

**RESUMO:** Esta pesquisa tem por objetivo mostrar o uso dos processos morfológicos na criação de nomes de achocolatados em pó. O corpus está constituído de 21 nomes de achocolatados, os quais foram analisados principalmente com base nos conceitos apresentados por Azeredo (2002), Cunha e Cintra (2008), Flôres & Vernes (2004) e Maingueneau (2005). Com esta pesquisa pode-se perceber que a indústria dos achocolatados tem uma forte tendência à redução e ao cruzamento de nomes para designar seus produtos.

**PALAVRAS-CHAVE:** achocolatados, morfologia, nomes, cruzamento vocabular, processos de formação de palavras.

**ABSTRACT:** This research has for objective to show the use of morphological processes in the creation of names of cocoa powder trademarks. The corpus is constituted of 21 names of cocoa trademarks, which were analyzed mainly based on the concepts presented by Azeredo (2002), Cunha e Cintra (2008), Flôres & Vernes (2004) and Maingueneau (2005). Through this research is observed that the industry of cocoa powder has a strong tendency towards the reduction and crossing of names in order to designate new products.

**KEYWORDS:** cocoa powder, morphology, names, vocabulary crossing, process of word formation.

## **Introdução**

Dentre as atividades humanas, a indústria é a responsável produção de bens e de consumo. Essa prática não se realiza apenas mecanicamente; ela necessita também da linguagem verbal, a fim de anunciar seus produtos no mercado, já que o objetivo final é vender.

O fabricante, quando nomeia um de seus produtos, tem como principais objetivos chamar a atenção dos consumidores e torná-lo mais vendável que os da concorrência. Para realizar essa tarefa, ele procura nomes novos, diferentes e originais que designem as características de sua mercadoria e, ao fazer isso, ainda que inconscientemente, ele utiliza alguns processos morfológicos.

Os processos de formação dos nomes de achocolatados em pó são o objetivo de análise desta pesquisa. Pretende-se examinar como alguns nomes desse produto industrial são construídos e também quais são as tendências mais seguidas pelos fabricantes na hora de designarem a nova mercadoria.

---

<sup>1</sup> Artigo produzido na disciplina de Morfologia do Português sob a orientação da professora Sara Regina Scotta Cabral na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), 2010.

<sup>2</sup> E-mail: gabizynha\_cs@hotmail.com

<sup>3</sup> Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria – Brasil.

---

O presente trabalho aborda os conceitos de morfologia e dos processos de formação de palavras a partir da concepção tradicional, mas detém-se em uma visão funcionalista da linguagem. Em seguida, aborda a literatura sobre o processo de designação de marcas de produtos e, por fim, analisa os nomes dos achocolatados coletados no corpus.

## **Revisão da literatura**

Por muito tempo, a morfologia se deteve apenas na análise das palavras que já faziam parte do léxico da língua, o que a deixou à margem enquanto área de pesquisa linguística. Os conceitos morfológicos eram sempre os mesmos (já consolidados e conhecidos) e sempre repetidos. Alguns estudiosos da área já haviam desenvolvido tantos conceitos da organização interna das palavras que “parecia que tudo já tinha sido dito, explicado, dissecado. Restava repetir” (FLÔRES & VERNES, 2004, p.11). As autoras prosseguem: “A criação de uma era algo inusitado, fora de cogitação” (FLÔRES & VERNES, 2004, p.11). Os estudos estavam ligados às áreas da fonologia e da sintaxe onde o maior interesse estava no estudo da palavra inserida na sentença e não no estudo da palavra sozinha.

Isso perdurou até os dias atuais, e só recentemente os estudos morfológicos em geral estariam se expandindo e voltando a chamar a atenção de pesquisadores e professores da língua portuguesa. Aos poucos algumas publicações atuais, mas escassas, estariam fornecendo meios de investigação e análise ao redor do tema (FLÔRES & VERNES, 2004).

### **1. Nomes de marcas e de produtos**

De acordo com Azeredo (2002), chama-se oneonímia (óneo = comprar, -ônimo = nome) o processo de criação de lexemas e locuções referentes a marcas industriais ou artigos comerciais. Muitos desses lexemas podem ser criados como palavras compostas ou derivadas, guardando, dessa maneira, uma relação morfossemântica entre o nome ou marca do produto e suas aplicações ou na área de atividade. Exemplos: *Melhoral* (melhor + al), *Nescau* (Nestlé + cacau), *Biotônico* (bio, vida + tônico) Fontoura.

---

Maingueneau, em trabalho de 2005, apresenta algumas considerações sobre os nomes de marcas e produtos. Para o autor, os nomes de marcas somente adquirem sentido ao serem relacionados a dois outros tipos de denominações, situadas em planos distintos: a “denominação da categoria de produto” e a “denominação do produto”.

Os nomes das categorias se exprimem por intermédio dos nomes tradicionalmente ditos “comuns”, que se referem a classes às quais se pode associar determinantes como *este* ou *um*. Exemplos: leite, massa, arroz, suco, panela, detergente, sabão em pó, papel higiênico, televisão, celular etc. Pode ocorrer que um nome de marca se transforme em nome de categoria (*frigorifera, gilete, omo*, etc.).

Os nomes dos produtos tratam-se de nomes próprios (*Blue Ville, Golf*), que se distinguem dos nomes de seres humanos, pelo fato de designar não um indivíduo único, mas um número ilimitado de mercadorias idênticas. Nem todos os produtos têm um nome: os perfumes e os carros, por exemplo, têm um nome, mas não os legumes, que são dificilmente individualizáveis, efêmeros e não possuem um privilégio de raridade. Quando se introduz um produto no mercado, deve-se levar em conta o fato de os consumidores já possuírem uma grade de categorias, as quais correspondem a usos reconhecidos.

