

ONOMÁSTICA E DISCURSO: O MEMORÁVEL NO PROCESSO HISTÓRICO E SOCIAL DE URBANIZAÇÃO

JOCYARE CRISTINA PEREIRA SOUZA
UNINCOR

RESUMO: Este trabalho apresenta, dentro de uma perspectiva da Semântica do Acontecimento, os efeitos de sentido que a nomeação, tomada como um fenômeno urbano, vem produzindo em São Thomé das Letras – Minas Gerais. Propõe, assim, uma análise do processo constitutivo que marca o espaço de enunciação das designações dos estabelecimentos comerciais de São Thomé das Letras, levando em consideração os procedimentos que predicam e determinam seu espaço semântico-enunciativo e que acabam por marcar um lugar social do dizer, estabilizando determinados sentidos no discurso comercial/publicitário. Neste trabalho analisamos os nomes de estabelecimentos comerciais de São Thomé das Letras, enfocando o acontecimento enunciativo em sua historicidade. Há, dentro dessa perspectiva, uma relação da língua com um falante que se apresenta como sujeito político e social da enunciação.

Palavras-chave: Semântica do Acontecimento; Designação; Discurso Comercial/Publicitário.

ABSTRACT: This work presents, inside of Semântica do Acontecimento theory, the effects of sense that the nomination, taking as an urban phenomenon, produces in São Thomé das Letras city. It considers an analysis of the constituent process that marks the enunciation space of the designations on commercial establishments in São Thomé das Letras city, considering the procedures that attribute and determine its semantic-enunciative space and mark a social space of saying, when they stabilize definitive sensible in the commercial/advertising discourse. This survey has the aim of investigation the names of comercial stores of São Thomé das Letras, the is inside this perspective a relation of the language with a speaker that presents himself as social and political subject of the enunciation.

Keywords: Semantica do Acontecimento; Designation; Commercial/Advertising Discourse.

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Consideramos, nesse trabalho, as enunciações que nomearam os estabelecimentos comerciais de São Thomé das Letras enquanto enunciações determinadas por uma história de nomes que se reescreveram e, portanto, constituem múltiplas temporalidades; partimos, assim, do princípio de que a “análise da temporalidade do acontecimento para descrever o memorável que o constitui traz tantas outras enunciações que estarão significando no acontecimento” (Guimarães, 2002, p.56).

Designar é fazer significar; é produzir sentido, considerando que o que funciona no processo de designação são sentidos produzidos a partir de relações

enunciativas e discursivas; assim, designar um estabelecimento comercial em São Thomé das Letras é revitalizar a memória, o pré-construído, o já dito em outro lugar que afeta o sujeito da enunciação.

Interessa-nos, portanto, entender o que os nomes de estabelecimentos comerciais que ora reescreveram o nome Letras ora reescreveram o nome São Thomé recortam como memorável, uma vez que consideramos que no funcionamento semântico-enunciativo das expressões que designam os estabelecimentos comerciais de São Thomé das Letras há uma especificidade que se constitui sempre a partir da “história em que o nome se dá como nome” (Guimarães, 1995, p.16).

E por que tomarmos o comércio como objeto desse estudo?

A ausência de documentos oficiais sobre a origem e desenvolvimento do povoado Serra das Letras, primeiro nome da cidade de São Thomé das Letras (CUNHA MATOS, 1979) possibilitou narrativas diversas. A instituição comercial, no entanto, sempre esteve presente, ora em lombos de burros com mercadorias comercializadas por mascates ora em letreiros que identificam suntuosas pousadas. O comércio, desde a formação do Arraial da Serra das Letras no séc. XVIII (FONSECA FILHO, 1935), sempre foi uma oportunidade de relacionamento entre os habitantes permanentes de São Thomé das Letras com aqueles que vão até a cidade para ficar por algumas horas, dias, meses, anos... a vida toda.

Nas portadas dos estabelecimentos comerciais de São Thomé das Letras estão os nomes que enunciam uma história de universos captados pelas práticas de linguagem; nomes que compõem o nosso corpus e constituem uma memória do dizer que nos reporta a épocas, a vidas que se entrecruzam em um espaço enunciativo marcado por poder/submissão, marcas deixadas pelos homens em suas narrativas ou em seu silêncio.

Designar uma região é fazer significar uma determinada região do memorável no acontecimento (GUIMARÃES, 2000). Designar é um processo sócio-histórico-enunciativo: histórico no sentido de que a significação é determinada pelas condições sociais de sua existência. O processo designativo dos nomes de Estabelecimentos Comerciais de São Thomé das Letras que se incorpora ao processo designativo de nomeação/renomeação toponímica de São Thomé das Letras se apresenta como um elo que, ao unir fragmentos, revela-nos a relação que o homem manteve consigo mesmo e com outros homens.

Neste processo em que as relações de submissão e poder estão expressas, o mito é componente indissociável da maneira humana de compreender a realidade, revelar seus pensamentos e situar-se no mundo (CHAUÍ, 2000). O mito, conscientização dos arquétipos do inconsciente coletivo, assim como nos tempos primitivos, cumpre em São Thomé das Letras seu papel: mitos comandam homens, homens se submetem à vontade e poder de outros homens.

Assim, a partir da perspectiva teórica na qual nos filiamos, a Semântica do Acontecimento (GUIMARÃES, 2002), buscamos compreender os efeitos de sentido que os processos de designação urbanos vêm produzindo em São Thomé das Letras, tomando o acontecimento enunciativo como o foco por onde se pode enxergar o modo de constituição dos sentidos para nele compreender o funcionamento da língua na sua historicidade.



Na foto:
‘Igreja Mariz de São Thomé das Letras’ (católico/sagrado)
e ‘Sol Inca’ (esotérico/profano) dividem o mesmo espaço
(Praça Barão de Alfenas)

Por ser de profunda religiosidade, o Capitão João Francisco mandou erguer uma capela onde mais tarde (1785), foi construída a Igreja Matriz. O senhor de vestes brancas acredita-se que era o próprio São Thomé. E na entrada da mesma gruta existem pinturas em tons avermelhados semelhantes a “letras”; daí a origem do nome da cidade São Thomé das Letras. Atribuem-se essas “letras” ao santo como prova de sua aparição ou ainda a índios ou até mesmo a extraterrenos.

