

## Negócio como nome geral no falar de Minas Gerais\*

---

**EVA DOS REIS ARAÚJO BARBOSA**

*Graduanda em Letras pela UFMG.*

*e-mail: eva.letrasufmg@hotmail.com*

**FERNANDA JÚNIA APARECIDA TEIXEIRA DA CONCEIÇÃO**

*Graduanda em Letras pela UFMG.*

*e-mail: fernandajat@hotmail.com*

**GIOVANNA CRISTINA RODRIGUES ALVES RAFAEL**

*Graduanda em Letras pela UFMG.*

*e-mail: gigi.giovanna@hotmail.com;*

**JÉSSICA NAYRA SAYÃO DE PAULA**

*Graduanda em Letras pela UFMG.*

*e-mail: jessicanayra@yahoo.com.br*

**Resumo:** O presente artigo tem por objetivo analisar a frequência do substantivo *negócio* como nome geral na fala dos habitantes de seis cidades mineiras. Esse objetivo é fundamentado pela nossa hipótese de que o nome genérico já fosse mais utilizado do que o nome etimológico pelos mineiros no início do século XXI. O corpus utilizado foi coletado do Projeto Mineirês, da Faculdade de Letras da UFMG, e engloba 45 entrevistas transcritas diretamente da oralidade. Tomamos como base os parâmetros de Hopper (1991), que aborda casos recentes de gramaticalização. Os dados mostraram que a forma gramatical de *negócio* foi mais utilizada do que a forma lexical, mas que a frequência de uso desse item ainda é baixa, se analisado o número total de palavras utilizadas pelos informantes em suas entrevistas. Os resultados obtidos ainda são parciais, por envolverem dados estatísticos. Posteriormente, desenvolveremos essa parte da pesquisa.

**Palavras-chave:** gramaticalização; parâmetro de Hopper; *negócio*; nome geral; referência.

**Abstract:** This article aims to analyze the frequency of the noun *negócio* as a general noun in the speaking of the inhabitants of six cities of Minas Gerais, Brazil. This goal is motivated by our hypothesis that the generic noun was already used more than the etymological noun by people from this state in the early twenty-first century. The corpus used was collected from Mineirês Project, of Faculdade de Letras of UFMG, and includes 45 interviews transcribed directly from oral tradition. We have based on the parameters of Hopper (1991), who discusses about recent cases of grammaticalization. The data showed that the grammatical form of *negócio* has been more used than the lexical form, but the frequency of use of this item is still low, if considered the total number of words used by informants in their interviews.

---

\* Trabalho sob a orientação da Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Sueli Maria Coelho (UFMG).

The results are still partial, because they involve statistics. Later on we will develop this part of the research.

**Keywords:** grammaticalization; Hopper parameter; “negócio”; general noun; referral.

---

## 1. Introdução

Alguns substantivos na língua portuguesa passam por um processo de abstração que permite a tais nomes atuarem com uma maior possibilidade de referencialização no mundo. Essa categoria é chamada de *nomes gerais*, e tem *coisa* como seu representante mais significativo:

**Coisa, coisa** *sf.* **‘aquilo que existe ou pode existir’** [grifos nossos] ‘objeto inanimado’ | coisa XIII, coussa XIII, coysa XVI | Do lat. *causa*. (CUNHA, 2010. p. 160)

Além de *coisa*, nome genérico por excelência, há outros substantivos que exercem a função de nomes gerais. No estado de Minas Gerais, por exemplo, a palavra *trem* traz consigo essa capacidade de referencialização mais abrangente e, assim como *trem*, outros nomes – alguns em nível nacional, outros não – atuam como generalizadores, tais como *treco*, *troço* e *negócio*. Trataremos da ocorrência desse último no falar dos mineiros.

Para o estudo, selecionamos 45 entrevistas do total disponibilizado pelo projeto Mineirês, da Faculdade de Letras da UFMG. Esse projeto, coordenado pela professora Jânia Martins Ramos, traz, ao todo, 93 entrevistas transcritas da oralidade dos habitantes de Belo Horizonte, Arceburgo, Piranga, São João da Ponte, Mariana e Ouro Preto, feitas nos anos iniciais do século XXI. As entrevistas selecionadas para a análise são compostas de 24 falas femininas e de 21 masculinas. A faixa etária dos informantes varia de 5 a 80 anos e a escolaridade engloba os três períodos de educação existentes no Brasil (fundamental, médio e superior), completos ou não, mais os analfabetos. Os informantes residem tanto no meio urbano quanto rural.

Quanto aos critérios de análise, adotamos a ideia de que *negócio* e suas variantes (*negoço*, *negós* e *negó*), quando usadas em contextos de nomes genéricos, são apenas variações fonéticas. Isso não ocorre quando *negócio* é usado em seu sentido etimológico, o que já poderia indicar uma perda semântica sofrida pelas formas variantes. Não descartamos a influência do uso dialetal do item em questão. O dialeto mineiro, por exemplo, é conhecido pelos falantes de outros estados por “engolir” as sílabas das palavras (*dibadacama* – debaixo da cama; *dendapia* – dentro da pia; *mastumate* – massa de tomate), podendo ser *negó* apenas mais um desse fenômeno. No entanto, reiteramos que as formas variantes já apresentam restrição semântica, podendo ser esta uma forte motivadora da redução fonológica e consequente gramaticalização de *negócio*. Para ilustrar essa afirmação, criamos os exemplos abaixo:

- (1) Ele fechou um **negócio** importante para a empresa ontem.

- (2) Ele fechou um **negócio/negó[s]/negó** importante para a empresa ontem.
- (3) As **negociações** não foram bem-sucedidas.
- (4) As **negoções** não foram bem-sucedidas.
- (5) João **negociou** a venda do seu celular.
- (6) João **negoçou** a venda do seu celular.

Nesses pares de sentenças, as variantes de *negócio* não fazem referência ao sentido etimológico desse item (transações comerciais), mesmo estando em contextos que exigem essa referência específica. Já em contextos generalizadores, isso não acontece, ao contrário, todos os itens possuem a mesma referência:

- (1) Maria, cadê o **negócio** que sua prima te deu?
- (2) Maria, cadê o **negóço** que sua prima te deu?
- (3) Maria, cadê o **negó[s]** que sua prima te deu?
- (4) Maria, cadê o **negó** que sua prima te deu?

Nesse conjunto de orações, todas as formas em negrito apresentam o mesmo nível de abstração. Portanto, pelo contexto do enunciado, todas elas possuem o mesmo referente no mundo.

