

Organizadora

Maria Cândida Trindade Costa de Seabra

**Nomes de
estabelecimentos
comerciais em
Belo Horizonte**

v. 1

Belo Horizonte
FALE/UFMG
2008

Diretor da Faculdade de Letras

Jacyntho José Lins Brandão

Vice-Diretor

Wander Emediato de Souza

Comissão editorial

Eliana Lourenço de Lima Reis

Elisa Amorim Vieira

Lucia Castello Branco

Maria Cândida Trindade Costa de Seabra

Maria Inês de Almeida

Sônia Queiroz

Capa e projeto gráfico

Glória Campos

Mangá – Ilustração e Design Gráfico

Revisão e normalização

Cassandra Cláudia Lima

Haydée Cristina da Silva

Emanoela Lima

Formatação

Emanoela Lima

Revisão de provas

Emanoela Lima

Nelson Sá Fortes

Endereço para correspondência

FALE/UFMG – Setor de Publicações

Av. Antônio Carlos, 6627 – sala 2031

31270-901 – Belo Horizonte/MG

Telefax: (31) 3409-6072

e-mail: vivavozufmg@yahoo.com.br

Sumário

Apresentação . 5

Maria Cândida Trindade Costa de Seabra

Análise morfológica e motivacional dos nomes de padarias de Belo Horizonte . 6

Denise A. Soares Veridiano

Laís Meneghello

Vanderlei Martins Ribeiro de Miranda

Análise morfológica de nomes de supermercados em Belo Horizonte: formação e motivação . 25

Andréia Garavello Martins

Luciana de Fátima Cruz Borba

Martha Lages Rodrigues

Análise de nomes de pré-escolas de Belo Horizonte . 40

Alessandra Deusdete de Jesus

Ana Graziela Kaiser

Carolina Leão da Fonseca

Fabiane Lucia Camara dos Santos

Análise da formação dos nomes de pizzarias de Belo Horizonte . 54

Evandro Cunha

Maryelle Cordeiro

Renan Ribeiro

Apresentação

Maria Cândida Trindade Costa de Seabra

Reunimos, em dois volumes, pesquisas desenvolvidas pelos alunos da disciplina *Morfologia do Português*, no primeiro semestre de 2008, na Faculdade de Letras da UFMG. São trabalhos que resultam de uma reflexão sobre a morfologia lexical, mais especificamente sobre os processos de criação lexical – análise morfológica e motivação em nomes de estabelecimentos comerciais de Belo Horizonte.

No primeiro volume, encontram-se quatro textos: o primeiro desses versa sobre os nomes de padarias; o segundo é fruto de uma observação sobre os nomes de supermercados, o terceiro artigo trabalha com os nomes de pré-escolas e o quarto analisa os nomes de pizzarias da capital mineira.

O segundo volume apresenta outros três textos: o primeiro artigo aborda os nomes de livrarias, os outros dois artigos desse volume tratam dos nomes de lanchonetes e de oficinas mecânicas de Belo Horizonte.

Todos esses trabalhos constituem uma primeira reflexão sobre um tema instigante no mundo contemporâneo – os nomes comerciais – e nos fornecem um grande e complexo material que vem enriquecer os estudos sobre a palavra.

Análise morfológica e motivacional dos nomes de padarias de Belo Horizonte

Denise A. Soares Veridiano
Laís Meneghello
Vanderlei Martins Ribeiro de Miranda

Introdução

O presente trabalho pretende analisar, sob o prisma da morfologia, nomes de padarias da cidade de Belo Horizonte. Esta análise visa contrastar nomes de duas regiões distintas da cidade, a saber: a região de Venda Nova e a Centro-Sul. A percepção das diferenças entre os nomes de padarias de uma região e de outra nos motivou a fazer tais comparações. A fim de entender as características e a origem de cada região abrimos aqui um breve parêntesis.

Região de Venda Nova

A ocupação da região de Venda Nova data-se no século XVIII. Pesquisas desenvolvidas nos últimos anos localizaram documentos de 1781, que solicitavam autorização para comércio de secos e molhados junto aos tropeiros que passavam pelo lugar. Venda Nova pertenceu a Sabará, Santa Luzia e Ribeirão das Neves antes de ser definitivamente anexada à capital. Ao longo do tempo, a região desenvolveu-se de forma autônoma, criando uma outra cidade dentro da capital. Desde a década de 50, quando a ocupação se intensificava, vários bairros apareceram. Venda Nova começava, então, a ganhar seu caráter de “cidade dormitório”. Grande parte da população saía para trabalhar no Centro e em cidades da região Metropolitana de Belo Horizonte. Como sua ocupação ocorreu sem planejamento, as construções foram surgindo de forma indiscriminada e até irregular. Segundo a historiadora Ana Maria da Silva, autora do livro *Lembranças... Venda Nova*, a região se formou a partir de pessoas simples, que viviam da terra. O comércio no

local se apresenta, hoje, forte e competitivo em comparação com o da região Central de BH. A região, que hoje aglomera 30 bairros, de acordo com os dados do Censo Demográfico 2000, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), possui uma população de 245.334 habitantes. Dessa 50,19% tem o rendimento salarial médio de três salários mínimos.

Região Centro-Sul

A história da região Centro-Sul se confunde com a do Arraial do Curral Del Rey, antigo nome de BH. Em 1894, a Comissão Construtora da Nova Capital (CCNC) estava encarregada de planejar e erguer a nova capital de Minas Gerais. Ouro Preto, a antiga capital, era considerada inadequada devido a sua topografia, que impossibilitava a expansão. Pautando-se nessa idéia, foi projetada a nova capital, dividida em três zonas: urbana, suburbana e rural. A zona urbana da cidade era circundada pela Avenida do Contorno e, em sua extensão, foram construídas a sede do governo estadual, as secretarias, as moradias de secretários de Estado e demais funcionários estaduais. A zona suburbana foi criada para abrigar sítios e chácaras. A região Centro-Sul atual abrange toda a extensão do que foi a zona urbana, contendo, ainda, a parte sul da região suburbana e uma faixa da zona rural. Muito da arquitetura da região Centro-Sul, que hoje conhecemos, começou a ser esboçada em 1940. Prédios do início do século foram substituídos por verdadeiros espigões, comprovando a excepcional rapidez com que Belo Horizonte se verticalizou. Neste sentido, a região Centro-Sul da capital belo-horizontina guarda dentro de si, paradoxalmente, a histórica Cidade de Minas e a metrópole do século XXI, impondo-se no cenário nacional como um centro agregador de serviços, comércio e cultura.

Dados do IBGE mostram que esta região possui 260.524 habitantes. Desses, 72,39% ganham mais de cinco salários mínimos, e 33,43% ganham mais de vinte salários mínimos. Nesta região, estão reunidos 42 bairros, incluindo aglomerados e vilas.

Objetivos

A pesquisa pretendeu analisar a formação dos nomes por meio da análise morfológica e discutir a motivação dos mesmos. Os resultados das comparações feitas foram registrados em gráficos.

A escolha do corpus

Sendo muito vasta a quantidade de padarias na cidade de Belo Horizonte, nosso primeiro recorte se deu no quesito localização. Foram escolhidas, aleatoriamente, 14 nomes em cada região. Os dados foram coletados na lista telefônica *on-line* "Telelista" (www.telelistas.net) e em pesquisa de campo. A utilização das duas metodologias na coleta se fez necessária devido ao fato de os nomes das padarias da região de Venda Nova não estarem disponíveis na lista *on-line* (com exceção das padarias *Pão Norte* e *Letícia Panificação*). A próxima etapa consistiu em contatos com os donos dos estabelecimentos. Nessa etapa, eles foram entrevistados e questionados quanto a motivação, a origem do nome, e a data aproximada da nomeação do estabelecimento. Todos esses questionamentos nos pareceram necessários, para que aferíssemos significados ao nome, quando houvesse desconhecimento da motivação.

Hipóteses

Esperávamos encontrar, nos nomes de padarias, uma grande ocorrência de nomes de produtos que são vendidos nas mesmas e, ainda, referências ao paladar e ao olfato. Além disso, acreditávamos encontrar nos nomes da região Centro-Sul um número grande de estrangeirismos, devido ao maior acesso que esta comunidade tem à cultura letrada e ao apelo à sofisticação.

Análise do corpus

Em Neves¹, são citadas três características da linguagem da propaganda comercial, estendendo-se aos nomes comerciais. São elas, objetivo, meio e forma:

a. objetivo: atuar sobre o público consumidor, levando-o à compra de produtos;

b. meio: apresentar características universais de concisão e de afetividade no sentido de apelo ou atuação social;

c. forma: a linguagem da propaganda não se submete a uma tradição disciplinadora, essa liberdade manifesta-se com maior evidência na criação de neologismos vocabulares, cuja lei única e universal é a expressividade.

Com base nesses pressupostos, pretendemos observar a ocorrência de tais características e verificar se a assertiva dessa autora sobre a nomeação de padarias ainda se mantém. Em seu estudo, Neves concluiu que os nomes de padarias têm uma denominação mais neutra, comum, opaca e imotivada, independente de ser um estabelecimento tradicional ou moderno, pequeno ou grande. Somente algumas vezes, ela encontrou denominações mais sugestivas com apelo publicitário.

Formação dos nomes próprios de padarias

Os dicionários de língua portuguesa apontam que *padaria*, *panificadora* e *panificação* convergem para um mesmo significado, isto é, "lugar onde se fabrica pão", ou "o próprio ato de fabricação de pães". Contudo, entendemos que, semanticamente, há diferença entre os três termos, por isso consideramos aqui os nomes que levavam a identificação de *padaria*, no catálogo em que foram coletados os dados. Esta distinção de significado pode estar ligada à época de entrada de cada uma destas palavras na língua portuguesa, ou seja, *padaria* data sua entrada em 1813, a partir de processos

¹ NEVES, 1971, p. 31.

evolutivos do latim vulgar, já *panificadora* e *panificação* vieram do francês e entraram na língua aproximadamente 60 anos depois. Salientamos que, quando algum destes termos fazia parte do nome próprio passaram pela análise morfológica, considerando que constituía um caso de hiperonímia. Assim assumimos a postura de considerar, na contra-mão dos dicionários, os termos *padaria*, *panificação* e *panificadora* como portadores de significados distintos.

Nomes da região de Venda Nova

Baiúca: estrangeirismo.

Belasuzza: acrossemia (palavra criada a partir da junção de sílabas, as quais representam redução de palavras ou expressões. Neste caso, os nomes: Beatriz, Laura e Suzana).

Conard: estrangeirismo.

Gran Trigo: composição e hibridismo – adjetivo + substantivo.

Irmãos Coragem: composição – substantivo + adjetivo.

Ki Pão Bom: composição – pronome (derivação imprópria ou truncamento) + substantivo + adjetivo.

Letícia Panificação: composição – substantivo próprio + substantivo comum, hiperonímia.

Maripão: composição por aglutinação (unem-se dois vocábulos com supressão de um elemento fonético), substantivo próprio + substantivo comum.

Master Pão: composição e hibridismo – adjetivo + substantivo.

Pão de Forma: composição por subordinação – substantivo + preposição + substantivo.

Pão e Vinho: composição por coordenação – substantivo + conjunção + substantivo.

Pão Norte: composição – substantivo + adjetivo.

Sonho da Vila: composição por subordinação – substantivo + preposição + substantivo.

Suprema: flexão nominal, feminino singular de *supremo* – do latim *suprémus*, adjetivo.

Nomes da região Centro-Sul de Belo Horizonte

Aroma Panificadora e Delikatessem: hiperonímia, composição – substantivo + substantivo + conjunção + substantivo.

Ateliê do Pão: composição por subordinação – substantivo + preposição + substantivo.

Belvepão: composição (Belve, redução de *Belvedere*) + substantivo (*pão*).

Big Pão: composição e hibridismo – adjetivo + substantivo.

Boníssima Padaria e Delikatessem: composição – adjetivo absoluto sintético + substantivo + conjunção + substantivo.

Buritis: flexão nominal indicando plural de *buriti*.

Casa Bonomi: composição – substantivo + antropônimo.

Pain de Blé: estrangeirismo.

Panetteria: estrangeirismo.

Panificadora Pão Santo: composição – substantivo + substantivo + adjetivo.

Pão Francês: composição – substantivo + adjetivo.

Pão Pão Queijo Queijo: composição por duplicação – substantivo + substantivo (sem hifenização).

Santíssimo Pão: composição – adjetivo absoluto sintético + substantivo.

Trigais: flexão nominal indicando plural de *trigal*.

Análise específica e motivação dos nomes

Padarias localizadas na região de Venda Nova

Baiúca: segundo um dos sócios deste estabelecimento, este nome significa “casa de pães” em italiano. Foi escolhido a fim de aguçar a curiosidade dos clientes e por ser um nome que soa bem

aos ouvidos. Não houve esclarecimento quanto à escolha da língua italiana.

