



Centro Universitário de Brasília
Instituto CEUB de Pesquisa e Desenvolvimento - ICPD

O USO DO MORFEMA DERIVACIONAL -INHO NA CONSTRUÇÃO DOS SENTIDOS DA REVISTA *TODATEEN*

Ailon Eder Pedrosa de Araujo¹

RESUMO

A presente pesquisa tem como objetivo analisar o propósito da grande utilização do sufixo *-inho* na edição 234 da revista *Todateen*. Para alcançar tal objetivo, o estudo considera a visão da Gramática Normativa e da Linguística no que concernem os sufixos, sobretudo os diminutivos e, em seguida, analisa textos retirados do editorial. As acepções semânticas do sufixo *-inho* refletem uma identidade com o público jovem, uma forma de criar uma intimidade com as meninas adolescentes. Além disso, também foram verificadas ocorrências em anúncios publicitários.

Palavras-chave: Sufixo *-inho* (*a*). Derivação. Acepção semântica. Revista. *Todateen*.

¹ Graduado em Letras Português pela Universidade Jesus Maria José (2010). Trabalho apresentado ao Centro Universitário de Brasília (UniCEUB/ICPD) como pré-requisito para obtenção de Certificado de Conclusão de Curso de Pós-graduação *Lato Sensu* em Revisão de texto, sob orientação da Profa. Dra. Edineide dos Santos Silva.

1 INTRODUÇÃO

Sob o forte poder de influência da mídia no consumo, na cultura e na comunicação, os consumidores vêm sendo persuadidos a aderirem aos padrões e comportamentos ditos aceitos pela sociedade. Observa-se que, em pleno século XXI, há uma busca incessante de rótulos, uma necessidade de rotular tudo e todos a partir das impressões que um indivíduo tem sobre os outros.

A indústria (farmacêutica, alimentícia, têxtil, cosmética, do entretenimento, entre outras) também costuma fazer bem essa divisão comportamental e social e utiliza este recurso de separação de segmentos (cujos tipos serão especificados mais adiante) na fabricação dos seus produtos. Um exemplo interessante de se citar é a confecção de um *shampoo*. Um simples produto destinado à higienização dos cabelos pode se diferenciar para diversificados grupos: meninos, homens, idosos (cabelos grisalhos ou brancos), meninas, mulheres morenas, negras, loiras, ruivas, cacheadas, com química, sem química, com caspa, senhoras grisalhas, violetas, etc. Ou seja, produz-se, para cada tipo de público, um produto diferenciado e exclusivo.

Outro bom exemplo a ser tomado são as revistas, que chegam às bancas com seu conteúdo pronto para ser usufruído por pessoas que a ela são destinadas. Há periódicos para diversos grupos de interesse - as revistas automobilísticas, gastronômicas, científicas, astrológicas, musicais, decorativas, as que tratam sobre jogos, quadrinhos, moda, famosos, novelas, uma infinidade de assuntos. Nota-se, portanto, que os públicos que consomem esse produto estão bem servidos.

Tomadas essas primeiras observações, há de se falar com mais propriedade, agora, de um determinado tipo de revista que se destina à maioria das garotas adolescentes. Há um grande público interessado nos conteúdos que tratam essas revistas, vistas como femininas. Observa-se que o interesse pelas revistas adolescentes continua ávido, mesmo com o passar das gerações, com a facilidade de acesso à *internet* e com a pluralidade de conteúdos nela publicados, e mesmo com a diversidade das redes sociais.

Cada revista tem seu público específico, seu modo de ser e agir que lhe é peculiar. Até mesmo a linguagem é passível de variação, dependendo da situação de uso e de quem a utiliza. É interessante observar que cada revista utilizará uma linguagem que se aproximará de seu público-alvo.

Nota-se, contudo, que a adaptação e a adequação linguística ocorrem em detrimento das características de cada grupo social. Uma revista de futebol, por exemplo, cujo público é caracterizado, em sua maioria, por homens, não utiliza palavras inseridas em contextos aproximados do que é tido como feminino. Em outras palavras, evitam-se usos de diminutivos ou palavras delicadas.

Para atrair seu público, o artifício dos meios comunicacionais contempla a utilização de uma linguagem mais próxima e acessível a cada grupo destinado, baseando-se no contexto sociocultural, socioeconômico, geográfico, de gênero, de faixa-etária, dentre outros. Na atualidade, as produções textuais buscam cada vez mais variações linguísticas que mobilizam os meios sonoros, além dos visuais e gráficos. É possível compreender, desta forma, que os meios de comunicação cada vez mais se propõem a utilizar de todos os elementos de que dispõem para uma maior aproximação com seu público.

No que diz respeito às revistas voltadas para o público feminino adolescente, é importante – e primordial - criar uma identificação com este grupo. Como as revistas são compostas por textos (visuais e verbais), um modo de criar identificação é a adaptação da linguagem.

Portanto, o presente artigo abordará um recurso linguístico recorrente na revista *Todateen*. A abordagem enfocará o repetitivo uso do diminutivo na edição 234. O objeto de análise levantou questões: esse recurso é proposital? É sintático ou pragmático? Qual efeito produz no público consumidor? Para responder estas questões, o trabalho foi então estruturado nas seguintes seções: na seção dois será feita uma exposição sobre a derivação sufixal, explicação sobre os diminutivos e como são apresentados pelo viés da gramática normativa e pela linguística. A seção três proporciona uma análise de dados a partir das acepções semânticas do emprego do sufixo *-inho* na revista e, por último, na seção quatro são apresentadas as considerações finais sobre o estudo elucidado.

