

**FORMANTES GREGOS QUE SE COMPORTAM
COMO AFIXOS: UMA BREVE ANÁLISE**

Fernanda Mara Rocha Gonçalves (UFMG)²⁶

nanda.goncalves@gmail.com

Aderlande Pereira Ferraz (UFMG)

ader3459@terra.com.br

RESUMO

Este trabalho é resultado de pesquisa qualitativa, em que se procurou investigar o uso de quatro formantes gregos [cicl(o)-; neur(o)-; -drom(o); -metr(o)] na formação de novas palavras no português brasileiro contemporâneo. Cada formante foi analisado a partir de sua ocorrência em neologismos recolhidos de textos publicitários que circulam na mídia eletrônica, atualmente (2022–2023). Com a análise, constatou-se que o processo de formação dos neologismos coletados, com tais formantes gregos, configura-se como derivação afixal. Com o embasamento teórico apoiado em Alves (2006; 2007), Carvalho (2006), Cunha (2010), Ferraz (2019), Monteiro (2002), Nogueira (2016), Rocha (2008) e Teixeira e Edra (2020), constatou-se que esses formantes se tornaram recursos geradores de neologismos que são oriundos dos processos de derivação, indicando que no português brasileiro contemporâneo os radicais neoclássicos vêm se comportando como elementos afixais. Ressalte-se, com isso, que a língua está sujeita às tendências de inovação impostas pelos falantes, especialmente a inovação lexical, bem como ao contexto socio-histórico-cultural no qual está inserida.

Palavras-chave:

Derivação. Formantes. Neologismos.

ABSTRACT

This work is the result of qualitative research, in which we sought to investigate the use of four Greek formants [cicl(o)-; neur(o)-; -drom(o); -metr(o)] in the formation of new words in contemporary Brazilian Portuguese. Each formant was analyzed based on its occurrence in neologisms collected from advertising texts currently circulating in the electronic media (2022-2023). With the analysis, it was found that the formation process of the neologisms collected, with such Greek formants, is configured as an affixal derivation. With the theoretical basis supported by Alves (2006; 2007), Carvalho (2006), Cunha (2010), Ferraz (2019), Monteiro (2002), Nogueira (2016), Rocha (2008) and Teixeira and Edra (2020), it was found that these formants became resources that generate neologisms that come from derivation processes, indicating that in contemporary Brazilian Portuguese neoclassical radicals have been behaving as affixal elements. It should be noted, therefore, that the language is subject to innovation trends imposed by speakers, especially lexical innovation, as well as the socio-historical-cultural context in which it is inserted.

²⁶ Agradeço à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG) pelo fomento.

Keywords:
Derivation. Formants. Neologisms.

1. Introdução

Ao se observar o léxico do português, sobressaem os fenômenos naturais de variação e mudança, favorecendo a adaptação às necessidades comunicativas de seus usuários. Com grande frequência, no português brasileiro contemporâneo, novas palavras são cunhadas e novos significados são adicionados a formas lexicais já existentes. Essas palavras novas são neologismos caracterizados por diferentes intervalos de tempo e frequência de uso.

“Conhecer o léxico significa saber usar os itens lexicais e poder estabelecer relações entre eles” (ROCHA, 2008, p. 35), o que inclui a capacidade de o falante saber manejar os mecanismos da língua para criar, reconhecer e utilizar as palavras novas. Nesse sentido, a criação lexical se torna fruto da relação entre o falante e o sistema linguístico. A unidade léxica *cicloturismo*, por exemplo, surgiu em razão do uso da bicicleta como meio de transporte para exercer atividades turísticas. De acordo com Teixeira e Edra (2020, p. 329-30), os termos “cicloturismo urbano” e “ciclovagem” podem ser conceituados conforme as necessidades atribuídas a essas atividades, que são desempenhadas, respectivamente, pelo “cicloturista” e pelo “ciclovijante”.

Esses quatro itens lexicais – “cicloturismo, ciclovagem, cicloturista e ciclovijante” – têm em comum o fato de apresentarem *cicl(o)*-jungido a uma palavra-base, resultando numa formação léxica que se relaciona com o uso da bicicleta. Ressalte-se, no entanto, que as palavras “cicloturismo” e “cicloturista” já estão registradas no dicionário, enquanto as palavras “ciclovagem” e “ciclovijante”, mesmo em ampla circulação social, ainda não foram atestadas em dicionário da língua portuguesa. Isso indica que, atualmente, segundo o critério lexicográfico, “ciclovagem” e “ciclovijante” são itens lexicais considerados neologismos na língua portuguesa.

