No trecho, há duas nominalizações. Na primeira, ‘reembolso’ apresenta como argumento externo a empresa e como argumento interno o leitor da cartilha, ou seja, o passageiro, já que nessa cartilha a ANAC informa o que o leitor deve fazer, em caso de atraso, cancelamento ou preterição do voo. Na segunda nominalização, ‘embarque’ apresenta como argumento externo o passageiro.

O fato de a agência constituir um número reduzido dos argumentos de nominalizações revela que, nas cartilhas, as agências buscam tratar essencialmente da relação entre os leitores e as empresas, dispensando-se de expressar suas obrigações relativas à punição das empresas. Assim, nas cartilhas, são raras as passagens em que a agência explica o que cabe a ela fazer para, por exemplo, punir empresas que violem os direitos do leitor. O que as agências fazem é indicar ao leitor o que ele deve fazer, caso seus direitos sejam violados, como revela este trecho:

(10) Se acontecer alguma irregularidade, a quem devo recorrer?

Procure a sala de ‘fiscalização [agência fiscaliza empresa]’ da ‘ANTT’ no Terminal Rodoviário (ANTT2, 2014, p. 27, grifo nosso).

A importância dos resultados dessa etapa da pesquisa está em revelar que a finalidade central das agências de prescrever linhas de conduta a serem seguidas pelo leitor tem grande impacto sobre o uso das nominalizações. Isso porque, com as nominalizações de cuja estrutura argumental o leitor é um participante, as agências podem impor a ele a aceitação de pressupostos não negociáveis.

A terceira etapa da pesquisa focalizou a forma de expressão dos argumentos da nominalização, a fim de investigar a frequência com que, nas cartilhas, os argumentos são expressos, bem como se o argumento, uma vez expresso, ocorre no interior ou no exterior do SN cujo núcleo é a nominalização. Vamos iniciar a exposição pela frequência de argumentos expressos no interior do SN (Tabela 3).

Tabela 3. Frequência de argumentos no interior do SN.

Participantes	ANAC		ANATEL		ANP		ANTT		ANVISA		Totais
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Leitor	11	26,2	9	21,4	8	19,0	10	23,8	4	9,5	42
Empresa	2	22,2	2	22,2	1	11,1	3	33,3	1	11,1	9
Agência	1	10	1	10	5	50	3	30	0	-	10

colchetes e sobrescrita logo após a nominalização. Quando no excerto os argumentos da nominalização estão expressos, eles são sublinhados e também marcados com aspas simples. Ao final do excerto, como já exposto, é indicada a agência que se responsabiliza pela cartilha, bem como o número (1 ou 2) da cartilha no *corpus*.

Corroborando os resultados de pesquisas sobre nominalização em outros gêneros (Neves, 2002; Camacho, 2007), essa etapa da pesquisa evidencia que, nas cartilhas, os argumentos costumam não ser expressos no sintagma em que ocorre a nominalização, como revela este excerto:

(11) Mas vale a pena, antes de tomar um remédio, dar uma lida nesta cartilha que fala sobre os riscos da chamada ‘automedicação [comprador se medica]’ e do ‘uso [comprador usa medicamentos]’ inadequado ‘de medicamentos’. (ANVISA2, 2008, p. 11, grifo nosso).

Nesse trecho, extraído de uma cartilha da ANVISA que trata da compra e do uso de medicamentos, o leitor (o comprador de medicamentos) não é referido nos SN cujos núcleos são as nominalizações ‘automedicação’ e ‘uso’, e apenas o argumento interno de ‘uso’ é expresso (‘de medicamentos’)

Cruzando os resultados das Tabelas 2 e 3, verificamos que, embora o leitor participe da estrutura argumental de 433 nominalizações, ele é expresso em apenas 42 (9,7%) ocorrências. No que se refere às empresas, a menção explícita a elas no interior do sintagma é ainda mais rara. As empresas participam da estrutura argumental de 346 nominalizações, mas são expressas em apenas 9 (2,6%) ocorrências. Para entender esses resultados, é preciso saber que, se é rara a expressão dos argumentos no interior do SN cujo núcleo é a nominalização, essa expressão é comum fora do SN. Os resultados da frequência de argumentos expressos fora do sintagma estão expostos na Tabela 4.

Tabela 4. Frequência de argumentos fora do SN.

