

R E V I S T A   D E   E S T U D O S   L U S Ó F O N O S

# PENSARDIVERSO

*novembro 2019*



# *insularidades*



**pensardiverso**

**Proprietário/Editor**

Universidade da Madeira

**NIF**

680041982

**Sede da Redacção**

Universidade da Madeira

Colégio dos Jesuítas

Rua dos Ferreiros

9000-082 Funchal

Madeira Portugal

[pensardiverso@uma.pt](mailto:pensardiverso@uma.pt)

**Design**

Susana Gonzaga

**Periodicidade**

Anual

Edição: Novembro 2019

**Tiragem**

500 exemplares

**Impressão**

Gráfica ACDPRINT

Rua Marquesa de Alorna,

12 A, Bons Dias

2620-271 Odivelas

Anotada na ERC

**Depósito Legal**

298194/09

**ISSN**

1647-3965

**Estatuto Editorial**

<http://links.uma.pt/docs/pensardiverso/estatuto.editorial.pdf>

**Direcção Científica**

Celina Martins

**Conselho Editorial**

Aline Bazenga

Dominique Castanheira da Costa

Naídea Nunes Nunes

Odete Jubilado

Celina Martins

**Comissão Científica**

Aline Bazenga (Universidade da Madeira)

Ana Isabel Moniz (Universidade da Madeira)

Cristina Robalo Cordeiro (Universidade de Coimbra)

Fernando Cristóvão (Universidade de Lisboa)

Kelly Basílio (Universidade de Lisboa)

Leonor Coelho (Universidade da Madeira)

Manuel Frias Martins (Universidade de Lisboa)

Margarida Pocinho (Universidade da Madeira)

Maria Antónia Mota (Universidade de Lisboa)

Maria Celeste Augusto (Universidade de Utrecht)

Nelson Veríssimo (Universidade da Madeira)

Neusa Bastos (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo)

Paulo Miguel Rodrigues (Universidade da Madeira)

Rita Godet (Universidade de Rennes)

Vitor Magalhães (Universidade da Madeira)

**Neste número, colaboram também  
como avaliadores *blind peer review***

Jane Tutikian (Universidade Federal do Rio Grande do Sul)

# *Madeira: acerca da polimorfia de palavras construídas a partir de um topónimo*

**Thierry Proença dos Santos**

Universidade da Madeira

Centro de Literaturas e Culturas Lusófonas e Europeias da Universidade de Lisboa  
- CLEPUL

Centro de Investigação em Estudos Regionais e Locais - CIERL

**thierry@uma.pt**

**Helena Rebelo**

Universidade da Madeira

Centro de Línguas, Literaturas e Culturas, Universidade de Aveiro - CLLC

Centro de Investigação em Estudos Regionais e Locais,

Universidade da Madeira - CIERL

**helenreb@uma.pt**

## **RESUMO**

*Abordar palavras criadas a partir do topónimo Madeira implica alicerçar a análise nas disciplinas da Morfologia, da Onomástica, da Lexicografia e da Neologia. O presente estudo da produção lexical vai articular vários eixos de gravidade: o nome próprio e o nome comum; o corpus lexicográfico e o corpus neológico; os processos de formação de palavras e os processos de criação vocabular, o nome de produto e o nome de marca, o texto escrito e o “escritoral”. Assim, esta abordagem tem por finalidade dar conta, a nível linguístico-discursivo, da inventividade vocabular. Sem deixar de referir, a título de contextualização, as cognominações que a ilha inspirou, contempla a projeção cultural e social, que as formações eponímicas e deonomásticas, bem como as criações de nomes de empresas e organismos, entre outras originadas a partir do locativo Madeira,*

*alcançam, através da significação. Como o signo toponímico abarca não somente o nome do lugar, mas o lugar em si, as palavras construídas naquela base situam-se nos campos semânticos quer da relação de pertença com o território, quer das representações desse mesmo território.*

Palavras-chave: ***Madeira; deonomástica; processos de formação de palavras; naming; contexto discursivo.***

## ABSTRACT

*Talking about words made with the toponym Madeira entails grounding our analysis on subjects like Morphology, Onomastics, Lexicography and Neology. The present study of lexical production will combine different gravity axes: proper noun and common noun; lexicographic corpus and neologic corpus; word formation processes and vocabulary creation processes; product name and brand name; written text and “the language of the Internet”. Therefore, this approach aims to account for vocabulary inventiveness at a linguistic-discursive level. For the contextualization, the cognominations inspired by the island are part of the subject. It encompasses the cultural and social projection achieved, through signification, by eponymic and deonomastic formations, as well as company and organisation name creations originating in the locative Madeira, among others. As the toponymic sign includes not only the place name, but also the place itself, words formed on that basis are situated both in the semantic fields of the sense of belonging to the territory and of the representations of that very same territory.*

Keywords: ***Madeira; deonomastics; word formation; naming; discursive context.***