(Fonseca Filho, 1935: 11)

Figura 01 – Igreja Mariz de São Thomé das Letras (o sagrado) e Sol Inca (o profano) – Acervo próprio

1. SEMÂNTICA DO ACONTECIMENTO: COMPREENDER O FUNCIONAMENTO DA LÍNGUA NA SUA HISTORICIDADE

A abordagem semântica desenvolvida por Guimarães, ao propor um dispositivo teórico de análise que permite analisar o discurso em relação aos processos de significação que o constituem, por meio de seus mecanismos de funcionamento, pretende abrir uma relação com a Análise do Discurso, de modo específico, e, em geral, com as teorias do sujeito; apresenta-se, portanto, como o resultado de filiações teóricas entre a escola francesa de Análise do Discurso (PÊCHEUX, 2006) e a Semântica Argumentativa em moldes ducrotianos (DUCROT, 1977).

Assim, Guimarães (1995), ao considerar que a linguagem fala de algo e o que se diz é construído na/pela linguagem, e ao definir a Semântica do Acontecimento como a responsável por uma análise do sentido da linguagem centrada no estudo da enunciação, do acontecimento do dizer, encontra impedimentos quanto à posição de Saussure no Curso de Linguística Geral (1979) que, ao definir a língua como objeto de estudo da linguística, deixa para a fala o individual, o subjetivo; nesta concepção, são as relações internas que dão o caráter definidor para a língua e o que há de significação no Curso é o que há de codificado como significado. Os estudos semânticos propostos por Guimarães tornam-se, portanto, um gesto de incluir o excluído saussureano, uma vez que considera, além do sistema linguístico (a língua), a discursividade (historicidade da língua). Para Guimarães, a significação está justamente no que Saussure definiu como exterior; considera, portanto, “a significação a partir da questão da exterioridade da língua (o mundo, o sujeito, o referente, a história) que é uma exterioridade discursiva, ou seja, é o interdiscurso,

que se define como o conjunto do dizível, histórica e linguisticamente constituído” (Orlandi, 1996, p. 89).

Guimarães, ao incluir a história, procura constituir uma semântica enunciativa que considera a representação do sujeito na constituição do sentido; considera, assim, que o sentido de um enunciado são os efeitos de sua enunciação, segundo as condições histórico-enunciativas em que aparece.

A linguagem, nessa perspectiva, passa a ser entendida como um fenômeno histórico que funciona segundo um conjunto de regularidades socialmente construídas, que se cruzam e podem ir permitindo mudanças nos fatos sem que isso possa ser visto como desvio ou quebra de uma regra. Quanto a uma língua, diríamos que ela é uma dispersão de regularidades linguísticas, que a caracteriza necessariamente como fenômeno constituído sócio-historicamente (Guimarães, 1998, p.17). Assim, a Semântica do Acontecimento propõe correlacionar a enunciação, enquanto um acontecimento de natureza histórico-social, com a língua; o enunciado, nessa concepção, se constitui como elemento de uma prática social, em que os sentidos são determinados pelas distintas posições-sujeito ocupadas pelo indivíduo e caracterizadas histórica e socialmente no acontecimento enunciativo. Desse modo “a significação é determinada pelas condições sociais de sua existência” (Guimarães, 1995, p. 66); a significação é, portanto, histórica, não no sentido cronológico, historiográfico, em que os fatos significam um acontecimento social, determinados apenas no tempo, constituindo um fato sempre único e irrepetível, mas no sentido de que a história é constituída do presente da enunciação.

Dessa forma, a enunciação é entendida como a língua posta em funcionamento pelo interdiscurso no acontecimento que, sendo relação do interdiscurso com as regularidades da língua, torna-se constitutivo de sentido. Nessa concepção, o sentido está posto como uma questão enunciativa em que a enunciação é constituída de uma historicidade determinada pelas condições sociais de sua existência: o sentido constitui-se discursivamente a partir de um acontecimento enunciativo. Desse modo, o “discurso, definido como efeito de sentidos entre locutores” (PÊCHEUX *apud* ORLANDI, 1997, p. 21), é o lugar de contato entre língua e ideologia; o sentido são os efeitos da memória, das posições de sujeito, do cruzamento de discursos no presente do acontecimento.

A partir dos conceitos teóricos e descritivos propostos e desenvolvidos por Guimarães (2002), objetivamos analisar enunciativamente o processo constitutivo das designações que compõem nosso *corpus*; assim como considerar os procedimentos que predicam e determinam essas designações e acabam por estabilizar sentidos no processo onomástico dos estabelecimentos comerciais de São Thomé das Letras.

1.1. Os nomes dos estabelecimentos comerciais de São Thomé das Letras enquanto objeto específico desta reflexão

É no interior do quadro teórico apresentado que abordaremos a questão da nomeação relevante para o objeto de análise desse trabalho, que tem como *corpus* nomes de estabelecimentos comerciais de São Thomé das Letras.

Desse modo, tratar do processo de designação é considerá-lo como acontecimento enunciativo a partir do seu funcionamento, na relação instável entre a linguagem e o objeto; a designação, constituída pelos acontecimentos de enunciação, especifica o objeto, dando significação ao nome dado. O processo enunciativo da designação é um confronto de lugares enunciativos que se instaura pela própria temporalidade do acontecimento. Esse confronto é marcado pela significação/ressignificação que se constitui por um memorável e varia de acordo com os lugares enunciativos aí configurados, produzindo identidade (ORLANDI, 2005). A palavra é o elemento da divisão do real e se mantém relação com o real por meio do sentido que se reconstitui em cada enunciação.