Participantes	ANAC		ANATEL		ANP		ANTT		ANVISA		Totais
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Leitor	59	26,4	22	9,8	18	8,0	94	41,9	31	13,9	224
Empresa	59	43,4	16	11,7	32	23,5	19	13,9	10	7,3	136
Agência	18	16,6	16	14,8	34	31,5	21	19,5	19	17,6	108

No *corpus*, a menção ao leitor, às empresas e à própria agência fora do SN pode ocorrer dentro do próprio enunciado de que a nominalização é um dos argumentos. Porém, essa menção é mais comum em outras partes das cartilhas, como enunciados e parágrafos imediatamente anteriores aos do SN, títulos de seções e mesmo em logomarcas das agências. Como revela a tabela 4, dos três participantes (leitor, empresas, agência), o leitor é aquele ao qual são feitas mais referências. Este trecho revela várias ocorrências de menção ao leitor fora do SN em que ocorre a nominalização:

(12) ‘Você’ sabe que a ANP fiscaliza o ‘abastecimento [consumidor abastece veículo]’ nacional e a qualidade dos combustíveis brasileiros. O que ‘você’

talvez não saiba é que ‘sua’ ‘participação’^[consumidor participa da tarefa] é essencial ‘nessa tarefa: você, consumidor’, é o melhor parceiro da ANP nas iniciativas pela qualidade do combustível comercializado no Brasil (ANP1, 2014, p. 5, grifo nosso).

No trecho, o leitor (consumidor) é o argumento externo das duas nominalizações. Apenas na segunda (‘participação’), ele é expresso no interior do SN cujo núcleo é a nominalização, por meio do pronome ‘sua’. Além dessa menção no interior do SN, o leitor é referido no cotexto à esquerda, por meio de pronome (‘você’), e no cotexto à direita, por meio do mesmo pronome e de substantivo (‘consumidor’). Na primeira nominalização, a menção ao leitor não ocorre no interior do SN, mas essa é informação facilmente recuperável, já que o leitor, referido por ‘você’, constitui o sujeito da sentença (‘Você sabe’) que subordina a sentença cujo objeto é o SN onde ocorre a nominalização (a ANP fiscaliza o ‘abastecimento’ nacional). Porém, em várias ocorrências, o argumento é menos acessível porque expresso em enunciados anteriores àquele em que ocorre a nominalização. Retomando o excerto (11), apresentado anteriormente, podemos verificar que o leitor da cartilha é referido explicitamente por meio do pronome *você* logo no início do parágrafo.

(13) ‘Você’ liga a televisão, abre um jornal ou revista, vê cartazes e anúncios em outdoors, ônibus, trens, metrô: todos prometem maravilhas e alívios rápidos. Pode até ser verdade em alguns casos. Mas vale a pena, antes de tomar um remédio, dar uma lida nesta cartilha que fala sobre os riscos da chamada ‘automedicação’^[comprador se medica] e do ‘uso’^[comprador usa medicamentos] inadequado ‘de medicamentos’ (ANVISA2, 2008, p. 11, grifo nosso).

Como informado, o leitor é o participante ao qual são feitas mais referências. Somando os resultados das Tabelas 3 e 4, que apresentam o total de argumentos expressos dentro e fora dos sintagmas em que ocorrem as nominalizações, verificamos que, em todas as cartilhas, ao leitor são feitas 266 referências, às empresas são feitas 145 referências e às agências são feitas 118 referências. Conforme Grobet (2000), nas interações dialogais, são pouco frequentes marcas linguísticas remetendo aos interlocutores. Segundo a autora, isso se explica exatamente pelo alto grau de acessibilidade dos participantes da interação, que constituem informação dada ou conhecida. Embora as cartilhas sejam discursos monológicos, porque assumidas por um único locutor (a agência) (Cunha, 2016), o alto grau de acessibilidade dos interlocutores ajuda a entender por que a agência é aquela a que menos se

faz referência nas cartilhas. Nas páginas iniciais e finais de todas as cartilhas do *corpus*, as agências ganham grande destaque, para o que contribui, inclusive, a presença da logomarca dessas instituições. Essa presença colabora para fazer com que a informação sobre quem é o responsável pelo que se diz nas cartilhas exiba um grau de acessibilidade elevado durante a leitura.