Como veremos no decorrer deste trabalho, situação similar acontece com os formantes *neur(o)*-, *-drom(o)* e *-metr(o)*, que são utilizados, na estrutura morfológica das palavras, em posições específicas, para vincular certos sentidos, gerando itens lexicais. Tal fenômeno desperta interesse na área da Lexicologia, uma vez que evidencia uma tendência de inovação lexical.

Em vista disso, empreendemos uma pesquisa para investigar esse fenômeno. A princípio, atentamo-nos às considerações de Alves (2006; 2007) e Monteiro (2002) para diferenciarmos o conceito de *formante* da concepção de *afixo*. Além de Alves (2006; 2007), aproveitamos os apontamentos de Rocha (2008) e Carvalho (2006) para refletir sobre a inovação lexical que advém dos processos de derivação. A partir dessa fundamentação teórica, e com o apoio de Cunha (2010), Ferraz (2019), Monteiro (2002), Nogueira (2016) e Rocha (2008), passamos a analisar a ocorrência dos formantes *cicl(o)-*, *neur(o)-*, *-drom(o)* e *-metr(o)* na constituição de unidades neológicas do português brasileiro contemporâneo. O que verificamos é que os referidos formantes gregos estão atuando como afixos na língua, exercendo influência nos processos de formação de palavras neológicas por derivação, demonstrando, assim, que a língua está sujeita às tendências de inovação impostas pelos falantes dentro de um contexto socio-histórico-cultural.

Aliás, diversos autores, como Sandmann (1989), Monteiro (2002), Gonçalves (2011) etc., reconhecem que muitos dos radicais gregos e latinos se comportam, atualmente, como prefixos e sufixos. Sandmann (1989, p. 108-14) classifica como prefixóides os “elementos que têm como correspondentes livres preposições e advérbios: *além (de)*, *bem*, *contra*, *mal*, *não*, *pró*, *sem*, *sobre*”; e como sufixóides os casos de formações em série, como o exemplo dado com *-mania*, em que se formaram *jazzmania* e *videomania*. “**Mania** é classificado como sufixóide por se prestar a formações de palavras em série e seu significado como palavra livre não ser bem o mesmo que o de **mania** nas palavras complexas acima” (SANDMANN, 1989, p. 114).

2. Metodologia

Considerando o quadro teórico referido, a metodologia de análise partiu da extração de itens lexicais neológicos, especialmente estruturados com os formantes *cicl(o)-*, *neur(o)-*, *-drom(o)-* e *-metr(o)-*, de textos publicitários da mídia eletrônica. A escolha desse gênero textual deve-se ao caráter contemporâneo dos anúncios, refletindo a língua em uso. É certo que para promover uma ideia ou um produto, em um amplo meio de circulação midiática, os anunciantes precisam realizar uma seleção lexical de modo a fazer com que grande número de virtuais consumidores consiga compreender a mensagem veiculada. Assim, a utilização de unidades lexicais neológicas é bastante frequente nesse gênero textual, haja

vista que os neologismos constituem um grupo de itens lexicais que aparecem e circulam cotidianamente na língua.

Importa ressaltar que, para este trabalho, foram examinados apenas textos publicitários veiculados na rede social *Instagram*. Esta plataforma midiática permite a publicação de textos em formato de *posts*, que podem vir acompanhados por legendas. Contudo, devido à limitação de espaço, optamos por trabalhar somente com as fotografias publicitárias isoladas das suas respectivas legendas. É possível, no entanto, acessar a publicidade completa através dos *links* disponibilizados nas fontes das figuras.