Conforme os principais pressupostos da gramaticalização e dos nomes gerais, analisaremos a frequência do substantivo *negócio* no falar mineiro em suas duas possibilidades de aplicação. Pretendemos, com isso, avaliar brevemente o *status* da gramaticalização desse item e fornecer, aos estudos sobre variação linguística, dados do estado de Minas Gerais referentes aos anos iniciais do século XXI. Nossa hipótese é de que tal nome já era bastante utilizado (mais como generalizador do que no seu sentido etimológico) pelos falantes mineiros no início dos anos 2000, e a frequência do uso, juntamente com a especialização, a perda semântico-fonológica e outros critérios, é um dos pré-requisitos para a gramaticalização de um item (cf. BYBEE, 2003; BYBEE & HOPPER, 2011, *apud* GONÇALVES et al., 2007).

## 2. Referencial teórico

### 2.1. Gramaticalização: alguns conceitos<sup>1</sup>

No início do século XX, o linguista francês Antoine Meillet divulgou os primeiros conceitos sobre o fenômeno da gramaticalização, o qual, para ele, se refere à “passagem de uma palavra autônoma à função de elemento gramatical” (1912, p. 131).

---

<sup>1</sup> As referências sobre os trabalhos de Meillet (1912), Hopper (1991) e Lehmann (1995 [1982]) encontram-se nos capítulos 1 e 2 de GONÇALVES, S. C. L.; LIMA-HERNANDES, M. C.; CASSEB-GALVÃO, V. C., 2007.

Gonçalves et al. (2007), de maneira explicativa, acrescentam ao conceito de Meillet que, numa formulação mais restrita, a gramaticalização poderia ser definida como um processo por meio do qual alguns elementos lexicais se desenvolvem e se tornam gramaticais e, se os elementos já forem gramaticais, passam a mais gramaticais ainda, apresentando-se mais previsíveis quanto ao seu uso.

Desde então, ao longo dos anos, com a concepção clássica de gramaticalização proposta por Meillet (1912), os estudos sobre esse fenômeno linguístico adotaram tanto a concepção sincrônica quanto a diacrônica em suas metodologias, sendo a última forma a mais tradicional nas pesquisas. Essa perspectiva, também conhecida como histórica, se configura como a mais tradicional, porque os resultados da passagem de *item lexical* > *item gramatical* ou *- gramatical* > *+ gramatical* são mais visíveis se analisados em um período de tempo mais longo.

Gonçalves et al. (2007) explicam que a pesquisa é *diacrônica* se a preocupação do estudo estiver voltada para a explicação de como as formas gramaticais surgem e se desenvolvem na língua. Quando ela é *sincrônica*, a preocupação está voltada para a identificação de graus de gramaticalidade que uma forma linguística desenvolve a partir dos deslizamentos funcionais sofridos por ela devido ao uso da língua (enfoque discursivo-pragmático). A perspectiva *pancrônica*, que é a junção das duas anteriores, é também uma possibilidade de análise, de acordo com os autores.

Lehmann (1995 [1982]) e Hopper (1991) são alguns dos estudiosos que adotam, cada um, a diacronia e a sincronia, respectivamente, em seus estudos. Apoiando-se na perspectiva histórica, o primeiro propõe um instrumental de análise para processos de gramaticalização mais antigos, como é o caso de *vossa mercê* no português. Já o segundo utiliza a sincronia para embasar seus parâmetros de análise, uma vez que, diferentemente de Lehmann (1995 [1982]), seus estudos se voltam para processos emergentes de gramaticalização. Omena e Braga afirmam que os instrumentais de Lehmann (1995 [1982]) e Hopper (1991) recortam objetos distintos devido à especificidade de cada proposta, e isso dificulta a aplicação “sistemática e consistente a um mesmo fenômeno de gramaticalização” (OMENA & BRAGA, 1996; apud GONÇALVES et al., 2007, p. 68).

Na pesquisa aqui feita, a perspectiva de Hopper (1991) é a que melhor se aplica, pois a passagem da palavra *negócio* de nome a nome geral é relativamente recente se comparada a outros processos de gramaticalização. Para Gonçalves e Carvalho (2007, p. 79), o artigo de Hopper (1991) vem a ser um “guia empírico para tendências de gramaticalização, apreensíveis na língua em uso”, e essas tendências de gramaticalização podem ser observadas no item objeto da análise a qual nos propomos a fazer.

Hopper (1991; apud GONÇALVES; CARVALHO, 2007, p.79-85) indica alguns parâmetros que devem ser observados nos fenômenos de gramaticalização que se adequam à sua proposta. Eles são a *estratificação*, a *divergência*, a *especialização*, a *persistência* e a *descategorização*. Abaixo, de forma sucinta, descrevemos cada um desses parâmetros:

PARÂMETRO	DESCRIÇÃO
Estratificação (layering)	Em um domínio funcional amplo, novas “camadas” estão sempre emergindo e coexistindo com as antigas. Isso acontece porque a suplantação da forma antiga não é imediata.
Divergência	A unidade lexical que dá origem ao processo de gramaticalização pode manter suas propriedades originais. Poderia ser interpretada como um caso especial de estratificação.
Especialização	Estreitamento da escolha de formas pertencentes a um mesmo domínio. Uma consequência é o aumento na frequência do uso da forma mais adiantada no processo de gramaticalização.
Persistência	Prevê a manutenção de alguns traços semânticos da forma-fonte na forma gramaticalizada, o que pode ocasionar restrições sintáticas para o uso dessa forma.
Descategorização	Remete à perda, por parte da forma em processo de gramaticalização, dos marcadores opcionais de categorialidade e de autonomia discursiva. Em outras palavras, a forma em gramaticalização tende a perder ou a neutralizar as marcas morfológicas e os privilégios sintáticos que caracterizam as formas plenas (nomes e verbos), podendo chegar a zero.

Tomaremos como base nessa pesquisa somente os três primeiros parâmetros. A persistência requer um estudo mais aprofundado para verificar sua ocorrência. Consideramos também que ainda não ocorreu o processo de descategorização da forma analisada.

## 2.2. Nomes genéricos

Quando se trata de nomes gerais, podemos referir à conceituação dada por Halliday e Hasan (1976, p. 274), os quais os definem como um caso limítrofe entre um item lexical (caracterizado por pertencer a classes abertas de palavras, lexemas concretos que se inserem em um sistema aberto) e um item gramatical (signos lingüísticos “vazios”, lexemas abstratos, palavras acessórias que pertencem a um sistema fechado) como são considerados *coisa*, *trem* e *negócio*.