## INTRODUÇÃO

Disciplinas como a Morfologia, a Onomástica, a Lexicografia e a Neologia, associadas, permitem a abordagem linguística de um nome próprio – neste caso, de lugar – e dos elementos lexicais nele inspirados e dele derivados. Para maior precisão, designa-se por deonomástica, termo forjado, em 1982, pelo lexicógrafo italiano Enzo La Stella (*in* Shokhenmayer, 2014: 3), para quem o estudo dos derivados de nomes próprios pertence à Onomástica, sendo que o prefixo *de-* sugere o tema da pesquisa, ou seja, os derivados. O termo será retomado por Schweickard, na linguística germânica, e Büchi, na linguística francesa (*in* Shokhenmayer, 2014: 3). Este tipo de derivação resulta de um fenómeno linguístico que associa dois sistemas: o dos nomes próprios e o dos nomes comuns. Contrariamente a estes últimos – em geral, flexionáveis e precedidos de artigos ou quantificadores, assim como denotando classes de objetos abstratos ou concretos –, os nomes próprios não têm um significado em sentido estrito, porque designam um referente único e porque “não admitem complementos nem modificadores de valor restritivo” (Mateus *et al.*, 2003: 217). Quanto a esses mesmos derivados, podemos distinguir dois tipos: os já lexicografados, que constam de dicionários gerais impressos, e os neologismos derivacionais (ainda) não dicionarizados. De acordo com Ieda M. Alves (2004: 5), o neologismo não viola o sistema linguístico, antes aproveita as suas estruturas para construir a nova unidade. A partir de uma base particularmente evocadora como é “Madeira” e da sua derivação, sobretudo sufixal (*-ense*, *-ês*, *-ismo*, *-idade*, *-ção*, *-inha*, *-izar*), afixos eminentemente dinâmicos no Português, este processo de formação revela-se fértil, essencialmente nos domínios histórico e geográfico, com extensões nos ambientes científico-tecnológicos, culturais e sociais. Todavia, não se restringe aos domínios técnicos. Como adianta Maria Teresa Lino: “A neologia da língua corrente é espontânea, muitas vezes individual e livre; e o resultado de um processo sem interrupção, em que todas as pessoas que utilizam a língua, numa determinada comunidade, são os próprios atores” (Lino, 1996: 25). Observamos isso com os neologismos derivacionais, como *madeirês*, *madeirinha* ou *madeirização*, e os formados por composição, a exemplo de *madeirólogo* e *anglo-madeirenses*, isto é, aquelas combinações que “los lexicógrafos consideram demasiado pasajeras o demasiado enciclopédicas para ser incluídas en un diccionario general”, como observa María Teresa Cabré *et al.* (2000: 191).

No campo da elaboração de novas unidades léxicas não derivacionais, Graça Rio-Torto diferencia os processos de formação da tradição vigente (derivação e composição) dos processos de construção não concatenativa (Rio-Torto, 2016: 124-126), ou seja, mecanismos de formação como encurtamento, amálgama e siglação, aos quais se poderiam acrescentar o da composição híbrida, o fenómeno da eponímia e o da fantasia verbal, o que é notório, por exemplo, nos nomes de empresas, organizações ou instituições, como a frutaria Banamadeira, a clínica MadMed, o grupo separatista e paramilitar FLAMA (Frente de Libertação do Arquipélago da Madeira), as entidades RAM (Região Autónoma da Madeira) e UMA (Universidade da Madeira), assim como na modalidade desportiva, denominada por neologismo híbrido, madeirabol, na designação do vinho licoroso por antonomásia, um madeira, e na alcunha satírica Mamadeira.

Não estando no nosso propósito ensaiar uma análise quantitativa dos dados, importa dizer que o inventário coletado dá mostras da dinâmica lexical e da relevância da elaboração de palavras com base nominal no locativo “Madeira” em letreiros e cartazes publicitários, em textos académicos, na imprensa e nas caixas de comentários sobre a vida social, desportiva e política em blogs ou *sites*, uma vez que, nessas situações comunicativas, novas criações lexicais surgem, não raro, por motivações estilístico-discursivas, tornando-se, em tais contextos, um importante recurso de expressão, de denominação ou até de conceptualização.

Posto isto, o presente artigo está estruturado do seguinte modo: após a descrição dos aspetos metodológicos, na secção “*Corpus* e metodologia”, serão apresentados na secção seguinte, “Madeira: um lugar fértil de cognominações”, alguns dados relacionados com o topónimo Madeira. A partir do nome próprio, serão analisadas as novas criações lexicais que com ele se relacionam na terceira parte intitulada “Apresentação e discussão dos resultados”, a anteceder as considerações finais em “Síntese e conclusão”.

## CORPUS E METODOLOGIA

Pretendemos descrever, num plano linguístico-discursivo, a inventividade vocabular que radica do topónimo “Madeira”<sup>1</sup>, verificando o alcance que as formações

<sup>1</sup> Para dar maior visibilidade à criatividade linguística, no texto, destacamos a negrito todos os termos, incluindo variantes lexicais, que se reportam ao tema em apreço.

eponímicas<sup>2</sup>, deonomásticas<sup>3</sup> e as criações de nomes de empresas ou organismos atingem a nível cultural, na comunidade regional. Centraremos a atenção nas suas características construtivas, semânticas e, eventualmente, quando for caso disso, gráficas, para verificarmos a riqueza lexical produzida por falantes/enunciadores. A partir da observação dos dados coletados, procuraremos, ao longo deste trabalho, apreciar o devido valor que o topónimo tem na construção de novas palavras associadas à esfera sociocultural madeirense. Teceremos algumas considerações: as que nos parecem mais pertinentes, em relação a cada uma das situações registadas, não deixando de as ilustrar com exemplos.

Apresentamos termos detetados no meio insular, *in loco*, mais propriamente, na imprensa regional, na literatura, na Internet e nas páginas amarelas. Possibilitam vários sentidos que vão desde a simbolização do referido espaço à promoção do seu património, passando pela imagem estereotipada ou, até, estigmatizada. As ocorrências registadas constituem uma amostra significativa do fenómeno linguístico que não parece esgotar-se com os termos reunidos porque vão, constantemente, surgindo novidades, sobretudo para descrever aspetos da vida madeirense e para denominar empresas ou organismos.