O *corpus* desta pesquisa é, então, composto por alguns textos publicitários que integram o projeto de pesquisa *A neologia formal, semântica e de empréstimos na mídia publicitária eletrônica: estudando a palavra nova*, em andamento na Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais, com o apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais. Tal projeto faz parte de um projeto maior intitulado *Observatório de neologismos na mídia publicitária eletrônica e o desenvolvimento da competência lexical*. Como sabemos,

[...] os observatórios de neologia são importantes, contemporaneamente, por nos permitirem constatar, dentre outros aspectos, como os falantes reciclam elementos da língua para a formação de novas unidades lexicais. (ALVES, 2006, p. 141)

Trata-se de uma pesquisa qualitativa na qual buscamos, a partir de manifestações linguísticas cotidianas, analisar certos neologismos e compará-los com palavras já dicionarizadas que passaram pelo mesmo processo formativo, de modo que possamos investigar o que aparenta ser um processo de inovação lexical.

Salientamos que para classificar um item lexical como uma unidade neológica, utilizamos o critério lexicográfico, que adota o dicionário de língua como filtro de neologicidade. Com isso, escolhemos trabalhar com o *Aulete Digital*, um dicionário *on-line* que satisfaz as normas tradicionais da Lexicografia e é atualizado com frequência, o que permite uma melhor precisão na constatação de unidades neológicas de acordo com o referido critério, isto é, consideramos neológicas apenas as unidades lexicais não dicionarizadas.

3. Formantes e afixos

Antes de analisarmos as unidades neológicas expressas nos textos publicitários, é interessante entender o que constitui um formante e o que define um afixo. Entendemos como formante aquele elemento mórfico autônomo que carrega, em sua estrutura, uma significação básica, sendo, por vezes, utilizado para formar uma *família de palavras*. Para uma descrição mais formal, podemos recorrer à Alves (2006), que utiliza o termo formante na acepção de B. Quemada, que compreende, como formantes, “as unidades lexicais mínimas ligadas” (Cf. QUEMADA, 1981 *apud* ALVES, 2006, p. 131, em nota de rodapé). O afixo, no entanto, por mais que seja uma unidade mínima que se liga a um radical, corresponde à “parte da palavra que se combina com o semantema, sempre na qualidade de forma presa” (MONTEIRO, 2002, p. 53).

Em outras palavras, diferentemente do formante, o afixo é um elemento mórfico, não autônomo, que se agrega a uma base com o intuito de fornecer uma nova significação à estrutura morfológica de uma palavra-base. Os afixos da língua portuguesa podem ser divididos entre prefixos e sufixos, sendo estes responsáveis pela formação de diversas palavras da língua através dos processos de derivação.

Como não há unanimidade, na língua portuguesa, quanto ao número e à natureza dos morfemas prefixais, trataremos como prefixos as partículas independentes ou não-independentes que, antepostas a uma palavra-base, atribuem-lhe uma ideia acessória e manifestam-se de maneira recorrente em formações em série. (ALVES, 2007, p. 15)

Quanto ao sufixo, preferimos considerá-lo como aquele “elemento de caráter não autônomo e recorrente” que se posiciona posposto a uma palavra-base para atribuir-lhe uma ideia acessória e, por vezes, alterar-lhe a classe gramatical por meio do processo de derivação (Cf. ALVES, 2007, p. 29).

4. A inovação da língua decorrente do processo de derivação

“A derivação prefixal é um processo de criação lexical que consiste na formação de uma palavra através do acréscimo de um prefixo a uma base já existente” (ROCHA, 2008, p. 147). Dentre os mecanismos linguísticos que permitem a formação de palavras novas, a derivação prefixal é, conforme Alves (2007, p. 14), um dos processos mais produtivos no português contemporâneo. Isso porque o falante tem a seu dispor diversos recursos para a articulação das palavras, fazendo com que as cons-

truções vernáculas derivadas tenham uma lógica associativa que permite ao usuário da língua não sobrecarregar a sua memória lexical.

Logo, “a produtividade da derivação prefixal no português contemporâneo parece-nos revelar, em muitos casos, um desejo de economia discursiva por parte do falante” (ALVES, 2007, p. 28). O mesmo raciocínio pode ser aplicado à derivação sufixal, processo lexical em que se faz a “anexação de um sufixo a uma base” (ROCHA, 2008, p. 103). De forma complementar, podemos dizer que a inovação decorrente dos processos de derivação supõe a combinatória de elementos que já fazem parte da língua portuguesa, dando origem a *neologismos sintáticos* (Cf. ALVES, 2007, p. 14).