O nome é, assim, um texto carregado de sentido; todavia, não há texto sem o processo de deriva de sentidos, sem reescritura; é essa deriva enunciativa incessante que constitui, ao mesmo tempo, o sentido e o texto. O processo de reescritura, próprio das relações de textualidade, se apresenta como a contemporaneização do acontecimento; “num acontecimento em que um certo nome funciona, a nomeação é recortada como memorável por temporalidades específicas” (Guimarães, 2002, p. 27). Não se trata de uma relação entre um nome e uma classe de objetos no mundo, mas de um processo histórico de identificação pela construção do sentido que trabalha a constante redivisão do sensível que acompanha o nomear, o referir, o designar.

Ao considerar, além do sistema linguístico (a língua), a discursividade (historicidade da língua), a Semântica do Acontecimento fornece um dispositivo teórico que permite analisar o processo designativo dos nomes dos estabelecimentos comerciais de São Thomé das Letras em relação aos processos de significação que o constituem, por meio de seus mecanismos de funcionamento.

2. NOMEAÇÃO E MEMÓRIA – CONSTITUIÇÃO E DELIMITAÇÃO DO CORPUS

Apesar de “a designação de uma expressão linguística se apresentar como se fosse uma, na verdade significa segundo suas relações interdiscursivas em que se constitui enquanto designação”. (GUIMARÃES, 1995, p. 103). É claro que o ato de designar algo, aparentemente se apresenta como se fosse natural, tem-se a impressão de que o desejo de uma pessoa ou de um grupo de pessoas é que determina essa escolha, ou seja, ao nomearmos alguma coisa no mundo estamos, de certa forma, classificando distintamente o mundo, considerando a relação homem/ mundo /linguagem. Nessa concepção, a língua é entendida simplesmente como um recurso de que o indivíduo pode apropriar-se para expressar seu pensamento. O sentido das palavras estaria, assim, supostamente, sob o controle do falante; discordamos dessas concepções formalistas e intencionais, uma vez que concebemos o processo designativo como histórico-enunciativo, em que o sentido é determinado pelas condições sociais de sua existência.

Ao instituímos o recorte que nos possibilitou a constituição/delimitação de nosso *corpus*, retomamos o argumento inicial de Pêcheux (PÊCHEUX *apud*

MALDIDIER, 1984), segundo o qual a memória deve ser entendida como os sentidos entrecruzados da memória mítica, da memória social inscrita em práticas e da memória construída do historiador. Da questão do arquivo até aquela do *corpus* ou dos estados do *corpus*, da questão da descrição à da interpretação, Pêcheux pensava talvez, no dizer de Maldidier (1984) em uma história social dos textos.

Nosso enfoque recai sobre os estabelecimentos comerciais de São Thomé das Letras dispostos no espaço que vai da Praça Barão de Alfenas à Praça do Rosário, compreendendo as ruas laterais e transversais. Tomamos, também, o espaço que compreende a Estrada Leste com saída para a cidade de Baependi, sentido Sobradinho. Nessa estrada, estão localizadas as sedes das principais comunidades alternativas de São Thomé das Letras, cujos nomes constituem nosso corpus, bem como estabelecimentos comerciais e indicações de cachoeiras, lagos e grutas que se destacam como pontos turísticos. Consideramos as comunidades alternativas estabelecimentos comerciais porque, em São Thomé das Letras, essas comunidades realizam o comércio de produtos diversificados, além de promoverem a visitação de turistas, oferecendo-lhes serviços de hotel, restaurante. Os estabelecimentos comerciais com seus nomes expostos de forma pitoresca nas portadas estão presentes em todo o caminho dessa estrada de terra batida que liga a cidade de São Thomé das Letras ao Povoado de Sobradinho; os estabelecimentos comerciais perfilados às margens da Estrada Leste funcionam, ali, como um mapa aos turistas que buscam o turismo ecoesotérico da região.

Para a montagem do *corpus*, foram utilizados procedimentos tais como a aplicação de questionário aos proprietários e ou atendentes, ensaio fotográfico e coletânea de material de divulgação com a finalidade de tomar o nome na portada do estabelecimento comercial com o propósito de estudar os processos de designação urbanos de São Thomé das Letras.

A forma como o nome do estabelecimento comercial se apresentou na portada está determinado pelas formações discursivas distintas no processo onomástico dos estabelecimentos comerciais de São Thomé das Letras; para Orlandi, “as formações discursivas são diferentes regiões que recortam o interdiscurso e que refletem as diferenças ideológicas, o modo como as posições dos sujeitos, seus lugares sociais aí representados constituem sentidos diferentes” (ORLANDI, 2001, p. 20).

Dessa forma, tomamos o *corpus* e dividimos os nomes que designam os estabelecimentos Comerciais de São Thomé das Letras, considerando a diferença de espaço de memória que recortam, em dois grupos distintos:

- a) grupo 1: nomes que remetem a uma história religiosa/ mística (discurso católico/ discurso profano). Estabelecemos, nesse grupo, duas temáticas: Temática Católica¹ cujos nomes sustentam o discurso católico, Temática Esotérica² cujos nomes sustentam o discurso esotérico.

¹ Temática Católica – 13 nomes encontrados.

² Temática Esotérica – 42 nomes encontrados.

- b) grupo 2: nomes que remetem a uma história não religiosa/ não mística (discurso laico). Estabelecemos, nesse grupo, uma temática: Temática de uma História da Vida Local ou da Pátria³ cujos nomes sustentam o discurso laico.

Cada grupo de nomes⁴ contém uma história de enunciações que lhes predicou um espaço particular em relação a outros espaços: o que lhes permite enunciar da posição de um discurso religioso/místico (Temática Esotérica, Temática Católica) ou de um discurso laico (Temática de uma História da Vida Local ou da Pátria). Nesse sentido, as temáticas aqui identificadas produzem uma predicação sobre os nomes que as constituem, o que lhes garante uma identidade diferente nessa relação de marketing.