Nesse sentido, partimos de um *corpus* (no sentido original de listagem de elementos a estudar) real, formado por termos construídos com base no topónimo “Madeira”. A referência, a fonte e a origem são, por vezes, difíceis de facultar, sendo, em determinados casos, impossível fazê-lo, por, nomeadamente, as ocorrências não indicarem a autoria do falante “cunhador”. Incluímos todos os termos, anónimos ou não, fácil ou dificilmente referenciáveis, na amostragem, porque resultam da consulta de textos vários, quer das Ciências Sociais e Humanas, quer da imprensa regional e nacional, quer da lista telefónica, quer de dicionários, quer de contextos informais em blogues, quer, simplesmente, da observação do quotidiano. Os termos compilados inscrevem-se, essencialmente, no campo semântico da relação de pertença com o território denominado, bem como ao campo das representações desse mesmo território.

---

2 Corresponde ao processo em que o nome próprio se transforma num nome comum, dando lugar a uma outra unidade lexical. Este novo signo linguístico passa a designar uma realidade relacionada com o nome próprio que lhe deu origem.

3 Ocorrem quando o nome próprio serve de base a um processo morfológico

## *MADEIRA: UM LUGAR FÉRTIL DE COGNOMINAÇÕES*

Entre o poético e o prosaico, a denominação segue as mais diversas motivações dos falantes/enunciadores; estes, a partir de uma visão ou de uma ideia, atribuem ao lugar um nome próprio. Ao longo da história da sua humanização, o Arquipélago da Madeira inspirou os mais rasgados elogios, como também críticas acérrimas, possibilitando “nomes de batismo, cognomes e alcunhas”. Além disso, o topónimo deu origem a nomes comuns, podendo designar um produto ou um indivíduo nascido no lugar

## *NOMES DE BATISMO, COGNOMES E ALCUNHAS*

Para encontrar a primeiríssima referência à ilha da Madeira, lembramos o famoso portulano laurenciano, o *Atlas Médicis ou Mediceo*, de cerca de 1370. É, aí, designada como “Isola de lolegname”, ou seja, a “Ilha de madeiras”, antes do seu povoamento. O plural é, deveras, interessante: havia muita madeira, muito arvoredo. Terá sido essa a visão que os primeiros marinheiros tiveram dela, a de uma ilha densamente arborizada, daí o nome.<sup>4</sup> Veio dar lugar às formas aportuguesadas de “mادiera” (v. a carta de Pasqualini, de 1408), “mادera”, “mادeira” (de materia, ‘madeira’), em cartas desenhadas posteriormente (Guerreiro & Albuquerque, 1989: 139-142). Segundo o historiador Nelson Veríssimo<sup>5</sup>: “A primeira vez que aparece, num documento cartográfico, como “Ilha da Madeira”, é na Carta de Pedro Reinell, de c. de 1483. Mas já antes disso surge em documentos escritos da primeira metade do séc. XV, como, por exemplo, no Regimento de D. João I, de c. de 1425.” No século seguinte, assentada a população, já se falava na corte portuguesa de personalidades originárias da Madeira. Por exemplo, do *Cancioneiro Geral*, impresso em 1516 e organizado por Garcia de Resende, constam vozes madeirenses como as de João Gomes, do capitão João Gonçalves e do capitão Tristão Teixeira. Estes ilustres eram, de acordo com Ernesto Gonçalves, designados como sendo “da Ilha”. Os

<sup>4</sup> A título de curiosidade, no romance *Um Dia Depois de Outro* de Margarida Gonçalves Marques, lançado no ano de 2000, a narrativa desenrola-se na “imaginária” ilha de Lenhame, cujas semelhanças com a Madeira, quer na paisagem, quer na configuração social, não são fortuitas. Neste caso, a chave interpretativa de tal topónimo tem, evidentemente, raízes históricas.

<sup>5</sup> Questionado, pessoalmente, por *e-mail*, o historiador Nelson Veríssimo apresentou a resposta aqui transcrita, relativamente à datação da primeira ocorrência escrita do nome da ilha em língua portuguesa.



epítetos destes povoadores revelam que a “Madeira era realmente a Ilha –, não a única, mas aquela que o era por antonomásia. A mais célebre entre todas que nos pertenciam, a que fizera despertar esperanças de boa fortuna no coração de portugueses do século XV e XVI” (Gonçalves, 1992: 84).

Naturalmente, poetas houve que cantaram a sua terra natal ou essa “ilha encantada” que adotaram. É próprio de um discurso poético, amoroso, ufano ou publicitário, epitetar com fins encomiásticos. Como observa Joaquim Vieira da Natividade, num tom crítico, em *Madeira: A Epopeia Rural*, à mencionada ilha não faltam cognomes, “amáveis e gentis” (Natividade, 1954: 27): “Ninfa Florida, Primavera Imortal, Filha do Oceano, Flor das Águas, Fada Marítima, Princesa do Atlântico, Horto Terreal, Pedra do Anel do Mundo... (...), “Pérola do Oceano”,” (Natividade, 1954: 27). Às designações referidas, e sem ter em conta as que se podem vir a criar, acrescentamos: “a Rainha das Ilhas” (Franco, 2001: 236), “a Pérola do Atlântico”, “a Flor do Oceano” e “a ilha das Flores”, que não são mais do que variações cambiantes de outras mencionadas por Joaquim V. Natividade.

Mais tarde, em inícios do séc. XX, médicos e parte da opinião pública informada preocupavam-se com o alcoolismo que grassava na ilha da Madeira. Alguns jornais, como o *Diário da Madeira*<sup>6</sup>, ensaiavam várias campanhas de sensibilização, criticando o consumo excessivo de aguardente de cana-de-açúcar. Tornara-se um problema de saúde pública e de comportamento social que não beneficiava a imagem da Madeira junto dos turistas. A Madeira era conhecida por “a ilha da aguardente”, uma designação com forte conotação pejorativa. Esse argumento terá também servido para justificar o encerramento de engenhos que produziam aguardente de cana, a favor de um engenho vocacionado para o fabrico açucareiro (a Fábrica de Açúcar do Torreão).