Além de observar um fato patente, buscamos comprovar, pela análise do *corpus*, que a língua não é um sistema fechado e imutável. Os constituintes linguísticos, na sua organização morfossintática e paradigmática, são flexíveis. Alves (2006, p. 136-37) evidencia esse fator ao verificar que determinados substantivos adquirem um valor sufixal quando passam a ocupar frequentemente a segunda posição de elementos compostos por justaposição.

De forma semelhante, ela mostra como elementos truncados são capazes de assumir a função prefixal e formarem palavras neológicas derivadas, fazendo com que prefixos novos entrem na língua como elementos representantes das situações contemporâneas (ALVES, 2006, p. 139).

Tal estudo pode ser transladado para a análise que pretendemos fazer nas próximas seções deste artigo. Como veremos, alguns formantes gregos, quando empregados recorrentemente numa posição específica, a fim de veicular uma determinada ideia, começam a exercer a função gramatical que é característica dos afixos.

4.1. O formante *cicl(o)-*

Os textos publicitários, a seguir, trazem as unidades léxicas *ciclotivismo*, *ciclovijante* e *cicloturismo*.

Figura 1: Dois textos publicitários contendo o formante *-cicl(o)-*.



Fontes:

<https://www.instagram.com/p/ChcTe8YMC9j/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
(Acesso em: 11 out. 2022) e

<https://www.instagram.com/p/CryW6zruZIF/?igshid=MmJiY2I4NDBkZg==>
(Acesso em: 8 maio 2023).

Como já dito, “cicloativismo e cicloviantes” constituem unidades neológicas da língua portuguesa, uma vez que ainda não foram atestadas pelos dicionários. Apesar disso, esses neologismos foram selecionados para compor os textos publicitários observados. Uma hipótese para essa escolha é justamente o fato de essas palavras já estarem circulando, na comunidade linguística, com a significação que é objetivada pelas empresas que promovem esses textos publicitários. Conforme explica Ferraz (2019, p. 52), “as unidades lexicais, no discurso publicitário, são escolhidas mediante sua possibilidade de evocar determinados valores ou certas representações”, induzindo o público a consumir um produto ou realizar um determinado serviço.

Sendo assim, mesmo que o formante *cicl(o)-*, pela sua origem etimológica, seja considerado um elemento de composição que advém do grego *ky'klos* ‘círculo’ (CUNHA, 2010, p. 150), tal formante passou a ser bastante recorrente na formação de palavras que estão inseridas no campo semântico de *bicicleta*. No caso dos textos publicitários em análise, o público-alvo é justamente aquele que faz uso da bicicleta, o que legitima a seleção lexical de palavras que incluem, na sua constituição morfológica, o formante *cicl(o)-*.

Observemos outras unidades lexicais, já dicionarizadas:

Tabela 1: Relação palavra X significado.

Palavra atestada pelo dicionário <i>Aulete Digital</i>	Significado fornecido pelo dicionário <i>Aulete Digital</i>
Ciclofaixa [Formação: <i>cicl(o)</i> - + faixa]	Faixa demarcada de via urbana que se destina exclusivamente aos ciclistas.
Ciclomotor [Formação: <i>cicl(o)</i> - + motor]	Bicicleta movida a motor.
Cicloturismo [Formação: <i>cicl(o)</i> - + turismo]	O uso de bicicleta como meio de transporte para viagens de lazer.
Ciclovia [Formação: <i>cicl(o)</i> - + via]	1. Pista para circulação exclusiva de bicicletas. 2. Pista para a prática do ciclismo.

Fonte: Elaborado pelos autores com base em Aulete e Valente, 2023.

Como se pode observar, em exemplos como os expostos acima, o formante perde a sua característica de elemento de composição e cria palavras em série, sempre preservando o significado associado a “bicicleta”. Além disso, temos que considerar que a retirada do formante *cicl(o)*- da estrutura morfológica da palavra não faz com que a palavra-base perca o seu sentido original, pelo contrário, o acréscimo do elemento mórfico *cicl(o)*- contribui para a incorporação de uma nova significação à palavra-base, possibilitando a criação de uma *família de palavras* pertencente ao *campo semântico da bicicleta*, o que reforça a ideia desse formante atuando como afixo. Como percebemos, apesar de *-cicl(o)*- possuir uma significação básica, quando este é recorrentemente acrescentado à esquerda de uma base, no intuito de relacionar a formação léxica ao campo semântico da *bicicleta*, este formante passa a assumir a função gramatical de prefixo. Por consequência, podemos inferir que os neologismos “cicloativismo e cicloviajante” são resultantes do processo de derivação prefixal.