Belasuzu: à primeira vista, este nome traz uma conotação de alguma coisa que é bela, seguida de um sufixo desconhecido. Contudo, a entrevistada informou que quando seu pai montou a padaria quis fazer uma homenagem às posteriores herdeiras da mesma. Então, reduziu e aglutinou os nomes das três irmãs, Beatriz, Laura e Suzana, formando Belasuzu.

Conard: este nome de padaria é, sem dúvida, muito curioso, porque não faz nenhuma menção ao campo semântico deste tipo de comércio. Encontrar sua origem foi muito trabalhoso. A princípio, buscamos a palavra nos dicionários de várias línguas modernas, mas não a encontramos. No dicionário etimológico *Nova Fronteira da Língua Portuguesa*, o vocábulo mais aproximado, morfológicamente, com *Conard* foi *cona*. Pensamos que poderia se tratar de uma derivação, porém seu significado desfez nossa hipótese, já que não tem nenhuma relação de sentido: *cona* é sinônimo de *vulva*. Há o substantivo *conato*, que deriva do latim *conatus* e quer dizer “esforço, tentativa, tendência consciente para lutar”. Este sentido poderia justificar o nome da padaria, contudo, é impossível pensar numa seqüência evolutiva da palavra *conatus* para *conard*. Sendo assim, pensamos que este nome poderia ter originado de um sobrenome familiar, porém, apesar de haver uma lista deste sobrenome na internet, não encontramos seu significado nos dicionários de nomes e sobrenomes. Posteriormente, verificamos a existência de uma faculdade nos EUA com este nome e, ainda, um site de uma seita religiosa que chamava de *conard* a uma espécie de “estado de espírito”. Com a curiosidade mais aguçada, continuamos nossa busca. E, já na fase final deste trabalho, encontramos *conard* num dicionário da língua francesa, em que aparece como forma concorrente de *connard*, é definido como um adjetivo antigo e vulgar ou uma interjeição e significa “otário, imbecil, babaca, pessoa estúpida”.

Ao ser questionado sobre o nome, o proprietário disse que foi uma escolha arbitrária. Perguntamos-lhe por que um nome tão distinto e ele, reagindo-se asperamente, afirmou que veio este nome em sua cabeça e o colocou na padaria.

Gran Trigo: a formação deste nome é composta do adjetivo *gran* e do substantivo *trigo*. Este adjetivo advém do espanhol e corresponde ao significado do adjetivo português “grande”. A palavra *trigo* figura também no espanhol, pode, portanto, ser classificado como estrangeirismo.

Segundo o atual dono da padaria, este nome não foi uma escolha sua, e sim do primeiro dono da mesma. O informante afirmou que comprou o estabelecimento há oito anos com tal nome, mantendo-o mesmo sem saber a origem ou a motivação dele.

Irmãos Coragem: a composição aqui se dá a partir de substantivo e adjetivo. Sabemos que, muitas vezes, a escolha de nomes comerciais recebe influência da mídia, especialmente, de novelas, e houve, há alguns anos, uma novela que se intitulava *Irmãos Coragem*. Contudo, o dono não relata nenhuma co-referência. Segundo o proprietário, ele e seu irmão trabalhavam muito, eram muito pobres, lutavam muito pela subsistência e viam, na montagem do próprio negócio, uma oportunidade de melhoria de vida. Quando concretizaram este objetivo, decidiram que a razão social deveria explicitar o âmagô daquela história, pois, segundo o dono, somente com muita coragem é possível vencer as dificuldades que se enfrentam na ostentação da própria empresa.

Ki Pão Bom: ainda que curioso, é bastante comum vermos nomes de locais grafados de uma forma que os assemelhem com a forma oral da palavra. Notamos esse fato com o *ki* do nome, que corresponde à expressão oral da forma escrita do pronome *que*. Esta ocorrência demarca uma aproximação com a oralidade, o que leva à cumplicidade com a clientela, em especial, um público menos escolarizado. Verificamos ainda que, na verdade, este nome é uma frase, como se fosse a expressão que o cliente usaria quando saboreasse os produtos

daquela padaria, e, nesse caso, a idéia é de inclusão de todo tipo de produto, ou seja, o *pão* é somente um produto representativo. Contudo, detectamos que esta intenção de enfatizar o sabor não partiu do empresário, e sim dos próprios clientes. Fomos informados que a padaria se chamava Daniele e que estando insatisfeita com o nome do estabelecimento, a proprietária fez um mini-concurso, do qual a comunidade participou dando sugestão de nomes e, posteriormente, escolhendo o melhor. Desta maneira, Ki pão bom foi o mais votado.

Letícia Panificação: neste nome, a primeira palavra é um substantivo próprio (mais adiante veremos o que ele nomeia). A segunda é um substantivo que data sua entrada na língua portuguesa em 1873, vindo do francês *panification*, sofreu adaptações e se estabilizou na língua. Apesar de não ser considerado um uso de estrangeirismo, devido à dicionarização da palavra *panificação*, há certa sofisticação na escolha deste vocábulo em detrimento ao uso de *padaria*. Além disso, observamos a eleição de *panificação* em vez de *panificadora*, visto que esta é considerada brasileiro pelos dicionários, enquanto aquela é somente uma adaptação do termo estrangeiro. Observamos que o substantivo próprio *Letícia* sofre, neste nome, uma adjetivação, ou seja, ele qualifica *panificação*. Além disso, há uma inversão na ordem canônica do substantivo/adjetivo.

A dona do recinto diz que quando o comprou ele já tinha esta razão social e que decidiu mantê-la, porque o nome do bairro onde localizava a padaria era Letícia. Acerca do nome do bairro, sabemos que foi herdado de uma de suas ilustres e antigas moradoras.

Maripão: a intencionalidade dos nomes nem sempre é comercial, pois, algumas vezes, é pessoal. O ocorrido neste caso justifica esta afirmativa. Quem elaborou o nome quis fazer uma homenagem à esposa que se chamava Maria, e, para isso fez uma junção do nome próprio com o produto principal que se encontra em uma padaria.

Master Pão: a primeira palavra é de origem inglesa, ainda não dicionarizada no português, mas usada cada vez mais no

dia-a-dia. Nós a usamos como sinônimo de “super, mega”, porém seu significado no inglês é “dono, senhor, mestre, chefe”. Não é possível, entretanto, precisar qual seu significado neste nome sem antes saber a intenção de quem o escolheu. Já com o outro termo, ocorre uma metonímia, uma vez que *pão* é empregado no lugar de *padaria*. Podemos comprovar essa assertiva analisando a motivação que nos forneceu o dono. Segundo ele, sua intenção era colocar um nome que caracterizasse uma padaria grande, tanto em tamanho quanto em qualidade, e não um “pão grande”, como parece destacar o nome do estabelecimento.

Pão de Forma: este nome, podemos dizer que é uma só palavra, pois é um substantivo composto. São dois vocábulos que remetem a um só objeto, em que um qualifica o outro. Trata-se de um tipo especial de pão que pode ser vendido em padarias, mas, comumente, é encontrado em supermercados. Portanto, esta é uma formação lexical já existente na língua.

Intuitivamente, pensamos que a motivação para tal nome foi comunicar uma idéia de que o estabelecimento seria uma padaria completa, onde se encontraria vários tipos de pães, ou ainda (e aí desvincularia a noção de um substantivo composto) com a intenção de dizer que aquela padaria teria o pão na “forma certa”, na medida em que o cliente desejasse. Porém, o dono nos informou que colocou *Pão de Forma*, simplesmente, porque era algo que remontava ao tipo de produto que uma padaria vende e porque gostava muito de misto-quente (um tipo de sanduíche, cujo pão utilizado é o pão de forma).

Pão e Vinho: a princípio a composição deste nome, com tais elementos, soa estranha, pois a bebida vinho não é um produto tipicamente vendido em padarias. A explicação para tal nos veio de quem elaborou este nome: sua intenção foi remeter ao acontecimento divino da ceia do Senhor Jesus e, também, porque, segundo ele, “pão e vinho” dá uma noção de completude.

Pão Norte: observamos que, de acordo com qualquer gramática tradicional portuguesa, *norte* receberia a classificação de substantivo, porém, semanticamente, apresenta aqui um aspecto de adjetivo, pois está caracterizando *pão*. *Norte* nada mais é que um ponto cardinal que se opõe ao sul e que entrou para o português pelo francês, apesar de sua origem ser germânica.

Com isso, esclarecemos a motivação dessa escolha, pois essa é a região onde se localiza a padaria (próximo ao *shopping* que leva o mesmo nome).

Sonho da Vila: a formação deste substantivo nos parece um tanto distinta, pois não remete a nenhuma idéia do tipo de estabelecimento que venha nomear. O substantivo *sonho*, aqui, pode ter dois significados: o primeiro seria aquele que aparece nas primeiras entradas lexicais dos dicionários, e tem como sinônimo “desejo, aspiração”, e, neste caso, tanto pode ser um sonho do agente, o dono, ou dos beneficiados, isto é, os possíveis clientes; o outro significado, seria o de “bolinho leve, frito, recheado” que, geralmente, se vende nas padarias. Todavia, é marcada a localização do *sonho* pela contração da preposição *de* com o artigo *a*, o que pode gerar diversas interpretações. Este último substantivo ocupa a função de adjetivo e tem uma conotação de conjunto, mas, também, de pobreza, de inferioridade.

O proprietário explica que a escolha do nome se deu assim: ele era empregado em São Paulo, recebia um salário pequeno, trabalhava demais e sonhava muito em ter seu próprio negócio. Naquela cidade, havia uma padaria com o nome *Sonho da Vila*. Passados alguns anos, ele veio para Belo Horizonte com a intenção de montar uma padaria e escolheu o nome por causa da padaria que conhecia em São Paulo e para demonstrar a realização do anseio que tivera há tanto tempo.

Suprema: a designação nominal desta padaria se faz de uma forma bastante simples, somente com o uso de um adjetivo.

Porém, o sentido que esta palavra carrega é amplo, visto que diz respeito a algo que é absolutamente superior aos seus semelhantes. Esta é a forma feminina de *supremo*, que veio do latim *supremus*.

Segundo o entrevistado, são duas as motivações para este nome: primeiro porque tinha um carro da marca *Chevrolet*, chamado *Ômega Suprema* e gostava tanto do carro quanto da eloquência do nome, e segundo pelo próprio significado da palavra, sua intenção era afirmar que seria a melhor padaria dentre as existentes no bairro.

Padarias localizadas na região Centro-Sul de Belo Horizonte

Aroma Panificadora e Delikatessen: *aroma* é uma palavra latina derivada do grego e expressa uma experiência olfativa, que pode ser boa ou ruim. Geralmente, é utilizada quando nos referimos a uma fragrância agradável. *Delikatessen* entrou para a língua a partir do alemão. Quanto ao porquê do nome, o dono informou ter pensado em algo que remetesse ao que o cliente sentiria. O proprietário acredita que o cheiro de um ambiente pode dizer muito sobre ele, por isso afirma que mantém esse recinto limpo, aconchegante e com cheirinho de “coisas gostosas”, a fim de convidar seus compradores a se deliciarem. A formação com os termos *panificadora* e *delikatessen* foi uma tentativa de denotar sofisticação ao nome.

Ateliê do Pão: originado do francês *atelier*, este substantivo remete à noção de trabalhos manuais e artesanais e seu campo semântico está mais indicado para designar oficinas de pintura, de esculturas etc. Quando aplicado aqui, notamos a tentativa de dar peculiaridade, especificidade ao recinto que produz pão (habitualmente, em máquinas e em grande escala). É como se quisesse comunicar a noção de produtos feitos de forma caseira, atentando para os detalhes, para as minúcias que conferem mais sabor e qualidade aos mesmos. Afinal, o objetivo deste nome é dizer “padaria”, ou seja, “o lugar que se faz pães”. A informante nos garantiu que não pensou na relação entre o que é produzido no ateliê e o pão,

ambos artesanais. A entrevistada disse ter colocado *ateliê* porque achou bonita e rebuscada a palavra e como seria para uma padaria, acrescentou o nome do produto que, provavelmente, mais venderia.

Belvepão: aqui ocorre uma junção de *belve-* com o substantivo *pão*. Este prefixo é criado a partir da primeira parte da palavra *belvedere*, que é italiana, e teve sua entrada na língua em 1522. Seu significado é “pequeno mirante, terraço em local elevado”, e foi empregado para nomear um bairro tradicional de Belo Horizonte.

A explicação dada para essa montagem do nome foi o desejo de imprimir originalidade e especificar a região em que se localizava o estabelecimento bem como o público a que estava se dirigindo.