No grupo de nomes que remetem a uma história religiosa/ mística, a Temática Católica foi considerada a partir da enunciação dos nomes que reescreveram o que se legitimou como sendo ‘aquilo que está posto no lugar do sagrado’; entendemos como sagrados os nomes que enunciam rituais que são legitimados como sendo da Igreja Católica e que, portanto, recortam um memorável que lhes é comum. Isso pode ser observado na relação que o nome São Thomé estabelece com nomes como Santa Cecília, Nossa Senhora do Rosário etc., relação que sustenta o paradigma católico e recorta como memorável o acontecimento de renomeação da cidade de São Thomé. O lugar de enunciação da Temática Católica é o da ortodoxia católica.

A Temática Esotérica foi tomada a partir da enunciação dos nomes que reescreveram o que se legitimou como sendo ‘aquilo que está posto no lugar do profano’; entendemos como profanos / esotéricos os nomes que enunciam rituais que não são legitimados como sendo da Igreja Católica. Esotérico, nesse espaço de enunciação (‘São Thomé das Letras’), está posto como tudo o que não é considerado ‘sagrado’ (ortodoxo) pela Igreja Católica. Esotérico seria, nessa concepção, o ‘profano’ (o sincrético); logo, o que se opõe ao católico. Isso pode ser observado na relação que nomes como E.T., bruxas, maktub, cristal, Woodstock estabelecem entre si e com o nome São Thomé. Esses nomes profanos/ esotéricos funcionam reescrevendo ‘letras’, paradigma do mistério, e enunciam o acontecimento de nomeação/renomeação da cidade de São Thomé das Letras, sustentando o discurso místico. O lugar de enunciação da Temática Esotérica é o do sincretismo que possibilita uma relação entre fadas, anjos, filosofias orientais, seres mitológicos e de ficção científica, etc.

No grupo de nomes que remetem a uma história não religiosa/ não mística, a Temática de uma História da Vida Local ou da Pátria foi tomada a partir da enunciação dos nomes que reescreveram as relações sociais que configuram o dia-a-dia dos moradores da cidade de São Thomé das Letras. Esses nomes podem enunciar o nome de um nativo (Camping do Lázaro), um lugar em especial (Hotel Chão Mineiro), patriotismo (Brasil Minas Arte), uma atividade econômica (Atelier Picapedra) etc. Os nomes que constituem a Temática de uma História da Vida

³ Temática de uma História da Vida Local ou da Pátria – 47 nomes encontrados.

⁴ Ver, em Anexo I, tabela demonstrativa – o corpus classificado – contendo totalidade dos nomes encontrados em todas as temáticas.

Local ou da Pátria não funcionam como reescrituras de ‘São Thomé’ / ‘Letras’ e, portanto, o lugar de enunciação dessa temática sustenta um discurso laico que não recorta como memorável o acontecimento de nomeação/renomeação da cidade de São Thomé das Letras.

A partir da divisão dos nomes em temáticas, foi fundamental observar como o nome está relacionado pela textualidade com outros nomes, ali funcionando sob a aparência da substituíbilidade (Guimarães, 2002, p. 27), e estão postos na cena enunciativa como procedimento de informação explícita, como um texto que nos garante um certo tipo de abordagem. A configuração gráfica do nome – cores, imagens, formato das letras, formas da placa, materialidade fonográfica assim como o sentido que a faz significar – foi essencial para que estabelecêssemos as categorias temáticas que evidenciam um locutor que propõe homogeneizar as lojas quando as apresenta de uma forma ou de outra.

Ao tomar as portadas dos estabelecimentos comerciais de São Thomé das Letras enquanto espaços historicamente constituídos, estamos considerando cenas enunciativas distintas. Na cena enunciativa 1 (cena 1), a configuração de unidade do Locutor está dividida em um locutor-x (locutor-proprietário), enquanto lugar social que enuncia, e um enunciador-individual, dividido enquanto locutor que tem um lugar de dizer, representa uma escolha individual de dar o nome ao estabelecimento. Na cena enunciativa 2 (cena 2, que contém a cena 1), a configuração de unidade do Locutor está aí dividida em um locutor-x (locutor-publicitário), enquanto lugar social que enuncia (põe) o nome na portada da loja, e um enunciador-universal (coletivo), representa um lugar para alcançar a todos, que é de todos. Na cena enunciativa 3 (cena 3, que contém as cenas 1 e 2) o estabelecimento comercial se legitima como Lugar Social em que se estabelece uma relação de consumo: venda (locutor-x/ locutor-vendedor) e compra (destinatário-consumidor). O nome é, portanto, uma identificação que funciona numa configuração enquanto marca; o locutor-comerciante-publicitário constrói dentro do nome um destinatário consumidor. Desse modo, pela enunciação do locutor-comerciante-esotérico, temos um destinatário-consumidor-esotérico.

O locutor-comerciante-publicitário, ao falar do lugar da Temática Esotérica, usa regras comuns ao discurso esotérico, enuncia da posição do discurso esotérico e se constitui diferentemente do discurso católico e da história da vida local e da pátria. Assim, o nome ‘Pousada dos Magos’ inclui em sua designação ser um estabelecimento da Temática Esotérica, uma vez que estabelece relações iguais com outros nomes da temática esotérica e relações diferentes com outros nomes das temáticas católica e de uma história da vida local e da pátria⁵.

2.1. O corpus enquanto memorável de um acontecimento de nomeação

Os resultados obtidos com a aplicação dos questionários aos proprietários e/ou atendentes revelou que o grupo de nomes que recortam como memorável o

⁵ Ver Tabela demonstrativa – o corpus classificado em ANEXO I.

discurso esotérico apresenta um número significativo de nomes (42 nomes foram encontrados); no entanto, o primeiro estabelecimento comercial desse grupo só foi aberto em 1985. O maior número de estabelecimentos desse grupo foi aberto na década de 90: 22 estabelecimentos!

No comércio cuja temática definimos como sendo Esotérica, há uma predominância de nomes que enaltecem o sincretismo. É evidente a pluralidade de crenças e mitos, pluralidade que se opõe à ortodoxia proposta pela Temática Católica.