Maingueneau (2005) defende a tese de que existem nomes de marca evocadores que procuram buscar/ressaltar as características dos produtos tal como estes são colocados em cena no discurso específico de cada marca. Segundo ele, essas designações dividem-se em dois conjuntos:

- **as designações neológicas** são as que fazem circular novos nomes, podendo se construir de várias maneiras. Nesse terreno, porém, está-se frequentemente reduzido a conjecturas, uma vez que esse tipo de nome que evoca unidades lexicais variadas é justamente concebido de modo a fazer trabalhar o imaginário;

- **as designações desviadas**, que exploram os valores semânticos de unidades *já em circulação*, quer se trate de nomes próprios ou de palavras da língua.

As designações *desviadas* são as mais frequentes. Elas utilizam o significado ligado a uma unidade existente, quer se trate de nomes que fazem parte da competência linguística, quer de nomes próprios (históricos, geográficos etc.) que fazem parte da competência enciclopédica (“Atenas”, por exemplo). Essa estratégia de designação apresenta a vantagem de se apoiar sobre termos que já possuem uma carga semântica forte. Mas é necessário ainda que essa carga convenha aos produtos vendidos e que o discurso da marca filtre os traços semânticos condizentes com sua imagem.

---

O desvio de unidades lexicais existentes pode incidir sobre palavras do léxico ou sobre nomes próprios. Na língua, a palavra encontra-se ligada a um certo número de expressões idiomáticas (“transparente como cristal”, “frágil como o cristal”, “a pureza do cristal” etc.). É por intermédio de tal constelação de valores virtuais que o discurso publicitário deve construir seu caminho, a fim de harmonizar os valores ligados à marca e os ligados à categoria de produto.

No que diz respeito aos nomes próprios, não se pode falar de significado da mesma forma que no caso das palavras do léxico. O referente dos nomes próprios evoca um conjunto aberto de contextos históricos, geográficos etc. e seu significante, seus constituintes sonoros (sílabas, fonemas) ou ortográficos liberam conotações.

A partir das orientações de Maingueneau (2005), é possível analisarem-se nomes ou marcas de produtos. No caso desta pesquisa, enfocam-se as marcas de achocolatados disponíveis em supermercados.

## 2. Morfologia

Na concepção de Amaral (2003), a **Morfologia** (*morphé* = forma + *logos* = estudo) é a parte da gramática que se dedica ao estudo e análise da palavra sob o ponto de vista de sua forma. Trata da estrutura e dos processos de flexão, classificação e formação das palavras. O objeto da morfologia é a formação das palavras e a análise da sua estrutura interna.

A peculiaridade da morfologia era estudar as palavras olhando para elas isoladamente e não dentro da sua participação na frase ou período, tomando-as como entes isolados e completos em si mesmos.

Tradicionalmente, a Morfologia era estudada a partir da análise da estrutura dos vocábulos, seguida da investigação dos processos utilizados pela língua na criação de suas palavras. Passou-se, posteriormente, ao estudo detalhado de cada uma das dez classes gramaticais (denominadas também como classes de palavras, sendo elas: substantivo, artigo, adjetivo, numeral, pronome, verbo, advérbio, preposição, conjunção e interjeição), incluindo as respectivas flexões.

Esse procedimento teria o inconveniente de distanciar demasiadamente os fatos linguísticos um dos outros, criando falsa impressão de que cada classe de palavras seria um compartimento isolado, sem relações com o resto da estrutura da língua. A realidade é exatamente inversa: as classes de palavras só podem ser devidamente caracterizadas

---

umas em função das outras, analisando-se o comportamento dos vocábulos dentro das orações da língua (INFANTE & NICOLA, 1995).

Em suma, a análise morfológica de uma palavra, de acordo com Amaral (2003, p. 347), compreende: a) identificar, em sua estrutura, os elementos que a constituem; b) determinar seus processos de formação; c) determinar a classe gramatical a que ela pertence e estudar suas flexões (= variações).

Fundamentalmente, em morfologia, existem dois processos principais de formação de palavras: **derivação** e **composição** (AZEREDO, 2002). A **derivação** é o processo que dá origem a novos lexemas/palavras. Por definição, uma palavra é formada por derivação quando provém de outra, já existente na língua, dita primitiva (*jardineiro* deriva de *jardim*, *incapaz* deriva de *capaz*, *desfile* deriva de *desfilar*) (AZEREDO, 2002). Pode ocorrer, segundo CUNHA E CINTRA (2008), de cinco maneiras: derivação prefixal, derivação sufixal, derivação parassintética, derivação regressiva e derivação imprópria.

A **derivação imprópria** ou **conversão**, importante para o desenvolvimento desta pesquisa, é um processo que consiste na mudança da classe gramatical de uma palavra, sem alterar sua forma (CUNHA E CINTRA, 2008). A ocorrência mais comum de derivação imprópria é a substantivação (a transformação de qualquer classe gramatical em substantivo). Basta, por exemplo, antepor-se o artigo a qualquer vocábulo da língua para que ele se torne um substantivo: O *importante* é ter saúde. “Vou arrumar as malas para o *definitivo*”, “Ouvia o *soar* dos passos” (FARACO & MOURA, 1996).

Já a **composição** consiste na formação de uma nova palavra pela união de dois ou mais radicais/palavras já existentes. A palavra composta representa sempre uma ideia única e autônoma. O resultado dessa composição pode exprimir um significado novo, diferente do sentido de cada um dos elementos que compõe a palavra nova (é o caso, por exemplo, de *pé-de-moleque*, que é nome de um doce; *beija-flor*, que é nome de um pássaro; *sempre-viva*, nome de uma planta; *criado-mudo*, nome de um móvel) ou se conservar o significado de cada elemento primitivo que formou a nova palavra (*passatempo*) (FARACO & MOURA, 1996).