Big Pão: neste caso, há uma união entre um adjetivo da língua inglesa e um substantivo do português. Ocorre, também, uma inversão na ordem do substantivo/adjetivo, demonstrando, assim, mais uma influência da língua inglesa. Apesar de não dicionarizado, *big* é bastante usado no português, especialmente, o informal. Observamos que há uma abrangência de significado: no inglês essa palavra designa aquilo que é “grande, volumoso, gordo”, para nós, serve, também, para dizer sobre algo que é bom ou muito (por exemplo, falamos: “Este lanche está *big* gostoso.”)

As informações apontam para a escolha deste nome baseada na transmissão da idéia de uma padaria cujos produtos seriam saborosos. A dona informou que usou *big* para intensificar as características de um produto tão básico como o pão e para destacar a sua qualidade.

Boníssima Padaria e Delikatessen: esta formação utiliza a forma superlativa *boníssima*, o termo *padaria*, e, em seguida, o estrangeirismo *delikatessen*, do alemão. Nossa informante relatou que adquiriu a padaria com este nome, portanto, desconhece a motivação do mesmo, e decidiu não mudar, por comodidade sua e dos clientes.

Buritis: *buriti* é o nome de uma espécie de palmeira. No plural, nomeia um bairro da zona Sul de Belo Horizonte.

Segundo relato da empresária, por falta de criatividade, pôs o nome do bairro em seu estabelecimento comercial.

Casa Bonomi: a motivação desse nome é a seguinte: durante uma viagem à Bélgica, a bailarina Paula Bonomi teve a inspiração para montar a casa que leva seu sobrenome. Paula dançava no Grupo Corpo e estava prestes a se aposentar quando se deparou com a *Le Pain Cotidien*, que atualmente tem filiais em Paris e Nova York. Como não conhecia bem a arte da *boulangerie*, ela foi aprender e colocar a mão na massa, literalmente, em panificadoras tradicionais de São Paulo e de Paris. Com a experiência aliada à tática de tentativa e erro, Paula começou a produzir as iguarias que hoje vende na Casa Bonomi.

Pain de Blé: este é um nome que está todo escrito em francês. Pain significa “pão” e blé “trigo”, ou seja, “pão de trigo”. Dona da padaria há mais de vinte anos, a entrevistada relatou que, percebendo o status que tem o pão francês para o paladar do brasileiro, ela optou por um nome francês e escolheu “pão de trigo” porque é a definição do principal ingrediente usado na fabricação deste alimento. Informou, ainda, que este é o nome fantasia, uma vez que a razão social é “trigaria”, que é resultado da união de trigo com padaria (trig-/-aria).

Panetteria: novamente, podemos observar o uso de uma palavra estrangeira. Esta significa *padaria* em italiano. Assim, podemos atestar duas vertentes: o substantivo continua sendo simples, só houve mudança na língua em que ele foi escrito, não há a criação de um substantivo próprio, ou ocorre apropriação do substantivo simples quando este é usado para nomear outro que já é simples. A funcionária entrevistada informou que o dono estava viajando, e que não sabia nada sobre o nome.

Panificadora Pão Santo: o substantivo *panificadora* diz respeito ao lugar onde se produzem pães. Sua entrada na língua data do séc. XVII, quando ocorreu a inserção de muitas palavras eruditas no português. A base *panific-* foi unida ao sufixo *-adora* formando esta palavra que, mesmo sendo

paralela a padaria, tem um uso mais rebuscado. Outro detalhe importante é que *panificadora*, neste caso, não é só o lugar que recebe o nome, mas faz parte do nome do local (o que nos parece redundante, pois é como se disséssemos “padaria panificadora pão santo”). O adjetivo *santo* parecia que simbolizar a qualidade superior do pão. No entanto, passando da análise para dados obtidos detectamos que a proprietária montou este nome a partir do nome da rua, na qual a padaria se situa. Ela tirou o *santo* de *Espírito Santo*; *panificadora*, porque disse achar elegante esta forma de se referir à padaria, e *pão* porque se trata do alimento principal que este tipo de comércio vende.

Pão Francês: esta composição morfológica já é conhecida, pois se trata do nome do pão que os brasileiros mais consomem. Este tipo de pão é uma receita trazida da França, daí o nome. Não houve novidade em nossas suposições, o responsável relatou que quis um nome bem básico, porque acredita que o que atrai clientes não são novidades em produtos, e sim a qualidade do que ele considera essencial: o pão francês.

Pão Pão Queijo Queijo: ao ler este nome, composto por quatro substantivos, temos a impressão de que se quis fazer uma brincadeira, um jogo com as palavras *pão* e *queijo*, que, colocadas lado a lado, nomeiam um tradicional quitute mineiro, o pão de queijo. Percebe-se, também, um tom de rigorosidade, visto que nos lembra a frase bíblica “sim, sim, não, não”, mas entendemos que isso somente poderia ser explicado como uma expressão de compromisso com o cliente ou de oferecer a este exatamente o que ele deseja. Infelizmente, não foi possível verificar a real intenção da escolha do nome, porque o atual dono a desconhece e disse que, quando comprou a padaria, trocou seu nome para Pão fofo, porém retornou ao anterior porque as pessoas já relacionavam aquele lugar com seu nome tradicional.

Santíssimo Pão: observamos, aqui, o emprego de *santo* em sua forma aumentativa superlativa e a inversão da ordem substantivo/adjetivo. O informante justificou sua escolha dizendo que a palavra *santo* transmite a idéia de algo “sobrenatural, divino”, e, assim, sua intenção era comunicar ao cliente que o sabor do seu pão seria incomparável.

Trigais Panificadora: a palavra *trigais* é latina, e deriva do substantivo *trigo*. O termo designa “campo de trigo, seara”. Tem seus primeiros registros no português por volta de 1899. Seu uso é muito restrito, ou seja, não é uma palavra popular na língua. A formação deste substantivo próprio apresenta, ainda, a anteposição do nome ao objeto nomeado. A história deste nome registra uma relação com a matéria-prima do produto vendido no estabelecimento.

Resultados

A fim de verificar nossa pressuposição, quantificamos o uso de estrangeirismos. Sob este termo, estão todos aqueles nomes advindos de uma língua estrangeira e que ainda não estão dicionarizados na língua portuguesa brasileira. Houve maior ocorrência de nomes estrangeiros nos estabelecimentos da região Centro-Sul, como nos mostra o gráfico 1.

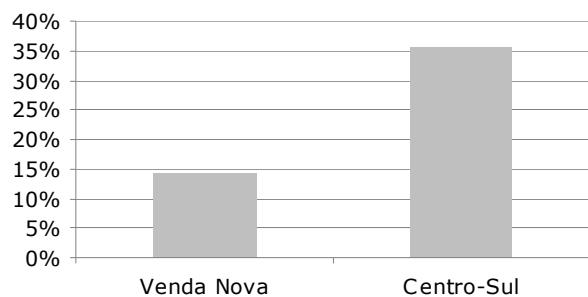


GRÁFICO 1 - Estrangeirismos

Na região de Venda Nova, somente dois nomes (14,3%) foram compostos por estrangeirismos: Baiúca e Gran Trigo. Já

na região Centro-Sul, cinco (35,7%) nomes foram compostos por estrangeirismos: Aroma Panificadora e Delikatessen, Big Pão, Boníssima Padaria e Delikatessen, Pain de Blé e Panetteria.

Em relação ao processo de formação de palavras, houve um maior número de formações por composição, somando um total de vinte ocorrências dos 28 nomes analisados, que está representado no gráfico 2.

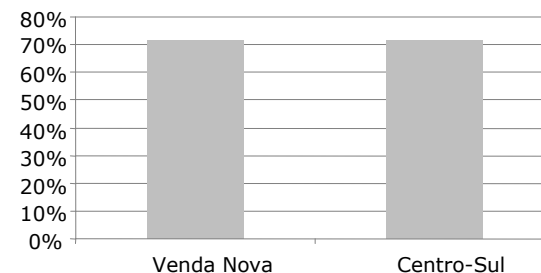


GRÁFICO 2 - Composição

Em ambas as regiões, a formação dos nomes se deu pelo processo de composição, numa soma de dez nomes por região (71,4%). A composição foi feita de várias formas: por substantivos + adjetivos / antropônimos / estrangeirismos / conjunção + adjetivo.

Daqueles que não foram formados por composição, ocorreram três casos de flexão nominal: um indicando feminino (Suprema), na região de Venda Nova, e dois indicando plural (Trigais e Buritis), na região Centro-Sul. Ocorreu somente um caso de acrossemia (Belasuzza), na região de Venda Nova.

No âmbito da motivação dos nomes, 21 deles (75%) foram formados com motivação, ou seja, foram desenvolvidos a partir da relação entre produto vendido e estabelecimento, indicando que houve sugestividade (exemplos: Pão Norte, Gran Trigo, Maripão, Trigais Panificadora). Já os estabelecimentos sem motivação (quando não houve

referência ao campo semântico de padaria), corresponderam a apenas sete nomes, 25% do total de 28 (região de Venda Nova e Centro-Sul). Consideramos sem motivação aqueles nomes que foram escolhidos aleatoriamente, sem nenhuma referência ao produto em questão (exemplos: Irmãos Coragem, Belasuzza, Conard).

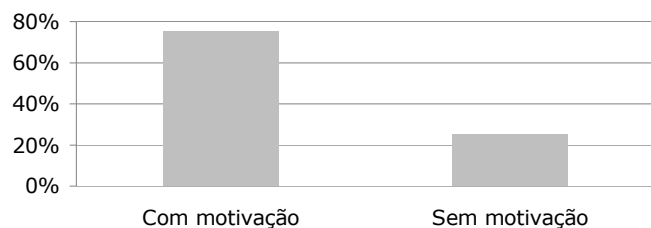


GRÁFICO 3 - Motivação dos nomes de padarias em Belo Horizonte

Considerações finais

Os gráficos ilustram bem as discrepâncias ou convergências presentes na comparação das duas regiões de Belo Horizonte, no que diz respeito à formação dos nomes de padarias. No início do estudo, foram elaboradas algumas hipóteses a respeito dos dados.

A primeira delas relaciona-se com o uso do estrangeirismo, que seria mais encontrado na região Centro-Sul, pelo fato desta região ser formada por indivíduos com um nível de escolaridade maior e as padarias serem mais sofisticadas (no momento atual da cultura brasileira, o uso de estrangeirismos transmite a idéia de sofisticação). Essa hipótese foi confirmada pelos dados, pois foi encontrado o dobro de ocorrências na região Centro-Sul em relação à de Venda Nova.

Quanto ao traço motivacional, referente a uma segunda hipótese, os dados comprovam uma mudança no processo de nomeação das padarias em comparação com as conclusões de Neves. A referida pesquisa, com os nomes de estabelecimentos comerciais de Belo Horizonte, realizada há

mais de 30 anos, demonstrava que, nos nomes de padarias, os aspectos preponderantes eram os de aleatoriedade, neutralidade, e não sugestividade. Já a análise dos dados do presente trabalho revela que os nomes de padaria são pensados e formulados com criatividade, a fim de sugerir ao cliente o perfil do estabelecimento. Esta mudança nos faz perceber como a publicidade e a preocupação com a relação significativa/significado sofreram avanços na área comercial.

Consideramos que as padarias da região de Venda Nova são mais simples, portanto, de menor porte, no que tange a variedade, a estrutura física, o valor e refinamento dos produtos. Nesta região, foi observada maior ocorrência do uso de nomes próprios, nomes de família ou nomes que dizem respeito à história, à ascensão social do dono do estabelecimento, entre outros (por exemplo: Irmãos Coragem, Maripão, Sonho da Vila). Já na região Centro-Sul, a apreciação e a qualificação do produto à venda se sobressaíram no quesito motivação do nome.

Referências

- BAIRROS de BH. Disponível em: <www.bairrosdebh.xpg.com.br>. Acesso em: 25 maio 2007.
- BECHARA, Evanildo. *Moderna gramática portuguesa*. 37. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Lucerna, 1999.
- CUNHA, Antônio Geraldo da; MELLO SOBRINHO, Claudio. *Dicionário etimológico Nova Fronteira da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1982.
- MONTEIRO, José Lemos. *Morfologia portuguesa*. Fortaleza: EUFC, 1986.
- NEVES, Norma Lúcia Horta. *Nomes próprios comerciais e industriais no português: um aspecto da nomenclatura do comércio e da indústria em Belo Horizonte*. Orientadora: Ângela Vaz Leão. 1971. 201 f. Tese (Doutorado em Letras) – Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 1971.
- ROCHA, Luiz Carlos de Assis. *Estruturas morfológicas*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.
- TELELISTA. Disponível em: <www.telelistas.net>. Acesso em: 25 maio 2007.