A classe dos nomes gerais consiste em nomes que possuem função generalizadora, uma vez que não fazem referência a determinadas propriedades de um item com a finalidade de predicá-los (nesse sentido, predicar não consiste em atribuir propriedades, mas corroborar que uma ou várias coisas são referidas por um determinado nome) (MILL, 1973). Por meio dessas características, podemos dizer que, geralmente, tais itens são utilizados para se referir a seres animados, inanimados, sentimentos, etc, pois o processo de gramaticalização que ocasionou a perda de referenciação dos itens fez com que seus significados se tornassem genéricos, podendo ser aplicados em vários contex-

tos. O fato de ter um significado geral fez com que o item genérico fosse frequentemente interpretado apenas pela referência a algum outro elemento, podendo este ser diferente de seu sentido literal, como ocorre em *negócio*, nosso objeto de estudo:

- (1) Faço **negócio (transação comercial)** diretamente com o proprietário.
- (2) Por favor, pegue esse **negócio (objeto)** para mim.

Os exemplos acima mostram claramente uma mesma palavra com significados e contextos distintos. Na primeira frase, a palavra *negócio* se trata de um item lexical, pelo fato de manter seu sentido etimológico. Já na segunda frase temos a mesma palavra, porém gramaticalizada, o que se evidencia pelo seu esvaimento semântico que resulta na perda de referencialidade, tornando-se o que se chamamos de *nome genérico*.

Segundo Halliday e Hasan (1976, p. 275), podemos ver o *status* dos nomes gerais pelas perspectivas lexical e gramatical. A primeira perspectiva considera-os como membros superordenados – nomes que podem ser usados para representar uma classe inteira ou categoria de coisas – de um maior sistema lexical. Já a segunda perspectiva demonstra que os nomes gerais fazem parte de uma classe fechada, devido à transferência do sentido literal para um sentido figurado, promovendo a transição de seu sentido mais concreto para um sentido mais abstrato.

Geralmente, os nomes gerais podem estar acompanhados de um determinante, podendo ser ele um artigo definido ou indefinido, pronomes possessivos ou demonstrativos, os quais podem conferir aos substantivos um grau de referenciação acentuado ou não dentro de um determinado contexto de atuação do item. A utilização de pronomes ou artigos junto com os nomes gerais pode atuar de forma anafórica, na tentativa de retomar algo anteriormente citado, ou de forma catafórica, com a finalidade apresentar um elemento no discurso do falante:

- (1) É **esse negócio** aqui, olha. (*Negócio* acompanhado por um pronome demonstrativo dêitico / + específico / referenciação acentuada)
- (2) Lembra **daquele negócio** que te falei? (*Daquele* – termo anafórico que pode retomar um assunto anteriormente falado entre duas ou mais pessoas / - específico / referenciação menos acentuada)
- (3) **O negócio** é o seguinte: vamos ter que agilizar nosso trabalho. (Nesse contexto, *negócio* é um elemento catafórico, pois apresenta o assunto que será tratado.)
- (4) Tem **um negócio** que preciso te falar. (Catáfora)
- (5) Não mexe nos **meus negócios**, por favor. (*Negócio* acompanhado de um pronome possessivo. É mais específico, pois limita o possuidor - *meus*, não *seus* ou *deles* -, mas é menos específico porque o interlocutor pode possuir várias coisas, vários *negócios*.)

É importante ressaltar que, quando se trata de um estudo sobre nomes gerais, não basta apenas darmos a conceituação, mas também focalizarmos que é necessário estabelecer uma ligação entre anáfora, referenciação e fatores extralinguísticos. Tais considerações são importantes a serem feitas, pois o processo de abstração desencade-

ou um processo de gramaticalização, de modo que isso refletiu em sua limitação de referência a outros elementos.

### 2.3. O nome geral *negócio*

De acordo com o dicionário etimológico de Cunha (2010, p. 448), a palavra *negócio* significa “*sm.* ‘comércio, transação, ajuste’ | XIII, *anegócio* XIII | Do lat. *negōtĭum* –*ĩ*”. Já o dicionário Houaiss da Língua Portuguesa, além do significado etimológico, traz um sema ligado à informalidade:

*Negócio: sm.* 1- *Trato mercantil, comércio.* 2- *loja, empresa, casa comercial.* 3- *assunto, interesse (empresarial, financeiro, de caráter pessoal etc.)* 4 - *acordo, transação, relação, trato (comercial, profissional, de amizade etc.).* 5 - *empreendimento (ger. vantajoso)* **6 - Regionalismo: Brasil.**  
**Uso: informal. algo de que não se sabe ou não se lembra o nome; alguma coisa** [grifos nossos] (*Dicionário eletrônico Houaiss da Língua Portuguesa*)

Podemos perceber que essa palavra está intimamente relacionada ao mundo capitalista, por se referir primeiramente ao tipo de trabalho desenvolvido por empresários e investidores. Por isso, esse modo de trabalho é também conhecido como “mundo dos negócios”. No entanto, o processo de abstração pelo qual esse item lexical pode vir passando o fez atingir uma maior referência no mundo, não se remetendo somente ao modo de produção capitalista. Nesse caso, tanto *negócio* quanto suas variantes atuam como nomes gerais, sendo as formas variantes específicas do contexto generalizador. Esse último caso seria, portanto, o significado informal trazido pelo dicionário Houaiss.

O processo gramatical de *negócio* não se restringe apenas à sua perda semântica, pois também houve mudanças fonológicas em decorrência do aumento de seu uso, o qual possibilitou o aparecimento de suas variantes. Estas não ocorrem só no aspecto enquanto palavra x significado, mas também no que se refere às suas derivações, dando espaço para admitir conjugações verbais, adjetivação, variações de sua prosódia e de sua grafia, conforme mostrado a seguir:

- 1) Está tudo **negoçado**, viu.  
(*Negoçado*, nesse contexto, atua como um adjetivo.)
- 2) Tem dias que estou meio **negoçado**.  
(Podemos concluir que *negoçado*, nesse contexto, também se trata de um adjetivo.)
- 3) Esse **negoço** está **negoçando**.  
(Nessa frase, temos uma variante de *negócio*: *negoço*. E, como *negoço* foi verbalizado, assumiu a forma de gerúndio.)
- 4) O **negócio** **negoçou** tudo errado.  
(Nessa frase, temos uma forma verbal empregada no pretérito perfeito, além do próprio substantivo.)