4.2. O formante *neur(o)*-

De acordo com o *Dicionário etimológico da língua portuguesa*, *neur(o)*- advém do grego *neûron* ‘nervo’ e configura-se como um elemento de composição que forma vocábulos pertencentes ao domínio da medicina (CUNHA, 2010, p. 449). Contudo, isso não impede que a língua portuguesa contemporânea recorra a esse elemento para formar novas unidades lexicais que se distanciam dessa área de conhecimento. É o caso, por exemplo, do neologismo *neuromarketing*, referente a uma área que estuda a relação entre o cérebro e o *marketing*, a fim de entender a decisão de compra do sujeito consumidor. Outra unidade neológica é a formação *neuroprotetor* para fazer alusão à capacidade de proteção dos neurônios que é característica de determinados produtos. Tais unidades

neológicas vêm aparecendo com frequência nos discursos publicitários cotidianos, como ilustram os anúncios abaixo:

Figura 2: Dois textos publicitários contendo o formante *neur(o)-*.



Fontes: <https://www.instagram.com/p/Ck4AzGsPv-i/?igshid=MmJiY2I4NDBkZg==> (Acesso em: 17 maio 2023) e <https://www.instagram.com/p/Cqn735frgix/?igshid=MmJiY2I4NDBkZg==> (Acesso em: 12 maio 2023).

Observemos que o significado básico “nervo”, do formante grego *neur(o)-*, acaba cedendo espaço para um significado muito mais amplo, relacionado ao sistema nervoso, bem como propicia a agregação de um significado mais específico que está intimamente associado aos neurônios. Estas novas noções significativas que englobam a unidade *neur(o)-* também podem ser estendidas aos itens lexicais, já dicionarizados, pertencentes ao campo da medicina, tais como:

Tabela 2: Relação palavra X significado.

Palavra atestada pelo <i>Dicionário Aulete Digital</i>	Significado fornecido pelo <i>Dicionário Aulete Digital</i>
Neurociência [Formação: <i>neur(o)-</i> + ciência]	Qualquer disciplina ou conjunto de disciplinas que estuda o sistema nervoso, esp. a anatomia e a fisiologia do cérebro humano, e suas interações com outras áreas do conhecimento.
Neurocirurgião [Formação: <i>neur(o)-</i> + cirurgião]	Médico especializado em neurocirurgia.
Neurodegenerativo [Formação: <i>neur(o)-</i> + degenerativo]	Que degenera os neurônios (doenças neurodegenerativas).
Neuropsicologia [Formação: <i>neur(o)-</i> + psicologia]	Especialidade que reúne a neurologia e a psicologia.

Fonte: Elaborado pelos autores com base em Aulete e Valente, 2023.

Verificamos, então, que tanto nas formações atestadas quanto nas formações neológicas apresentadas, o formante *neur(o)-* é acrescentado à

esquerda de uma palavra-base para indicar uma significação relacionada ao sistema nervoso. A recorrência desta manifestação formativa nos fornece um cenário em que este elemento grego passa a comportar-se como prefixo na língua portuguesa. Tal suposição encontra ainda embasamento nas considerações feitas por Alves (2006), em que a autora afirma que:

Classificamos, dentre os prefixos, alguns formantes que são diferentemente analisados nas gramáticas do português (elementos de composição, compostos ou radicais gregos e latinos, pseudoprefixos, prefixóides) e que em geral se referem a uma língua de especialidade. Assim, formantes latinos ou gregos que ultrapassaram os limites de uma língua de especialidade, em geral científica, e são contemporaneamente empregados sem referência a uma especialidade, são por nós classificados como prefixais. (ALVES, 2006, p. 133)

4.3. O formante *-drom(o)*

Como declara Nogueira (2016), em sua coluna jornalística, o elemento *-drom(o)* passou a exercer, na atualidade, apenas a noção de *lugar*, não sendo mais utilizado para designar exclusivamente a *pista* ou o *lugar para corridas*. Tal percepção acarreta uma expansão daquele significado básico trazido pelo dicionário etimológico, no qual *-drom(o)* é visto essencialmente como um elemento de composição, do grego *drómos* ‘ação de correr, corrida, lugar de corrida’ (Cf. CUNHA, 2010, p. 230).