Análise morfológica de nomes de supermercados em Belo Horizonte: formação e motivação

Andréia Garavello Martins
Luciana de Fátima Cruz Borba
Martha Lages Rodrigues

Introdução

A pesquisa ora apresentada tem seus alicerces na análise dos nomes de alguns supermercados no que se refere à forma e suas classificações, bem como no que se refere à motivação da escolha dos referidos nomes.

Não se descartará, aqui, a influência que tais nomes produzem na relação entre consumidor e supermercado; todavia, não estará listada entre os objetivos deste trabalho, nenhuma consideração longa a esse respeito. Bastará, portanto, na devida ocasião, uma breve menção acerca dessa influência, já que alguns fatores (que serão oportunamente salientados) sinalizam uma relação de proximidade – ou de distanciamento – entre o cliente e o proprietário de supermercado, baseada no grau de informalidade do nome eleito.

Cumpra localizar inicialmente o que vem a ser uma definição de “supermercado”: no *Dicionário Houaiss da língua portuguesa*, consta que o que diferencia um supermercado de outras lojas do gênero alimentício ou de itens domésticos é o auto-serviço, ou seja, o cliente serve-se nas prateleiras e, depois, dirige-se ao caixa a fim de pagar pelas compras.

Em consulta ao *site* da Associação Mineira de Supermercados (AMIS), pôde-se observar que o modelo de comércio anterior ao supermercado era a mercearia, também conhecida por venda ou armazém, em que o procedimento de compra e venda dava-se por intermédio de um atendente de balcão. Nesse modelo, a relação estabelecida entre freguês e estabelecimento era muito mais pessoal. Não raro, o atendente era o próprio dono da venda. Atualmente, alguns

supermercados guardam a designação de mercearia em seus nomes, geralmente os menores, mas os estabelecimentos que foram selecionados para esta pesquisa acompanham o modelo de auto-serviço praticado pelas grandes lojas do segmento.

Segundo a AMIS, os primeiros supermercados de Belo Horizonte surgiram na década de 50. Foram inúmeros os processos de fusão ocorridos nesse tipo de loja, ao longo dos quase sessenta anos subseqüentes. Contudo, dados de natureza histórica só serão considerados relevantes na medida em que se possa notar sua influência na escolha ou mudança dos nomes ora estudados.

A importância que se deve dar ao estudo da formação e da motivação dos nomes de supermercados, partindo do pressuposto de que tais nomes podem definir tanto o tipo de relação comerciante-cliente quanto a possibilidade de sucesso ou fracasso do estabelecimento (segundo sua aceitação na comunidade em que se insere), sublinha-se como a principal justificativa da presente pesquisa.

Objetivo

O objetivo geral deste trabalho é a apresentação de uma análise acerca da formação dos nomes de supermercados pertencentes à cidade de Belo Horizonte e região Metropolitana.

Os objetivos específicos compreenderam os seguintes procedimentos:

- análise morfológica de nomes de supermercados em BH;
- pesquisar e apresentar os fatores que motivaram a escolha dos nomes;
- identificar traços comuns dentre esses fatores motivacionais, se houver;
- avaliar a influência da localização (mais especificamente as zonas Norte e Sul da cidade) na escolha dos nomes, conforme a hipótese aqui considerada;
- apresentar, a título de ilustração, um panorama histórico da trajetória dos supermercados de BH, desde sua implementação até os dias atuais, salientando algumas curiosidades.

Hipóteses

Esta pesquisa considerou as seguintes hipóteses: a) a localização dos supermercados é um dos fatores que mais fortemente influencia na escolha de seus nomes; b) a utilização do sufixo *-ão* constitui um dos recursos mais utilizados na formação de nomes de supermercados nas regiões onde se nota um poder aquisitivo mais baixo.

Metodologia

Contexto da pesquisa

A pesquisa em apreço considerou dados de estabelecimentos da cidade de Belo Horizonte e região Metropolitana, com certa ênfase nas zonas Sul e Norte, objetivando um confronto entre os nomes de supermercados ali coletados, a fim de verificar se há ou não uma formação prototípica que as distinga, e ao longo da região Metropolitana, com finalidades mais estatísticas.

Coleta e seleção dos dados

No âmbito sincrônico deste estudo, foram coletados dados na lista telefônica Guiatel, do ano de 2008, páginas amarelas, item "Supermercados". Nomes de estabelecimentos pertencentes a outros segmentos comerciais, ocasionalmente encontrados nesse item – como padarias, por exemplo, foram ignorados. Foram contabilizados e subcategorizados todos os nomes contidos na fonte citada – num total de 237; todavia, constará deste trabalho apenas uma amostragem exemplificativa.

Já no âmbito diacrônico deste estudo, foram coletados, no *site* da Associação Mineira de Supermercados (AMIS), nomes de supermercados extintos.

As pesquisas da motivação quanto à escolha dos nomes foram, quando possível, fornecidas ora por proprietários ora por funcionários dos estabelecimentos, sempre por telefone. Quando não se obteve nenhuma informação à respeito da motivação, fez-se junto ao item referente a esta, no momento

das análises, uma anotação sobre caráter não oficial do dado, balizando-o no plano das inferências.

Concernente às subdivisões a que se pôde chegar, segundo as características mais observadas quanto à motivação dos nomes, seguem-se:

Nomes próprios (ou sobrenomes)

Supermercado Bernardão – Supermercado Dahana – Supermercado Olímpia – Supermercado Rezende – Supermercado Teixeira.

Prestação de bons serviços

Supermercado Vem Que Tem – Supermercado Leva Tudo – Supermercado Bom e Bom – Supermercado Ponto Certo – Supermercado Vale a Pena – Mil Delícias – Max Bonzão.

Referência ao bairro ou região

Supermercado Ibirité Ltda. – Armazém Cruzeiro – Mercado Castelo – Supermercado Floramar – Supermercado Baixadão – Supermercado Minas Brasil – Supermercado Avenida.

Referência a bons preços

Ponto Econômico – Supermercado Poupe Sempre – Supermercado Baratão – Supermercado Barateiro – Supermercado Bom Preço – Supermercado Precinho – Varejão Pag Pouco.

Estrangeirismos

Supermercado Free Way – Supermercado Vip – Comercial Big Fort – Carrefour Comércio Ltda.

Interjeições

Epa – Oba – Opa – Eta.

Procedimentos de análise

- Estudos de natureza etimológica, quando o nome do estabelecimento permita, visando restritamente a enriquecer as informações ora apresentadas;

- estudos de natureza morfológica, explicitando o processo de formação das palavras que figuram como nomes de supermercados;
- classificação dessas palavras, segundo a gramática (nas linhas tradicional e/ou gerativa);
- apresentação dos fatores motivacionais referentes à escolha dos nomes dos supermercados, objetos da presente pesquisa (dados esses fornecidos por proprietários e/ou por funcionários dos estabelecimentos, sendo, então, de responsabilidade desses).

Exposição gráfica das ocorrências relacionadas à motivação

O gráfico a seguir mostra, em percentual, a incidência de nomes, baseados nos critérios apresentados considerando-se o *corpus* contabilizado de 237 nomes de supermercados, sem distinção de regiões da cidade.

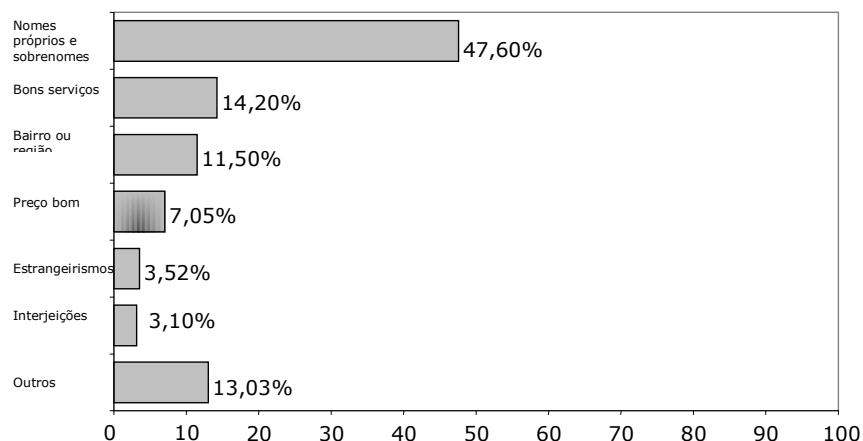


GRÁFICO 2: Motivação

Observando o gráfico 1, nota-se que a ocorrência de nomes próprios (ou sobrenomes) supera até mesmo a soma dos três itens subsequentemente mais recorrentes (bons serviços, bairro

ou região, bom preço), que também constituem uma porção significativa (39%).

Acredita-se que este fenômeno ocorra em virtude de primeiro: pela tradição, ou seja, a manutenção do nome da família nos negócios; segundo: pela ligação do nome próprio à qualidade dos serviços prestados; terceiro: simplesmente como homenagem, porque, geralmente, os nomes registrados no catálogo coincidem com razão social do estabelecimento (e não com o nome fantasia).

É válido notar também que o critério “preço” destaca-se menos que o de “bons serviços” ou mesmo que o de “localização”, o que dá a entender que o consumidor busca, em primeiro lugar, qualidade de serviços, e, em segundo, economia de tempo ao optar por um supermercado mais próximo de sua residência ou local de trabalho.

Apresentação e análise morfológica dos dados

Supermercado Bernardão

- Análise morfológica: derivação sufixal do substantivo próprio *Bernardo* + sufixo *-ão* (aumentativo).
- Motivação: a razão da escolha deve-se ao fato de ser esse o apelido do proprietário (de nome Bernardo, e que se declara grande) pelo qual é conhecido no bairro em que se localiza seu estabelecimento (dados fornecidos pelo proprietário, por telefone).

Supermercado Dahana Ltda

- Análise morfológica: composição por aglutinação da preposição *de* + artigo feminino *a* + nome próprio *Hanna* (com adaptações estéticas no uso do *-d*, em maiúsculo, e do *-h* em minúsculo, bem como da junção da preposição ao nome, formando uma só palavra). Logo, tem-se *Dahanna* (em lugar de “da Hanna”). Todavia, quando do registro, houve um erro de digitação, cuja consequência foi a perda de um *-n*. Gerando o termo *Dahana*.

▪ **Motivação:** o nome do estabelecimento constitui uma homenagem do marido à esposa – ambos proprietários do supermercado. Com relação ao erro no registro, o casal optou por deixar o nome tal como está (por uma questão de burocracia). Os dados foram fornecidos pelo proprietário, por telefone.

Supermercado Poupe Sempre

▪ **Análise morfológica:** verbo *poupar* (flexionado) + advérbio *sempre* (de tempo).
▪ **Motivação:** o intuito parece ser o de reforçar para o cliente a imagem de um supermercado em que se pode economizar, poupar dinheiro sempre que o consumidor vier fazer compras (dados baseados em inferências dos autores. Não foi possível contatar o proprietário).

Supermercado Bom Preço

▪ **Análise morfológica:** adjetivo + substantivo; inversão da posição do adjetivo, formação característica da língua inglesa. A língua portuguesa admite esse tipo de construção quando se trata do adjetivo *bom* (bem como dos adjetivos *novo*, *velho*, *antigo* – por exemplo) sem que se cause estranhamento. Logo, construções na forma “velha amiga”, “antiga fazenda”, “novo apartamento” são bem aceitas. O mesmo não se ocorre com outros tantos adjetivos: “feia mania”, “barata camisa”, etc.
▪ **Motivação:** indica a intenção de salientar exatamente isto: preço bom, competitivo, produtos mais baratos que na concorrência (dados baseados em inferências dos autores, pois não foi possível contatar o proprietário).

Supermercado Bom e Bom

▪ **Análise morfológica:** adjetivo + adjetivo
▪ **Motivação:** a intenção é a de demonstrar que a loja é duplamente boa; tanto no preço quanto na qualidade (dados fornecidos pelo proprietário, por telefone).

Max Bonzão Ltda

▪ **Análise morfológica:** adjetivo *max* (máximo, mais) + adjetivo *bom* + sufixo *-ão* (aumentativo) agregado ao adjetivo via consoante de ligação *-z*.
▪ **Motivação:** pretendeu-se fazer uma alusão ao Ponto Frio Bonzão, sendo, contudo, um supermercado ainda melhor, segundo a ênfase conferida pelo adjetivo *max*, mesmo tratando-se de um outro segmento comercial, Max Bonzão é supermercado e Ponto Frio Bonzão é loja de eletrodomésticos (informações fornecidas pelo proprietário, por telefone).