Assim, o maior número de estabelecimentos comerciais com nomes que se incluem na Temática Católica e na Temática de uma História da Vida Local ou da Pátria surge como reação ao ‘boom’ de nomes relacionados à temática esotérica, que teve seu início nos finais da década de 70 e seu apogeu na década de 90, quando a mídia projeta São Thomé das Letras para o mundo e, então, jornais e revistas publicam sua ligação com o esotérico: para os ufólogos, a cidade seria um portal de comunicação com o cosmos... “do fim da escravidão até o início dos anos 70, o lugar veio caindo no esquecimento. A partir daí, São Thomé passou a chamar a atenção de garimpeiros de uma outra ordem: a esotérica” (REVISTA ECOLOGIA, 1993, p.12).

O grande número de estabelecimentos comerciais abertos neste período justifica os dados obtidos junto à Secretaria de Turismo e Cultura em São Thomé das Letras (SÃO THOMÉ DAS LETRAS – MG, 2003) que registra, segundo dados do CENSO IBGE (BRASIL, 2014), uma população urbana de 631 habitantes em 1970, de 1125 habitantes em 1980, de 5700 habitantes em 1990 e de 7001 em 2014.

Aplicamos o questionário objetivando maior aproximação com o *corpus*. Para isso, constituiu-se de perguntas que buscaram confirmar o nome do estabelecimento (alguns não apresentavam o nome na portada), revelar renomeações, informar sua data de abertura, nome do proprietário e sua cidade de origem, com o intuito de dividir os proprietários em dois grupos: nativos ou forasteiros, conforme classificação dos próprios habitantes da cidade. Nessa etapa, encontramos enorme dificuldade em precisar os dados. Além da precária existência de documentos comprobatórios (muito do que se conhece ainda é fruto de narrativas orais que são passadas de geração para geração), questões como o forte conflito que se estabeleceu entre ‘barões da pedra’ (que se enriquecem com a extração da pedra e, conseqüentemente, com a destruição do ambiente natural) e ‘empresários do turismo esotérico’ (que precisam da natureza conservada para atraírem os turistas) acentua a enorme desconfiança que paira entre os moradores. Grande parte da população desconhece a importância de uma pesquisa e vê no levantamento de dados uma invasão à sua privacidade, inclusive no que se refere à questão legal que permite a instalação dos estabelecimentos; os comerciantes temem ser enganados, lesados ou até denunciados.

O material fotográfico e de divulgação recolhido auxiliou na elucidação dessa divisão que acreditamos existir entre os falantes. Uma vez que a proposta desse trabalho foi analisar o nome do estabelecimento comercial exposto na portada, a análise, mesmo de uma forma mais superficial, dos elementos visuais

que, além do nome, compõem a portada, se tornou necessária. A disposição visual existente nos gêneros escritos – a diagramação, as cores, o tipo de letra, o tipo de papel, as figuras – envolve múltiplos modos de composição textual que funcionam conectados mutuamente. Partindo dessa concepção, a análise de como os nomes se apresentavam nas portadas por meio de fotos e/ou material de divulgação considerou a estrutura grafêmica do nome, o jogo de cores, a presença de elementos com finalidade informativa como slogans, desenhos, pinturas, esculturas, estrutura arquitetônica, presença de luminosos, etc.

A análise dos resultados obtidos da aplicação de questionário aos proprietários dos estabelecimentos comerciais e com o ensaio fotográfico e coletânea de material de divulgação permitiu tratar mais especificamente do processo designativo dos nomes dos estabelecimentos comerciais de São Thomé das Letras, assim como da distribuição dos lugares do dizer que esses nomes determinam, pois, para nós, a axialidade se dá por uma deontologia própria do dizer.

2.1.1. Dados obtidos, considerando ensaio fotográfico e coletânea de material de divulgação

Vamos considerar a constituição gráfica na portada, tomando o resultado das análises feitas em uma parte significativa de todo material fotográfico e/ou de divulgação recolhido na cidade de São Thomé das Letras.

Apresentaremos, a seguir, uma representação fotográfica (portadas de estabelecimentos comerciais de São Thomé das Letras que remetem à Temática Católica, Temática Esotérica, Temática de uma História da Vida Local ou da Pátria). Essas imagens funcionarão como amostra de todo material fotográfico recolhido. Faremos a apresentação por sessões que se constituirão de representação fotográfica seguida de texto de análise para grupos que determinamos:

- a) **Grupo 1** – Temática Católica;
- b) **Grupo 2** – Temática Esotérica;
- c) **Grupo 3** – Temática de uma História da Vida Local ou da Pátria.

2.1.1.1 Análise da Constituição Gráfica do Nome na Portada

2.1.1.1.a. Grupo I – Temática Católica⁶

Os nomes dos estabelecimentos comerciais que constituem o **Grupo I** apresentam uma fonte, um tamanho e uma cor de letra que anunciam a prestação de serviço oferecida pelo estabelecimento. Os tipos gráficos são valorizados por não concorrerem com outros elementos visuais e por estarem em superfícies de cores quentes ou contrastantes. Apesar do contraste de cores, é nítida a disposição

⁶ Nomes de estabelecimentos comerciais identificados em negrito na tabela demonstrativa – o corpus classificado – em ANEXO I.

dos elementos que compõem o nome do estabelecimento, pois a quase ausência de outros elementos visuais como em **F²**/**F³**, ou a sua presença sutil, objetivando informar, por meio de um ‘serrote’, o serviço prestado como em **F¹**, centraliza a informação nos tipos gráficos que conseguem o efeito da visibilidade – o ângulo de visão, a clareza da apresentação e a capacidade de visualização rápida – e, por conseguinte, o efeito da informação.