Ernesto Rodrigues e Alcides Manuel Rodrigues viam a Ilha da Madeira [como um] *Cemitério Particular* (edição dos autores, 1974), logo após o dia 25 de Abril, para os recém-exilados Marcelo Caetano e Américo Tomás na Madeira, entre outras personalidades do Estado Novo. Outro cognome de sabor irónico consta do título do conto “Como Tremeu a Ilha das Quatro Estações”, de José Viale Moutinho,

<sup>6</sup> Cf. por exemplo, Grupo de Funchalenses – “Madeirenses”, *Diário da Madeira*, Funchal, n.º 2422, 11-04-1919, p. 2.

no livro *Fechem Essas Malditas Gavetas!*, publicado em 2014. O autor batizou-a, com indisfarçável ironia, de modo vivaldiano, inspirando-se, provavelmente, na ideia das súbitas mudanças de clima (traíçoeiro, para forasteiros), num mesmo dia, que se verificam com frequência em muitas ilhas do Atlântico Norte. Além de cognomes, os lugares podem inspirar, à semelhança das pessoas, alcunhas, como observa Nunes (2016). O comentário político e o jornalismo humorístico, tendencioso ou não, convidam a atribuir alcunhas ao lugar em debate, assim como o respetivo sistema político (e social) nele vigente, sendo portadoras de juízo de valor negativo. Inscrevendo-se num discurso panfletário em articulação com uma ideologia política particular, será a expressão – menos favorável porque depreciativa – República das Bananas (a Madeira é uma das regiões produtoras de banana da União Europeia). Ouvia-se, pontualmente, em finais do século XX, para desprestigiar a forma de fazer política do partido, então, no poder.

Esta significação é reencontrada no termo Mamadeira, uma amalgamação de “mama” ou “mamar” com “Madeira”, presente na imprensa humorística regional (cf. por exemplo, diversos números de *O Garajau* (2004-2010), como alguns de 2007). Note-se que a palavra “mamadeira” existe enquanto sinónima de “biberão”. Quando se refere à “Mamadeira”, escrita com maiúscula, alude-se, ao mesmo tempo, à Madeira e ao “ato de mamar”. Esta, por sua vez, dá origem a uma nova criação lexical de efeito derrisório como “a literatura mamadense”, alusiva a certas práticas e crenças africanas (por analogia com o nome “prof. Mamadu”), sendo o termo “mamadense”, o gentílico fantasioso do topónimo, não menos fantasioso, Mamadeira. Joga-se, pois, com a polissemia das palavras, produzindo um discurso de duplo sentido, assente na sugestão e na ambiguidade (Santos, 2011: 520).

Além de ter numerosos epítetos, positivos ou negativos, o nome Madeira (da ilha ou do arquipélago) tem inspirado denominações nada inocentes. São sempre motivadas por uma intencionalidade orientada para produzir um determinado efeito junto do público visado (persuasão, sugestão e emulação).

### **FORMAÇÃO EPONÍMICA**

Sendo um mecanismo bastante produtivo, quer no léxico comum (“casanova”, “maruja”), quer no científico (“fauna”, “narciso”), a eponímia consiste na formação de um adjetivo, de um nome comum ou de um verbo a partir de um antropónimo

ou de um topónimo (o exemplo em análise). No âmbito do estudo que nos ocupa foram repertoriados, pelo menos, três casos. Veja-se o exemplo de o nome do locativo ser atribuído a um produto, como acontece com um madeira (o vinho licoroso, v. *infra*) e, por extensão, com o “Madeira de Honra” (locução, formada por um nome acompanhado de complemento, que designa um ato social ou evento oficial <sup>7</sup>, onde se serve um cálice de vinho madeira com aperitivos e acepipes regionais). Há registo de a alcunha o Madeira se reportar a um indivíduo assim crismado por ser da ilha (Brito, 1998: 855), com o determinante “o” a ter aqui valor referencial e, por isso, ser eponímico. Existe, ainda, uma abonação com prefixo modificador, que ocorre no comentário tecido por um anónimo, no contexto interno da vida política insular, em que é prática comum a troca de galhardetes no espaço público entre simpatizantes e militantes de partidos concorrentes: “Um Anti Madeira convicto, que nada percebe de Autonomia, nem da historia [sic] e cultura madeirense”, um provável militante do PSD referindo-se ao então vice-presidente do PS regional em reação a uma notícia postada no blogue “Fénix do Atlântico”<sup>8</sup>. Por fim, importa notar que nem todo o apelido “Madeira” reenvia para a ilha atlântica portuguesa. Como regista José Leite de Vasconcelos, tal nome pode ter duas precedências: “apelido moderno, tirado de nome geográfico” (Vasconcelos, 1928: 165-166) e apelido procedente de “alcunha alusiva à matéria-prima” (Vasconcelos, 1928: 165-166). Aliás, há a ocorrência do nome de família ou sobrenome Madeira, nos séculos XIII e XIV, bem antes da denominação desse território arquipelágico. Basta recordar, por exemplo, o escudeiro de D. Pedro I, Afonso Madeira, a quem o rei terá infligido o mais severo dos castigos. Neste caso, o antropónimo Madeira poderá ter origem, por exemplo, no topónimo São João da Madeira<sup>9</sup> e não na ilha da Madeira, visto a ilha só ter sido denominada (em Português) e povoada a partir do séc. XV.

7 Consoante as regiões vitivinícolas ou certas convenções sociais, é o equivalente a Porto de honra, Moscatel de honra, Pico de honra ou Beira de honra. Na imprensa madeirense, a locução costuma vir entre aspas e com maiúsculas.