Outra explicação para a baixa frequência de menções à agência é o fato de que, como dissemos na discussão da Tabela 2, a agência participa pouco dos processos que subjazem às nominalizações. Assim, se os ‘protagonistas’ das cartilhas são o leitor e a empresa, é de se esperar que, nas cartilhas, haja poucas menções às próprias agências. Quanto ao efeito provocado nas cartilhas, a não expressão da agência faz parecer que os processos codificados nas nominalizações (‘extravio, atraso, cancelamento, reclamação, compra, embarque’ etc.), por serem apresentados como ‘coisas’, devem ser aceitos pelo leitor, sem margem para contestação ou negociação.

Conforme expusemos no item 2, são diversas as motivações para a (não)expressão dos argumentos da valência nominal. Como revelam as cartilhas, motivam a (não)expressão dos argumentos (a) fatores discursivos, relativos ao fluxo informacional do texto; (b) fatores ligados ao conhecimento de mundo dos interlocutores; (c) fatores associados ao conhecimento de curto prazo disponível na interação, recuperado pragmaticamente pelo contexto comunicativo imediato (Camacho, 2007; 2009). Assim, argumentos facilmente recuperáveis (já conhecidos ou dados) não costumam ser expressos.

Porém, o grau de acessibilidade dos argumentos da nominalização não explica por que, nas cartilhas, são feitas mais referências ao leitor do que às empresas. Sendo o leitor uma informação mais acessível do que as empresas, por ser ele um dos interlocutores, o esperado seria que as menções às empresas (‘postos de gasolina, farmácias, companhias/empresas aéreas, empresas de transporte rodoviário, comerciantes’ etc.) fossem em maior número. Mas, como exposto, não é o que ocorre. Mesmo exibindo elevado grau de acessibilidade, o leitor, como mostrado em excertos anteriores, é referido com grande frequência e de várias formas. Em 266 ocasiões, o leitor é referido por meio de um paradigma variado de pronomes (você, eu, seu, sua, ele) e substantivos (‘consumidor, gestante, comprador, viajante, cliente, passageiro, pessoas portadoras de deficiência física, pessoa’ etc.). E vale notar que, nessa contagem, não estão incluídos os verbos no imperativo, que são em número bastante elevado.

Essas evidências revelam que a explicação para a intensa menção ao leitor nas cartilhas não está no grau de acessibilidade desse participante. Do nosso ponto de vista, consideramos que essa explicação deve ser buscada no próprio gênero cartilha e em suas condições de produção. Como exposto no item 1, com as cartilhas, as agências, mais do que informar determinações elaboradas em outras esferas do poder público, impõem a realização de condutas ou a mudança de hábitos. Desse modo, as cartilhas são um instrumento explícito de poder com que o Estado tenta exercer um controle sobre a população, definindo como o leitor deve agir em determinados locais públicos. Sendo assim, a referência constante ao leitor parece constituir uma estratégia para fazê-lo compreender que as determinações expressas não apenas são válidas no momento em que lê a cartilha, como também não são passíveis de contestação ou de negociação. Essa referência constante contribui, assim, para a produção de um discurso altamente injuntivo, em que ao leitor cabe (somente) se submeter às prescrições da agência.

O grau de acessibilidade dos argumentos da nominalização também não explica por que, dos três participantes considerados, a empresa não é aquele ao qual se fazem mais referências. Como exposto, sendo as empresas uma informação menos acessível do que o leitor, o esperado seria que as menções às empresas fossem em maior número. Mas, em muitos casos, apenas por inferência baseada em conhecimento de mundo é possível entender que a empresa é um dos participantes do processo que subjaz à nominalização, como neste trecho:

(14) Desde 2002, não há qualquer tipo de 'tabelamento'^[agência tabela preços/valores], 'valores máximos ou mínimos', nem 'autorização'^[agência autoriza reajuste] prévia 'da ANP' para 'reajustes'^[empresa reajusta preço]. Para orientar 'sua' 'compra'^[consumidor compra combustível], consulte a 'pesquisa'^[agência pesquisa preços] semanal de preços 'da ANP' na internet (www.anp.gov.br/precos), também disponível em celular (www.anp.gov.br/mpreco) (ANP1, 2014, p. 4, grifo nosso).