F1- Serralheria Nossa Senhora do Rosário



F2- Bar e Restaurante São Thomé



F3- Hospedaria Santa Nhá Chica

Nas portadas dos estabelecimentos comerciais cujos nomes constituem o **Grupo I**, pode-se observar uma relação de descontinuidade na distribuição espacial dos elementos que compõem o aspecto visual: as placas são assimétricas e as disposições dos nomes e informações são irregulares, como podemos ver em **F²**; na placa, o nome genérico (Bar/Restaurante) ocupa 4/5 do espaço, o nome específico (São Tomé) está escrito no canto direito em diagonal e ocupa menos de 1/5 de todo o espaço; logo abaixo da placa que exibe o nome do estabelecimento, na parede frontal, de fundo branco, se encontram aglutinados em letras pretas os nomes informativos ‘PF REFEIÇÃO MARMITEX SALGADOS BEBIDAS’.

Diante disso, concluímos que as enunciações dos nomes dos estabelecimentos comerciais que constituem o **Grupo I** (Temática Católica) apresentam o nome na portada pela retórica da informação, ou seja, como para anunciar a prestação de serviço oferecida pelo estabelecimento, enunciando de um lugar que assim os identifica.

2.1.1.1.b. Grupo II – Temática Esotérica⁷

Nas portadas e na placa de indicação dos estabelecimentos comerciais cujos nomes constituem o **Grupo II** (Temática Esotérica), o tipo gráfico (**F⁴**), a própria forma de grafar o nome (**F³**) e a disposição dos elementos esotéricos presentes na pintura, na escultura e na própria arquitetura (**F¹/F²**), compõem, junto com o nome do estabelecimento, neste espaço enunciativo, um sentido místico que afeta seu destinatário-consumidor. Os elementos que compõem o aspecto visual, a exemplo do que se observa em **F¹/F²/F³/F⁴**, se definem como esotéricos pelo nome e pela forma como se apresentam ao consumidor – grafia do nome, estrutura arquitetônica, pinturas de civilizações antigas, esculturas de animais mitológicos e símbolos esotéricos sugerem, nesse espaço enunciativo, o esotérico.



F1- Restaurante Porção Mágica



F2- Fundação Harmonia de Artes e Conhecimentos Transcendentais



F3- Espaço Vidhanamatha



F4- Restaurante e Pizzaria Castelo de Cristal

As portadas dos estabelecimentos comerciais cujos nomes constituem o **Grupo II** (Temática Esotérica) abusam das artes gráficas, uma vez que exploram os significados de elementos da linguagem visual: as letras, as cores, as formas, as linhas, a pintura, a escultura, a arquitetura; há a nítida percepção de que imagem e palavra estão integradas e associam-se, mantendo certo grau de afinidade. Os

⁷ Nomes de estabelecimentos comerciais identificados em negrito na tabela demonstrativa – o corpus classificado – em ANEXO I.

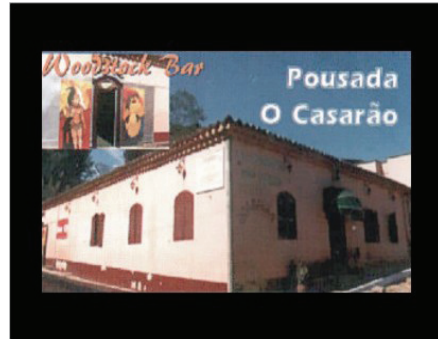
elementos visuais, no **Grupo II**, substituem ou enfatizam as frases informativas, a exemplo do que podemos ver em **F³**, em que a placa é um apelo que certamente não passa despercebido: uma seta em vermelho apresenta em seu interior, escrita na cor branca, a distância que separa O ESPAÇO VIDHANAMATA da estrada principal – ‘900 m à direita’; o fundo da placa, simulando um céu azul com nuvens brancas e sol claro e o material rústico utilizado, transmite o que o nome ESPAÇO VIDHANAMATA sugere: contato com a natureza ‘zen’ que se encontra a 900 m à direita – 900 metros a informação que sugere que é esta a distância que separa o consumidor da tranquilidade e qualidade de vida que a vida na mata pode oferecer.

Os proprietários dos estabelecimentos comerciais, que constituem o **Grupo II**, apresentam o nome ao consumidor com a finalidade de anunciar que a prestação de serviço é oferecida por um estabelecimento esotérico, enunciando de um lugar que assim os identifica.

2.1.1.1.c. Grupo III – Temática de uma História da Vida Local ou da Pátria⁸



F1- Restaurante Ponto Certo



F2- Pousada Casarão

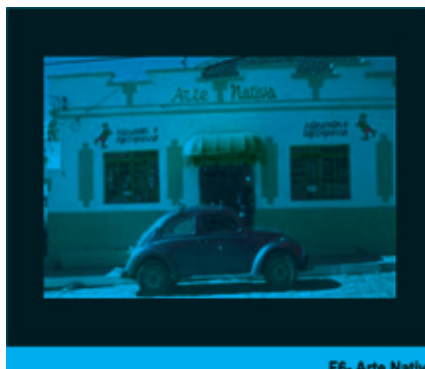


F3- Pousada da Dona Célia



F4- Bar e Lanchonete da Broad'UAI

⁸ Nomes de estabelecimentos comerciais identificados em negrito na tabela demonstrativa – o corpus classificado – em ANEXO I.



Nas portadas dos estabelecimentos comerciais cujos nomes constituem o **Grupo III** (Temática de uma História da Vida Local ou da Pátria), pode-se observar que a preocupação estética com a disposição dos elementos que compõem a portada não é prioridade. As portadas se diversificam, podendo ter como elemento de destaque a *arquitetura*, ora toda em pedra, marcando a extração da pedra específica da região de São Thomé das Letras (F¹), ora enquanto marca de um tempo, um casarão do período colonial que define um período não só para o arraial como também para todo o estado mineiro (F²), ou ainda permitir que se identifique um estabelecimento comercial quando este não informa o nome (F⁵): a portada não apresenta identificação – ‘o já dito, não dito diretamente’ (Ducrot, 1984). No entanto, a arquitetura típica ‘das vendas do século XIX’ permite identificar, no local, um estabelecimento comercial; pode exibir o nome de um nativo(a) de São Thomé das Letras como sendo um nativo (F³) ou confirmar sua condição de nativo (F⁶); pode registrar marcas do dialeto local [uai] e/ou revelar um hábito local [garrafas de vinho – bebida muito consumida por nativos/ forasteiros/ turistas] (F⁴).