8 Cf. blogue “Fénix do Atlântico”, “Rubina Leal alvo a abater!” (título com menção a uma conhecida figura política do PSD-Madeira), postado às 15:27, 16-03-2018. Disponível em <http://fenixdoatlantico.blogspot.com/2018/03/rubina-leal-alvo-abater-esta-em-curso.html> (consultado a 23 de abril de 2018).

9 Ivo Fernandes refere que, “nos *Anais do Município de Oliveira de Azeméis*”, em que se transcreve as “*Inquirições* tiradas no mês de agosto” de 1251, ocorre o topónimo “Sancto Johane de Madeyra” (Fernandes, 1943: 280) e faz a seguinte observação: “[t]ambém se afirma que o determinativo final se deve explicar pela abundante vegetação florestal, encontrado primitivamente no lugar, à semelhança do que sucedeu com a Ilha da Madeira” (Fernandes, 1943: 372).

## APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Ao estudarmos um nome próprio, devemos contar com as designações com que se correlaciona, como acontece com as alcunhas, os slogans, os nomes de grémios ou lojas comerciais, os títulos de obras literárias – também eles nomes próprios socialmente aceites. Consequentemente, qualquer definição de “nome próprio”, enquanto signo de identificação e caracterização, não poderá deixar de contemplar estes representantes, ainda que problemáticos, que incluem em sintagmas um nome locativo (Madeira) dentro do próprio intitulado. Veja-se, por exemplo: a Farmácia Madeira (por distinção com a Farmácia Funchal), a Avenida Ilha da Madeira (em Lisboa, no Restelo), o prato Bifinhos ao molho [do vinho] Madeira, o romance *O Fotógrafo da Madeira*, de António Breda Carvalho, a ave marinha endémica designada pelo composto Freira-da-madeira (*Pterodroma Madeira*) ou o *slogan* Mais Bloco Melhor Madeira patente em cartazes do partido Bloco de Esquerda afixados em janeiro de 2019 pelas ruas do Funchal. Em abstrato, veiculam cargas semânticas transparentes e relacionadas com o seu referente: o espaço insular madeirense (mais a ilha do que o arquipélago). Isso acontece também com as locuções adverbiais à moda da Madeira ou à madeirense, quando se trata em particular do campo discursivo da receita culinária com enfoque em especialidades regionais: carne de vinha-d’alhos, lapas e sonhos, “à moda da Madeira”, ou então, espetada, picado, cozido, cavalas, peixe-espada, bife de atum ou macarrão, “à madeirense”. Na prática, todos eles definem claramente o lugar de origem do artigo ou produto designado. Por isso, não carecem de explicação justificativa porque partilham do mesmíssimo significado. Assim, a condição do nome próprio do lugar e do respetivo gentílico derivam da função social de que se revestem.

No entanto, isso pode deixar de suceder noutros contextos, deslizando para novos sentidos. Parece ser o caso da expressão idiomática reveladora de um tempo em que o arquipélago era visto como um território ainda não incorporado no mundo civilizado: o sarcástico usado nesta fraseologia denominativa, sobretudo, fora do espaço insular, Já chegámos à Madeira?! é enunciado no momento em que alguém se intromete, sem ter sido convidado a tal, numa conversa ou numa ação, denotando um comportamento inadequado e desrespeitador. Indica que, neste espaço, tudo é permitido, mas nos outros não o é. Comprova o preconceito que

existe, persiste, reencontrando-se nas alcunhas que lhe são, por vezes, atribuídas. Visto que o locativo “Madeira” pode ser parte de um nome próprio formado por várias palavras ou de uma fraseologia, isto é, expressões que denotam um conjunto singular, veremos agora como o mesmo topónimo, partindo do seu radical ou de uma sua simbolização, servirá para originar diversos produtos lexicais, com maior expressão, o nome comum e o nome próprio, com menor expressão, o adjetivo, o advérbio e o verbo.

Para melhor situar o fenómeno em análise, traçaremos os processos de criação e renovação lexical detetados a partir do topónimo Madeira, salientando os contextos em que vão surgindo. Impuseram-se-nos duas áreas distintas: a primeira versa sobre inovações vocabulares motivadas, com informações relativas a diversos domínios, nomeadamente a imprensa, a academia, a política e a Internet, com dados referentes a “novas palavras possíveis de criação deonomástica”; a segunda aborda o fabrico de nomes de produtos, empresas e organismos (atual e comumente designado de *naming*) referentes ao Arquipélago da Madeira, moldados tanto em processos morfológicos lineares, concatenativos, como em processos de construção não concatenativos. Este ponto, transversal a áreas como Linguística, Marketing, Design e Direito, subdividir-se-á da seguinte forma: “nomes de produtos e a Madeira como nome de marca” e “processos de criação através de *naming*”.

### ***PROCESSOS REGULARES DE FORMAÇÃO DE NOVAS PALAVRAS***

Jornalistas, académicos e políticos, por um lado, e cidadãos anónimos presentes na Internet, por outro, criam neologismos com base no nome locativo, ao sabor da ideia que pretendem expressar acerca de representações culturais ou fenómenos sociopolíticos referentes ao lugar evocado.