Vejamos algumas formações léxicas atuais com este elemento:

Figura 3: Dois textos publicitários contendo o formante *-drom(o)*.



Fontes: <https://www.instagram.com/p/CsHNlsMvSbU/?igshid=MmJiY2I4NDBkZg==>
(Acesso em: 17 maio 2023) e
<https://www.instagram.com/p/Cr1XCFjVH1/?igshid=MmJiY2I4NDBkZg==> (Acesso em: 8 maio 2023).

Ao trazer a formação neológica *cachorródromo*, o produtor do texto publicitário visa salientar a existência de um espaço destinado à socialização de cachorros. Já o anunciante que seleciona o neologismo *fumódromo* chama a atenção para a presença, no local do evento, de um espaço reservado a fumantes. Essa ideia mais atual que envolve o formante *-drom(o)* não se limita a itens neológicos, mas amplia-se para outras palavras já atestadas na língua portuguesa, tais como:

Tabela 3: Relação palavra X significado.

Palavra atestada pelo <i>Dicionário Aulete Digital</i>	Significado fornecido pelo <i>Dicionário Aulete Digital</i>
Camelódromo [Formação: camelô + <i>-dromo</i>]	Área ou lugar (por vezes fixos ou legalizados) de concentração de camelôs em atividade.
Sambódromo [Formação: samba + <i>-o-</i> + <i>-dromo</i>]	Pista para desfile de escolas de samba.

Fonte: Elaborado pelos autores com base em Aulete e Valente, 2023.

Conforme analisa Nogueira (2016),

[...] sambódromo é o lugar para os desfiles de escolas de samba (não há a necessidade de nossos sambistas desfilarem “correndo”); camelódromo é o local próprio para os camelôs venderem suas mercadorias (lá, os camelôs não precisam fugir “correndo”); fumódromo é o local apropriado para os fumantes (não significa que é preciso fumar “correndo” para voltar logo ao trabalho). (NOGUEIRA, 2016)

Então, observamos que a tendência do formante *-drom(o)*, atualmente, é fazer com que a formação léxica resultante esteja relacionada ao campo semântico de *lugar*. Contudo, palavras que fazem referência a *lugar de corrida* (como os exemplos trazidos pela tabela abaixo) não deixam de estar inseridas neste campo semântico.

Tabela 4: Relação palavra X significado.

Palavra atestada pelo <i>Dicionário Aulete Digital</i>	Significado fornecido pelo <i>Dicionário Aulete Digital</i>
Autódromo [Formação: <i>aut(o)-</i> + <i>-dromo</i>]	Lugar com instalações específicas (pista, boxes, arquibancadas) para corridas de automóveis.
Kartódromo [Formação: <i>Kart</i> + <i>-o-</i> + <i>-dromo</i>]	1. Pista desenhada e construída especialmente para corridas de kart. 2. O local onde se disputam essas corridas.

Fonte: Elaborado pelos autores com base em Aulete e Valente, 2023.

Decerto, além de atribuir a ideia indicativa de *lugar*, é evidente que há uma recorrência no posicionamento deste formante na estrutura morfológica da palavra, evidenciando uma estrutura de *base + sufixo*. Logo, *-drom(o)* apresenta um uso contemporâneo e recorrente que, se an-

tes a tradição gramatical o apontava como radical neoclássico, transforma-se agora em sufixo da língua portuguesa.

4.4. O formante *-metr(o)*

O elemento de composição *-metr(o)* advém do grego *métron* ‘medida’, ‘regra, norma, lei’ e está documentado em vários vocábulos difundidos na linguagem científica; além disso, foi o elemento adotado como unidade fundamental de extensão do ‘sistema métrico decimal’, contribuindo, assim, para a difusão do sufixo *-metro*, com a significação de *métrico* (Cf. CUNHA, 2010, p. 425).

Vejamos o uso do *-metr(o)* nas seguintes formações neológicas:

Figura 4: Dois textos publicitários contendo o formante *-metr(o)*.