2 LÍNGUA E LINGUAGEM: DEFINIÇÕES E DIFERENCIAÇÃO

Antônio Houaiss (2001, p. 1762), renomado lexicógrafo da língua portuguesa, afirma que a **língua** é um “sistema de representação constituído por palavras e por regras que as combinam em frases que os indivíduos de uma comunidade linguística usam como principal meio de comunicação e de expressão,

falado ou escrito”. Desta forma, infere-se que a língua é um instrumento essencial de comunicação e que por meio do uso que dela se faz é que os falantes compreenderão o mundo e se farão compreendidos.

Além do termo língua, ouve-se sempre outro termo um tanto quanto parecido: **linguagem**. Entretanto, por mais que estejam próximas em termos de estudos linguísticos, não apresentam a mesma definição. Para que tudo fique definido da forma mais clara possível, entende-se que é necessário buscar também o conceito de linguagem.

Aurélio Buarque de Holanda (2004, p. 518), renomado lexicógrafo da língua portuguesa, ao compreender a linguagem, define que “o uso da voz e de outros sons que se articulam formando palavras para expressão e comunicação entre pessoas; a forma de expressão pela linguagem ou pela sua representação escrita, que é própria de um indivíduo, grupo, classe, etc”. Pode-se depreender, a partir de ambas as definições, que a língua é um dos mais variados produtos da linguagem e também um dos principais produtos. É comum utilizar expressões como “linguagem de programação”, por exemplo. Nesse caso, é uma forma de comunicação própria para pessoas ligadas à área da computação.

Por todo o exposto até aqui, é possível compreender que os meios de comunicação apropriam-se de determinados elementos que a linguagem oferece para que possam manter um contato mais próximo e, por conseguinte, mais íntimo com o público a quem se destina. Como será possível notar mais adiante, a língua é um dos principais meios utilizados para isso, mas não exatamente a língua virá vestida como manda o bom figurino da gramática normativa, mas, sim, adaptada a um determinado público-alvo. Todavia, faz-se necessária uma breve elucidação acerca das questões gramaticais que envolvem o objeto em análise, no caso os diminutivos, perpassando pela formação de palavras e, então, pela derivação sufixal.

Noam Chomsky, considerado pelos estudiosos como o pai da Linguística, defende que os falantes têm uma vasta noção inata de sua língua materna e são aptos a distinguir uma frase gramatical em detrimento de uma frase agramatical (BARONAS, 2012). No que diz respeito a frases gramaticais, a língua, por ser dinâmica e criativa, é regida por um sistema abstrato de regras. Desse modo, a finalidade da gramática, sobretudo a normativa, não é ditar normas, e sim contemplar um número limitado de regras da língua. Por isso, é imprescindível abranger a teoria do Gerativismo de Chomsky no que concerne a gramática. A partir

desta teoria, é possível criar um número infinito de sequências linguísticas que resultam em frases. Segundo Orlandi (1999), a teoria Gerativa é dedutiva porque se principia a partir de um sistema abstrato de regras que originam frases existentes da língua.

Tendo em vista a pluralidade linguística presente nos idiomas devido a influências geográficas, sociais e culturais, é importante ressaltar que a língua não é um sistema linguístico unitário. Compreende-se, contudo, um conjunto de sistemas linguísticos que, juntos, tornam a língua um instrumento de comunicação social, maleável e diversificado.

2.1 Visão da Gramática Normativa

A despeito dos inúmeros fatores que tornam a língua variável, considera-se a gramática importante para representar uma modalidade da língua, que é a modalidade formal. Dito isso, prestigia-se a gramática normativa por se tratar de uma linguagem estudada e analisada, utilizada nas situações de maior prestígio social, por pessoas consideradas eruditas, sábias.

A língua padrão, [...] embora seja uma entre as muitas variedades de um idioma, é sempre a mais prestigiosa, porque atua como modelo, como norma, como ideal linguístico de uma comunidade. Do valor normativo decorre a sua função coercitiva sobre as outras variedades, com o que se torna uma ponderável força contrária à variação. (CUNHA; CINTRA, 2013, p. 4)

No que diz respeito à análise do recorrente uso do sufixo *-inho* na revista analisada, a *Todateen* edição 234, observa-se que gramáticos se debruçam em categorizar os fenômenos de segmentação oral (linguagem informal) para as situações da escrita (modalidade formal de uso, linguagem mais prestigiosa).

2.1.1 Celso Cunha & Lindley Cintra (2013)

De acordo com Cunha e Cintra (2013, p. 97), em *Nova Gramática do Português Contemporâneo*, compreende-se por formação de palavras o conjunto de processos morfossintáticos que permitem a criação de unidades com base em

morfemas lexicais a partir do uso de afixos (prefixos e sufixos) – que são comuns aos processos de derivação ou aos procedimentos de composição. Apesar de serem esses os procedimentos mais comuns para a formação de palavras, a referida gramática salienta, ainda, a existência de outros usos mais limitados, como os oniônimos, os acrônimos e as amálgamas.

Como o objeto de análise da presente pesquisa é o constante uso do diminutivo, restringe-se, aqui, dedicação à derivação sufixal. Segundo os gramáticos supracitados, o processo de derivação sufixal ocorre a partir da junção de um afixo à direita da base e, por meio desta união, formam-se novos substantivos, adjetivos, verbos e até advérbios. Por isso, Cunha e Cintra (2013, p. 102), classificam os **sufixos** em:

a) Nominais: quando se une a um radical para originar um substantivo ou um adjetivo. Exemplos: *pont-eira*, *pont-inha*, *pont-udo*.