Do início da cartilha até esse trecho, não é feita nenhuma menção às empresas (postos) que comercializam combustíveis e que, segundo o trecho, estão livres para fazer reajustes de preços de combustíveis. É só por inferência que podemos compreender que o argumento externo da nominalização 'reajustes' são as empresas, já que são elas que reajustam preços. Mas tanto a agência quanto o leitor são explicitamente mencionados. A ANP é mencionada no interior de dois SN em que ocorrem nominalizações ('autorização' prévia da ANP; a 'pesquisa' semanal de preços da ANP). O

leitor é também mencionado no interior de um SN por meio do pronome 'sua' (sua 'compra').

A análise do trecho (14) permite levantar uma hipótese para compreender por que, de modo geral, as cartilhas fazem pouca referência às empresas. No trecho, a ANP informa que não exerce qualquer tipo de restrição ou controle sobre os preços do combustível comercializado nos postos de gasolina e que, dessa forma, os postos estão liberados para reajustar os preços. O uso da nominalização e a ausência de referência explícita aos postos contribuem para ocultar o agente que pode, sem qualquer coerção de um órgão fiscalizador e em detrimento do consumidor, reajustar preços. Como verificado no item 1, a criação das agências reguladoras fez parte de uma Reforma do Estado que teve como uma de suas finalidades o fortalecimento do mercado. Assim, não surpreende que, numa cartilha voltada para o consumidor de combustíveis, a expressão de um processo que beneficia o mercado e prejudica o consumidor seja feita por meio de uma nominalização acompanhada do apagamento do argumento 'postos de gasolina'.

Desse modo, verifica-se que aspectos sociais e históricos mais amplos também impactam o uso da nominalização e a escolha por expressar ou omitir seus argumentos (Fairclough, 1989). Sustenta essa hipótese o fato de que, quando na mesma cartilha a agência informa uma obrigação a que a empresa deve se submeter, a agência faz menção explícita a ela, como neste trecho, em que há cinco referências às empresas que distribuem e comercializam combustíveis:

(15) O 'posto' deve informar claramente de onde vêm 'seus' produtos. Os 'postos de bandeira branca' (sem distribuidora exclusiva) têm que informar - em cada bomba - qual 'distribuidora' forneceu o combustível. Quando a gasolina, o etanol ou o diesel forem aditivados, o 'posto' deve expor claramente essa 'informação'^[empresa informa origem do produto] na bomba de combustível (ANP1, 2014, p. 5, grifo nosso).

Os resultados da etapa final da pesquisa revelam que, nas cartilhas, são de diferentes ordens os fatores que levam à expressão e ao apagamento dos argumentos da nominalização. De um lado, as poucas referências explícitas às agências parecem se dever ao seu papel de instância de produção do discurso e à autorreferência que sempre fazem no início e no final de todas as cartilhas. De outro lado, o leitor é bastante referido nas cartilhas, sendo mais referido do que as empresas, o que se explica, sobretudo, pela finalidade das agências de evidenciar que ao leitor cabe a aceitação dos processos (nominalizados ou não) expressos nas cartilhas e

pelos interesses que subjazem à criação e ao funcionamento das agências reguladoras.

Considerações finais

Neste trabalho, estudamos as nominalizações deverbais empregadas em cartilhas produzidas por agências reguladoras do Estado. Partindo da hipótese de que o uso das nominalizações sofre o impacto das condições de produção do discurso, descrevemos e explicamos seu significado do ponto de vista discursivo-pragmático. Ao final do percurso de análise seguido, foi possível constatar que as nominalizações constituem um dos recursos com que as agências buscam alcançar a finalidade de impor ao leitor a aceitação de pressupostos não-negociáveis. Mais especificamente, algumas constatações importantes a que chegamos foram:

- a estrutura argumental da maior parte dos verbos de que resultam as nominalizações é preenchida principalmente por dois actantes, que são o próprio leitor da cartilha e as empresas prestadoras de serviços à população. Esse resultado se explica pelo fato de que, nas cartilhas, a agência assume a postura de um órgão controlador da conduta da população e das empresas, bem como da forma como esses actantes se relacionam;

- a expressão e o apagamento dos argumentos das nominalizações se devem a fatores textuais e pragmáticos, tais como o fluxo informacional do texto, o conhecimento de mundo dos interlocutores e o conhecimento de curto prazo disponível na interação. No entanto, nas cartilhas, a expressão e o apagamento dos argumentos se devem ainda a aspectos sociais e históricos mais amplos, ligados à própria finalidade do gênero 'cartilha' e aos interesses das instituições (as agências reguladoras do Estado) responsáveis por sua produção.