Quanto à *forma*, segundo os mesmos autores, os elementos de uma palavra composta podem estar divididos em dois processos: composição por justaposição (*pontapé*, *girassol*, *pé-de-cabra*) e composição por aglutinação (*lobisomem*, *planalto*, *pernilongo*).

---

### 3. Processos de formação de palavras – abordagem funcionalista

De acordo com Flôres & Vernes (2004), o funcionalismo linguístico propõe uma teoria da língua enquanto escolhas referentes às possibilidades expressivas existentes no sistema (paradigmas próprios de cada língua). Nessa perspectiva, as prioridades seletivas vão da pragmática (situação de uso da língua) à sintaxe, através da semântica.

Segundo as autoras, a língua é vista como uma rede de relações, e as estruturas nela existentes são apresentadas como modos de interpretação dessas relações. De uma maneira mais simples, as relações entre a semântica e a gramática não são pré-fixadas, mas interpretativas. Não é possível nem recomendável perguntar o que cada elemento significa isoladamente, não forjando uma falsa realidade, não a obrigando a se enquadrar em um modelo formal pré-existente. A gramática toma a forma de uma série de estruturas sistêmicas, onde cada uma delas representa escolhas associadas a um dado tipo de constituinte. São previsíveis, mas não pré-estabelecidas, porque, além do modelo canônico, podem surgir outras possibilidades. As várias categorias de constituintes são organizadas em grupos, em função de traços<sup>4</sup> e funções<sup>5</sup> constitutivas.

No que se refere propriamente à morfologia do português, Flôres & Vernes (2004) argumentam que a flexão e a derivação são constituídas por escolhas diferentes do ponto de vista de sua funcionalidade dentro do sistema da língua. É possível definir a flexão como a articulação das desinências que indicam as categorias gramaticais do nome (gênero e número) e do verbo (modo, tempo, número e pessoa). A flexão não produz palavras novas, devido a seu alto grau de previsibilidade. Ela tende a “normalizar” o sistema, repetida através de padrões bem-comportados, de acordo com cada dialeto utilizado.

A flexão permite a cristalização de modelos da língua (paradigmas). Um paradigma pode ser constituído de um grupo de formas relacionadas flexionalmente tendo uma raiz ou um radical em comum. Dessa forma, a morfologia flexional se opõe funcionalmente à morfologia lexical (derivação e composição). A oposição está baseada no tipo de relação estabelecida. Enquanto a morfologia flexional relaciona formas

---

<sup>4</sup> O traço é a categoria paradigmática que relaciona um item com os outros itens da língua que são similares em algum aspecto relevante - complexo de interdependências existentes entre significado formal e significado semântico (FLÔRES & VERNES, 2004, p. 62).

<sup>5</sup> A função é a categoria sintagmática - realização (FLÔRES & VERNES, 2004, p. 62).

---

diferentes de uma mesma palavra, a morfologia lexical relaciona formas pertencentes a paradigmas ou modelos diferentes (FLÔRES & VERNES, 2004).

Segundo a abordagem funcionalista de Flôres & Vernes (2004), existem, assim como na gramática normativa, dois processos principais que são responsáveis pela expansão lexical do português brasileiro: a derivação (processo concatenativo – adição de morfemas) e a composição (processo não concatenativo).

Os processos morfológicos que permitem a criação de novas palavras – derivação e composição – são considerados processos sintáticos por muitos autores. Com base em Alves (1994 *in*: FLÔRES E VERNES, 2004), as autoras salientam que tanto na derivação quanto na composição, composição sintagmática e compostos formados por siglas (acronímia), a combinação dos membros constituintes não se dá apenas no âmbito lexical (junção de um afixo a uma palavra-base), mas envolve a frase: o acréscimo de sufixos pode alterar a classe gramatical da palavra-base, e a composição apresenta caráter coordenativo ou subordinativo, segundo o tipo de relação estabelecida entre os seus elementos constituintes.

### 3.1. Derivação

Para Flôres e Vernes (2004), a derivação é um processo no qual existem cinco subcategorias: derivação prefixal, derivação sufixal, derivação parassintética, conversão e derivação delocutiva.

A **derivação prefixal** é caracterizada pela adição de um prefixo a uma base. Apesar de não ser regra comum, o prefixo unido a uma base substantiva poderia atribuir-lhe função adjetiva. Por exemplo, tem-se a palavra-base ‘regra’ (substantivo); de regra, derivou-se inicialmente *regrar* (verbo) e depois *regrada* – particípio passado do verbo *regrar* – com função adjetiva. De *regrada*, por exemplo, derivou-se *desregrada* (FLÔRES & VERNES, 2004), ocorrendo a prefixação.

A **derivação sufixal**, em geral, é caracterizada pela junção de um elemento de caráter não autônomo e recorrente a uma base atribuindo-lhe uma idéia acessória e, com frequência, alterando-lhe a classe gramatical, o que daria origem a outra palavra. Como exemplo “*oba-obaização*” (FLÔRES & VERNES, 2004, p. 69). Tem-se conhecimento de ocorrências da interjeição *oba!* e também da expressão *oba-oba* (substantivo masculino, significa *algo irregular, festivo, em excesso*), porém *oba-obaização* é uma expressão/palavra nova (neologismo). Assim, de *oba*, ocorreria a duplicação *oba-oba*,

---

daí se derivaria *oba-obaizar* (verbo em -izar) de que não se tem notícia e, por fim, o substantivo *oba-obaização*, por meio da inclusão do sufixo -ção (formador de substantivos femininos derivados de verbos) (FLÔRES & VERNES, 2004).