Dentre os sufixos nominais, os gramáticos mencionam os sufixos aumentativos e diminutivos, cujo valor é mais afetivo do que lógico:

i. Sufixos aumentativos: Por excelência, o formador dos aumentativos do português é o sufixo *-ão*. Este pode juntar-se a radicais de substantivos (*papel-ão*), de verbos (*chor-ão*) e de adjetivos (*solteir-ão*).

Os gramáticos compreendem, contudo, outros sufixos que desempenham diferenciados valores. Há sufixos que desempenham valor pejorativo, como o caso do *-anzil*, que ocorre em *corpanzil*, ou o sufixo *-astro*, que ocorre em *medicastro* (médico ruim, charlatão) e *poetastro* (mau poeta). Há casos que desempenham função diminutiva, como o sufixo *-aréu* que ocorre em *mastaréu* (pequeno mastro suplementar), e, ainda, há valores aumentativos que estão associados ao coletivo, como o sufixo *-aréu* em *fogaréu*, *mundaréu* e *fumaréu*.

ii. Sufixos diminutivos: por excelência, o formador dos diminutivos do português é o sufixo *-inho* (*-zinho*). Este se junta a substantivos (*mes-inha*), adjetivos (*so-zinho*), advérbios (*devagar-inho*) e outras

palavras, como interjeições (*adeus-inho*). Os gramáticos ressaltam que não é fácil indicar as razões que dirigem a escolha entre *-inho* e *-zinho*. Muitas vezes a seleção está ligada ao ritmo da frase e também se verifica que, na linguagem monitorada, há uma preferência pelas formações com *-zinho* na finalidade de manter íntegra a pronúncia da palavra derivante (*balde-zinho, xícara-zinha*). A linguagem popular, contudo, simplificadora por excelência, tende para as formações com *-inho* (*bald-inho, xicr-inha*). Há, ainda, sufixos que desempenham outros valores, como a função pejorativa, representada pelos sufixos *-ebre* e *-eco* que ocorrem nos casos *cas-ebre, folh-eca, jornal-eco, livr-eco*; e a função diminutiva afetiva desempenhada pelo sufixo *-ico* em *aban-ico, amor-ico, burr-ico*, e também em nomes próprios, como *An-ica, Joan-ico*.

b) Verbais: em geral, os verbos novos da língua portuguesa formam-se pelo acréscimo da terminação *-ar* a adjetivos e substantivos. Exemplos: *esqui-ar, nivel-ar, telefon-ar, radiograf-ar, (a)doç-ar, (a)fin-ar*.

Há, contudo, outros sufixos que compõem o quadro dos verbais, que são os casos dos *-ear, -ejar, -entar, -(i)ficar, -icar, -ilhar, -inhar, -iscar, -itar* e *-izar*. Exemplos: *folh-ear, vel-ejar, amol-entar, clar-(i)ficar, beber-icar, dedilhar, escrev-inhar, chuv-iscar, salt-itar, civil-izar*.

c) Adverbial: o único sufixo adverbial existente em português é *-mente*, procedente do substantivo latino *mens, mentis* (a mente, o espírito, o intento). Com a significação de “intenção” e, posteriormente, a de “maneira”, passou a aglutinar-se a adjetivos para indicar circunstâncias, especialmente à de modo. Sendo assim, boamente = com boa intenção, de maneira boa. No caso de sufixação adverbial, junta-se o sufixo *-mente* à forma feminina do adjetivo. Exemplos: *bondosa-mente, franca-mente, nervosa-mente, pia-mente*.

2.1.2 Evanildo Bechara (2009)

Assim como Cunha e Cintra (2013), Evanildo também compreende que os processos de formação de palavras se constituem em composição e derivação. Bechara (2009, p. 355) defende que o processo de composição “consiste na criação de uma palavra nova de significado único e constante, sempre e somente por meio de dois radicais relacionados entre si”. Não há problemas se um dos elementos do composto seja ele mesmo já um composto, considerado como um terno único, pelos princípios dos constituintes imediatos.

No português, os afixos se dividem em prefixos e sufixos. Como o objeto de análise da presente pesquisa é o recorrente uso do diminutivo da supracitada revista, dedica-se maior atenção, portanto, ao valor dos sufixos. No que diz respeito à derivação sufixal do ponto de vista do gramático (2009, p. 357), “ao lado dos valores sistêmicos, associam-se aos sufixos valores ilocutórios intimamente ligados aos valores semânticos das bases a que se agregam, dos quais não se dissociam”. Dentre os possíveis valores assumidos pelos sufixos, Bechara identifica que os que formam nomes diminutivos perpassam uma ideia de carinho, como *mãezinha*, *maninho*, *paizinho*. Porém, paralelamente a estes, há também os sufixos que perpassam valores especiais, como *florão*, que não se aplica a uma flor grande, mas uma espécie de ornato de arquitetura; ou outros valores que perdem seu significado primitivo, como *camisola* e *carreta*.