Com base nesses exemplos, podemos dizer que as variantes de *negócio*, como um item gramatical, não têm relação alguma com o seu sentido etimológico, uma vez

que suas variantes têm relação apenas com o seu significado geral. Podemos dizer, então, que o ato de *negociar* se distingue do ato de *negoçar*, *negociando* é diferente de *negoçando*, e assim por diante. *Negociar* consiste no ato de estabelecer relações comerciais, enquanto *negoçar*, não se sabe ao certo até que esteja inserido em um contexto, podemos inferir para tentar desvendar o seu significado. *Negociar*, *negociando* e *negociado* exprimem os significados de sua forma plena, a palavra *negócio* quando exerce sua função de item lexical. Já *negoçar*, *negoçando* e *negoçado* exprimem os vários significados de *negócio* como item gramatical, com a perda de sua capacidade de referência no mundo extralinguístico.

Para medir o processo de gramaticalização de *negócio*, podemos nos basear nos valores semânticos, uma vez que ocorreu a transferência de um domínio de conceptualização para outro, promovendo a mudança de um sentido mais concreto para um mais abstrato. Para que o nome genérico *negócio* sofresse o processo de gramaticalização, houve influência de alguns mecanismos, tais como a *inferência* e a *generalização*.

Bybee et al. (1994) explica que a inferência consiste na interpretação que podemos fazer acerca de uma determinada frase, um nome ou uma expressão inserida em um contexto específico. Devido às diversas interpretações que o item *negócio* pode proporcionar, o ouvinte, ao ter contato com esse item, pode se remeter a vários contextos, cabendo a ele eleger um possível significado que possa ter relação com o contexto em que se encontra. Já a generalização, outro mecanismo da gramaticalização que interferiu significativamente no processo de gramaticalização do nome geral que abordamos em nossa pesquisa, consiste na perda de traços específicos de significado, devido à expansão de contextos apropriados para o uso de determinado item gramatical. A frequência de uso pode ser algo relevante nesse mecanismo, pois quanto mais utilizado é o item, maior a probabilidade de haver um desgaste semântico, de modo que se torne mais abstrato semanticamente.

Podemos dizer que a inferência e a generalização são complementares. Enquanto a inferência está ligada à possível interpretação que o item referido pode ter em vários contextos, a generalização se associa à expansão desses contextos para o uso do item, de modo que ambas são consequências da perda de referência do item *negócio*. Ao se tornar um item gramatical, ele teve seus contextos de uso expandidos, devido ao processo de gramaticalização que lhe conferiu também a classificação de nome geral. Com os contextos expandidos para o seu uso, *negócio* pode ser interpretado de várias maneiras, dependendo do foco e do contexto em que é utilizado.

### **2.3.1. Referência e Referência em *negócio***

Conforme afirma Kempson (1980), há um problema do significado com a referência do objeto, da palavra em uso. É um caso que ocorre com a palavra *negócio* em seu processo de gramaticalização, em que sua capacidade de referência é perdida devido ao esvaziamento semântico da palavra. Com isso, podemos afirmar que a relação de nomeação entre a palavra *negócio* e seu objeto não é transparente, passível de referência imediata com seu significado etimológico, uma vez que seu uso mais recorrente não possui um valor semântico definido.

Um das tendências básicas no tratamento da referência é a noção de lingua-



gem como atividade sócio-cognitiva em que a interação, a cultura, a experiência e os aspectos situacionais interferem na determinação referencial. Sabemos que o fator resultante que evidencia o processo de gramaticalização do nome *negócio* consiste na sua perda de referenciação, em que seu significado literal, original, referente às transações e atividades comerciais, passa a assumir cada vez mais um significado mais geral, em que se pode fazer referência a várias coisas. Desse modo, é necessário fazer inferências, colocar em prática os conhecimentos de linguagem para entender o contexto de aplicação de *negócio*. Para isso, temos de entender o que é a referenciação e como ela atua.

De acordo com Mondada (*apud* KOCH, 2010, p. 34), a referenciação não privilegia a relação entre as palavras e as coisas, mas a relação intersubjetiva e social no seio da qual as versões do mundo são publicamente elaboradas, avaliadas em termos de adequação às finalidades práticas e às ações em curso dos enunciadores. Nesse caso, podemos estabelecer uma ligação entre a noção de referência e os contextos de atuação de *negócio*. Para compreender o significado aplicado no contexto que o falante utiliza a palavra, é necessário avaliar as intenções do falante, fazer inferência, entender as possíveis interpretações que o contexto estabelece para poder entender o significado atribuído a *negócio* na enunciação. Observemos o exemplo:

Se o seu negócio for turismo ecológico não perca a oportunidade de visitar o Parque do Itacolomi e também o distrito de Lavras Novas (distante 13 km de Ouro Preto) lá tem muitas cachoeiras bacanas dá pra ir de ônibus, se informe na rodoviária sobre os horários. (Fonte: [guiadoviajante.com.br](http://guiadoviajante.com.br))

Devido aos diversos significados que a palavra *negócio* pode possuir, podemos interpretar seu significado com base no contexto, a fim de atribuir um significado para ela, como tentamos fazer no exemplo acima. Desse modo, podemos interpretar das seguintes maneiras: "Se o seu negócio for turismo..." nos dá a ideia de que a palavra *negócio* tem o significado de área de interesse ou objetivo, e também, pode significar a pretensão do turista de expandir economicamente, sendo *negócio* nesse último contexto equivalente a oportunidades de expansão no mercado financeiro.

Os nomes gerais, como *negócio*, podem exercer funções anafóricas e catafóricas quando associados aos determinantes, pronomes e artigos, conforme foi citado algumas seções atrás. Obviamente, para se chegar a tais interpretações, é preciso que haja inferência, associação de conhecimentos da língua, para que o receptor possa entender o que o falante/enunciador pretende transmitir, não só com a utilização do nome geral, mas também com a maneira que ele pode atuar em um determinado contexto, seja exercendo a sua função de item lexical seja de item gramatical. Observemos os exemplos:

- a) Você lembra daquele **negócio** que te falei?  
("Daquele negócio" age como anáfora de um assunto anteriormente tratado por duas ou mais pessoas.)
- b) **O negócio** é o seguinte: vamos ter que agilizar o trabalho.  
(Nessa frase, a palavra *negócio* está introduzindo um elemento novo no discurso.)

- so.)
- c) Você viu o **negócio** que estava no armário?  
(O artigo definido associado ao nome geral presente na frase se trata de um traço determinante, não se trata de um negócio qualquer, mas do negócio, algo definido, independente se o seu significado está explícito ou não.)