- as instâncias de metáforas gramaticais, presentes nas nominalizações analisadas, representaram uma estratégia de redefinição das relações entre 'sentido' e 'codificação', operadas na gramática da língua. Nesses casos, um deverbal passou a codificar um acontecimento. Isso envolveu, no caso dos exemplos aqui discutidos, uma relação lógica de causa e efeito, ligada aos actantes dos eventos verbais em foco e legitimada pelo papel oficial das agências reguladoras frente a seu público.

Tendo em vista os resultados alcançados, consideramos que este trabalho constitui uma contribuição relevante para a compreensão do papel que a nominalização deverbal presente em um gênero de discurso oficial, a cartilha, pode exercer na produção de efeitos de autoridade e de não-negociação de pressupostos pelo leitor.

References

- Agência Nacional de Aviação Civil [ANAC1]. (2014). *Atraso e Cancelamento de Voo e Preterição de Embarque* [Cartilha]. Brasília, DF: Assessoria de Comunicação Social (ASCOM). Recuperado em mar. 2014 de http://www.anac.gov.br/publicacoes/dicas_anac_atrasos_e_cancelamentos_web.pdf.
- Agência Nacional de Aviação Civil [ANAC2]. (2014). *Acessibilidade* [Cartilha]. Brasília, DF: Assessoria de Comunicação Social (ASCOM). Recuperado em mar. 2014 de <http://www.anac.gov.br/publicacoes/gdap>
- Agência Nacional de Telecomunicações [ANATEL1]. (2014). *Telefonia fixa* [Cartilha]. Brasília, DF: Ministério das Comunicações. Recuperado em mar. 2014 de http://www.anatel.gov.br/Portal/verificaDocumentos/documentoVersionado.asp?numeroPublicacao=121754&documentoPath=telefonia_fixa/stfc/cartilha/cartilhatelefoniafixarpfinal.pdf&Pub=&URL=/Portal/verificaDocumentos/documento.asp.
- Agência Nacional de Telecomunicações [ANATEL2]. (2007). *Acessibilidade: a Anatel trabalha em benefício da inclusão* [Cartilha]. Brasília, DF: Ministério das Comunicações. Recuperado em mar. 2014 de <http://www.anatel.gov.br/Portal/verificaDocumentos/documentoVersionado.asp?numeroPublicacao=297016&documentoPath=297016.pdf&Pub=&URL=/Portal/verificaDocumentos/documento.asp>
- Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis [ANP1]. (2014). *Combustíveis líquidos: gasolina, etanol e diesel* [Cartilha]. Brasília, DF: Ministério de Minas e Energia. Recuperado em mar. 2014 de <http://www.anp.gov.br/wwwanp/publicacoes/cartilhas-e-guias/2410-combustiveis-liquidos-10-orientacoes-para-garantir-seus-direitos-ao-abastecer>
- Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis [ANP2]. (2014). *Gás de botijão, GLP: 10 orientações para garantir seus direitos e sua segurança* [Cartilha]. Brasília, DF: Ministério de Minas e Energia. Recuperado em mar. 2014 de <http://www.anp.gov.br/wwwanp/publicacoes/cartilhas-e-guias/2410-combustiveis-liquidos-10-orientacoes-para-garantir-seus-direitos-ao-abastecer>
- Agência Nacional de Transportes Terrestres [ANTT1]. (2014). *Cartilha do Idoso: direitos e deveres no transporte rodoviário interestadual de passageiros* [Cartilha]. Brasília, DF: Ministério dos Transportes. Recuperado em mar. 2014 de <http://www.antt.gov.br/textogeral/Cartilhas.html>
- Agência Nacional de Transportes Terrestres [ANTT2]. (2014). *Passageiro, conheça seus Direitos e Deveres* [Cartilha]. Brasília, DF: Ministério dos Transportes. Recuperado em mar. 2014 de http://www.antt.gov.br/backend/galeria/arquivos/cartilha_direitos_e_deveres_2015.pdf
- Agência Nacional de Vigilância Sanitária [ANVISA1]. (2014). *Guia de bolso da Saúde do Viajante* [Cartilha]. Brasília, DF: Ministério da Saúde. Recuperado em mar. 2014 de https://sispafra.anvisa.gov.br/sispaf/pdf/Guia_de_Saude_do_viajante.pdf