Supermercado Barreiro

▪ **Análise morfológica:** raiz *barro* + sufixo *-eiro* (idéia de intensidade, aumento).
▪ **Motivação:** o supermercado, que é antigo no bairro, quando da aquisição pelo segundo proprietário, teve seu nome preservado (dados baseados nas inferências de um dos funcionários do estabelecimento, fornecidos por telefone).

Supermercado Floramar

▪ **Análise morfológica:** aglutinação de substantivo *flor* + verbo *amar*.
▪ **Motivação:** trata-se de uma alusão ao bairro, de mesmo nome, onde se encontra o estabelecimento (dados fornecidos pelo proprietário, por telefone).

Supermercado Suprilar

▪ **Análise morfológica:** aglutinação do verbo *suprir* (queda da consoante *-r*) com o substantivo *lar*.
▪ **Motivação:** é possível inferir que esta denominação sirva para demonstrar que ali o cliente vai encontrar toda espécie de suprimentos para o seu lar (dados inferidos pelos autores, pois não foi possível contatar o proprietário).

Supermercado Eta

- Análise morfológica: trata-se de uma interjeição (*eta!/eita!*), classificada em Cunha (2007) como "interjeição de alegria". É uma exclamação que pode ser traduzida como surpresa, euforia, contentamento.
- Motivação: apela para a reação emotiva do público, como é da natureza das interjeições. Busca informalidade e proximidade com o cliente. Subentende-se uma satisfação do consumidor em encontrar um supermercado com boa variedade de produtos e preços baixos. Depreende-se, ainda, um certo aproveitamento da semelhança gráfica com o nome *EPA*, cuja rede de lojas é ampla e tradicional, o que de certa forma atrai a clientela (dados não inferidos).

Supermercado Crioulo Doido

- Análise morfológica: *crioulo* – palavra primitiva (não se forma a partir de outra da mesma língua). *O Miniaurélio* (2006) classifica como adjetivo e como substantivo, que designa indivíduo negro nascido na América e indivíduo crioulo, respectivamente. O vocábulo *doido* é adjetivo (qualificador de crioulo) que significa insano, transtornado, louco, alienado. A combinação de *crioulo* + *doido* já forma uma lexia complexa, em que os dois termos talvez formem uma soldadura, ganhando um significado próprio na língua (como pé-de-moleque, que se refere a um doce e não ao pé de um moleque).
- Motivação: segundo uma funcionária do estabelecimento, o proprietário (que é afro-brasileiro) para alavancar as vendas, praticava preços e condições malucas, consideradas como concorrência desleal, e, por isso, ficou conhecido como *Supermercado do Crioulo Doido*.

Supermercado Corujão

- Etimologia: do latim tardio, *curusa*: "ave que anda de noite"¹.
- Análise morfológica: derivação sufixal, proveniente de *coruja* + sufixo aumentativo *-ão*.
- Motivação: nome que pretende fazer referência ao horário de funcionamento do supermercado. Designando que é o supermercado que permanece aberto até mais tarde no local e proximidades (dados fornecidos por uma funcionária do estabelecimento. Não foi possível contatar o proprietário).

Supermercado Vem k Ver

- Análise morfológica: formação sintagmática; verbo + advérbio (de lugar, sendo que o termo *cá* foi expresso propositalmente pela letra K) + verbo.
- Motivação: formação notadamente coloquial que sugere um convite ao consumidor para que este vá até o estabelecimento conferir a variedade de produtos e o preço atrativo. O nome joga com as formas: duas palavras monossilábicas de igual número de letras e iniciadas por "ve", e a letra "K" entre elas, em substituição ao advérbio de lugar *cá*, em virtude da homofonia. Constitui um recurso mnemônico, visto que é facilmente lembrado (foram feitas várias tentativas de contato por telefone, sem sucesso. Os dados foram baseados em inferências dos autores).

Supermercado Mineiro

- Etimologia: tem origem na palavra *mina*: local de extração de metais e minérios.
- Análise morfológica: proveniente da palavra *mina* + sufixo *-eiro* (gentílico).
- Motivação: parece fazer referência à localização da loja no Estado de Minas Gerais. Os nomes *Mineirão*, *Mineirinho* e *Mineiríssimo* já foram registrados (dados fornecidos por uma

¹ DICIONÁRIO Eletrônico Houaiss, 2007.

funcionária do estabelecimento. Não foi possível contatar o proprietário).

Supermercado Barateiro

- Etimologia: radical *barat-* de origem desconhecida (provavelmente pré-romana e celta).
- Análise morfológica: derivação proveniente do radical *barat-* + sufixo *-eiro* (agente). Caso de sufixação homófona, quando comparado ao nome seguinte, *baratão*. Sufixo de mesma forma (*-eiro*) com função e/ou sentido diferente. No *Dicionário Houaiss* (2004), o termo *barateiro* aparece classificado como substantivo masculino. Já no *Miniaurélio* (2006), o mesmo termo está classificado como adjetivo.
- Motivação: o nome sugere aos clientes que, naquele estabelecimento, os preços são baixos (dados baseados em inferências dos autores. Não foi possível contatar o proprietário).

Supermercado Baratão

- Etimologia: radical *barat* de origem desconhecida (provavelmente pré-romana e celta).
- Análise morfológica: derivação proveniente do radical *barat* + sufixo *-ão* (aumentativo). Caso de sufixação alomorfêmica. Segundo Rocha (1998) *-zão* é uma realização de *-ão*, com o sentido/função de aumentativo preservados.
- Motivação: por inferência, parece fazer alusão aos preços praticados pelo estabelecimento (nenhum funcionário se dispôs a responder, por telefone, as questões dos autores da pesquisa).

Varejão Zim

- Análise morfológica: proveniente da palavra primitiva *varejo* + sufixo *-ão* (aumentativo) + sufixo *-zinho* reduzido, propositalmente, para *-zim* (diminutivo), substantivo.
- Motivação: o nome faz referência ao tamanho da loja. O desejo era chamá-la *Varejãozinho*, uma vez que *Varejinho*

parecia pejorativo. No entanto, o nome desejado já estava registrado. Para não abrir mão da idéia, o proprietário decidiu registrar o nome *Varejão Zim*. A forma *Zim* é separada, propositalmente, o nome *varejão* por tratar-se de um apelido afetivo, pelo qual as pessoas do bairro costumam tratar uma às outras (dados fornecidos pelo proprietário do estabelecimento, por telefone).

Comercial Coimbra

- Análise morfológica: forma proveniente da aglutinação dos substantivos próprios *Coimbra* (reduzido) e *Brasil*.
- Motivação: os fundadores são descendentes de portugueses vindos de Coimbra (dados fornecidos pelo proprietário, por telefone).

Conclusão

É possível concluir, com base nos estudos da amostragem de dados apresentada, que é recorrente o uso de analogia na escolha dos nomes de supermercados. As motivações destes criam verdadeiras redes de nomes, em que uns lembram outros: Supermeu/ Supernosso; Mineiro/ Mineirão/ Mineiríssimo; Eta/Epa. Tal fenômeno é muito comum no âmbito comercial, em que o dono de um negócio, buscando a associação rápida dos consumidores, reproduz um nome novo a partir de outro já conhecido. A semelhança pode acontecer entre significado, som ou grafia. Observa-se, ainda, em grande parte dos dados, uma tendência à informalidade e à oralidade. Há certa liberdade e/ou peculiaridade no processo de formação das palavras analisadas. Em benefício da estratégia de *marketing* ou em nome da estética, burlam-se as regras gramaticais das mais diversas formas.

Tal como previa-se, no campo das hipóteses levantadas, ficou constatado que a região influencia na escolha dos nomes, não só de supermercados (foco deste estudo), mas também dos mais variados segmentos comerciais. Nas regiões menos favorecidas socioeconomicamente, os nomes

de supermercados primam pela proximidade com o cliente (como se constituísse com ele uma extensão familiar). Já nas regiões mais favorecidas (zona Sul) as denominações indicam uma relação de maior distanciamento do cliente, visto que os nomes dos supermercados são mais formais e comerciais (no sentido de serem pouco ou nada fantasiosos). Nestas regiões, os estabelecimentos são maiores e mais requintados, oferecem produtos importados e de grife (alimento que já vem descascado e/ou picado e/ou temperado), contrastando com os pequenos supermercados dos bairros da zona Norte, que apresentam infra-estruturas mais simples.

Ainda em relação à zona Norte de BH (e zonas similares em Contagem), é válido mencionar que um dos recursos mais usados para a formação dos nomes de supermercados é o processo de sufixação com o aumentativo *-ão*, justamente pela idéia de informalidade e proximidade que ele causa: Arrastão, Baixadão, Baratão, Barrigão, Bernardão, Bragão, Castelhão, Corujão, Mercadão Zelu, Mineirão, Panelão, Pezão, Povão, Primeirão, Skinão Ponto, Varejão do Gago.

Referências

- ASSOCIAÇÃO Mineira de Supermercados. Disponível em: <www.amis.org.br>. Acesso em: 22 abr. 2008.
- CRIOULO. In: PARTRIGDE, Eric. *Originis: a short etymological dictionary of modern english*. London: Routledge & Kegan Paul, 1958.
- CUNHA, Celso; CINTRA, Luís F. Lindley. *Nova gramática do português contemporâneo*. 3. ed. rev. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2001.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Miniaurélio: o dicionário da língua portuguesa*. 6. ed. rev. atual. Curitiba: Positivo, 2006.
- HECKLER, Evaldo; BACK, Sebald; MASSING, Egon Ricardo. *Dicionário morfológico da língua portuguesa*. São Leopoldo: UNISINOS, 1984.
- DICIONÁRIO Eletrônico Houaiss. Versão monousuário 2.0. Produzido e distribuído por Ed. Objetiva, 2007.
- LISTA TELEFÔNICA: assinantes de Belo Horizonte – Negócios. Belo Horizonte: Guiatel, 2008.
- ROCHA, Luiz Carlos de Assis. *Estruturas morfológicas do português*. Belo Horizonte: UFMG, 1998.

Anexo: análise de nomes de supermercados antigos ou extintos.

Anos 50

- Serv Bem: por composição, nominalização de verbo *servir* + advérbio, preservando o sentido de ação. Não utiliza hífen, mantendo-se como duas palavras. Queda do *-e*, com a função de representar a fala, criando aproximação com o público. Motivação: indicar que clientes eram bem servidos, referência ao modo de tratar os fregueses.
- Merci: lembra *mercearia*, e *obrigado*, em francês.
- Bandeirante: motivação – indica pioneiro, o primeiro. Formação por derivação sufixal: substantivo *bandeira* + *-ante* (sufixo). Palavra já existente na língua.

Anos 60

- Camponesa: base *campo* + sufixo *-nes* + *-a* (flexão de gênero), fundada por empresários com negócios nas áreas de finanças e agropecuários. A referência ao personagem do campo é motivada, talvez, pela influência de fundadores agropecuaristas. Referência à figura da moça do campo, tal qual no rótulo do Leite Moça, para referir não apenas ao gênero, mas também à idéia de feminilidade para o público, ou associação com atividade feminina.
- Pag-Pouco: em analogia a Serv Bem, composição de verbo + quantificador (elimina-se *-ue* de *pague*, para efeito estilístico e esta forma reduzida junta-se ao quantificador pouco, separados por hífen).
- EPA: Empresa Popular de Abastecimento – não nasce como auto-serviço, só se torna supermercado na década de 70. Embora seja um caso de formação por siglagem (especificamente um acrônimo), observa-se que o significado ultrapassa o de uma sigla, tornando-se interjeição.
- KIT: alimentos a baixo custo – estrangeirismo, fundada por mineiros. Observe-se o uso do *-k* e a terminação em *-t*, não

atípicos na língua portuguesa. Comporta a idéia de cesta básica, conjunto de produtos de gêneros variados. Posteriormente transforma-se em Kit Eletro, deixando o setor de supermercados para inaugurar suas atividades no setor de eletrodomésticos.

▪ APOIO: atacadista, o nome é claramente motivado pela função, qual seja, dar apoio aos varejistas. Deriva do verbo *apoiar*.

Anos 70

▪ CB Merci: derivação siglada *CB* (siglagem grafêmica da rede *Casas da Banha*) + estrangeirismo *Merci*. Não é abreviatura, porque formou nova palavra.

▪ MandaBrasa: mais uma composição de verbo, agora ligado a substantivo. Peculiar por ser também expressão da língua. Motivação: nome popular, expressão conhecida, significa andar rápido, implicando não perder tempo. Apela à economia de tempo.

▪ Jumbo: motivação – de peso, forte, grande (é hipermercado).

▪ Estrela D´Alva: substantivo *Estrela* + locução adjetiva *d´Alva*. O nome não é motivado pela localização no bairro de mesmo nome, como se poderia inicialmente inferir. Múltiplas significações culturais do nome. É a primeira estrela a aparecer no céu e a última a sumir.