A **derivação parassintética** caracteriza-se pela junção simultânea de um prefixo e de um sufixo a uma base: *prefixo + palavra base + sufixo*. Atualmente, pode ser observado um aumento de ocorrências de formações parassintéticas, com bases substantivas: *esburacar* (de *buraco*), *embananar* (de *banana*), *engaiolar* (de *gaiola*), *engraxar* (de *graxa*), *enlatar* (de *lata*).

Um outro tipo de processo denomina-se **conversão** ou **derivação imprópria**, que se caracteriza por ser um processo de reutilização em que uma palavra usualmente pertencente a um dado paradigma é utilizada como se fosse de outro, ocupando sua posição e função. Por exemplo, se uma palavra é mais utilizada como verbo, pode ser usada como substantivo (com valor de um substantivo em sequência frasal específica). Se se considerar a palavra *olhar* isoladamente, a tendência é classificá-la como verbo. Porém, a sequência “Olhar crítico” deixa bem clara a utilização da mesma palavra como substantivo, apesar de não aparecer o artigo antecedendo o nome.

A **derivação delocutiva** se caracteriza por verbos derivados de uma locução que passam a denotar uma atividade do discurso. Assim, uma frase que costuma ser dita como parte de uma determinada situação pode se tornar o nome dessa mesma ação ou situação. Flôres e Vernes apresentam os seguintes exemplos: Ela está muito *cheguei*. Ela é cheia de *não-me-toques*. Foi um *deus-nos-acuda* quando o diretor chegou à sala.

### 3.2. Composição

A palavra composta, na visão funcionalista, morfológica e semanticamente constitui um único elemento e, usualmente, não apresenta formas recorrentes, o que a distingue da unidade constituída por derivação. Pode revelar caráter subordinativo, coordenativo, sintagmático ou acronímico.

A **subordinação** lexical entre elementos formadores de compostos pode supor uma relação de caráter *determinado/determinante* ou *determinante/determinado*. Quando *determinado + determinante substantivo*, a base determinada (núcleo) constitui um elemento genérico ao qual o determinante adiciona uma especificação (característica relevante). Exemplos: *bolsa-pesquisa*, *carta-resposta*, *greve-relâmpago*, *seguro-desemprego*, *homem-aranha*. Quando *determinante + determinado*, a base aparecem



---

segundo lugar. Exemplos: *curta-metragem, longa-metragem, pouco-preço, rádio-taxi, dinossauromania*.

Também pode ser observada a existência de formações substantivas, nas quais o primeiro componente é uma base verbal a que se subordinaria um outro termo, que desempenha a função sintática de objeto direto. Flôres e Vernes (2004) apresentam como exemplo a palavra *para-quedas* no seguinte fragmento: O general foi interrogando outros soldados sobre o comportamento na selva, as façanhas das batalhas, os saltos de **para-quedas** etc. (Almanaque Gaúcho. Zero Hora. Porto Alegre, 8 ago. 2002. p.62 *in*: FLÔRES E VERNES, 2004:75).

Na **composição coordenativa**, a função sintática de coordenação é exercida pela justaposição de substantivos ou adjetivos, isto é, de bases com a mesma distribuição. Exemplos: coleção *outono-inverno, cantor-autor, árabes-israelenses* (FLÔRES & VERNES, 2004).

A **composição sintagmática** se caracteriza por envolver no processo composicional vários elementos frasais e não necessariamente apenas dois. Os integrantes de um segmento frasal que constituem uma composição sintagmática se encontram numa relação sintática íntima, tanto morfológica quanto sintaticamente, de forma a constituírem uma única unidade léxica. No interior do sintagma, os componentes do item lexical conservam as relações gramaticais características da classe a que pertencem. Em geral, a estrutura pode ser encontrada em vias de lexicalização, por isso não costuma aparecer unida por hífen.

Uma formação sintagmática está lexicalizando-se quando não admite a inserção de outro elemento linguístico em sua estrutura, pois isso implica a alteração semântica do conjunto. Exemplo: *camaçada de pau, abraço de tamanduá, o canto do cisne, estômago de avestruz, lágrimas de crocodilo, memória de elefante, olhos de lince*, etc (FLÔRES & VERNES, 2004).

Outro tipo de composição é o formado por **siglas** ou **acronímia**, em que uma sequência de palavras constituintes de um sintagma frasal é reduzida de modo a se tornar mais simples e mais eficaz no processo de comunicação. A formação das siglas pode fazer uso das letras, sílabas ou letras e sílabas iniciais das palavras que a compõem (FLÔRES & VERNES, 2004). Exemplos: ARPA = Advanced Research Projects Agency, ARPA = Associação Riograndense de Proteção aos Animais, ULBRA = Universidade Luterana do Brasil, WWW = Wide World Web, etc..

---

### 3.3 Outros processos

Além dos processos de derivação e composição, segundo o funcionalismo, a língua pode apresentar outros processos de formação de palavras que são: reduplicação, onomatopéia, extensão de sentido, abreviação (truncação e cruzamento vocabular), estrangeirismo e neologismo.

A **reduplicação**, de sua parte, constitui um processo pouco produtivo, porém presente no português atual. É um modo econômico de indicar a repetição de uma dada ação (economia discursiva). Exemplo: O *trança-trança* não acabava mais. O dia inteiro foi um *lufa-lufa* medonho.

A **onomatopéia** é um processo fonológico de criação de palavras novas que imitam certos sons, traduzindo a sensação do indivíduo de que, ao produzir uma dada forma, a forma produzida é apropriada ao seu significado, embora a palavra não denote afetivamente quais são os sons reproduzidos ou qual exatamente a sua fonte (simbolismo fonético) (FLÔRES & VERNES, 2004). Exemplo: Tintin.