- Agência Nacional de Vigilância Sanitária [ANVISA2]. (2008). *O que vale a pena saber sobre a propaganda e o uso de medicamentos* [Cartilha]. Brasília, DF: Centro de Criação de Imagem Popular. Recuperado em mar. 2014 de http://www.anvisa.gov.br/propaganda/educacao_saude/cartilha_campanha.pdf
- Alexandrino, M. (2011). *Resumo de direito administrativo descomplicado*. Rio de Janeiro, RJ: Forense.
- Basílio, M. (2006). *Formação de classes de palavras no português do Brasil*. São Paulo, SP: Contexto.
- Bakhtin, M., & Volochínov, V. N. (1986). *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo, SP: Hucitec.
- Barroso, L. R. (2002). Agências reguladoras. Constituição, transformações do estado e legitimidade democrática. *Revista de Direito Administrativo*, 229, 285-311.
- Bresser-Pereira, L. C. (1997). *A reforma do estado dos anos 90: lógica e mecanismos de controle*. Brasília, DF: Ministério da Administração Federal e Reforma do Estado.
- Bronckart, J. P. (2007). *Atividade de linguagem textos e discursos: por um interacionismo sócio-discursivo*. São Paulo, SP: EDUC.
- Camacho, R. G. (2007). Valência do nome deverbal e nominalidade prototípica. *DELTA*, 23(2), 321-337.
- Camacho, R. G. (2009). *O papel da nominalização no continuum categorial*. (Tese de Livre-Docência). Universidade Estadual Paulista, São José do Rio Preto.
- Cunha, G. X. (2016). A construção de imagens de si no discurso organizacional. In M. M. Tomazi, L. H. P. Rocha, & J. C. Pompeu. (Orgs.), *Estudos discursivos em diferentes perspectivas: mídia, sociedade e direito* (p. 111-126). São Paulo, SP: Terracota Editora.
- Cunha, G. X. (2016a). Análise de uma cartilha institucional em uma abordagem modular da complexidade do discurso. *Revista do GEL*, 13(1), 31-55.
- Dasso Jr., A. E. (2006). *Reforma do estado com participação cidadã? Déficit democrático das agências reguladoras brasileiras*. (Tese de Doutorado). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.
- Fairclough, N. (1989). *Language and power*. London, UK: Longman.
- Givón, T. (2001). *Syntax: an introduction* (Vol. 1). Philadelphia, PA: John Benjamins Publishing.
- Grobet, A. (2000). *L'identification des topiques dans les dialogues*. (Tese de Doutorado). Universidade de Genebra, Genebra.
- Halliday, M. A. K. (2002). *The collected works of MAK halliday*. New York, NY: Continuum.
- Halliday, M., & Matthiessen C. M. I. M. (2004). *Introducing functional grammar*. New York, NY: Edward Arnold.
- Hopper, P., & Thompson, S. (1984). The discourse basis for lexical categories in universal grammar. *Language*, 60(4), 703-752.
- Marcuschi, L. A. (2005). O papel da atividade discursiva no exercício do controle social. *Cadernos de Linguagem e Sociedade*, 7(1), 7-33.
- Mozdzinski, L. P. (2006). *A cartilha jurídica: aspectos sócio-históricos, discursivos e multimodais*. (Dissertação de Mestrado). Universidade Federal de Pernambuco, Recife.
- Neves, M. H. M. (2002). Estudo da estrutura argumental dos nomes. In M. Kato (Org.). *Gramática do português falado* (p. 121-160). São Paulo, SP: Editora Unicamp.
- Pacheco, R. S. (2006). Regulação no Brasil: desenho das agências e formas de controle. *Revista de Administração Pública*, 40(4), 523-543.
- Rocha, L. C. (2003). *Estruturas morfológicas do português*. Belo Horizonte, MG: Editora UFMG.
- Santana, L. (2005). *A expressão da estrutura argumental dos nomes derivados*. (Dissertação de Mestrado). Universidade Estadual Paulista, São José do Rio Preto.
- Thompson, G. (2013). *Introducing functional grammar*. Londres, UK: Routledge.

Received on November 17, 2016.

Accepted on February 6, 2017.

License information: This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.