Nesses contextos, o nome *negócio* não tem um referente cotextual antecedente, o que o torna não-correferencial. No entanto, o leitor/ouvinte sabe a que é que esse nome se refere, pois existe uma referência externa que se dá pela interação entre os locutores. A atividade inferencial interpretativa funda-se, aqui, num conjunto de operações relativamente complexas e apresenta algumas características não abarcadas pela análise gramatical. É nesse sentido que os processos de referência, condução tópica e coerência discursiva estão imbricados. Como *negócio* possui um significado abstrato, o qual lhe confere falta de referência, podemos entender que nem sempre o seu processo anafórico está associado à retomada de um item anteriormente citado no discurso. Ele pode ser uma anáfora indireta, em que *negócio* não precisa necessariamente corresponder a um antecedente em seu contexto, pois ele pode inserir novos referentes, cuja interpretação depende da memória cognitiva do falante na língua.

No exemplo citado (c), podemos destacar uma anáfora indireta. A anáfora indireta é, geralmente, constituída por expressões nominais definidas ou por pronomes interpretados referencialmente sem que lhes corresponda um antecedente (ou subsequente) explícito no texto. Podemos entendê-la como uma estratégia endofórica de ativação de referentes novos e não de uma reativação de referentes já conhecidos, o que constitui um processo de referência implícita (MARCUSCHI, 2000, p. 53). Assim, a memória discursiva do leitor/ouvinte será essencial para que ele faça a interpretação de uma expressão referencial anafórica, nominal ou pronominal. O discurso, pois, constrói aquilo a que faz remissão: a representação que opera como uma memória compartilhada, “publicamente” alimentada pelo próprio discurso, sendo os sucessivos estágios dessa representação responsáveis, ao menos em parte, pelas seleções feitas pelos interlocutores, particularmente em se tratando de expressões referenciais.

### 2.3.2. *Os mecanismos da gramaticalização: a metáfora e a metonímia aplicadas a negócio*

Segundo Heine et al. (1991b, p. 150; *apud* GONÇALVES et al., 2007), no processo de gramaticalização, atua um princípio cognitivo em que velhas formas podem ser exploradas com a finalidade de exercer novas funções. Baseando-se nesse princípio, afirma-se que ocorre a mobilização de conceitos mais concretos, com um grau maior de especificação de um item, para a explanação de um fenômeno menos concreto, resultante de um processo de abstratização. A partir de tais conceitos, buscamos aplicá-los ao nome geral abordado nesse trabalho a fim de podermos entender melhor como se dá o seu processo de gramaticalização.

### 2.3.2.1 O mecanismo metafórico aplicado ao nome geral "negócio"

Sabe-se que a metáfora em gramaticalização se difere completamente daquela relacionada à figura de linguagem presente no discurso literário, uma vez que sua função relaciona-se a função gramatical (HEINE et al., 1991; *apud* GONÇALVES et al., 2007). No contexto de funcionamento dos nomes gerais, pode-se qualificá-la como um mecanismo associado à abstratização de significados, em que há movimento de um domínio mais concreto para o mais abstrato, ocasionando um esvaimento semântico do item lexical. Tal processo pode ser aplicado no nome genérico *negócio*, pois ao sofrer o processo de gramaticalização, houve a perda de seu significado etimológico – transação comercial – para adquirir acepções abstratas e mais generalizadoras, conforme é exemplificado abaixo:

- (1) Eu trabalho num **negócio** lucrativo.  
(Nessa frase, a palavra *negócio* emprega o seu sentido etimológico de transação comercial. Seu significado é mais concreto, contendo um maior grau de especificação.)
- (2) Onde está o **negócio** que te pedi, menino?  
(Nesse contexto, podemos perceber que a palavra *negócio* possui um sentido generalizado, em que seu significado tornou-se mais abstrato, tornando-se um item menos específico.)

### 2.3.2.2 O mecanismo metonímico aplicado ao nome geral "negócio"

Outro mecanismo da gramaticalização que pode ser aplicado ao nome geral *negócio* é a metonímia. Esse mecanismo está associado às intenções do falante de acordo com os significados produzidos por fatores contextuais pragmáticos (cf. GONÇALVES et al., 2007). No caso de *negócio*, o processo metonímico se evidencia no momento em que o nome geral é associado a elementos referentes ao domínio gramatical. Esses elementos permitem um tipo de inferência pragmática, a qual se encontra fundamentada no mundo discursivo ligado ao significado da palavra, em que se torna um elemento do contexto criado pelo falante. Com isso, pode-se afirmar que *negócio*, por se tratar de um item que perdeu sua capacidade de referência, permite ser utilizado em vários contextos discursivos, dependendo da intenção comunicativa do falante. Podemos exemplificar o fato da seguinte maneira:

- (1) Eu topo qualquer **negócio**.

Nessa frase, podemos inferir que há dois possíveis significados de serem gerados pela palavra *negócio*. Com isso, dependendo das intenções do falante, podemos analisá-la dessas maneiras: o ato de topar qualquer *negócio* pode estar associado ao sujeito da frase aceitar estabelecer quaisquer relações comerciais, independente se elas podem ou não ser lucrativas. Em seguida, o mesmo nome tem também a possibilidade de atribuir o fato de "topar qualquer *negócio*" a uma interpretação de que o falante aceita qualquer oportunidade oferecida a ele.

### 3. Análises e discussões

Dada a breve revisão bibliográfica acerca da gramaticalização e do nome geral *negócio*, iniciaremos a seção das análises com a apresentação e discussão dos dados coletados.

#### 3.1. Frequência de *negócio* como nome lexical e nome gramatical

O número de vezes que *negócio* apareceu na fala dos habitantes das seis cidades mineiras foi 131, estando aí incluídos tanto o nome geral quanto o nome dotado de referenciação lexical. Esse índice é visivelmente baixo se comparado ao número total de palavras ditas pelos 45 informantes que compõem todo o *corpus* (aproximadamente 140000 palavras). Em taxas percentuais, a baixíssima frequência do item se torna mais evidente: apenas 0,0093% das palavras do *corpus* correspondem a *negócio*.

A frequência do substantivo *negócio* em seu sentido primeiro (de acordo com o dicionário de Cunha, 2010) foi extremamente baixa, considerando-se tanto a ocorrência do próprio item no *corpus* quanto o número de palavras utilizadas pelos falantes. Das 131 ocorrências do item, apenas sete dizem respeito a *negócio* como relações comerciais, sendo três delas as formas verbais derivadas de *negociar*. Esse fato, de certa forma, confirma uma parte de nossa hipótese inicial, na qual acreditávamos que o nome geral seria mais usado do que o nome lexical (124 nomes genéricos - 94,7%, 4 nomes lexicais - 3,1% e 3 formas verbais com sentido lexical - 2,2%).