### ***O PAPEL DA IMPRENSA, DA ACADEMIA, DA POLÍTICA E DA INTERNET***

Os três primeiros profissionais, tirando aqueles que se movem no jornalismo e no comentário político de carácter humorístico, tendem a seguir um registo formal, enquanto o cidadão anónimo se pode expressar num registo informal, fazendo uso daquilo que se convencionou denominar o “escritoral” ou “internetês”. É nesse contexto que surgem novas lexias para descrever não só situações do quotidiano,

mas também similitudes nas suas consequências diretas com o lugar em foco ou ainda para ilustrar de modo metafórico situações anteriores ou figuras conhecidas de todos<sup>10</sup>, relativas à herança histórica comum. Essas formações vocabulares correspondem a uma necessidade de nomear um novo conceito ou uma nova realidade, procurando evitar qualquer ambiguidade na designação. Outras têm caráter espontâneo e lúdico porque visam efeitos expressivos da fala e são, em geral, passageiras, já que dificilmente integram o léxico da língua.

### *NOVAS PALAVRAS POSSÍVEIS DE CRIAÇÃO DEONOMÁSTICA*

Quanto aos neologismos criados a partir do locativo Madeira detetados, isto é, termos ainda não dicionarizados ou em vias de dicionarização, verificamos existir uma operação aditiva, predominantemente por sufixação e muito raramente por prefixação. A elaboração de novas palavras encontra, neste plano, um campo fértil de produção: sempre que alguém se quer expressar e não encontra a palavra para o efeito de sentido pretendido, lança mão da criatividade e das possibilidades do sistema linguístico, dando vida a uma forma, que estava “em potência” no sistema<sup>11</sup>. A inventividade lexical tem, por regra, início numa situação de enunciação pontual e individual, que pode alastrar, tornando-se uso dos demais falantes da comunidade. A medida que “oficializa” a desneologização é a inserção da “nova palavra”, que deixou de ser “novidade”, no dicionário geral da língua.

<sup>10</sup> Vejam-se os derivados de nomes de personalidades da política. Assim acontece com o governante e a figura pública Alberto João Jardim, de cujo nome derivam os termos “jardinismo”, “jardinista”, “jardinização”. Outro exemplo é o do nome do edil Paulo Cafôfo, que deu azo a termos como “cafonices”, “cafofada” (maio de 2014, *Jornal da Madeira*), “Monumental cafofice” (setembro de 2017, no blogue *Fénix do Atlântico*), a expressão “Nova ‘era Cafofiana” (janeiro de 2019, *Diário de Notícias* da Madeira), “cafofolândia” (dezembro de 2018, no blogue *Fénix do Atlântico*), e ao composto “cafofocêntrica”, qualificativo usado pelo líder parlamentar socialista que se referia às restantes bancadas da Assembleia Legislativa da Madeira, por verificar, na sessão que estava a decorrer, constantes ataques ao presidente da Câmara Municipal do Funchal e candidato do PS às eleições regionais de 2019 (dezembro de 2018, *Diário de Notícias* da Madeira). A maioria dessas inovações lexicais apresentam-se como momentâneas ou transitórias. No universo do futebol, a vida e o nome de Cristiano Ronaldo têm também inspirado muitos neologismos semânticos e lexicais no âmbito da comunicação social.

<sup>11</sup> Basta lembrar algumas palavras derivadas de gentílicos, a exemplo de: americanomania, pan-americana, indianofilia, espanholofobia, italianíssimo, chinesice, galeguice, transmontanice, algarviada, inglesada, francesia, aporuguesamento, abasileirar, que tornam possível o surgimento de vocábulos derivados de madeirense – ainda que não atestados até à data –, como: amadeirenсар, madeirensada, madeirensice, madeirensíssimo, madeirensosofobia.

A esse respeito, a consulta de dicionários gerais impressos é edificante. Do *corpus* constituído, somente duas palavras foram dicionarizadas: um madeira (enquanto vinho da Madeira, por metonímia) e o gentílico madeirense, sendo que o sufixo *-ense* significa ‘pertence a’ ou ‘habitante de’. Todavia, a título de curiosidade, fomos dado ouvir, mais do que uma vez, a variante madeirense no registo popular, para sublinhar o feminino, ao considerar a uniforme apenas masculina, como acontece com a forma não convencional “o crioulo” em vez de “a criança”, numa transferência de género de sentido inverso. A partir do vocábulo madeirense, formaram-se outras palavras, designadamente madeirensismo<sup>12</sup> e madeirensidade<sup>13</sup>, que estão em vias de dicionarização, já que as podemos encontrar em dicionários em linha. A primeira está averbada no *Dicionário Informal da Língua Portuguesa* e a segunda, no *Dicionário Priberam da Língua Portuguesa*. Acresce que o *Dicionário Infopédia da Língua Portuguesa* prevê os sufixos avaliativos que se combinam com o radical “madeirense”: o aumentativo *madeirensão* e o diminutivo *madeirensinho*<sup>14</sup>. Nos discursos orais e escritos que fomos observando, não encontramos nenhum exemplo de uso do aumentativo de “madeirense”, mas tal registo revela que está potencialmente disponível. As restantes palavras coletadas não estão dicionarizadas, a exemplo de *madeirês*, próprio do registo informal e termo recorrente na linguagem do *chat* (‘cavaqueira’), e constituem, por isso mesmo, o *corpus* neológico. A maioria segue regras canónicas, isto é, previsíveis no campo da Morfologia. Neste estudo, a derivação neológica parece ser o processo mais comum porque foi o mais encontrado nas ocorrências registadas. Todavia, uns serão formados a partir do topónimo “Madeira” (forma de base simples) e outros construídos a partir do gentílico “madeirense” (forma de base complexa). Os afixos emprestarão

12 De acordo com o *Dicionário Informal*, significa “caráter ou qualidade peculiar do que ou de quem é madeirense”, “qualquer facto de linguagem (fonético, morfológico, sintático, lexical) próprio do português da Madeira” e “traço do português madeirense incorporado em outro dialeto ou no português literário”. Disponível em <http://www.dicionarioinformal.com.br/madeirensismo/> (consultado a 5 de julho de 2016).