A **extensão de sentido** (processo semântico) consiste em uma outra forma de ampliar o léxico. É o processo responsável por mudar o conjunto de morfemas referentes a uma unidade léxica, acrescentando-lhe significações novas por meio de transposição metafórica. O resultado é o acréscimo de uma nuance de sentido novo a um termo já conhecido que passa a ser utilizado como de hábito ou com outra significação. Exemplo: Ela tem um *caminhão* de problemas (FLÔRES & VERNES, 2004).

Outro processo que pode ser observado é a atual e forte tendência à **abreviação**. Muitos processos de redução de palavras e expressões estão ocorrendo e são utilizados em contextos sociais bem específicos (FLÔRES & VERNES, 2004). Entre os diversos tipos utilizados, cita-se a **derivação regressiva**, processo através do qual um substantivo deriva-se de um verbo. Exemplos: *rechaço*-rechaçar, *rejeição*-rejeitar, *descarrego*-descarregar, *amassos*-amassar, *sufoco*-sufocar, etc.

A **truncação** e o **cruzamento vocabular** podem ser revelados como dois processos similares muito produtivos que por vezes se relacionam. A **truncação** é um tipo de abreviação, em que uma parte da sequência lexical é eliminada (FLÔRES & VERNES, 2004). Exemplos: *euro* (europeu), *rebu* (rebuliço), *coq* (coquetel), *confã* (confusão), *proleta* (proletário), *su* (sucesso), *melô* (melodrama), *longa* (longa-metragem).

---

O **cruzamento vocabular** ou **amálgama lexical** consiste em um tipo de composição em que se misturam de forma arbitrária e imprevista dois ou mais lexemas, constituindo um recurso da função poética da linguagem, quase sempre com finalidade expressiva particular e circunstancial, e pode ser encontrado tanto no discurso literário, como nos discursos humorístico-satíricos e comercial-publicitários (AZEREDO, 2002). Este processo consiste na redução de duas bases ou apenas de uma das duas bases, que, privada(s) de parte de seus elementos, passa a constituir um novo item léxico (FLÔRES E VERNES, 2004). Exemplos:

*brasiguaio* (brasileiro + paraguaio)

*showmícios* (show + comícios)

*baiano* (baiano + brasileiro)

*futevôlei* (futebol + vôlei)

*bebemorar* (beber + comemorar)

*expoesia* (exposição + poesia)

*cantriz* (cantora + atriz)

*bebemorar* (beber + comemorar)

*democradura* (democracia + ditadura)

Entre os usos atuais e menos previsíveis do processo de abreviação, citam-se os textos dos anúncios classificados e aqueles utilizados nas salas de bate-papo da internet. A busca de contração, encolhimento, ou seja qual for o termo que se use para indicar essa tendência, já se expressava nos telegramas. Neles, por vezes, o receptor não conseguia decifrar a mensagem, dada a drasticidade da eliminação feita (FLÔRES & VERNES, 2004).

Outro processo de formação de palavras é o **estrangeirismo**. O contato entre povos de culturas e línguas diferentes tem como consequência uma maior circulação de influências culturais entre os grupos – comemorações, instrumentos, nomes próprios, tudo é objeto de interesse e novidade. Uma cultura costuma ser a doadora, e a outra, a incorporadora mais frequente. A assimilação de palavras estrangeiras acontece como parte de um processo de assimilação que não é apenas linguístico, mas cultural (FLÔRES & VERNES, 2004).

No Brasil, os estrangeirismos foram sendo incorporados pelo português ao longo do tempo, e a sua incorporação implicou a assimilação concomitante de hábitos, tecnologias e artefatos por eles designados no seu lugar de origem, aqui se aclimando (FLÔRES & VERNES, 2004).

De início, a palavra estrangeira é sentida como estrangeira, como estranha, e por isso é tratada como tal. Começa, então, a alteração da pronúncia, a adaptação da palavra

---

ao sistema fonológico da língua importadora e, em seguida, a modificação da escrita. Exemplo: *stress* – *estresse*, *show*, *marketing*, *cross country*, *shopping center*, *online*, *e-mail*, etc (FLÔRES & VERNES, 2004).

A fase de integração do neologismo por empréstimo pode ser manifestada através da adaptação gráfica morfológica ou semântica. Se a palavra for um verbo, normalmente recebe -ar/-izar (sufixo formador de verbos de primeira conjugação – *copidescar*, *deletar*, *bipar*, *estressar*, *dopar*, *printar*, *privatizar*), e se substantivo, pode receber um sufixo formador de substantivos, por exemplo, -gem, *copidiscagem*. Ocorre também a adaptação semântica, pois a palavra importada ganha ou perde nuances significativas na língua importadora (FLÔRES & VERNES, 2004).

Com base nos estudos da morfossintaxe, começou-se a observar que novas construções, **neologismos**, estão ocorrendo com razoável frequência, a fim de cobrirem lacunas em diversos níveis gramaticais. São palavras e expressões que não estão relacionadas na grande maioria dos dicionários, mas, sem dúvida, podem passar a fazer parte de seus verbetes, na medida em que a formação de cada uma delas remete a um desenho já traçado por outros termos (FLÔRES & VERNES, 2004). São exemplos: *roseanar*, *denuncismo*, *terremotozinho*, *flexibilização*, *tchumba la catchumba*, etc.

Apesar de causarem possível estranhamento, tanto para aqueles que as formam como para os que as percebem, elas surgem justamente em função da busca do *dizer melhor*. Cabe lembrar que o nível de linguagem do falante não interfere na criação desses vocábulos. Tanto o indivíduo do nível popular quanto o do culto conseguem manipular o campo lexical de que dispõem, isto é, dos morfemas já conhecidos (até inconscientemente), e, através de processos diversos, constroem novas palavras, visando unicamente à clareza da exposição da sua ideia (FLÔRES & VERNES, 2004).