#### 3.2. Análise das variantes sociolinguísticas dos habitantes

Os fatores extralinguísticos são um quesito importante quando se trata de variação linguística, pois o uso de uma língua está condicionado à situação socioeconômica e histórica de seus usuários. Levando em conta essa importância da situação real de uma sociedade nos estudos sobre variação e mudança linguísticas, fizemos breves considerações a respeito das variantes *sexo*, *faixa etária* e *escolaridade* apresentadas pelos informantes do *corpus* aqui estudado.

##### 3.2.1. Segundo o sexo

As entrevistas coletadas são compostas de 24 falas femininas e de 21 masculinas, conforme mostrado na tabela que se segue:

TABELA 1: DISTRIBUIÇÃO POR SEXO DOS INFORMANTES EM CADA CIDADE							
ENTREVISTAS	BH	ARC	PIR	SJP	MAR	OP	TOTAL
HOMENS	4	3	6	2	4	2	21
MULHERES	6	10	3	1	3	1	24

Fonte: Dados analisados

Mesmo não sendo tão discrepante a diferença na quantidade de informantes de

cada sexo, temos mais mulheres do que homens em nosso *corpus*. No entanto, como a próxima tabela mostrará, o item *negócio* foi mais utilizado pelos entrevistados do sexo masculino:

VARIÁVEIS	BH	SJP	PIR	ARC	MAR	OP	TOTAL
HOMENS	11	13	21	7	19	5	76
MULHERES	11	1	7	25	8	2	54

Fonte: Dados analisados

Pela observação desses dados sobre a variante *sexo*, podemos perceber que os homens fazem maior uso do nome *negócio* em suas duas acepções (lexical e gramatical), o que pode corroborar com as teorias sociolinguísticas que afirmam ser o sexo masculino o primeiro a utilizar as formas variantes.

### 3.2.2 Segundo a faixa etária

Para a análise do critério faixa etária, dividimos o *corpus* em três grupos: pessoas com até 20 anos, entre 21 e 40 anos e acima de 40 anos. No primeiro grupo, há 17 pessoas, no segundo, 18 pessoas e, no terceiro, 10. O quadro abaixo mostra o número de ocorrências de *negócio* em cada faixa etária estudada:

Cidade	Belo Horizonte			Mariana			Ouro Preto			Arceburgo			Piranga			São João da Ponte		
	0-20	21-40	+41	0-20	21-40	+41	0-20	21-40	+41	0-20	21-40	+41	0-20	21-40	+41	0-20	21-40	+41
Falantes	3	5	2	7	0	0	0	3	0	2	5	6	5	4	0	0	1	2
Ocorrências de <i>negócio</i>	6	10	6	28	0	0	0	7	0	6	11	15	20	8	0	0	9	5
Total de pessoas	10			7			3			13			9			3		

Fonte: Dados analisados

A título de equiparação dos dados numéricos, utilizamos a média aritmética simples, considerando *ocorrência média do item negócio por pessoa*. Os cálculos mostraram que a faixa etária até 20 anos foi a que mais usou *negócio* dentre as três faixas que utilizamos como parâmetro de análise (3,5 ocorrências por pessoa). As outras duas faixas etárias mantiveram um índice médio de uso, de certa forma, equivalente (2,5 ocorrências por pessoa na categoria 21-40 anos e 2,6 ocorrências por pessoa na faixa acima de 40 anos). Com isso, percebemos que os jovens tendem a usar mais o item em análise, o que pode ser umas das provas de que a gramaticalização de *negócio* é recente.

### 3.2.3. Segundo a escolaridade

A análise do critério *escolaridade* traz como parâmetros de observação os dois períodos de educação básica (fundamental e médio), o ensino superior e as pessoas

analfabetas. Assim como na subseção imediatamente anterior a esta, fizemos uso da média aritmética simples para equiparar os dados numéricos dessa variante. Abaixo segue a tabela com os resultados:

TABELA 4: MÉDIA DE USO DE <i>NEGÓCIO</i> POR NÍVEL DE ESCOLARIDADE			
VARIÁVEIS	PESSOAS	OCORRÊNCIAS	MÉDIA DE USO
ANALFABETOS	2	12	6 POR PESSOA
FUNDAMENTAL	20	71	3,55 POR PESSOA
MÉDIO	16	32	2 POR PESSOA
SUPERIOR	8	16	2 POR PESSOA

Fonte: Dados analisados

Pela observação dos números dessa tabela, pudemos perceber que quanto mais baixo o nível de escolaridade do informante, mais vezes ele utiliza o nome *negócio* em sua entrevista. Com isso, podemos afirmar que a formação escolar das pessoas influi, de certa forma, na escolha vocabular das mesmas.

Por se tratarem de dados estatísticos, os números apresentados nestas seções das análises precisam ser submetidos a testes de relevância. Portanto, as referências numéricas aqui apresentadas são uma visão parcial dos dados. Daremos início ao procedimento de conferência dos números em uma etapa posterior à apresentação desses primeiros resultados.

### 3.3. Descrição semântica e morfossintática de *negócio* no falar dos mineiros<sup>2</sup>

Por se tratar de um *corpus* da oralidade, a aplicação de conceitos da gramática tradicional nas transcrições da fala fica comprometida, uma vez que certa palavra, quando usada no discurso, pode se configurar com variadas características semânticas e morfossintáticas além das que a gramática da escrita propõe. No entanto, decidimos tentar analisar semântica e morfossintaticamente o item *negócio* na fala dos informantes que compõem esse *corpus*, e conseguimos destacar algumas funções desempenhadas por esse nome geral juntamente com outros itens lexicais e gramaticais.

A função de núcleo do sintagma nominal foi a que mais se desenvolveu durante as falas dos informantes, como em “O **negócio** dele era ficar dentru di casa” (núcleo do sujeito) e “então vamu fazer esse **negoçu**” (núcleo do objeto direto). Houve também, em menor quantidade, ocorrências de *negócio* como parte do adjunto ou do complemento nominal em um NP. Nesse caso, tanto *negócio* em seu sentido primeiro (“diz que ela era muito danada em **negócio**”) quanto *negócio* genérico (“hoje eu vou ver um filme de terror de **negócio**”) atuam nesse contexto sintático.