13 Segundo o *Dicionário Priberam da Língua Portuguesa*, significa a “qualidade própria do que é madeirense”, o “carácter específico da cultura ou da história da Madeira” e o “sentimento de amor ou de grande afeição pela Madeira”. Disponível em <http://www.priberam.pt/dlpo/madeirensidade> (consultado a 5 de julho de 2016).

14 Cf. “madeirense”, “madeirensinho”, “madeirensão”, *Dicionário infopédia da Língua Portuguesa*, Porto, Porto Editora, 2003-2018. Disponível em <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/madeirense> (consultado a 5 de julho de 2016).

às palavras criadas vários valores semânticos e expressivos. Veja-se o caso do item lexical madeirensidade, utilizado no título de uma dissertação de Mestrado (Araújo, 2015) e em vários artigos científicos (Rodrigues, 2010, 2015; Bazenga, 2016), tendo levado tempo a impor-se. Na verdade, vários vocábulos concorrentes foram ensaiados para expressar e definir ‘o sentir-se madeirense’ e/ou ‘o sentir-se atraído pelo Arquipélago da Madeira e por tudo aquilo que ele representa e oferece’, motivando um autêntico debate metalinguístico. Para falar desse sentimento, o jornalista, e poeta, José António Gonçalves usou, mais do que uma vez, o termo madeirensismo<sup>15</sup>, nos anos 90 (formado como “portuguesismo”). A ensaísta Mónica Teixeira propôs, ainda que entre aspas, na década seguinte, a palavra madeiridade (a partir do modelo “portugalidade” ou “brasilidade” (Teixeira, 2015: 431) e o deputado da Assembleia Regional, Carlos Pereira, lançou, numa sua intervenção no hemiciclo, o vocábulo madeiranidade<sup>16</sup> (moldado como “angolanidade” ou “açorianidade”). Neste caso, parece-nos que a adesão pública a esta originalidade morfológica não era viável, já que não há memória de o adjetivo cognato “madeirano” ter sequer existido.

Em todo o caso, o certo é que o meio académico tende a preferir neologismos criados a partir da base complexa “madeir+ens-”, dado esta opção evitar qualquer confusão com os derivados de base simples “madeir/a”. Apadrinhada e definida pelo meio académico das Ciências Sociais e Humanas, o termo madeirensidade, enquanto conceito, parece ter vingado. Hoje, é líquida a lexia madeirensismo, usada no campo da Linguística, como um “decalque” de “lusismo”, para identificar os regionalismos madeirenses, sejam eles de que tipo forem. Ambos os exemplos vêm confirmar o que Graça Rio-Torto já observara: “os sufixos (...) -idad(e) e

**15** José António Gonçalves usa o termo na sua nota de apresentação, que intitulou “Cultura madeirense: tabu ou busca de identidade?”, à antologia *Poetas da Ilha*, realizada no âmbito da exposição “Olhares Atlânticos, mostra de Artes e Letras da Madeira”, Lisboa, Biblioteca Nacional, Abril 1991. Volta a utilizá-lo no extinto *Notícias da Madeira*: “Maria Mendonça é uma lenda viva do querer e do sentir madeirense, (...), enquanto o sangue se faz seiva duma existência rica e produtiva no amar o madeirensismo.” (Cf. “Destaques”, suplemento de Cultura, 18, *Notícias da Madeira*, 4 de dezembro de 1993, p. 4).

**16** Cf. *Funchal Notícias*, em linha, a 01-07-2015, no intitulado “Carlos Pereira apela à «Madeiranidade»”. O vocábulo foi, aliás, utilizado, nesse ano, por vozes de outras formações políticas da Assembleia Regional. Na verdade, o termo já fora pronunciado por um deputado num debate da Assembleia da República em 1994. V. *Diário da Assembleia da República*, VI Legislatura 3.ª Sessão Legislativa (1993-1994), Sábado, 9 de julho de 1994 I Série - Número 90, Reunião plenária de 8 de julho de 1994. Disponível em <http://demo.cratiga.org/sessoes/1994/07/08/> (consultado a 5 de outubro de 2015).



-ism(o) selecionam dominantemente bases complexas” (Rio-Torto, 2016: 140).

O especialista em Literatura Oral e Tradicional, João David Pinto Correia, empregou o neologismo madeirensização, destacando-o prudentemente com aspas, com o significado de ‘aclimação ao meio, à mentalidade e ao imaginário insular’, ao abordar o romanceiro do arquipélago madeirense:

*algumas versões [de romances] podem apresentar grande variação não só na diferente estruturação (...), como também no que respeita a uma compreensível “madeirensização” de motivos de vária ordem, como sejam os respeitantes a lugares, topónimos, costumes, práticas, etc. (Pinto-Correia, “Romanceiro”, in *Dicionário Enciclopédico da Madeira*)<sup>17</sup>*

A localização discursiva ou a adaptação cultural ao meio insular é um processo que toca não apenas narrativas de outros tempos e lugares, mas também certos forasteiros. É o que sucede com a escritora Luzia<sup>18</sup> que ensaia um novo sentido ao vocábulo parassintético amadeirado, “ressignificando” o verbo “amadeirar”, como se este tivesse por base o topónimo Madeira, a exemplo do termo “aportuguesado”. Em *Cartas do Campo e da Cidade*, de 1923, escreve esta autora:

apesar de faltar-me (...) outros hábitos doces da minha vida lisboeta, vou-me de novo adaptando aos quietos hábitos desta ilha. Sinto-me já *amadeirada* – Não tarda que eu te chame *Maraia*. § Compareço em todos os chás e jantares elegantes que, com um pouco menos de barulho e um pouco mais de flores, se assemelham aos de Lisboa (Luzia, 1923: 172-173).