▪ Mart-Plus: do mesmo dono do EPA – estrangeirismo que une duas palavras em inglês: *mart* (significa supermercado) e *plus* (mais). Foi criado como estratégia de expansão para o EPA. O objetivo era atender classes mais altas, menos populares, lançando uma rede com nome estrangeiro, que faria mais sucesso entre as classes mais abastadas.

Anos 80/90: entrada das multinacionais

- Paes Mendonça
- Verde Mar
- Pão-de-Açúcar
- ViaBrasil
- Wal-Mart
- Carrefour

Análise morfológica de nomes de pré-escolas de Belo Horizonte

Alessandra Deusdete de Jesus
Ana Graziela Kaiser.
Carolina Leão da Fonseca
Fabiane Lucia Camara dos Santos

Introdução

Este trabalho foi elaborado a partir da compilação de nomes de pré-escolas de Belo Horizonte, visando uma análise dos nomes destes estabelecimentos de ensino infantil. Pretendemos, com esta pesquisa, não só identificar as razões para o uso de tais nomes, como também justificar a composição das palavras e a utilização do diminutivo, por exemplo, bastante recorrente nos nomes de escola.

Foram comparados os nomes de pré-escolas de diversos bairros de Belo Horizonte, a fim de estabelecer uma relação entre o nome do estabelecimento e o segmento de atuação.

Corpus

O *corpus* para esta pesquisa foi coletado no catálogo telefônico Guiatel Negócios – Lista de Endereços 2007 e no site www.telelistas.net, com base em uma seleção dos nomes que caracterizassem as instituições de ensino exclusivamente voltadas para o ensino infantil.

Após a coleta do *corpus*, foi realizada uma separação dos nomes escolhidos de acordo com as regionais metropolitanas de Belo Horizonte, para que a análise da motivação dos nomes pudesse ser feita com maior precisão.

Seguiu-se a análise morfológica dos nomes selecionados de acordo com os critérios pesquisados nos livros citados na referência. Posteriormente, realizou-se a análise da motivação dos nomes baseada nas suposições elaboradas, previamente, por nós e nas explicações dadas por funcionários das instituições de ensino ou pelo site das mesmas.

Foram analisados 28 nomes de pré-escolas, de nove regiões metropolitanas, região Oeste, Leste, Pampulha, Venda Nova, Barreiro, Nordeste, Noroeste, Norte e Centro-Sul.

Análise do corpus

Palavras como *centro*, *criança*, *escola*, *educacional*, *infantil* e *instituto*, repetem sistematicamente nos nomes de estabelecimentos escolares. Para evitar a repetição de informação, as análises morfológicas das mesmas restringem-se na descrição e estudo do primeiro nome em que ela aparece.

Região Oeste

Centro Educacional Passo a Passo (Barroca)

- Análise morfológica: um substantivo, um adjetivo e uma locução adjetiva. *Centro*: substantivo masculino, do latim *centru*, do grego *kéntron*, *centr-* (base, pois temos também as palavras, *central*, *centralizado*, *centralizar*, entre outros) + *-o* (vogal temática); *Educacional*: adjetivo, derivado do substantivo *educação*, do latim *educatiōne*, *educa-* (base, pois temos *educação*, *educar*, *educando*) + *-cion* (morfema derivacional formador de adjetivo) + *-al* (sufixo latino); *Passo a passo*: locução adjetiva; entreposta por um artigo, ocorre a repetição da palavra *passo*, do latim *passu*, palavra primitiva, que é ligada à seguinte por um artigo (morfema livre).
- Motivação: a escola é o lugar onde a criança aprende novas coisas, porém uma de cada vez, a seu tempo. É o lugar que constrói aos poucos o saber do indivíduo e também o ajuda na sua formação pessoal, além de intelectual.

Sistema Educacional Athena (Buritiz)

- Análise morfológica: dois substantivos e um nome próprio. *Sistema*: substantivo masculino, do latim *systema*; constituído de um único morfema lexical *sistema* (base); *Athena*: nome próprio que significa deusa da sabedoria e das artes manuais, do grego *Athena*.

- Motivação: se inspirar em uma deusa que significa sabedoria, de acordo com a mitologia grega, sabedoria que será transmitida às crianças, dando a idéia de uma escola séria, comprometida com o dever de ensinar.

Escola Infantil Turma Feliz Ltda. (Betânia)

- Análise morfológica: dois substantivos e dois adjetivos. *Escola*: substantivo feminino, do latim *schōla*; formada por um único morfema lexical que é a base (*escola*); *Infantil*: adjetivo, do latim *infantīlis*, *infan-* (base) + *-t* (consoante de ligação) + *-il* (sufixo); *Turma*: substantivo feminino, do latim *turma*; *Feliz*: adjetivo, do latim *fēlix*.
- Motivação: passa a idéia de um conjunto de crianças que estão reunidas em um mesmo lugar e que desfrutam das atividades propostas pela escola, a fim de as instruírem de forma alegre e descontraída.

Região Leste

Creche Pupileira (Horto)

- Análise morfológica: dois substantivos. *Creche*: substantivo feminino, do francês *crèche*; constituído de um único morfema lexical *creche* (base); *Pupileira*: substantivo singular, palavra derivada de *pupilo*; órfão sob tutela; educando; protegido. Do latim *pupillu*; *pupil-* (base) + *-e* + *-ira* (morfema derivacional sufixal). Cabe ressaltar que *-eira*, é um morfema derivacional comumente utilizado semanticamente para formar palavras que indiquem o local que abriga a forma primitiva, como em *bananeira*, é o local que contém banana, morfema primitivo que originou o substantivo derivacionado.
- Motivação: é possível pensar no nome da Creche Pupileira como o lugar que abriga pupilos: no sentido de educando, porém *pupileira* também tem a intenção de prover uma idéia de um local que irá proteger as crianças.

Escola Infantil Pirulim (Esplanada)

- Análise morfológica: dois substantivos e um adjetivo. *Pirulim*: neologismo formando um substantivo. Sendo uma palavra criada é difícil separar a palavra em elementos morfológicos. Os morfemas, nessa palavra, são conectados de forma a prover uma sonoridade que indica algo infantil. Primeiro porque *piruli-* da uma noção de um som que veio de uma palavra que se relaciona com criança, como *pirulito*, e *-im* da uma sonoridade de algo pequeno, ou de diminutivo, já que tem o som parecido com o som do morfema *-inh-* que representa morfema de diminutivo no português.
- Motivação do nome: *pirulim* a palavra central do nome da pré-escola, não pode ser encontrada em um dicionário, na verdade é uma palavra que foi criada com o propósito essencial de representar uma sonoridade que denota algo infantil.

Centro de Educação Infantil Estrelinha da Mônica (Santa Inês)

- Análise morfológica: substantivo + preposição + substantivo + adjetivo + substantivo + preposição + nome próprio. *Educação*: substantivo a partir do verbo *educar*. *Educar* (base) + *-ção* (morfema derivacional sufixal – concorrente); *Estrelinha*: substantivo singular feminino, derivado do substantivo *estrela*, *estrel-* (base) + *-inh-* (morfema derivacional sufixal – diminutivo) + *a* (vogal temática); *da*: preposição *de* (base que indica preposição) + *-a* (morfema flexional de gênero feminino); *Mônica*: nome próprio – personagem infantil de uma história em quadrinhos – apesar de não poder ser dividido, morfológicamente, em categorias, tem um papel importante na formação da palavra composta, pois especifica o outro nome *estrelinha*, indicando que a *estrelinha* não é qualquer uma, mas da pessoa que tem a posse, *Mônica*.
- Motivação: utilizou-se *Centro de Educação*, ao invés de escola infantil. Supomos que esta escolha seja para indicar que é uma instituição mais séria. Esta parte do nome visa diretamente atingir os pais, que são, muitas vezes, responsáveis pela escolha da escola dos filhos. No caso da expressão *Estrelinha da*

Mônica, temos a indicação de um nome relacionado à infância, primeiro pelo uso de diminutivo da palavra *estrela* e porque o nome próprio *Mônica* é o nome de uma personagem de histórias em quadrinhos infantil no Brasil.

Região Pampulha

Núcleo da Criança (Pampulha)

- Análise morfológica: dois substantivos intercalados por uma preposição. *Núcleo*: substantivo masculino, do latim *nucleu*, diminutivo de *nux*, noz. A palavra está na sua forma primitiva; *Criança*: substantivo feminino.
- Motivação: a escola é que extrai e incentiva o desenvolvimento das habilidades das crianças.

Escola Infantil Cantinho Mágico (Jaraguá)

- Análise morfológica: dois substantivos e dois adjetivos. *Cantinho*: substantivo masculino, diminutivo de *canto*, *cant-* (base) + *-inh-* (morfema derivacional sufixal – diminutivo) + *o* (vogal temática); *Mágico*: adjetivo, do latim *magĭcus*, palavra derivada flexionada.
- Motivação: lugar reservado às crianças com a finalidade de lhes apresentar coisas novas que as encantarão.

Instituto Educacional Arco-Íris (Aeroporto)

- Análise morfológica: dois substantivos simples e um substantivo composto. A palavra *instituto*: substantivo masculino, do latim; *institūtus* (*institui-* base, o que pode ser visualizado através das palavras *instituir*, *institucional*, *instituidor*) + *t* (vogal de ligação) + *o* (vogal temática); *arco-íris*: substantivo masculino. A palavra possui mais de um radical, por isso é considerada composta.
- Motivação: as cores do arco-íris remetem a coisas alegres, e a escola é para as crianças um lugar feliz, de descobertas, novidades, aprendizado etc.

Região Venda Nova

Criança Não É Brinquedo (São João Batista)

- Análise morfológica: dois substantivos, um advérbio de negação e um verbo. *Não*: advérbio de negação; *é*: verbo *ser* na 3ª pessoa do singular do presente do indicativo; *brinquedo*: substantivo masculino derivado do verbo *brincar*.
- Motivação: o nome Criança Não É Brinquedo indica que a escola irá valorizar a criança, no sentido de educá-la e ensiná-la.

Escola Infantil Panda (São João Batista)

- Análise morfológica: dois substantivos e um adjetivo. *Panda*: substantivo masculino.
- Motivação: o título *Escola Infantil* indica que é uma escola para crianças. A motivação de colocar o nome *panda*, um animal que parece um pequeno urso, pode ser de criar uma alusão ao urso de pelúcia, estabelecendo uma afinidade com o universo infantil.

Jardim de infância Padre Angélico Lipani (Venda Nova)

- Análise morfológica: dois substantivos, um adjetivo e um nome próprio. *Jardim de infância*: palavra composta, *jardim*, do francês *jardin* substantivo masculino + preposição *de*, que especifica o tipo de jardim + *infância*, que é um adjetivo; *padre*: substantivo masculino, do latim *pater*; *Angélico Lipani* é um substantivo, nome próprio.
- Motivação: o nome *Jardim de Infância* designa o local que abriga crianças. Com os dados coletados nesta pesquisa, percebe-se que esta denominação não é mais tão utilizada (principalmente no nome da instituição), porém ela tem uma conotação mais forte no sentido de cultivar ou preservar a infância, além de especificar a faixa etária do público que frequenta a escola. Aparece como nome central um nome próprio Padre Angélico Lipani, que não só indica o nome de uma pessoa, mas também que o que ele faz, é um padre, que tem sentido religioso. A motivação de se utilizar nomes

próprios é comum para representar alguma conexão da escola com a pessoa que deu origem ao nome da escola.

Região Barreiro

Escola Infantil Batutinhas (Bonsucesso)

- Análise morfológica: dois substantivos e um adjetivo. *Batutinhas*: Substantivo masculino no plural, derivado do adjetivo *batuta*, do italiano *battuta*. *Batut* (base) + *-inh-* (morfema derivacional sufixal – diminutivo) + *a* (vogal temática) + *s* (morfema derivacional sufixal de número – plural).
- Motivação: é possível analisar a motivação do nome da escola sob duas perspectivas: em uma, o nome foi baseado em um filme infantil, chamado “Os batutinhas” (1994 – título original “The little rascals”). Deste modo, o nome da escola teria relação direta com o mundo infantil fazendo uma analogia ao filme; na outra, *batutinha* teria origem no adjetivo *batuta*, que significa “valente”. Assim seu diminutivo motivaria o fato de que as crianças que frequentam a escola são valentes.

Pimentinha Milionária (Milionários)

- Análise morfológica: um adjetivo e um nome próprio. A palavra *pimentinha* pode ser adjetivo ou substantivo, mas, no caso analisado, ela tem a função de adjetivo e é derivada do substantivo *pimenta*, e designa criança agitada. *Piment-* (base) + *-inha* (morfema derivacional sufixal, diminutivo); *milionários*: nome próprio (essa palavra também pode funcionar como adjetivo). *Milion-* (base) + *-ário* (sufixo de nominalização) + *-s* (desinência de número).
- Motivação: a denominação da escola foi feita com base em duas intenções, a de caracterizar um tipo de criança (agitada) e identificar o bairro no qual a escola se situa.