Quanto à função de sujeito, o item analisado, de certa forma, possui uma característica catafórica em algumas situações. Isso pode ser observado nas construções com

<sup>2</sup> Diferentemente das seções anteriores às análises, em que os exemplos foram retirados de outros *corpora*, como a internet, ou foram por nós criados, todos os exemplos utilizados nesta seção pertencem ao *corpus* analisado nesta pesquisa.

verbos de ligação, nas quais o predicativo do sujeito especifica o que se trata o *negócio* anteriormente citado. Nesse sentido, a catáfora poderia ser atribuída ao item núcleo do sintagma nominal sujeito, já que o significado de *negócio* é “jogado” para o predicativo:

- (1) “Meu **negócio** era conversar”
- (2) “O **negócio** dele era ficar dentru di casa”
- (3) “Ô **negócio** horrível é essa tal de boate”

A catáfora também se faz presente dentro do próprio NP na maior parte dos casos em que sintagmas preposicionados atuam como adjuntos adnominais. Isso ocorre no *corpus* quando o adjunto adnominal posposto ao núcleo é um PP iniciado pela preposição *de*, conforme mostrado nas construções:

- (1) “era a época que mais alastrava esse **negócio** de piolho”
- (2) “na época que teve esse **negócio** de festivais aí”
- (3) “não preocupu com essi **negóciu** di com cons- servadorismo”

Analisando os exemplos citados, pudemos perceber que o item *negócio* possui um certo grau de expletividade, pois poderia ser facilmente ocultado sem perder o sentido original da frase (“na época que teve esse **negócio** de festivais aí” = na época que teve os festivais; “Ô **negócio** horrível é essa tal de boate” = Ô boate horrível!). As construções expletivas constituídas pelo padrão *negócio de*<sup>3</sup> aparecem na maioria das ocorrências do nome geral sob análise.

Além dos sujeitos catafóricos, há também sujeitos anafóricos no *corpus* analisado, como pudemos observar em “esse **negóço** de pranejá as coisa é muito difícil num tem certo esses **negóço** não”. Nesse caso, o segundo *negóço* é sujeito da segunda oração (“num tem certo esses **negóço** não”) e um referente anafórico à primeira sentença, constituída pela relação de expletividade entre o primeiro *negóço* e o adjunto adnominal “de pranejá as coisa”. O sentido mais comum que poderia ser retirado dessa sentença seria o de que, por serem incertas as coisas, é difícil de planejá-las.

Voltando aos PPs iniciados por *de*, observamos também que esses são utilizados como adjuntos adnominais que explicam ou que delimitam o nome geral *negócio* com sentido anafórico direto ou indireto. Tomemos como exemplos as sentenças abaixo:

- (1) “Usava espartilho? Aquele **negócio** de apertá as costa assim pra ficar com cinturinha?”
- (2) “até anotei na minha agenda no **negócio** de filmes inesquecíveis”

O primeiro exemplo se configura como anáfora direta porque a referência foi citada no discurso (espartilho = *negócio*). Sendo assim, o PP posposto ao nome geral explica do que se trata um espartilho. Já a segunda frase apresenta conteúdo anafórico

<sup>3</sup> Essa construção admite expressões cristalizadas, como *negócio da China*, por exemplo. No entanto, não houve ocorrências desse tipo nas entrevistas coletadas.

implícito, justamente por não ter a referência previamente marcada, fazendo com que o interlocutor tenha de usar seu conhecimento de mundo para se lembrar e interpretar os elementos que poderiam existir em uma agenda. Nesse caso, o mais provável seria uma seção de filmes inesquecíveis, que esse informante criou em seu livro para anotar nomes de filmes dos quais ele tenha gostado.

A anáfora também se faz presente nas construções *negócio para*, outro padrão sintático bastante frequente no corpus. Esses tipos de referência são associados ao uso da preposição *para* em seu sentido mais comum, o de finalidade. A explicação para os contextos anafóricos são semelhantes aos referentes à construção *negócio de*. A anáfora direta aparece em enunciados como “aí eu num conseguia alcançar aquele, aquela torneira, aquele **negocinho** pra fecha[r] assim o registro, sabe?”, em que torneira é o referente marcado no texto, e a anáfora indireta atua em “E uns caçadores jogam, é, uns **negóços** para prender uns peixinhos”, no qual o referente dependerá do conhecimento prévio do interlocutor – o *negóço* poderia ser, por exemplo, uma tarrafa ou uma rede menor.

No que se refere aos argumentos externos de verbos, também destacamos que a função anafórica se faz presente como constituidora do sentido proposto pelos objetos. Um exemplo de objeto direto com conteúdo de anáfora indireta é composto pela frase “Ele começou a escrever uns **negócio**”. Nesse enunciado, o sentido é construído a partir de pistas deixadas no discurso, não em um referente explicitamente citado. Já em “gosto muito de um misto um hambúrguer esses **negócio** assim”, a anáfora atua com a retomada dos sanduíches citados e ainda outros tipos de sanduíches são incluídos com o sentido do nome geral associado ao uso de **assim** (assim = desse tipo, desse jeito).

Outro tipo de construção sintática que se destacou no *corpus* da fala mineira foi o padrão *negócio [lá] [que]*. As formas gramaticais em colchetes indicam que, por algumas vezes, elas foram usadas juntas com o nome genérico, outras vezes foi associada somente uma forma a *negócio*. Listamos alguns exemplos abaixo:

- (1) “Tem um **negócio** que tinha um lobo Chapeuzinho Vermelho foi na casa da vovozinha comé que era mesmo?”
- (2) “cê já viu daqueles **negócio lá**?”
- (3) “SÓ que tem um tantão de **negócio lá**”
- (4) “tem um **negócio que** revive as cartas”
- (5) “minha mãe foi fazer uns **negócio lá que** eu também não lembro e ela não lembrou como é que foi”

Avaliamos que a forma adverbial **lá**, nos contextos que analisamos, mantém alguns traços de advérbio de lugar, mas, ao mesmo tempo, acreditamos que houve um esvaziamento semântico dessa forma quando utilizada no discurso. Por esse motivo, não conseguimos aplicar uma classificação aproximada para esse item. Como não é nosso objetivo analisar a abstração de **lá**, prosseguiremos com a análise de **que**. Todas as ocorrências do padrão *negócio que* que apareceram no corpus podem ser classificadas como construções subordinadas adjetivas restritivas, pois, em questões formais, o **que** em questão é um pronome relativo e não há vírgulas antecedendo o pronome. Além



disso, observamos que, mesmo sendo um referente genérico, *negócio* admite adjetivas restritivas, que são próprias de contextos especificados. Questionamentos que nos surgiram com essa análise são: esse tipo de construção é frequente? O mesmo ocorre com outros nomes gerais? Futuros trabalhos poderão nos responder tais dúvidas.