Fontes: <https://www.instagram.com/p/ChpRQdcBU41/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
(Acesso em: 20 fev. 2023) e

<https://www.instagram.com/p/CaISt&ZpqC8/?igshid=MmJiY2I4NDBkZg==> (Acesso em: 17 maio 2023).

Em conformidade com Ferraz (2019),

O discurso publicitário, caracterizado por um conjunto de técnicas a influir no comportamento das pessoas, induzindo-as a consumir determinados produtos ou a realizar determinados serviços, é um discurso sempre persuasivo, eivado, todo ele, de vários recursos estilísticos. (FERRAZ, 2019, p. 52)

No anúncio acima e à esquerda, a peça publicitária busca destacar a cremosidade do produto anunciado e, com esse objetivo, recorre à formação “cremosômetro”, justamente pelo fato de a utilização do elemento *-metr(o)* provocar uma dimensão de significado que associa o produto à autoridade de um instrumento de medição de cremosidade. O anúncio

publicitário acima e à direita, por outro lado, busca construir uma escala gradual de sorriso capaz de impactar o público que deseja sorrir com mais confiança. Para tal fim, o principal recurso utilizado foi a formação “sorrisômetro”, na qual o interlocutor consegue identificar níveis de satisfação com o sorriso. Ou seja, o formante *-metr(o)*, nestes anúncios, está sendo empregado para revelar que a formação léxica resultante se relaciona de alguma forma ao campo semântico de *instrumento de medição*. Tendo em vista a definição proposta por Alves (2007, p. 88) em que o afixo é tido como “forma que se associa a uma base ou um radical com o objetivo de provocar uma alteração significativa ou funcional nesses elementos”, podemos propor que este formante também está atuando como um sufixo da língua, originando neologismos a partir do processo de derivação sufixal.

Para embasar esse pressuposto, podemos analisar outros itens lexicais já registrados no dicionário:

Tabela 5: Relação palavra X significado.

Palavra atestada pelo Dicionário Aulete Digital	Significado fornecido pelo Dicionário Aulete Digital
Cronômetro [Formação: <i>cron(o)- + -metro</i>]	Relógio de precisão us. para medir intervalos de tempo em frações de segundo e us. em competições esportivas, testes de velocidade, experiências tecnológicas etc.
Hidrômetro [Formação: <i>hidr(o)- + -metro</i>]	1. Aparelho us. para medir o consumo de água em imóveis de todos os tipos. 2. Aparelho para medir a velocidade dos líquidos.
Quilômetro [Formação: <i>quilo- + -metro</i>]	Unidade de medida de comprimento equivalente a mil metros.
Pluviômetro [Formação: <i>pluvi(o)- + -metro</i>]	Instrumento que mede a quantidade de chuva precipitada em certa região em dada época.

Fonte: Elaborado pelos autores com base em Aulete e Valente, 2023.

Como vemos, a ideia de instrumento de medição se mantém nas palavras que carregam, posposto a um radical, o elemento *-metr(o)*, evidenciando uma estrutura recorrente de *base + sufixo*. Ou seja, ao comparar as unidades neológicas com os itens lexicais já atestados pelo dicionário é possível perceber que este formante está inserido em uma posição morfológica específica correspondente ao sufixo, por favorecer formações em série com a manutenção do mesmo significado.

5. Considerações finais

A mudança da língua “começa e se desenvolver como deslocamento de uma norma” (CARVALHO, 2006, p. 196). Em face disso, verificamos, pela análise do *corpus*, ocorrências que indicam inovação lexical no português brasileiro contemporâneo, com a manifestação de neologismos em textos publicitários, em cuja formação se destaca o emprego dos formantes *cicl(o)-*, *neur(o)-*, *-drom(o)* e *-metr(o)* como afixos da língua, de modo a propiciar o surgimento de neologismos oriundos dos processos de derivação.