Bechara (2009, p. 358) ressalta as múltiplas funções que os sufixos podem desempenhar, dentre elas há:

a) Sufixos formadores de substantivos: formam nomes de agentes, instrumento, lugar, ação, estado, qualidade, semelhança, abundância, aglomeração, coleção, nomes de naturalidade, etc. Exemplos: *geni-tor*, *corre-dor*, *dormi-tório*, *dent-ista*, *perdi-ção*, *casa-mento*, *boi-ada*, *arvor-edo*, *austrí-aco*.

b) Sufixos de nomes aumentativos e diminutivos: formam nomes muitas vezes tomados com valores pejorativos ou afetivos. O gramático não distingue quando são assumidos os valores pejorativos ou afetivos:

i. Exemplos de aumentativos: *cadeir-ão*, *homen-zão*, *voz-eirão*, *ric-aço*, *mur-alha*, *gulos-eima*, *penh-asco*, *chap-eirão*, *fatur-ento*.

ii. Exemplos de diminutivos: *livro-zinho, livr-inho, flor-zinha, espad-im, dormind-inho, namor-ico, ilh-ota, gord-ucho.*

c) Sufixos para formar adjetivos: exprimem qualidade ou característica. Exemplos: *barrig-udo, hum-ano, ris-onho, bond-oso, marít-imo, di-urno, feliz-ardo, ver Paid-eiro.*

d) Sufixos para formar verbos: formam verbos para indicar ação repetida (verbos frequentativos), para indicar ação que deve ser praticada, dar determinada qualidade a uma coisa (verbo causativo), para indicar ação pouco intensa ou para indicar passagem a um novo estado, início de ação ou qualidade (incoativos). Exemplos: *adalg-açar, mercad-ejar, civil-izar, debil-itar, salt-itar, anoit-ecer, endur-ecer, flor-escer.*

e) Sufixos para formar advérbios: exprimem ideia de medida, quantidade, qualidade e ideia de relação de dois seres independentes um do outro. Exemplos: *copiosa-mente, enorme-mente, simples-mente, clara-mente, primeira-mente, atual-mente.*

2.2 Visão da Linguística

A partir da concepção de texto e de sentido pelo viés da Linguística, é necessário elucidar que o sentido de um texto é construído a partir de uma interação entre língua, sujeito e texto. Essa interação, altamente complexa, é capaz de produzir sentidos que se realizam, predominantemente, com base nos elementos linguísticos presentes nas superfícies textuais e nos seus modos de organização.

No que diz respeito à formação de sentido textual, fala-se, na Linguística, dos Modelos de Interpretação de Marcelo Dascal (*apud* KOCH, 2002). Os modelos se constituem em Modelo Criptológico, Modelo Hermenêutico, Modelo Pragmático, Modelo Superpragmático e Modelo de Estruturas Profundas Causais. Os modelos

são, entre si, complementares, entretanto Dascal (*apud* KOCH, 2002) ressalta que o Modelo Pragmático melhor representa a relação entre leitura e produção de sentido.

Modelo “pragmático” – o sentido é produzido por um agente, por meio de ação comunicativa. Uma ação é sempre animada por uma intenção. Por isso, na busca pelo sentido, é preciso levar em conta a intenção do produtor do texto. (DASCAL *apud* KOCH, 2002, p. 18)

A partir do ponto de vista Pragmático na concepção do sufixo *-inho*, isto é, a intenção do produtor na concretização de um sentido, o presente estudo contemplará os estudos da linguista Margarida Basílio, pioneira e inovadora estudiosa da morfologia e dos processos de formação de palavras. Entende-se, segundo o estudo linguístico, que o sufixo *-inho* é um dos processos derivacionais de formação de palavras muito produtivo na língua portuguesa.

2.2.1 Margarida Basílio (2004)

Margarida Basílio (2004, p. 29) ressalta que o processo de derivação se caracteriza pela união de um afixo (prefixo ou sufixo) a uma base para a formação de uma unidade linguística provida de significado. Dessa forma, é possível compreender que uma palavra será derivada desde que seja constituída para formar uma base.

A título de exemplo de derivação, a linguista cita as palavras *marinho* (*mar+inho*), *pedreira* (*pedra+eira*), *novinha* (*novo+inha*), *rever* (*re+ver*) e *desdizer* (*des+dizer*). Em todos os casos, depreende-se a estrutura base + afixo, sendo que, nos primeiros casos, *marinho* e *pedreira*, aponta-se a união de uma base + sufixo e nos últimos exemplos, *rever* e *desdizer*, aponta-se a união de base + prefixo.

Segundo Basílio (2004, p. 30), na maioria dos casos, a base de uma forma derivada é uma forma livre, ou seja, é uma palavra comum, uma forma que, sozinha, responde a um enunciado. Na interação social, a unidade linguística pode ser usada como resposta a uma pergunta e esta ocorrência se sucede nos verbos, nos substantivos, nos adjetivos e nos advérbios.

Contudo, o processo de composição tem por característica a união de uma base à outra para a formação de uma palavra. Assim sendo, na composição sempre haverá duas bases. Eis os exemplos para melhor ilustrar: *quebra-mar*

(*quebra+mar*), *pedra-sabão* (*pedra+sabão*), *vaivém* (*vai+vem*), *guarda-marinha* (*guarda+marinha*). Todos os casos supracitados são compostos porque apresentam duas bases, entretanto há ocorrências em que uma das bases necessita de outra para existir, como no caso de *agricultura* (*agri+cultura*). Apesar de *agri-* ser uma base livre, ela nunca ocorrerá sozinha.

Com tudo o que até aqui foi exposto, já é possível adentrar mais intimamente o uso de sufixos, tema que tem suscitado diversas análises, sobretudo no que concerne às várias acepções que eles podem assumir. Basílio (2004) pontua que a ocorrência mais comum de processo morfológico em função expressiva da linguagem é o caso da formação de aumentativos, diminutivos e superlativos. Na função inicial de indicar dimensão maior ou menor, tanto o aumentativo quanto o diminutivo exprimem o **valor emocional** do falante diante o tamanho do objeto por ele dimensionado.

O tamanho de um objeto (ou de um ser) pode ser exprimido de maneira neutra pela oposição de adjetivos (grande ou pequeno) e passa a ser expresso de um modo subjetivo, isto é, pelo aumentativo ou diminutivo.

- i. Exemplo de aumentativo: João comprou um apartamento grande. João comprou um apartamentão.
- ii. Exemplo de diminutivo: Consegui comprar vinte bonecas pequenas. Consegui comprar vinte bonequinhas.