Os proprietários dos estabelecimentos comerciais que constituem o **Grupo III** (Temática de uma História da Vida Local ou da Pátria) apresentam o nome ao consumidor como a anunciar que a prestação de serviço está associada às coisas, lugares e pessoas nativas da região ou, ainda, como a informar o que circula no dia-a-dia da cidade: é a relação de quem vive no lugar com quem chega ao lugar. Os proprietários dos estabelecimentos comerciais que constituem o **Grupo III** (Temática de uma História da Vida Local ou da Pátria) enunciam de um lugar que assim os identifica.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Grande parte dos nomes dos estabelecimentos comerciais apresentados nas temáticas católica / esotérica rememoram o acontecimento enunciativo que nomeou/renomeou a cidade de São Thomé das Letras. O estudo dos nomes que designam os estabelecimentos comerciais de São Thomé das Letras não poderia ser um estudo desvinculado do acontecimento enunciativo de nomeação/renomeação da cidade de São Thomé das Letras (São Thomé enuncia o sagrado / Letras enuncia o profano), pois, anteriormente ao acontecimento de batismo do estabelecimento

comercial que está contido no acontecimento de se colocar o nome na portada, há o memorável de um acontecimento de nomeação/renomeação da cidade ainda mais remoto, que se enuncia e, muitas vezes, é retomado pelo locutor- x (locutor proprietário) que nomeia e que, portanto, instala sobre esse nome um processo de significação/ressignificação: o interdiscurso que é a historicidade, é a memória do dizer.

Procuramos evidenciar nesse trabalho, a partir da análise enunciativa das designações que referem os estabelecimentos comerciais de São Thomé das Letras, considerando material fotográfico/de divulgação recolhido e dos resultados obtidos com a aplicação dos questionários aos proprietários e/ou atendentes, os efeitos de sentido que os processos de designação urbanos vem produzindo em São Thomé das Letras.

Nesta reflexão, pudemos notar, ao tomar o nome na portada, uma divisão construída a partir da materialidade linguística, do espaço gráfico, da constituição gráfico-visual do nome. A aplicação de questionários e a inclusão de uma análise da linguagem não verbal confirmam a relação linguagem verbal – não verbal nos processos de designação urbanos, assim como na constituição dos sentidos que podem contribuir para compreender a vida urbana em São Thomé das Letras.

Assim, ao tomarmos os nomes que designam os estabelecimentos Comerciais de São Thomé das Letras, considerando a diferença de espaço de memória que recortam, em três grupos distintos: Temática Esotérica, Temática Católica, Temática de uma História da Vida Local ou da Pátria, pudemos evidenciar que os mecanismos interdiscursivos permitiram mostrar como a designação se inscreve em uma historicidade, marcada por formações discursivas diferentes: discurso religioso/ místico/ laico. Cada grupo de nomes, no entanto, contém uma história de enunciações que predicou um espaço particular em relação a outros espaços, o que lhes permite enunciar da posição do discurso da Temática Esotérica, da Temática Católica, da Temática de uma História Local ou da Pátria.

Enquanto o ato de nomear o estabelecimento comercial com nomes esotéricos é uma prática comum em São Thomé das Letras, os nomes que constituem a Temática Católica e Temática de uma História da Vida Local ou da Pátria se relacionam a outros nomes da mesma temática que estão em outras cidades, uma vez que a prática de tomar o nome que nomeou a cidade ou o nome do proprietário para nomear um estabelecimento comercial é uma prática comum ao comércio; em cidades diferentes, recortam, no entanto, memoráveis diferentes para cada acontecimento de linguagem.

O percurso realizado nesse trabalho permitiu confirmar que, ao funcionar, uma designação reflete o ‘político’, fundamento das relações sociais que está presente na linguagem que, a partir de um espaço de memória, cria a ilusão de estabilidade pelo efeito do pré-construído – o que se fala, o que se ouve, é sempre atravessado por um já dito (PAUL HENRY, 2013). Assim, torna-se possível referir os objetos considerando sua significação e não sua relação de existência no mundo.

Nesse sentido, entendemos que o processo designativo não está atrelado à relação língua/objeto, nem tampouco na competência intencional do indivíduo que se apropria da língua para expressar seu pensamento.

É fundamental enfatizar o espaço em que a palavra e as línguas regulam ou disputam um lugar, atravessadas pelo político; para Guimarães o falante é uma figura política constituída pelos espaços de enunciação. Esse atravessamento pelo político instaura a divisão da língua. Nesses espaços de disputa que se constituem pela equivocidade própria do acontecimento, encontramos falantes divididos pelo seu modo de pensar, pelo seu direito de dizer. Essa equivocidade, segundo Guimarães (2002), se dá a partir de uma deontologia (uma moral e uma ética que regula, organiza e distribui os papéis sociais) e de um conflito oriundo da própria deontologia, provocando redivisão e disputa constante pelos papéis sociais.