Ao manejar os elementos linguísticos para atender às suas necessidades comunicativas, os usuários da língua sentem-se, naturalmente, impulsionados à inovação, gerando neologismos, principalmente quando o sistema não lhes oferece as unidades léxicas de que precisam para a transmissão de ideias novas. Nesta perspectiva,

[...] a linguagem da publicidade tem sido uma força extraordinária a incidir sobre a língua portuguesa, no sentido de forçar uma contínua transformação linguística, com reflexos em vários aspectos da língua e, com especial destaque, no campo lexical, com a criação de palavras novas. (FERRAZ, 2010, p. 258)

O que procuramos mostrar, no âmbito da inovação lexical, é que no português brasileiro contemporâneo há manifestação de alguns radicais neoclássicos se comportando como afixos (prefixos e sufixos), gerando unidades léxicas neológicas por derivação, a confirmar novos usos. Desse modo, reiteramos a consideração das unidades neológicas aqui estudadas como derivações prefixais e sufixais, em sintonia com o que bem salienta Alves (2006):

[...] observa-se que os fatos que ocorrem em uma sociedade não apenas determinam a criação de novas unidades lexicais, como ainda provocam alterações na estrutura morfológica da língua, contribuindo para o acréscimo de prefixos e sufixos ao inventário afixal da língua (ALVES, 2006, p. 139)

Carvalho (2006, p. 191) já afirmava que “para que o uso do neologismo se torne efetivo, é preciso que, além das pressões sociais, o sistema linguístico esteja apto a absorvê-lo”. No caso dos formantes analisados, há um reconhecimento, por parte dos falantes, desses formantes como afixos, da mesma forma que há condição para que as regras estruturais da língua portuguesa absorvam tal inovação lexical.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Ieda Maria. A observação sistemática da neologia lexical: subsídios para o estudo do léxico. *ALFA: Revista de Linguística*, v. 50, n. 2, p. 131-44. São Paulo, 2006. Disponível em: <https://periodicos.fclar.unesp.br/alfa/article/view/1415>. Acesso em: 13 out. 2023.

_____. *Neologismo: criação lexical*. 3. ed. São Paulo: Ática, 2007.

AULETE, Francisco J. Caldas; VALENTE, Antonio Lopes dos Santos. Aulete Digital. Dicionário on-line Caldas Aulete. Lexikon Editora Digital Ltda., 2023. Disponível em: <https://aulete.com.br/>.

CARVALHO, Nelly Medeiros de. A criação neológica. *Revista Trama*, v. 2, n. 4, p. 191-203. [S.l.], jul./dez. 2006. Disponível em: <https://e-revista.unioeste.br/index.php/trama/article/view/681>. Acesso em: 13 out. 2023.

CUNHA, Antônio Geraldo da. *Dicionário etimológico da língua portuguesa*. 4. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Lexikon, 2010.

FERRAZ, Aderlande Pereira. O discurso publicitário e a criação de palavras novas: o desenvolvimento da competência lexical. *Fólio – Revista de Letras*, v. 11, n. 2, p. 49-69, Vitória da Conquista, jul./dez, 2019. Disponível em: <https://periodicos2.uesb.br/index.php/folio/article/view/5575>. Acesso em: 13 out. 2023.

_____. Publicidade: a linguagem da inovação lexical. In: ALVES, I.M. (Org.). *Neologia e neologismos em diferentes perspectivas*. São Paulo: Paulistana, 2010. p. 251-75

GONÇALVES, Carlos Alexandre. Compostos neoclássicos: estrutura e formação. *REVEL*, n. 9 (especial), p. 293-327, Porto Alegre.

MONTEIRO, José Lemos. *Morfologia Portuguesa*. 4. ed. rev. e ampl. Campinas: Pontes, 2002.

NOGUEIRA, Sérgio. Curiosidades etimológicas. *G1*, [s.l.], 25 mar. 2016. Dicas de português. Disponível em: <https://g1.globo.com/educacao/blog/dicas-de-portugues/post/curiosidades-etimologicas-origem.html>. Acesso em: 13 out. 2023.

ROCHA, Luiz Carlos de Assis. *Estruturas morfológicas do português*. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

SANDMANN, A. J. *Formação de palavras no português brasileiro contemporâneo*. Curitiba: Scientia et Labor, 1989.

TEIXEIRA, Camila de Almeida; EDRA, Fátima Priscila Morela. Cicloturismo: origem e conceito da palavra a partir de Koselleck. *Turismo: Visão e Ação*, v. 22, n. 2, p. 318-33, Balneário Camboriú, mai./jun. 2020. Disponível em: <https://periodicos.univali.br/index.php/rtva/article/view/16578>. Acesso em: 13 out. 2023.