Do mesmo modo ocorre o superlativo, que expressa intensidade numa qualidade designada por adjetivo, desempenha função expressiva quando sintético ou sufixal, em oposição ao superlativo analítico formado por *muito*. Exemplo: João é muito inteligente. João é inteligentíssimo.

Entretanto, no que concerne a utilização dos diminutivos na modalidade formal de uso, Basílio (2004) contempla que:

Uma das características da linguagem formal é a procura da objetividade, que se traduz numa tentativa de se banir toda e qualquer expressão direta de emotividade. Assim, todo item ou processo que expressa diretamente atitudes emocionais está *ipso facto* descartado da língua escrita formal. Ao contrário, itens e

processos que expressam atitudes emocionais são os mais usados na linguagem coloquial, em que é fundamental o uso da função expressiva da linguagem. (BASÍLIO, 2004, p. 83)

A linguista retoma que essa atitude emocional pode expressar uma pluralidade infinita de emoções e sensações, como pejoratividade, desprezo, crítica, carinho, ironia, e intensidade. Todavia, a correta interpretação será realizada apenas pelo tom de voz do falante ou pelo contexto comunicativo. Logo, os sentidos que o locutor atribui aos sufixos *-inho (a)* e *-zinho (a)* dependerão da intenção comunicativa e do contexto em que eles forem empregados e exibidos, ou seja, dependerão dos recursos pragmáticos utilizados pelo comunicador.

3 ACEPÇÕES SEMÂNTICAS DO SUFIXO *-INHO (A)*

No setor da mídia impressa, as revistas mensais se caracterizam por direcionar seus encartes a diferentes segmentos da juventude. A maioria desses produtos repete a fórmula bem-sucedida das revistas voltadas para as mulheres, como a *Caras*, *Cláudia*, *Marie Claire*, *Nova*, *Elle*, e destina-se às garotas adolescentes, como a revista *Capricho*. Na década de 1990 multiplicou-se esse tipo de mídia, surgindo as revistas *Todateen*, *Teens of Youngsters*, *Atrevida* e, na década seguinte, a *Atrevidinha*. Estes editoriais repetem a linha da *Capricho*, porém inovam na abordagem e na diagramação. Grande parte das matérias trata assuntos como moda, beleza, ídolos da mídia, amor, sexualidade, saúde, dicas de leitura, orientação vocacional, *quiz*, horóscopos, pôsteres, simpatias e uma infinidade de publicidade.

Foi observado que na edição 234 da revista *Todateen* há quarenta e duas utilizações do sufixo *-inho* como recurso de diminutivo. Contudo, o presente artigo analisará apenas alguns casos encontrados, a fim de elucidar as acepções semânticas do sufixo estudado.

Dado 1: Juntinhos (*junt-inhos*)

vestibular meio doida. E, de fato, ele tinha razão. Exemplos no dia a dia de uma revista não faltam: a edição passada tinha acabado de ser impressa e, surpreesa!, Zayn saiu da 1D. A sorte é que você, leitora, que comprou o exemplar, teve em mãos uma das últimas edições com os cinco integrantes juntinhos. Enquanto preparávamos a matéria *Amor tipo*

Fonte: *Todateen*, maio 2015, p. 3

Juntinhos refere-se a cinco integrantes que estão unidos. Observa-se que mesmo se fossem centenas de integrantes citados no enunciado, o autor optaria pelo emprego do sufixo *-inho (s)* junto à base *junt-* porque o termo analisado não corresponde à quantidade em si, mas ao valor afetivo encontrado no texto. Portanto, apesar da quantidade de integrantes ser grande ou pequena, o autor utilizou a forma no diminutivo como recurso de aproximação com o público. Logo, este recurso de aproximação se configura no modelo pragmático defendido por Marcelo Dascal (*apud* KOCH, 2002, p. 18), em que é necessário levar em conta a intenção do autor para interpretar um sentido textual.

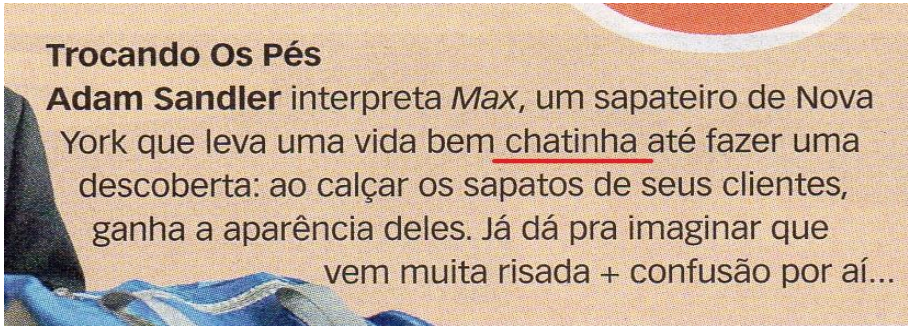
Dado 2: Tudinho (*tud-inho*)

tenha fé! Melhor ainda é esperar com essa **#** recheada de matéria boa: moda diva, *Perina*, Justin Bieber, a matéria show *O gato é seu*, a coluna perfeita da Annie (sério, reli umas quatro vezes, de tão boa que está). Aproveite a leitura e me conta tudinho!