Escola Infantil Vinícius de Moraes (Barreiro)

- Análise morfológica: um substantivo, um adjetivo e dois nomes próprios.
- Motivação: a escola recebeu esse nome como uma forma de homenagear ao célebre compositor da MPB, Vinícius de Moraes, que possui, em sua obra, várias composições voltadas para o público infantil.

Região Nordeste

Centro Educacional Infantil Espaço Livre (Concórdia)

- Análise morfológica: três substantivos e dois adjetivos. *Espaço*: substantivo masculino, do latim *spatiu*, *Espaç-* (base, pois temos espaçamento, espacial, espaçoso) + *-o* (Vogal temática); *livre*: adjetivo do latim *liberu*; *livr-* (base, assim como na palavra livrar) + *-e* (Vogal temática).
- Motivação: segundo funcionária da escola, o nome Espaço Livre dá a idéia de que a criança terá total liberdade nesse ambiente, não será oprimida de forma alguma.

Instituto Infantil Casinha da Vovó (Ipiranga)

- Análise morfológica: três substantivos e um adjetivo. *Casinha*: substantivo feminino diminutivo, do latim *casa*; *cãs-* (base) + *-inh* (morfema derivacional sufixal formador de diminutivo) + *-a* (vogal temática); *Vovó*: substantivo feminino diminutivo originado da palavra avó, formada pela repetição do morfema lexical *vo*.
- Motivação: Esse nome foi dado ao estabelecimento como homenagem à mãe da fundadora da escola, que o construiu semelhante à casa de sua mãe.

Escola Infantil São Judas Tadeu (Ipiranga)

- Análise morfológica: um substantivo, um adjetivo e um nome próprio. *São*: adjetivo originado da palavra santo, do latim *sanctus*, sagrado; *Judas Tadeu*: nome próprio.

- Motivação: de acordo com um funcionário da escolinha, o estabelecimento tem esse nome, porque os fundadores eram muito devotos de São Judas Tadeu.

Região Noroeste

Centro Educativo Pés no Chão (Dom Bosco)

- Análise morfológica: três substantivos e um adjetivo. *Educativo* é adjetivo derivado do substantivo educação. *Educa-* (base, pois temos educação, educar, educando) + *-tivo* (morfema sufixal formador de adjetivo); *pés*: substantivo plural masculino; *no*: preposição *em* + artigo *o*, tem a função de ligar outras duas palavras, estabelecendo entre elas determinadas relações de sentido, aqui, estabelecendo uma idéia de lugar; *chão*: substantivo masculino.
- Motivação: o funcionário entrevistado não soube explicar. Porém supomos duas hipóteses: o nome pode estar relacionado à expressão popular “ter os pés no chão”, que significa encarar a realidade; ou o nome pode fazer referência a estar descalço, literalmente com os pés no chão.

Educandário Mini Doutor (Carlos Prates)

- Análise morfológica: 3 substantivos. *Educandário*: substantivo masculino derivado da palavra educar, do latim *educare*; *educa* (base, pois temos educação, educar, educando) + *n* (consoante de ligação) + *dário* (sufixo); *Mini*: prefixo que dá idéia de algo minúsculo formada por um único morfema lexical é um prefixo (mini), podemos perceber tal fato através das palavras *miniatura*, *miniato*; *doutor*: substantivo masculino, do latim *doctore*; formada por um único morfema lexical que é a base (doutor).
- Motivação: a designação Mini Doutor foi escolhida para transmitir a idéia de que as crianças que estudarem nessa instituição serão futuros doutores. O nome *educandário* foi

escolhido, pois, na opinião do fundador da escola, é o melhor sinônimo de escola ou centro de formação, por isso foi escolhido.

Centro Pedagógico Corujinha (Nossa Senhora da Glória)

- Análise morfológica: três substantivos. *Pedagógico*: adjetivo relativo à palavra pedagogia, do latim *paedagogia*, do grego. *Paidagogía*. *Pedagog-* (base como em: *pedagogo*, *pedagogia*, *pedagogismo*, *pedagogista*) + *-o* (vogal temática); *corujinha*: substantivo feminino. *Coruj-* (base) + *-inha* (morfema derivacional sufixal de diminutivo) + *-a* (vogal temática).
- Motivação: segundo a secretária do estabelecimento, o nome *Corujinha* foi dado à escola porque a fundadora da escola era uma mãe muito zelosa, “coruja” com seu filho. Então, colocou-se o nome no diminutivo para melhor adaptá-lo universo infantil. A escolha por centro pedagógico (e não escola infantil, por exemplo), se dá por acreditarem que essa dá maior força e requinte ao nome.

Instituto Infantil Le Petit (Caiçara)

- Análise morfológica: um substantivo, um adjetivo + um artigo e um substantivo em francês. *Le*: artigo definido masculino francês; *Petit*: substantivo (pois vem acompanhada de artigo) do francês que significa “pequeno”.
- Motivação: *Le Petit* é um nome em francês que significa “O pequeno”. Assim, o nome demonstra o real alvo da escola, que é a criança. O fato de o nome da escola ser em francês sugere maior prestígio ao estabelecimento.

Região Norte

Escola Infantil Bem-me-quer Ltda (Heliópolis)

- Análise morfológica: dois substantivos e um adjetivo *Bem-me-quer*: substantivo composto. Composição: *bem* (substantivo) + *me* (pronome pessoal) + *quer* (verbo querer conjugado no presente do indicativo na 3ª pessoa do singular)

- Motivação: a utilização do substantivo *bem-me-quer* pretende passar a mensagem de que nesse estabelecimento de ensino a criança é bem cuidada.

Escola Infantil Florzinha Azul (Primeiro de Maio)

- Análise morfológica: dois substantivos e dois adjetivos. *Florzinha*: substantivo feminino diminutivo. *Flor-* (base) + *-inh-* (morfema derivacional sufixal, diminutivo) + *-a* (vogal temática) e *azul*: adjetivo
- Motivação: o nome da escola remete a imagem de algo pequenino e frágil como as crianças que freqüentam esse ambiente de ensino.

Instituto Educacional Shangrilá (Planalto)

- Análise morfológica: um substantivo, um adjetivo e um nome próprio. *Shangrilá* – nome próprio, estrangeirismo vindo do sânscrito, que significa paraíso.
- Motivação: o nome dessa pré-escola está relacionado ao nome de um bairro próximo à localização do instituto educacional, o bairro originalmente se chama Xangrilá. Outra razão para o nome é o significado de Shangrilá que é “paraíso”, ou seja, a escola quer passar a idéia de que lá é um lugar ideal para a educação das crianças. **Região Centro-Sul**

Allegra Recreação Infantil (Centro)

- Análise morfológica: dois substantivos e um adjetivo. *Allegra* é substantivo, neologismo. Palavra relacionada com o substantivo *alegria*. Já *recreação* é substantivo abstrato a partir do verbo *recrear*. *Recrear* (base) + *-ção* (morfema derivacional sufixal, concorrente).
- Motivação: o nome remete a um lugar alegre, onde a criança pode brincar e se divertir.

Chez L'enfant (Barro Preto)

- Análise morfológica: substantivo + artigo + substantivo. *Chez L'Enfant*: preposição + substantivo, estrangeirismo do francês que se traduz como "Casa da criança".
- Motivação: não foi possível entrar em contato com o dono da escola, porém, possivelmente, a motivação de se utilizar estrangeirismo vem de alguma conexão do dono com a língua francesa.

Escola Criativa Idade Educação Infantil (Santa Lúcia)

- Análise morfológica: três substantivos e dois adjetivos. *Criativa*: adjetivo a partir do verbo *criar*. *Criar* (base) + *-tivo* (sufixo alomorfêmico formador de adjetivo) + *-a* (vogal temática); *idade*: substantivo feminino; *educação*: substantivo a partir do verbo *educar*. *Educar* (base) + *-ção* (morfema derivacional sufixal – concorrente).
- Motivação: o uso da analogia entre as palavras *criativa* e *idade*, tem como intuito dar a idéia de um lugar que estimula a criatividade e despertar a imaginação das crianças.

Discussão dos resultados

Ao elaborar esta pesquisa tínhamos certa expectativa para o resultado que obteríamos, para isso, listamos algumas possibilidades de ocorrências nas análises morfológica e nas análises de motivação dos nomes. Após selecionar e analisar os nomes, percebemos que algumas possibilidades foram confirmadas e outras destoaram de nossa proposta inicial.

Resultados

- a) Uso de sufixos indicando diminutivo, sendo mais recorrente o sufixo *-inh-* (29% dos nomes);
- b) Utilização de nomes relativos a elementos da educação infantil (estrutura didática e pedagógica da educação infantil), utilizando palavras como: *arte, criatividade, espaço livre*;
- c) Uso de nomes relacionados ao mundo infantil, no sentido de nomes que se relacionam à infância, como nomes de

personagens de literatura infantil. Exemplo: Escola Infantil A Torre da Princesinha Ltda. – Nova Suíça;

- d) Emprego de estrangeirismos, palavras retiradas de línguas estrangeiras. Exemplo: *Chez L'enfant* – Barro Preto (do francês);
- e) Uso de criação de novas palavras pela junção de morfemas. Exemplo: Escola Infantil Recreat – Sagrada Família;
- f) Presença de nomes relativos à natureza ou animais. Exemplo: Escola Infantil Panda – São João Batista;
- g) Uso de nomes relativos à religião. Exemplo: Jardim de Infância Padre Angélico Lipani – Venda Nova;
- h) Emprego de nomes relativos à família. Exemplo: Instituto Infantil Casinha da Vovó – Ipiranga;
- i) Uso de nomes relativos à educação formal. Exemplo: Escola Infantil Vinícius de Moraes; por exemplo, nomes de intelectuais da literatura como Vinícius de Moraes.

Conclusão

Observamos que os nomes das instituições de ensino para crianças de 0 a 6 anos são, normalmente, formados por palavras que remetam ao universo infantil ou são formadas por elementos mórficos que indicam o diminutivo, ou seja, que lembra algo pequeno como as crianças que freqüentam essas instituições.

Outro ponto recorrente dessa pesquisa é a utilização de palavras que demonstram uma intenção de informar aos pais que a escola é um ambiente seguro e comprometido com a educação dos alunos, local que auxilia as crianças a desenvolverem sua criatividade, inteligência e interatividade social. A utilização de estrangeirismos foi outro ponto que se destacou nessa pesquisa, pois ao contrário do que imaginávamos (supúnhamos que apareceriam mais estrangeirismos em inglês), as palavras estrangeiras mais utilizadas estavam em francês.

Por fim, percebemos que existem muitas semelhanças entre os nomes das escolas pesquisadas, especialmente quanto aos elementos mórficos, à utilização de

estrangeirismos e à sua motivação, não havendo grandes diferenças, nesses quesitos, entre bairros e regiões.

Gráfico

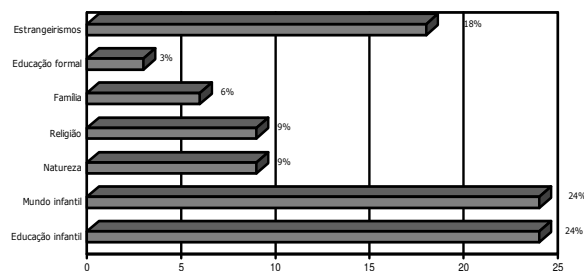


GRÁFICO 1 - Motivação dos nomes de pré-escolas

Referências

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Dicionário Aurélio da língua portuguesa*. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1988.

ROCHA, Luiz Carlos de Assis. *Estruturas morfológicas do português*. Belo Horizonte: UFMG, 1998.

BUENO, Francisco da Silveira. *Dicionário escolar da língua portuguesa*. 11. ed. Rio de Janeiro: Meca, 1986.

MAURO, Ferreira. *Gramática aprender e praticar*. 2º grau. São Paulo: FTB, 1992.

GUIATEL Negócios – Lista de Endereços 2007. Disponível em: <<http://www.telelistas.net/>>. Acesso em: 25 maio 2008.

PRIBERAM. Disponível em: <http://www.priberam.pt/dlpo/definir_resultados.aspx>. Acesso em: 25 maio 2008.

Análise da formação dos nomes de pizzarias da cidade de Belo Horizonte

Evandro Cunha
Maryelle Cordeiro
Renan Ribeiro

Introdução

O presente trabalho tem por objetivo analisar a formação e estruturação morfológica dos nomes de pizzarias existentes na cidade de Belo Horizonte, levando em conta também características extralingüísticas, tais como a motivação encontrada pelos proprietários e a região onde se encontram esses estabelecimentos. O objetivo é compreender quais são os fatores predominantes na escolha dos nomes de pizzarias da cidade, bem como os processos de formação mais freqüentes e produtivos.