É tomado por essa perspectiva de que o Espaço de enunciação é fundamental para se tomar a enunciação como uma prática política, em que falar é assumir a palavra nesse espaço dividido de línguas e falantes, que Guimarães afirma que enunciar é estar na língua em funcionamento; falar é, nesse sentido, estar em um lugar de disputa e/ou obediência, é exercer uma relação de poder. A língua, nessa concepção, funciona no acontecimento, pelo acontecimento e não pela assunção de um indivíduo empírico ou da vontade ou voluntariedade do falante.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BRASIL. CENSO DEMOGRÁFICO IBGE. Disponível em <http://www.cidades.ibge.gov.br>. Acesso em 18.07.2014.
- CHAUÍ, M. Brasil mito fundador e sociedade autoritária. 1ª edição. São Paulo: Editora Saraiva, 2000.
- CUNHA MATOS, R. J. Corografia Histórica de Minas Gerais. In: Publicações do Arquivo Público Mineiro. Belo Horizonte:, 1979.
- DUCROT, O. Princípios de Semântica Linguística. São Paulo: Cultrix, 1977.
- DUCROT, O. O Dizer e o Dito. Campinas: Pontes, 1984.
- FONSECA FILHO, H. da. “São. Thomé das Letras”. Rio de Janeiro: A Coelho Branco Filho Editor, 1935.
- GUIMARÃES, E. Os Limites do Sentido. Campinas: Pontes, 1995.
- GUIMARÃES, E. História, Sujeito e Enunciação. IN: Cadernos de Estudos Linguísticos 35. Campinas: Editora da Unicamp, 1998.
- GUIMARÃES, E. Sentido e Acontecimento. In: Revista Gragoatá. Niterói. UFF, 2000.
- GUIMARÃES, E. Semântica do Acontecimento. Campinas: Pontes, 2002.
- HENRY, Paul. A ferramenta imperfeita. Tradução de Maria Fausta Pereira de Castro. Campinas: Ed. Unicamp, 2013
- MALDIDIÉ, Denise. Michel Pêcheux, une tension passionnée entre la langue et l’histoire. In: Histoire et linguistique. Paris: Editions de la Maison des Sciences de l’Homme, 1984.

- ORLANDI, E. Exterioridade e Ideologia. Cadernos de Estudos Linguísticos 30. Campinas, 1996.
- ORLANDI, E. As Formas do silêncio. Campinas: Editora da Unicamp, 1997.
- ORLANDI, E. Análise de Discurso: Princípios e Procedimentos. Campinas: Pontes, 2001.
- ORLANDI, E. O contato entre línguas e a relação ao outro: uma leitura possível de Serafim da Silva Neto. In: GUIMARÃES, Eduardo; PAULA, Mirian Rose Brum de (Org.). Sentido e memória. Campinas: Pontes, 2005. p. 57-68.
- PÊCHEUX, M. Estrutura ou acontecimento. 4 ed. Campinas: Pontes, 2006.
- REVISTA ECOLOGIA (1993) nº 25. Disponível em [http://www. Oriental-tata.minas.net](http://www.Oriental-tata.minas.net). Acesso 14.07.2014
- SÃO THOMÉ DAS LETRAS – MG. Histórico do bem cultural – Secretaria da Cultura de São Thomé das Letras, 2003.
- SAUSSURE, F. Curso de Linguística Geral. 9ª edição. São Paulo: Cultrix, 1979.

ANEXO I

Tabela 1 – corpus classificado

História religiosa / mística	História religiosa /mística	História Não religiosa/ Não mística
TEMÁTICA CATÓLICA	TEMÁTICA ESOTÉRICA	TEMÁTICA de uma HISTÓRIA da VIDA LOCAL ou da PÁTRIA
Pousada São Thomé	Camping Estância Mística	Camping do Lázaro
Pousada São Thomé das Lendas	Hospedaria dos Sonhos	Hospedaria Mirante das Pedras
Lelli's Atelier Moda São Thomé	Pousada Solar das Magas	Pousada Serra Branca
Bar e Restaurante São Thomé	Pousada das Letras	Hotel Chão Mineiro
Serralheria Nossa Srª do Rosário	Pousada Maha Mantra	Pousada Casarão
Borracharia São Thomé	Pousada do E.T.	Pousada Silva Guedes
Agropecuária São Thomé	Pousada Reino dos Magos	Pousada da Dona Célia
Contabilidade São Thomé	Pousada dos Anjos	Pousada da Dona Laza
Pousada Santa Cecília	Cemitério de Óvines	Rosa e Silva Contabilidade
Mini Shopping São Thomé	O Alquimista (restaurante)	Bar do Seu Eli
Hospedaria Santa Nhá Chica	Restaurante Porção Mágica	Bar e Merceria Xodó
Auto Posto São Thomé	Pizzaria Maktub	Bar do Gê
Bar e Restaurante Sô Tomé	Restaurante das Magas	Restaurante da Sinhá
(13 nomes encontrados)	Restaurante Pizzaria Castelo Cristal	Restaurante e Pizzaria XIMAMA
	Pizzaria Ser	Bar e Lanchonete da Broad'UAI
	Mini Mercado e Açougue Cantagalo	Restaurante Casarão
	Jullyfada	Supermercado Souza Reis
	E.T. Lier	Padaria Escadão
	Bons Fluídos	Padaria Bom Dia
	Harmonia	Todartorta
	Fundação Harmonia	Caminho de Pedra
	Senhor dos Anéis	Pedratura
	Magia da Lua	Sol de Minas
	Astral das Nuvens	Bar e Restaurante Panelinha
	Comercial das Letras Ltda	Atelier Picapedra
	Filhos do Sol Artesanato	Art Moda
	Alpha Centauris Pousou	Tuca Acessórios

	Saluba Artesanato	Borracharia Pneu Forte
	Extraterrestre Renovadora de Estofados e Colchões	Encanto Artesanal
	Sol Imperial Presentes	Auto Mecânica Pororoça
	Imagick Cidade das Estrelas	Brasil Minas Arte
	Bons Fluidos	Stilu's Modas
	E.T.Lier	Supermercado do Noel
	Protetorado O Quinto Elemento	Toque de Minas
	Mesquita Espaço Místico	Catavento Artesanato
	Woodstock Bar	Fornalha Creperia e Café Caipira
	Oriente Zen	Ponto certo Restaurante e Pizzaria
	A Viagem	Restaurante Sabor de Minas
	Vileta Arte	Fiiico Lanternagem e Pintura
	Espaço Vidhanamata	‘Eficaz Contabilidade e Imobiliária
	Trem Azul	Com6são Lanches
	Pappillon Azul	Brechó Madame Rocha
	(42 nomes encontrados)	Pousada Filhos da Terra
		Bar do Bentinho
		Pousada Mineira
		Arte Nativa
		(47 nomes encontrados)