Fonte: *Todateen*, maio 2015, p. 3

Observa-se que na sentença “Aproveite a leitura e me conta tudinho” não há a conjugação do verbo “contar” no imperativo, ocorrência comum na linguagem informal de uso, ou seja, na linguagem falada, situações de menos monitoramento. Outra ocorrência relativa à linguagem informal diz respeito a “*tudinho*”, a base do pronome indefinido *tud-* com o sufixo *-inho*. Como o léxico “*tudo*” corresponde à totalidade do que existe, seria mais coerente utilizar o sufixo no aumentativo, “*tudão*”. Porém, como recurso de aproximação com o público feminino adolescente, além da tentativa de transmitir uma mensagem delicada, e reproduzir a fala na escrita, como pontua Margarida Basílio (2004, p. 34), há o emprego do termo “*tudinho*” no diminutivo, entretanto sem elucidar o tamanho do objeto real em análise. Por último, observa-se o emprego do ponto de exclamação no final do parágrafo, que é desaconselhável nos discursos na linguagem formal, isto é, evita-se o ponto de exclamação em memorandos, textos jornalísticos, artigos, atas, prontuários, manuais, bulas, entre outros, situações em que se exige maior grau de impessoalidade no texto.

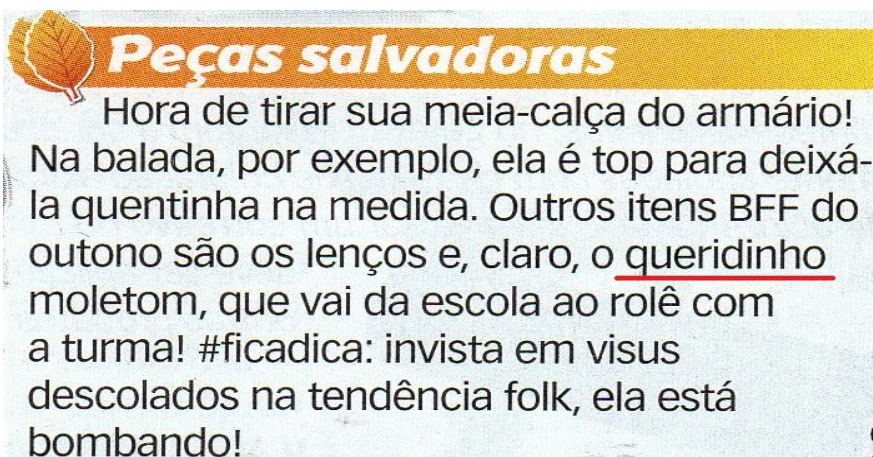
Dado 3: Chatinha (*chat-inha*)



Fonte: *Todateen*, maio 2015, p. 14

O texto em análise se configura em sinopse, uma espécie de apresentação sintética, precisa e objetiva que trata a estrutura de uma obra, seja literária, científica, ou cinematográfica. Por se tratar de uma síntese narrativa de filme, espera-se, naturalmente, uma linguagem impessoal, formal. Porém, no dado 3 é possível identificar um discurso bem informal com o público, como o emprego do diminutivo em “*chatinha*”, o emprego do símbolo matemático “+” que representa adição, substituindo o nome “*mais*”, além do advérbio “*aí*” e do emprego das reticências. Tais ocorrências representam um discurso despojado e jovem, próximo à linguagem oral adolescente. No que diz respeito à ocorrência do sufixo *-inho*, trata-se da intenção o autor de transmitir valor emocional.

Dado 4: Queridinho (*querid-inho*)



Fonte: *Todateen*, maio 2015, p. 25.

Segundo Basílio (2004, p. 83) “*queridinho*”, sem contexto, poderia perpassar um valor pejorativo, ou seja, agregar um sentido depreciativo, de

desaprovação. Contudo, como está contextualizado no cenário de dicas de beleza, dicas de *look* destinadas ao público jovem feminino, “*queridinho* moletom” traduz uma intenção afetiva ao objeto contemplado, além da afeição ao público a que se destina – meninas de 12 a 17 anos. Observam-se também outros recursos intencionados na aproximação com o público, como a utilização dos termos “*balada*”, “*top*” no sentido adjetivado, “*BFF*” (*best friend forever*), “*rolê*”, “*turma*”, “*#ficadica*”, “*visus*”, “*descolados*”, “*bombando*” e a utilização do ponto de exclamação.

Dado 5: Bonzinho (*bon-zinho*)

Rolam aquelas briguinhas entre irmãos?

Olha, faz muito tempo que a gente não briga. Mal conseguimos conversar direito, quanto mais brigar. A gente brigava muito, quer dizer, eu brigava com ele. Porque ele sempre foi bonzinho!

Fonte: *Todateen*, maio 2015, p. 16

Nota-se, diferentemente do dado anterior, a obrigatoriedade do emprego do sufixo *-zinho* no termo *bonzinho*. A utilização deste sufixo concerne à terminação do nome em questão. Segundo Sérgio Nogueira (2010), utiliza-se o sufixo *-zinho* nos nomes terminados em vogal nasal (*álbum, albunzinho, cão, cãozinho*), terminados em ditongo oral (*raio, raiozinho*), vogal tônica (*café, cafezinho*), vocábulos terminados em /r/ ou /l/ (*final, finalzinho, caráter, caraterzinho*) e nas palavras proparoxítonas (*lâmpada, lampadazinha, protótipo, prototipozinho*). Porém, as variações entre *-inho* e *-zinho* não caracterizam uma acepção diferenciada. Como pontua Basílio (2004, 82), é possível notar um valor emocional de acordo com o contexto, com as inferências que o leitor capta na superfície textual. No que confere a utilização do termo *bonzinho* na entrevista em análise, observa-se que é meramente um recurso de afetividade, proximidade com o público.