O conhecimento linguístico aprimora a capacidade do falante na criação de novos vocábulos. A lexicografia pode se ver, muitas vezes, carente de atualização. Com uma coletividade numerosa como a que se tem e possuidora de um campo lexical limitado, as unidades que surgem, como formas recorrentes e que partem de outras produtivas, precisam ser registradas e reconhecidas, para se obter um acervo cultural cuja história respeite a dinâmica da própria língua (FLÔRES & VERNES, 2004).

Os recursos de derivação e composição devem servir, pois, para assegurar aos membros da comunidade linguística o direito da criatividade léxica e não só para demonstrar o modo de formação das unidades já existentes.

---

## Metodologia

Esta pesquisa, de cunho dedutivo, caracteriza-se como sendo predominantemente qualitativa, embora também utilize dados quantitativos. Seu objetivo principal é examinar, sob a ótica da visão funcionalista, com base em Flôres e Vernes (2004), os processos de formação dos nomes de alguns achocolatados que se encontram à venda nos ambientes comerciais do país. A pesquisa também pretende identificar, dentre esses processos, aqueles mais produtivos sob o ponto de vista morfológico.

Após a definição do corpus, buscaram-se, durante o segundo semestre de 2009, em supermercados de Cachoeira do Sul e de Santa Maria, RS, além de sítios na internet, as denominações utilizadas pelos fabricantes para o referido produto. Reuniu-se um total de 29 nomes de diferentes tipos de achocolatados em pó, dos quais 21 foram escolhidos para formar o corpus por apresentarem aspectos mais produtivos para uma análise morfológica.

Por fim, os 21 nomes foram analisados e selecionados em duas categorias distintas. A primeira diz respeito aos elementos que concorreram para a constituição de cada nome, e a segunda, ao processo específico de formação de cada nome. Logo após, tais categorias foram divididas em subcategorias, explicitadas na seção “Resultados e Discussão” deste trabalho.

## Resultados e discussão

A palavra *achocolatado* deriva do substantivo *chocolate* (radical *chocolat*), ao qual é acrescentado o prefixo latino *a-*, indicador de *movimento para; aproximação; direção*, e o sufixo nominal *-ado* que indica *posse; matéria, quantidade; instrumento*. O resultado final é uma palavra que significa *aquilo que se parece com chocolate ou que tem chocolate*.

Para ser realizada esta pesquisa, foram coletados os seguintes nomes de achocolatados: Brascau, Chocant, Chocobom, Chocolight, Chocolike, Chocomel, Chocomix, Chocótimo, Chomax, Garotada, Mágico, Nescau, Nesquik, New Choco, Ovomaltine, Pluslac, Qualimax, Supercrau, Toddyferente, Xocopinho e Yupi.

---

A primeira categoria de análise forneceu as palavras que concorreram para a constituição de cada denominação. De acordo com seus nomes, esses achocolatados podem ser reunidos em seis grupos distintos:

- Grupo 1 - Denominações que fazem menção à palavra *chocolate*, *acrescidos de um radical já existente na língua portuguesa*: **Chocomel**, **Xocopinho**.
- Grupo 2 - Denominações que fazem menção à palavra *chocolate*, *acrescidos de um radical de língua estrangeira*: **Chocolight**, **Chocolike**, **Chocomix**, **New Choco**.
- Grupo 3 - Denominações que fazem menção à palavra *chocolate* e são acompanhadas de radicais adjetivos: **Chocant**, **Chocobom**, **Chocótimo**, **Chomax**.
- Grupo 4 - Produtos que fazem menção à palavra “*cacau*”: **Brascau**, **Nescau**, **Supercau**.
- Grupo 5 - Denominações que possuem, em seu nome, outros componentes da fórmula do produto: **Ovomaltine**, **Pluslac**.
- Grupo 6 - Denominações em que não há referência direta a *chocolate* ou a *cacau*: **Garotada**, **Mágico**, **Nesquik**, **Qualimax**, **Toddyferente**, **Yupi**.

Pelo exposto, observa-se que várias são as palavras que podem entrar na formação do nome de um produto, o que é bem explorado pela criatividade dos fabricantes.

Como segunda categoria de análise, esta pesquisa se preocupou em identificar os processos de formação de cada nome dos achocolatados. Nesse ponto, repetiu-se a diversidade de recursos, o que está exposto a seguir.

- Grupo 1 – Denominações formadas por *truncação vocabular* + *cruzamento vocabular*.
  1. **Brascau** → *Brasil* + *cacau* – há uma redução das duas palavras (*Brasil* = *bras*, *Cacau* = *cau*), em que a primeira mantém seu começo e a segunda o seu final. Ao se justaporem as abreviações, forma-se uma palavra nova, que indica que a produção é nacional e que o cacau que faz parte da fórmula é brasileiro;
  2. **Chocant** → *chocolate* + *chocante* – há uma redução das duas palavras (*Chocolate* = *choc*, *Chocante* = *chocant*). Como as duas palavras possuem as

---

primeiras letras iguais, as duas podem entrecruzar seus radicais (uma parcial e outra totalmente), construindo um composto interessante que se enquadra no conceito funcionalista de cruzamento vocabular. A embalagem do achocolatado traz a seguinte sugestão: “Chocante: agite seu dia” (a imagem da embalagem está em anexo). O nome do produto juntamente com a sugestão feita na embalagem dá a ideia de que esse produto é uma rica fonte de energia e que quem o utiliza terá um dia chocante.