Para finalizar essa seção da análise dos contextos de ocorrência de *negócio*, citamos um interessante exemplo que nos apareceu durante a coleta dos fragmentos dos enunciados. É a palavra *negócio* utilizada no lugar de um verbo: “o outro menino foi lá na hora que ele **negócio** aí aí o homem chego lá e salvô”. Não seria tão incomum se fosse a forma verbal derivada do nome que tivesse sido empregada, mas o que nos chamou a atenção foi o fato de que um substantivo que admite formas verbais foi utilizado no lugar do verbo. Portanto, curiosamente, classificamos o item em destaque como uma forma verbal que é depreendida pelo contexto discursivo.

### 3.4. Continuum de gramaticalização de *negócio*

A palavra *negócio* pode ser considerada um nome geral resultante de um processo de gramaticalização pelo fato de se adequar ao conceito de Halliday e Hasan (1976), os quais afirmam ser um nome genérico um caso limítrofe entre o léxico e a gramática. A partir dessa afirmação, podemos esboçar um *continuum* superficial da abstração e consequente gramaticalização de *negócio*. Para tal, embasamo-nos nos parâmetros da frequência, da perda semântico-fonológica e da especialização do item em contextos específicos:

<b>Negócio</b>	>	<b>Negoço / Negó[s] / Negó</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pode ser usado tanto como generalizador quanto no seu sentido etimológico.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mais frequentes do que <i>negócio</i> nos contextos genéricos;</li> <li>- As formas se especializaram como nomes gerais devido à perda semântica sofrida por elas (não podem ser usadas em contextos etimológicos).</li> <li>- Sofreram, de algum modo, perda fonológica.</li> </ul>

<b>Negócio (etimológico)</b>	>	<b>Negócio (nome genérico)</b>
+ concreto		+abstrato
+ específico		- específico
<b>Item lexical</b>		<b>Item gramatical</b>

Baseando-nos nos três primeiros parâmetros de Hopper (1991, *apud* GONÇALVES *et al.*, 2007) e no *continuum* acima, podemos dizer que a *estratificação* se faz presente em *negócio*, pois a forma primeira coexiste com a forma mais abstrata. A *divergência* ocorre porque até mesmo a forma sem perda fonológica pode atuar como generalizador, não somente as formas reduzidas, ou seja, a forma gramaticalizada mantém alguns traços da forma original. A *especialização* acontece porque a forma gramaticalizada é mais frequente do que a forma etimológica.

Os argumentos utilizados para traçar o *continuum* podem ser confirmados pelos exemplos que criamos e listamos abaixo:

- (1) Como vão os **negócios**?
- (2) Como vão os **negoços**?
- (3) Como vão os **negó[s]**?
- (4) Como vão os **negó**?
  
- (5) O mundo dos **negócios** é muito complexo.
- (6) O mundo dos **negoços** é muito complexo.
- (7) O mundo dos **negó[s]** é muito complexo.
- (8) O mundo dos **negó** é muito complexo.
  
- (9) Quero o **negócio** que eu comprei aqui agora!
- (10) Quero o **negoço** que eu comprei aqui agora!
- (11) Quero o **negó[s]** que eu comprei aqui agora!
- (12) Quero o **negó** que eu comprei aqui agora!

Nos dois primeiros conjuntos de exemplos, o sentido etimológico de relações ou transações comerciais explicitados pelas primeiras sentenças não é mostrado pelas três últimas sentenças. Já na última parte, todos os itens carregam consigo a referência generalizadora, uma vez que *negócio* na primeira sentença não está empregado em seu sentido primeiro.

Pelo fato de o *corpus* aqui utilizado ser uma transcrição da fala dos habitantes de algumas cidades mineiras, não conseguimos demonstrar todas as variantes que descrevemos nesta seção, pois pode haver discrepâncias quanto à fidelidade aos sons da fala nos textos, uma vez que o transcritor pode não ter feito as transcrições com o intuito de marcar os fonemas. Poderemos, posteriormente, conferir os áudios para uma análise da ocorrência das variantes de *negócio* no *corpus*.

### *Considerações finais*

Com relação à frequência do uso, consideramos, em um primeiro momento, que o nome geral *negócio* já fosse bastante usado há pouco mais de uma década. No entanto, pelo número de palavras que as entrevistas contêm, percebemos que os falantes não utilizaram com frequência esse nome genérico, o que refuta uma parte de nossa hipótese na qual avaliamos que *negócio* já fosse frequentemente usado como nome geral pelos

mineiros. Por outro lado, a outra parte da nossa suposição, em que dizemos ser mais frequente o nome geral do que o nome lexical, é confirmada, já que *negócio* genérico é mais usado pelos informantes do que o *negócio* etimológico.

Essa pesquisa apresenta apenas uma análise superficial do tema *nome geral negócio* aplicado à oralidade dos habitantes de Minas Gerais. As análises mais profundas serão desenvolvidas posteriormente.

### **Referências bibliográficas**

CUNHA, A. G. *Dicionário Etimológico da Língua Portuguesa*. 4 ed. Rio de Janeiro: Lexikon, 2010.

GONÇALVES, S. C. L.; LIMA-HERNANDES, M. C.; CASSEB-GALVÃO, V. C. (org.) *Introdução à gramaticalização: princípios teóricos e aplicação*. São Paulo: Parábola Editorial, 2007, caps. 1-2.

HALLIDAY, M.; HASAN, R. *Cohesion in English*. London: Longman UK Group Limited, 1976.

KEMPSON, R. M. *Teoria semântica*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1980.

KOCH, I. G. V. "A referenciação como atividade cognitivo-discursiva e interacional", *Cadernos de Estudos Linguísticos*, v. 41, p. 75-89, 2001.

KOCH, I. G. V. *Desvendando os segredos do texto*. 2 ed. São Paulo: Cortez Editora, 2003.

KOCH, I. G. V.; MORATO, E. M.; BENTES, M. C. (org.). *Referenciação e discurso*. São Paulo: Contexto, 2010.

KOCH, I. G. V.; FÁVERO, L. L. "Discurso e Referência", *Alfa*. São Paulo, 1984.

MAHLBERG, M. *English general nouns: a corpus theoretical approach*. Amsterdam/ Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2005.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. "Referenciação e progressão tópica: aspectos cognitivos e textuais", *Revista do Gelne*, vol. 2, n. 2. 2000.

MILL, J. S. "System of logic", in: *The Collected Works of John Stuart Mill*. London and Toronto: Routledge and University of Toronto Press, 1973.

PARTINGTON, A. *Patterns and meanings: using corpora for English language research and teaching*. John Benjamins Pub. Co., January 30, 2003.