4 RECURSOS PRAGMÁTICO-DISCURSIVOS ENVOLVENDO ASPECTOS PUBLICITÁRIOS

Pela diversidade de textos que compõem a *Todateen*, a revista se caracteriza como um gênero híbrido, isto é, formada por mídias que desafiam as relações entre a oralidade e a escrita, perpassando a velha visão dicotômica presente nos populares manuais de ensino da língua portuguesa.

No que diz respeito a transitar nos discursos entre a fala e a escrita, Marcuschi (2015) ressalta que é importante ter em mente as expressões “*concepção escrita*” e “*concepção oral*”:

Não se trata de postular que o texto é concebido oralmente ou concebido por escrito sob o ponto de vista cognitivo, mas que a forma original de sua produção é escrita ou oral. Assim, a expressão “*concepção*” aponta para a natureza do meio em que o texto foi originalmente expresso ou exteriorizado. É assim que um poema declamado não se torna uma linguagem falada no ato da declamação e sim um texto escrito *oralizado*, já que sua concepção foi no formato escrito. Com base nessa sugestão, defendo que *o som não é uma condição suficiente para a definição da língua falada*. O som é apenas uma condição necessária da oralidade, pois sem ele, seguramente não teremos língua oral. (MARCUSCHI, 2015, p. 192)

Desse modo, apesar da revista ser concebida por escrito sob o ponto de vista cognitivo, sua produção encontra-se nas características da oralidade. O recurso de utilizar traços da fala na escrita, além da incessante repetição semântica do emprego do sufixo *-inho (-zinho)* em todas as páginas traduzem um propósito, uma intenção da *Todateen* em tornar-se íntima da leitora, uma espécie de melhor amiga, confidente e conselheira.

Os exaustivos recursos semânticos na tentativa da revista tornar-se íntima da leitora levantaram questionamentos em relação ao propósito: “qual a intenção da revista em reafirmar essa identidade adolescente feminina? Qual a razão da aproximação com o público?” A partir dessa reflexão, tais questionamentos motivaram uma análise minuciosa da supracitada edição. Foi observado, contudo, que a revista dispõe de muita publicidade, para ser mais exato, foram computados 213 produtos anunciados em apenas 60 páginas impressas.

Ora, é possível depreender que uma “amiga” (diga-se, a revista) que orienta as meninas nos comportamentos, nas escolhas profissionais, nas paqueras, nas dicas de beleza e de vestuário, pode, também, indicar produtos a serem adquiridos. Logo, os recursos de afetividade e de valor emocional presentes na revista estão ligados à publicitação de produtos. Dentre os anúncios, encontraram-se artigos de papelaria, livros, roupas, discos, eventos, cosméticos, cursos, acessórios, aplicativos e filmes.

A criação da identidade com o público reafirma as noções de imagem defendidas pela psicanalista Maria Rita Kehl (2004). A estudiosa compreende que na sociedade atual, o que determina a existência do homem é a sua imagem. Com o advento da tecnologia, foram criados ilimitados recursos visuais midiáticos e, sob a influência destes, o homem se tornou um ser de aparências, no qual a visibilidade proporciona ao indivíduo o certificado de que o mesmo existe.

Portanto, ser reconhecido e visto pelo outro proporciona ao indivíduo identidade e *status*, permitindo que o mesmo deixe de ser invisível - ou um mero anônimo. O surgimento da mídia televisiva, juntamente com o computador e as possibilidades que estes abriram, foi o momento preponderante para dar licença ao sujeito existir por meio da imagem.

O pensador Guy Debord (1998) explica bem essa situação. Para ele, a sociedade passou por duas etapas distintas: na primeira fase, para um indivíduo *ser*, era preciso *ter*. Na segunda fase, caracterizada pela sociedade do espetáculo, isto é, no momento contemporâneo, é preciso *ter* (posses) para, então, *parecer*. Esse modelo caracteriza, entretanto, uma forma de dominação econômica capitalista. Porém, como a dominação pelo viés econômico já está solidificada na sociedade, fala-se, agora, da dominação pelo aspecto imagético, em que a mídia se forma por um conjunto de poderes econômicos e políticos. É a mídia, por meio da criação da identidade, ordenando o que os grupos sociais precisam ter e consumir.

A falsa necessidade de ter, possuir e consumir é o que norteia a sociedade atual. A partir do momento que o indivíduo é seduzido a adquirir determinado objeto, observa-se que há uma certa pressão social para que ele o consuma, independentemente da necessidade do comprador. Assim, forma-se uma espécie de necessidade aparente, isto é, o que é adquirido não é necessariamente o que se precisa consumir para a sobrevivência humana, mas, sim, para a sobrevivência em determinado grupo social.

A imagem a seguir, tirada da página 25 da edição 234 da revista *Todateen*, reafirma tudo o que foi exposto até aqui no que diz respeito à criação de necessidades envolvendo carga emocional nos recursos discursivos, seja o emprego do sufixo *-inho* em “quentinha” e “queridinho” ou a proximidade de discursos orais difusos na escrita, como os exemplos: “não rola”, “é show demais!”, “look leve”, “despojada”, “tipo UAU”, “top”, “BFF”, “rolê”, “#ficadica”, “visus”, “bombando”, “que tal”, “curtir a party”, “hein”, “in” e “up”.

Dado 8: Bonzinho (bon-zinho)

Pode mostrar!
Tudo bem que nesta época bate aquele frio, mas não rola sair toda encapotada de casa, né? Por isso, a combinação **botas + short**, vestido ou saia **é show demais!** O importante é balancear o estilo mais pesado do calçado com um **look leve.**

Combine assim: misture estampas florais e românticas com botas de cano curto para ficar **despojada**, diz Valquíria.