3. **ChocoBom** → *chocolate* + *bom* – há uma redução da palavra *chocolate* (*choco*) e um acréscimo (justaposto) do adjetivo *bom*. A embalagem desse produto também traz uma informação importante: “ChocoBom: o achocolatado da família!”. Ou seja, é aquele achocolatado ideal para todas as pessoas da família: para quem gosta de achocolatado em pó com leite, para a mãe que vai fazer um bolo, pois é Bom, de qualidade, gostoso e deve ser barato também.
4. **Chocomel** → *chocolate* + *mel* – o substantivo *chocolate* é reduzido à forma *choco* e depois a palavra *mel* é justaposta a ele. Na composição desse produto, além do *chocolate*, indispensável, há também *mel*.
5. **Chomax** → *chocolate* + *máximo* – as duas palavras são reduzidas (*Chocolate* = *cho*, *máximo* = *max*). Nesse caso, acontece uma redução diferente das que acontecem nos outros nomes em que a palavra *chocolate* é utilizada. Neste composto, a palavra é reduzida a uma única sílaba que, sozinha e fora do contexto, não possui sentido algum. Enquanto os outros compostos utilizam a forma reduzida “*choco*”, que ainda é compreensível, esta utiliza a abreviação “*cho*”, que isoladamente não tem significado.
6. **Chocótimo** → *chocolate* + *ótimo* – a primeira palavra da composição é reduzida (*Chocolate* = *choco*) e após a abreviação ela se une (aglutina) ao adjetivo *ótimo*, adotando sua acentuação. Segundo Maingueneau (2005), os nomes onde houver um adjetivo qualificando positivamente o produto serão nomes persuasivos, dos quais **Chocótimo**, **Chocant**, **Chocobom** e **Chomax** são exemplos.
7. **Xocopinho** → *xaropinho* + *chocolate* – há a aglutinação da palavra *choco*, que passa a ser *xoco*, com *Xaropinho* (personagem que fazia parte do “Programa do Ratinho”, no SBT) havendo um total entrecruzamento dos

---

dois substantivos. O apelo comercial aqui é bastante forte, pois faz referência a produtos bastante populares e frequentes na televisão brasileira.

8. **Qualimax** → *qualidade* + *máxima* – há a redução das duas palavras (qualidade = *quali*; máxima = *max*) e a justaposição das reduções.
- Grupo 2 - Denominações formadas por *truncação vocabular* + *cruzamento vocabular*, de modo a resultar uma forma híbrida.
    1. **Nescau** → *Nestlé* + *cacau* – há uma redução das duas palavras que formam esse composto. A primeira *Nestlé*, diminutivo da palavra alemã *nest* (ninho de pássaro) é reduzida à forma *Nes*, e a segunda *cacau*, que é reduzida a *cau*, unem-se. Normalmente, os produtos da empresa “Nestlé” são caracterizados pela presença de *Nes-* no nome do produto (**Nescau**, **Nescafé**, **Neston**, **Nesquik**, **Nesfit** etc.).
    2. **Chocomix** → *chocolate* + *mix* – a palavra chocolate é abreviada (*choco*) e depois ela se justapõe à palavra *mix*, originária do inglês. Essa palavra significa *misturar*, *unir*, *combinar* e, neste contexto, ela faz referência ao objetivo do produto, que é um achocolatado para ser utilizado em receitas de bolos, tortas, sobremesas etc.
    3. **Chocolight** → *chocolate* + *light* – primeiramente a palavra chocolate é reduzida (*choco*) e depois a ela é acrescida a palavra *light*, que é um empréstimo da língua inglesa, muito utilizado nos alimentos, juntamente com o empréstimo *diet*. A palavra *light* significa a redução da adição de açúcar no composto. A utilização dessa palavra no nome do achocolatado é um recurso das indústrias alimentícias para chamar a atenção das pessoas que têm problemas de diabetes (normalmente consomem os *diets*) ou que não querem engordar (muito), principalmente as mulheres.
    4. **Chocolike** → *chocolate* + *like* – neste caso, acontece o mesmo do composto anterior, em que o substantivo chocolate é reduzido (*choco*) e a ele se acrescenta a palavra de origem inglesa *like* que indica um verbo (*gostar de*, *querer*, *desejar*).
    5. **Nesquik** → *nestlé* + *quik* – como já mencionado anteriormente, a palavra Nestlé se reduz à forma *Nes*, junta-se à palavra *quik*, que vem do inglês *quick* e quer dizer *rápido*, ou seja, é um achocolatado que dissolve mais rápido que os outros.



- 
6. **New Choco** → *new* + *chocolate* – a palavra *new*, que vem do inglês e quer dizer *novo*, justapõe-se à forma abreviada de chocolate (*choco*), mas não há uma união de fato, pois as duas palavras estão separadas uma da outra. A denominação indica que o produto é novidade no mercado.
  7. **Toddyferente** → *toddy* + *diferente* - a primeira palavra da composição é o nome/marca de achocolatados *Toddy*, caso semelhante ao que ocorre com a Nestlé. A diferença principal para as denominações da Nestlé é que o nome “*Toddy*” não é reduzido e a segunda palavra (*diferente*) é aglutinada a essa, adotando o “y” como vogal de sua primeira sílaba.
- Grupo 3 – Denominações por conversão.
    1. **Garotada** → o substantivo *garoto*, utilizado nessa denominação, faz referência à marca/fábrica de chocolates “*Garoto*” e a ele é acrescentado o sufixo *-ada* que, aqui, indica *quantidade*. Este achocolatado é feito para que as crianças (*garotos*) o consumam.
    2. **Mágico** → a palavra *mágico* é um substantivo comum e também um adjetivo, mas neste contexto se transforma em um nome próprio, que muda de status ao denominar um produto que adquire a qualidade de extraordinário, de irreal sabor.
  - Grupo 4 - Denominações que utilizam derivação prefixal + cruzamento vocabular.
    1. **Pluslac** → *plus* + *lac* – a palavra *plus* vem do latim e quer dizer *mais*; o radical *lac* também vem do latim e significa *leite*. O processo utilizado para a denominação deste achocolatado contempla, ao contrário das anteriores, uma justaposição entre um intensificador e um substantivo reduzido, ambos de outra língua que não o português. Não se pode afirmar que seja hibridismo nem que seja apenas redução. A denominação se justifica, porque o produto é uma mistura de chocolate em pó com leite em pó, aludindo a um leite de qualidade superior aos outros, pois contém mais leite que os concorrentes.
    2. **Supercau** → *super* + *cacau* – a palavra *cacau* é reduzida (*-cau*) e a ela é anteposto o prefixo latino *super-* que indica *excesso*, *intensidade*. Tem-se,

então, um caso de derivação prefixal de uma palavra que sofreu redução vocabular.