Levantamento do corpus

Para a seleção do *corpus* foi utilizada, como primeira fonte de pesquisa, a lista telefônica *on-line* e posteriormente a lista impressa. Foi feita a coleta de todos os nomes de pizzarias existentes na lista *on-line* e foram realizadas as análises globais. Em seguida, para a análise individual, foi feita a seleção de alguns nomes de forma aleatória, ou daqueles que renderiam uma análise mais interessante do ponto de vista lingüístico. Posteriormente, foi consultada a lista impressa para a verificação da existência de tais estabelecimentos.

O *corpus* é composto por 147 nomes de pizzarias existentes em todas as regiões de Belo Horizonte, a saber: regiões Central, Sul, Leste, Oeste e Norte. O mesmo encontra-se disposto em seis grandes grupos, que foram formados a partir dos seguintes critérios: nomes em italiano ou com motivação do italiano; nomes em português com diversas motivações; nomes em inglês ou com estruturas em inglês; nomes em outras línguas; topônimos (nomes que remetem à localização do estabelecimento); antropônimos (nomes que remetem ao proprietário ou outra pessoa).

Os nomes em italiano (ou com motivação do italiano), selecionados para análise, foram: Amicis; Pizza a Pezzi; Pizzanella; Pizzarone; Pizzeria Fiori; Pizza Pazza; Pizza Pozzi; Speciali Pizza Bar. Entre os nomes em português, com diversas motivações, há: Pizzalar; Pizza Uai; Pizza Sim; Papa Pizza; Bitela Pizza; SP Pizza. Em inglês ou com estruturas em inglês: Big Pizza; Pizzeria e Churrascaria Baby Burguer; Quick Pizza e Massas; Sprint Pizza. E os nomes em outras línguas: Pizzeria Caminito. Além desses, foram selecionados dois topônimos, que remetem à localização dos estabelecimentos: Pizzadere; Pizza Saramenha e um antropônimo, que pode remeter ao nome do proprietário ou de outra pessoa: Pizza Doro.

Análise do corpus

Nomes em italiano ou com motivação do italiano

Amicis

- Motivação: tentativa de colocar um nome italiano ou um nome que lembrasse a Itália, tradicionalmente conhecida pelas famosas pizzas. Também seria um lugar onde se pode comer pizza entre amigos.
- Análise: formação por flexão nominal. *Amici* (substantivo) + -s (morfema de plural). É interessante apontar que *amici* em italiano já é a forma plural de *amico*. Tem-se, dessa maneira, dois morfemas de plural.

Pizza a Pezzi

- Motivação: como o proprietário é italiano, optou pelo uso de uma estrutura de sua língua materna para remeter à tradição da Itália com a *pizza*. Pode-se dizer também que foi feito um jogo de palavras com *pizza* e *pezzi*.
- Análise: composição sintagmática. *Pizza a Pezzi*. Segundo Laroca: “pizza em pedaços” – os membros do segmento frasal

têm uma relação sintática, morfológica e semântica, de forma a constituírem uma única unidade léxica.

Pizzanella / Pizzarone

- Motivação: mais uma vez, os proprietários quiseram dar um ar de “italianidade” à *pizza* produzida em seus estabelecimentos. O criador do nome *Pizzarone*, por exemplo, afirma ter escolhido um nome que lembrasse *pizza* e também a Itália. Como conhecia algumas palavras italianas que terminavam em *-one*, resolveu juntar esse sufixo, que é um formador de aumentativo muito produtivo no italiano, à palavra *pizza*, resultando assim *Pizzarone*. O mesmo raciocínio se aplica a *Pizzanella* e a outros estabelecimentos, como *Pizzarella*.
- Análise: composição por truncamento.¹ *Pizza* (substantivo) + *-n* (consoante de ligação) + *-ella* (sufixo comum em palavras italianas); *Pizza* (substantivo) + *-r* (consoante de ligação) + *-one* (sufixo comum em palavras italianas).

Pizzeria Fiori

- Motivação: como as anteriores.
- Análise: *Pizzeria* – derivação sufixal: *pizz-* (substantivo) + *-aria* (sufixo) + *fiori* (estrangeirismo – substantivo em italiano que significa “flores”).

Pizza Pazza

- Motivação: ainda há a preferência pelo adjetivo em italiano, agora relacionado ao fato de que a pizza é muito boa, muito louca, afinal *pazza* significa *louca*.
- Análise: composição substantivo-adjetivo. *Pizza* (substantivo) + *Pazza* (estrangeirismo - adjetivo).

¹Não há um consenso quanto a essa classificação, pois casos como esses não foram tratados na bibliografia consultada.

Pizza Pozzi

▪ **Motivação:** escolha de um nome que se assimilasse a um nome italiano. No caso, pode-se levantar a hipótese de que na escolha do nome foi feito um trocadilho da palavra *pizza* com a palavra *pozzi*, a qual é o plural de *pozzo* (igual a *poço*). Apesar disso, parece que a intenção do criador do nome era apenas a de realizar o trocadilho, já que, aparentemente, *pozzi* não possui nenhuma relação semântica com *pizza*.

Speciali Pizza Bar

▪ **Motivação:** uso da palavra *speciali* (especiais) em italiano para se referir ao país com maior tradição em pizzas e da estrutura em inglês de *pizza bar* (*bar* e *pizzaria*) para expressar, talvez, modernidade, elegância.

▪ **Análise:** composição adjetivo-substantivo.

▪ *Speciali* (adjetivo) + *pizza* (substantivo) + *bar* (substantivo).

Nomes em português com diversas motivações

Pizzalar

▪ **Motivação:** escolha de um nome para um estabelecimento que tivesse o mesmo aconchego do lar, para que o cliente se sentisse no conforto da sua casa.

▪ **Análise:** composição por justaposição. *Pizza* (substantivo) + *lar* (substantivo).

Pizza Uai

▪ **Motivação:** interjeição do dialeto mineiro utilizado como adjetivo para referir-se à proveniência da pizza, ou seja, indicar que a pizza é de Minas Gerais.

▪ **Análise:** composição substantivo-adjetivo. *Pizza* (substantivo) + *uai* (adjetivo). Nesse caso, portanto, a interjeição *uai* toma valor de adjetivo, significando “mineira”.

Pizza Sim

▪ **Motivação:** advérbio funcionando como adjetivo, indicando a aceitabilidade da pizza.

▪ **Análise:** composição substantivo-adjetivo. *Pizza* (substantivo) + *sim* (adjetivo). Novamente, um vocábulo muda de categoria para dar significado ao substantivo *pizza*.

Papa Pizza

▪ **Motivação:** escolha de um nome que incentivasse ou estivesse relacionado ao consumo de pizza. Há pelo menos duas interpretações: um *papa pizza*, pessoa que come pizza, ou o verbo *papar* no imperativo (*papa*).

▪ **Análise:** no primeiro caso, a composição é realizada após a derivação regressiva, pois formou-se um substantivo a partir de um verbo: *papa* (substantivo) + *pizza* (substantivo). Na segunda hipótese, há apenas a composição por justaposição entre o verbo *papa* e o substantivo *pizza*.

Bitela Pizza

▪ **Motivação:** referência ao tamanho da pizza. O *slogan* da pizzaria é “a maior pizza de BH”. Possível utilização da estrutura do inglês (adjetivo + substantivo).

▪ **Análise:** composição (adjetivo-substantivo). *Bitela* (adjetivo) + *pizza* (substantivo).

SP Pizza

▪ **Motivação:** é utilizada a sigla do estado de São Paulo, de onde vem o dono.

▪ **Análise:** substantivo formado por siglagem gráfemica, assumindo valor de adjetivo, pois parece indicar a proveniência da pizza. *SP* (adjetivo) + *pizza* (substantivo).

Nomes em inglês ou com estruturas em inglês

Big Pizza Delivery

- Motivação: uso do inglês para aproveitar o *status* que essa língua possui hoje e referir-se também ao tamanho da pizza vendida.
- Análise: composição adjetivo-substantivo. *Big* (estrangeirismo – adjetivo) + *pizza* (substantivo)

Pizzaria e Churrascaria Baby Burger

- Motivação: referência exclusivamente à churrascaria e não à pizzaria.
- Análise: composição adjetivo-substantivo. *Pizzaria* (derivação sufixal) + *e* (conjunção) + *churrascaria* (derivação sufixal) + *baby burger* [estrangeirismo *baby* (adjetivo) + *burger* (substantivo)].

Quick Pizza e Massas

- Motivação: indica a rapidez do serviço oferecido (*quick* significa *rápido*).
- Análise: composição adjetivo-substantivo. *Quick* (estrangeirismo-adjetivo) + *pizzas* (derivação sufixal) + *e* (conjunção) + *massas* (derivação sufixal).

Sprint Pizza

- Motivação: nome em inglês que se aplica ao conceito de atendimento proposto pelo estabelecimento, que é de um serviço rápido.
- Análise: composição adjetivo-substantivo. *Sprint* (estrangeirismo-adjetivo) + *pizza* (substantivo).

Outras línguas

Pizzaria Caminito

- Motivação: referência à região de Buenos Aires com o mesmo nome.

- Análise: composição por justaposição. *Pizza* (substantivo) + *caminito* (substantivo).

Topônimos

Pizzadere

- Motivação: evoca uma relação com a localização do estabelecimento.
- Análise: composição por truncamento. *Pizza* (substantivo) + *-dere* (redução de *Belvedere*).

Pizza Saramenha

- Motivação: relação com a localização (Avenida Saramenha).
- Análise: composição por justaposição. *Pizza* (substantivo) + *Saramenha* (substantivo).

Antropônimos

Pizza Doro

- Hipótese levantada: estrangeirismo (“pizza de ouro”).
- Motivação: nome Isidoro, o proprietário desejava que sua pizza tivesse algo que remetesse a ele.
- Análise: composição por truncamento. *Pizza* (substantivo) + *-doro* (redução de substantivo).

Discussão dos resultados

De acordo com os resultados obtidos, algumas observações podem ser feitas. Percebe-se, por exemplo, uma dificuldade em analisar a palavra *pizza*, pois ela aparece em estruturas do português, italiano e inglês e, por ser estrangeirismo, altera-se a análise de alguns nomes. Em um caso, por exemplo, analisou-se a palavra *pizza* em sua língua de origem: considerou-se *Pizza a Pezzi* uma composição sintagmática (“pizza em pedaços”), pois o nome foi idealizado em italiano pelo proprietário.

Em relação aos nomes em italiano, pode-se identificar três categorias: aqueles que utilizam uma palavra de fato italiana; aqueles que utilizam uma composição vocabular por truncamento (Laroca, 2003), isto é, uma junção com fragmentação de bases, sendo essas o substantivo *pizza* e um sufixo italiano de alguma produtividade (como *-one*, *-ella*, etc.); e aqueles que utilizam um vocábulo italiano, mas com grafia inadequada segundo a norma vigente.

Também é interessante observar a relativamente boa freqüência de nomes que possuem como motivação a velocidade na preparação e/ou na entrega das pizzas: do total de 66 nomes em português com diversas motivações, 9% possuem vocábulos como *agora*, *jato*, *já*, etc. Além desses, há aqueles cuja motivação é a qualidade do alimento oferecido: 11% das pizzarias do mesmo grupo (isto é, nomes em português com diversas motivações) têm nomes que remetem ao sabor de seus produtos (com adjetivos como *divina*, *leve sabor*, *suave sabor*, etc.).

Conclusão

Conclui-se, portanto, que, embora exista um grande número de estabelecimentos comerciais do tipo *pizzaria* em Belo Horizonte, a formação de seus nomes é bastante uniforme, não sendo caracterizada por grandes variações nos processos de formação estrutural. Em grande parte dos casos analisados individualmente, há uma estruturação composicional por justaposição ou substantivo-adjetivais, formando nomes simples e de caráter tradicional, até mesmo entre aqueles motivados por estrangeirismos.

Interessante pode ser uma análise mais profunda das variações dos nomes em função de suas localizações, levando em consideração aspectos sócio-econômicos de seu público-alvo.

Referências

- LAROCA, M.N.C. *Manual de morfologia do português*. Juiz de Fora: UFJF, 2003.
- ROCHA, L.C.A. *Estruturas morfológicas do português*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1999.
- FERREIRA, A.B.H. *Novo Dicionário da Língua Portuguesa*. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.
- TELELISTAS Net. Disponível em: < www.telelistas.net>. Acesso em: 21 mar. 2008.

v
v v
v v
viva voz