Peças salvadoras
Hora de tirar sua meia-calça do armário! Na balada, por exemplo, ela é **top** para deixá-la **quentinha** na medida. Outros itens **BFF** do outono são os lenços e, claro, o **queridinho** moletom, que vai da escola ao **rolê** com a turma. **#ficadica**: invista em **visus** descolados na tendência folk, ela está **bombando!**

Combine assim: **que tal** um vestido P&B ou com estampa étnica com uma meia-calça preta e um blazer colorido? finaliza a personal Stylist.

Apostas certas

Sem passar frio **hein!** Da Enfim, preço sob consulta

A gente ama moletom! Da Diadora, R\$ 120

Botinha? É sempre **in** no inverno, R\$ 174

Short pode, sim! Da Amora, R\$ 80

Pra dar um **up** na **visu** Da Marisa, R\$ 80

Amor: 0800-443006, Bônus: 011-3431-4000, Diadora: 011-3885-4400, Enfim: 011-3431-4000, Marisa: 011-3431-4000, Valquíria: 011-3431-4000

Fonte: *Todateen*, maio 2015, p. 25

Ao mesmo tempo em que a revista dá dicas de moda, ela utiliza ídolos da mídia para reafirmarem a necessidade de consumir determinados produtos e, em seguida, são anunciadas as peças que foram sugeridas.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para analisar os aspectos semânticos do sufixo *-inho* na revista em questão, foi primordial, antes de tudo, distinguir língua de linguagem, para, então, poder considerar a visão da Gramática e da Linguística sobre estas ocorrências. Observou-se que não se diferenciaram, em questões semânticas, os conceitos dos sufixos pela Gramática Normativa e pela Linguística. As visões destes dois ramos de estudo se fundem, ou seja, se completam e complementam.

A pesquisa permitiu compreender que a revista apresenta várias ocorrências do morfema derivacional –inho na seleção dos itens lexicais. Contudo, em contrapartida, também foi percebido um incessante recurso de publicitar nas páginas impressas. Para cada dica que a revista proporcionava, seja de moda, de leitura, ou cinematográfica, a *Todateen* já inseria um produto que deveria ser adquirido para determinada finalidade. Produtos que são dispensáveis para a sobrevivência humana, porém, indispensáveis para a sobrevivência de um grupo, como pontua Garção (2007).

O presente artigo também considerou que, atualmente, a sociedade se orienta pela influência da mídia e pela imagem, um momento em que PARECER é mais importante do que SER. Como o público-alvo da *Todateen* é composto por meninas de 12 a 17 anos, observa-se que, nessa faixa etária, as jovens ainda estão em fase de desenvolvimento, tanto físico quando psicológico. Elas ainda estão criando uma visão crítica sobre a vida e sobre o mundo, e, sob a influência e sob a forte persuasão da revista (que mais se confunde com um catálogo de anúncios), as meninas encontram-se em situação vulnerável, de forte manipulação midiática.

Portanto, a pesquisa ressalta a importância de se ter uma consciência sobre as formas como a mídia age, observar que um mero recurso de afetividade camufla uma intenção muito maior do que imaginada, que é a venda da imagem passada e a inserção das meninas nesse universo *cool*.

**ASPECTS PRAGMATIC-DISCURSIVE IN CONSTRUCTION
MEANINGS OF MAGAZINE *TODATEEN***

ABSTRACT

This research aims to analyze the purpose of the great use of *-inho* suffix in the edition 234 of the magazine *Todateen*. To achieve this goal, the study considers the vision of Normative Grammar and Linguistics in concern suffixes, especially diminutives, and then analyzes texts taken from the editorial. The semantic meanings of *-inho* suffixes reflect an identity with young people, a way to create an intimacy with teenage girls. However, it was also observed a wide publicity in all the pages. Moreover, the research points out the approach of linguistic resource with the public is closely linked to advertising products, especially items of fashion and beauty.

Key words: Suffix *-inho (a)*. Derivation. Semantic meaning. Magazine. *Todateen*.

REFERÊNCIAS

- BARONAS, R. **Apontamentos sobre “Convulsões” nas Ciências da Linguagem: Everett x Chomsky**. Disponível em: <http://www.letras.ufscar.br/linguasagem/edicao08/artigos_baronas.php> Acesso em: 21 jun. 2016.
- BASÍLIO, M. **Teoria Lexical**. São Paulo: Ática, 2004.
- BECHARA, E. **Moderna Gramática Portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.
- CUNHA, C; CINTRA, L. **Nova Gramática do Português Contemporâneo**. Rio de Janeiro: Lexikon, 2013.
- DASCAL, M *apud* KOCH, I. **Desvendado os Segredos do Texto**. São Paulo: Cortez, 2002.
- DEBORD, G. **A Sociedade do Espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1998.
- FERREIRA, A. **Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa**. Paraná: Positivo, 2004.
- GARÇÃO, J. **Introdução à Psicologia do Cotidiano: algumas reflexões sobre a sociedade de consumo**. São Paulo: Expressão e Arte Editora, 2007.
- HOUAISS, A. **Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.
- KEHL, M. Visibilidade e Espetáculo. In: BUCCI, E. **Videologias: ensaios sobre televisão**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2004
- MARCUSCHI, L. **Produção Textual, Análise de Gêneros e Compreensão**. São Paulo: Parábola, 2015.

NOGUEIRA, S. **Temas Polêmicos**. Disponível em:
<<http://g1.globo.com/educacao/blog/dicas-de-portugues/post/temas-polemicos-3.html>> Acesso em: 23 jun. 2016.

ORLANDI, E. **O Que é Linguística**. São Paulo: Brasiliense, 1999.

TODATEEN. São Paulo: Alto Astral. ed. 234. Maio/2015.