- Grupo 5 – Denominação obtida através de composição por coordenação.
  1. **Ovomaltine** → *ovo* + *malte* + *ine* – ocorre a justaposição dos componentes do achocolatado (*ovo+malte*) e a essa união se acresce *ine*. É um exemplo de composição mesclado com derivação.
  
- Grupo 6 - Denominação por onomatopéia
  1. **Yupi** → O nome deste achocolatado tenta representar um tipo de som que as pessoas (mais especificamente as crianças) fazem quando estão contentes, por exemplo, quando provam um alimento gostoso. A utilização do “y” é um recurso estilístico utilizado pelas indústrias alimentícias que visam, também, a chamar a atenção dos consumidores, transformando o produto em algo mais moderno, atual.

Cruzando-se os dados obtidos na análise, pode-se construir o seguinte quadro resumitivo:

Quadro 1 – Resultados das categorias de análise

processo componente	Truncação + cruzamento	Abreviação + cruzamento = hibridismo	Conversão	Derivação prefixal	Composição por coord.	Onomatopéia
<i>Chocolate</i> + rad. subst. port.	Chocomel Xocopinho					
<i>Chocolate</i> + rad. inglês		Chocolight Chocolike Chocomix New Choco				
<i>Chocolate</i> + rad. adj. port.	Chocant Chocobom Chocótimo Chomax					
Rad. + <i>cacau</i>	Brascau	Nescau		Supercau		
Outro componente				Pluslac	Ovomaltine	

---

da fórmula						
Sem referência direta a chocolate ou a cacau	Qualimax	Nesquik Toddyferente	Garotada Mágico			Yupi

Retomando os conceitos de Maingueneau (2005) apresentados no início deste trabalho, conclui-se que os nomes analisados constituem, na grande maioria, **designações neológicas**, pois fazem circular novos nomes. Porque construídas de várias maneiras, evocam unidades lexicais diferentes e fazem trabalhar o imaginário do consumidor, como, por exemplo, *Chocant*, *Xocopinho* e *Toddyferente*.

As **designações desviadas** presentes no corpus correspondem às marcas *Mágico*, *Garotada* e, por extensão, *Yupi*, que exploram os valores semânticos de unidades já em circulação.

## Conclusão

Esta pesquisa preocupou-se em descrever como ocorre o processo de oneonímia (AZEREDO, 2002), tendo como corpus 21 nomes de marcas de achocolatados disponíveis em supermercados e em sites comerciais da web.

Observando-se os nomes analisados, constata-se que os fabricantes apresentam uma tendência muito forte à abreviação das palavras e também uma tendência expressiva ao unir dois nomes para designar seus produtos. Normalmente reduzem duas palavras e as unem das mais variadas formas possíveis, formando o que Maingueneau denomina **designação neológica**.

A análise demonstrou também que, nos processos de criação dessas marcas, várias palavras, especialmente de língua inglesa, são utilizadas para intensificar as qualidades/propriedades atribuídas ao produto. Tal estratégia visa tão somente a atrair os consumidores e atribuir aos produtos qualidades modernas e prestigiadas internacionalmente.

A existência desses mecanismos formadores de oneonímia permite o enriquecimento do léxico de um idioma. Como se pode facilmente deduzir, o léxico das línguas vivas nunca se esgota. Ele está aberto para novas e diferentes contribuições,

---

suprem problemas de comunicação que ocorrem no desenvolvimento dos diversos ramos da atividade humana (arte, ciência, técnica, política etc.). A língua é, portanto, um organismo vivo que espelha a dinâmica do povo que a utiliza. Conseqüentemente, o progresso das diversas áreas da atividade humana determina a criação de novas palavras ou a reformulação das antigas na língua.

Esse caráter mutante e inovador é que faz da língua uma paisagem em perpétua e acelerada transformação. O léxico, por exemplo, não para de se multiplicar.

### **Referências**

- AMARAL, E. et al. **Novas Palavras: Português-Ensino Médio**. São Paulo, FTD, 2003.
- AZEREDO, J. C. **Fundamentos da Gramática do Português**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.
- CUNHA, C.; CINTRA, L. **Nova gramática do português contemporâneo**. 5. ed. Rio de Janeiro: Lexikon, 2008.
- FARACO, C. E. & MOURA F. M. **Gramática**. São Paulo: Ática, 1996.
- FLÔRES, O. & VERNES, I. **O peso das palavras: estudo morfológico funcionalista**. Canoas: Ed. ULBRA, 2004.
- INFANTE, U. & NICOLA, J. **Gramática Contemporânea da Língua Portuguesa**. São Paulo, p. 70: Scipione, 1995.
- MAINGUENEAU, D. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2005.
- MATEUS, M. H. M. et al. **Gramática da Língua Portuguesa**. Lisboa: Editorial Caminho, 1989.

### **Anexo A**

**Ilustrações relativas a algumas denominações de achocolatados selecionadas para esta pesquisa**

