

ICONICIDADE EM CRIAÇÕES NEOLÓGICAS SUBSTANTIVAS

Maria Noemi Freire da Costa Freitas (UERJ)
freitas.noemi@gmail.com

Já na Antiguidade grega, preocupado com a “justeza” dos nomes, a qual dizia ser “obra de artista” e julgava consistir “na expressão da natureza das coisas, com vistas a instruir”, Sócrates analisava a aptidão para a arte de atribuir e criar nomes. A “justeza dos nomes” a que se referia diz respeito mais à adequação do que propriamente à exatidão, e está ligada sempre a uma qualidade - a “natureza” -; do objeto. Assim, Agamémnon (nome próprio) deve significar “um homem capaz de empreender o que uma vez lhe pareceu bem e de com perseverança e denodo o levar a cabo” e gênio (nome comum) deve designar “homens sensatos e sábios” (In CRÁTILLO, 37 a 48). Na semiótica de Peirce, a categoria da qualidade é a iconicidade. Nessa perspectiva, o ícone é um estágio do signo que sugere ou evoca algo, porque a qualidade que ele exhibe se assemelha a uma outra qualidade (cf. SANTAELLA, 2002, p. 17). O signo icônico que representa seu objeto por similaridade no significado do representante e do representado é a metáfora. O sentido da metáfora nasce de uma identidade posta à mostra. Tratar a linguagem em seu aspecto metafórico é crer na representação que o linguístico faz do não linguístico com base na semelhança e nas relações de identidade. Nesse sentido, é fundamental, na interpretação, o reconhecimento dos fatores de construção das identidades, ou seja, das relações e associações - no nível das ideias representadas pelos elementos linguísticos - construídas no processo discursivo. E o objeto principal dessa atividade é a iconicidade. Nessa construção, sentidos são produzidos a partir de sentidos pré-existentes. Os neologismos são o campo mais fértil de realização das potencialidades icônicas do substantivo.