Portanto, neste contexto, o neologismo semântico “amadeirar” remete para a ilha, no sentido ‘tornar-se madeirense’, sendo caso de *hapax legomenon*, isto é, uso de uma palavra de que se conhece uma única ocorrência.

Há áreas em que os neologismos semânticos ou lexicais aqui abordados são mais frutíferas do que outras. No registo jornalístico e no político, sobressaem amplamente. No discurso do comentário político, evidencia-se um vocabulário

<sup>17</sup> A entrada “Romanceiro” será em breve colocada no *Dicionário Enciclopédico da Madeira* em linha.

<sup>18</sup> Pseudónimo literário de Luísa Susana Grande de Freitas Lomelino (1875-1945).

em que isso se concretiza, marcado por uma memória emocional coletiva e por uma evidente carga ideológica<sup>19</sup>. É nesse âmbito que se encontram as expressões sintáticas lexicalizadas, com maiúscula: Madeira Velha vs. Madeira Nova (nome próprio com um modificador adjetival, ou seja, um adjetivo de qualidade), isto é, a Madeira nos tempos da ditadura e a Madeira pós-25 de Abril. Esta última designa o período em que Alberto João Jardim foi presidente do Governo Regional da Madeira (entre 1978 e 2015) e – se uma nota humorística nos for permitida – é de estranhar que, nesse contexto político-discursivo, ninguém se tenha lembrado de falar em “neo-madeirenses”<sup>20</sup>.

Se o adjetivo posposto em “Madeira Nova” tem valor temporal, quando se evoca uma Nova Madeira, ao aludir-se à aventura dos “primeiros tempos da emigração” madeirense, a expressão, com o adjetivo anteposto, ganha um novo valor semântico: próprio do vocabulário toponímico<sup>21</sup>, passa a ter valor espacial. Naqueles lugares longínquos, como recorda um jornalista da imprensa local<sup>22</sup>, houve “novas Madeiras”, pois existia “uma tendência para tentar reproduzir o pequeno universo social, cultural e religioso da terra de origem”.

Outro caso é, por exemplo, o termo madeirensinho (por modificação, através do diminutivo), pois o sufixo avaliativo pode traduzir o “inapreço do falante relativamente ao denotado” (Rio-Torto, 2016: 362), como acontece no comentário a um “flagrante” fotográfico no *Diário de Notícias* da Madeira, de 1 de janeiro de 2015<sup>23</sup>: “Só mesmo de quem não tem nada que fazer (próprio de Madeirensinho do

**19** O historiador Nelson Veríssimo, a quem agradecemos a informação prestada, comunicou-nos que o termo madeirismo (sobre a ideia de “bairrismo”) foi usado no segundo quartel do séc. XIX para designar o *lobby* constituído por deputados que apoiavam os interesses do arquipélago. Nos anos 1826-1850, o deputado madeirense Lourenço José Moniz (1789-1857) era, assim, acusado de “madeirismo” pela Câmara de Deputados. Por via desse vocábulo, a Câmara insinuava que Lourenço José Moniz era um “deputado de campanário”. O periódico *A Flor do Oceano* terá dado conta desse episódio: não nos foi ainda possível localizar a(s) página(s) em que a palavra citada ocorre.

**20** Termo não atestado, invenção nossa.

**21** Atenemos nos exemplos de topónimos que se fazem acompanhar do adjetivo “nova/novo”: os territórios como “a Nova Caledónia”, “o Novo México”, “a Nova Guiné”, “a Nova Inglaterra” e as cidades, nomeadamente “Nova Iorque”, “Nova Amsterdão”, “Nova Goa”, “Nova Deli”, “Nova Friburgo”, “Nova Lisboa”, “Nova Gaia”, “Nova Freixo” e “Nova Lusitânia”.

**22** Cf. Octávio Carmo “Como nos vemos quando partimos? Como vemos quem chega?”, *Jornal da Madeira*, 08-12-2018, p. 17.

**23** Cf. *Diário de Notícias* da Madeira, em linha, de 01-01-2015, às 08:31, assinado: AX (consultado a 6-09-2016).

povo superior) é mesquinho, rafeiro, de mau gosto “farejar” anúncios, com intenções de mofa”. Esse derivado concorre com a forma equivalente madeirensezinho encontrada em blogues ou igualmente numa carta de leitor publicada no mesmo diário, a propósito da influência de Cristiano Ronaldo na seleção nacional de futebol, que questiona em tom irónico: “Ou esqueceu-se que se não fosse o “madeirensezinho” nem na fase final do Europeu marcaríamos presença?”<sup>24</sup>.

O neologismo vocabular *madeirês*, que ocorre de forma espontânea na linguagem do *chat* e que, nos contextos observados, significa ‘madeirense’ ou ‘o falar à madeirense’, é bom exemplo disso. Construído sobre o modelo de “inglês” e “português”, com, todavia, intenção satírica. Lemos numa caixa de comentário do jornal em linha, *Relvado*, a formulação negativa: “Este Madeirês tem tanto de bom jogador como de palermices”<sup>25</sup>, referindo-se ao afamado futebolista mencionado *supra*, apanhado por uma câmara de televisão a insultar adeptos rivais. Noutros comentários, o vocábulo *madeirês*<sup>26</sup> serve para designar, sempre com alguma truculência condescendente, à semelhança de “economês” ou “françuguês”, enquanto “linguagem hermética” (Rio-Torto, 2016: 170-171), a variação linguística típica da Madeira, como se depreende do seguinte enunciado: “Não seria má ideia colocarem legendas quando entrevistassem o Joe [referindo-se ao conhecido homem de negócios de origem madeirense Joe Berardo]. É que aquele sotaque perturba, perdido no Atlântico, entre o americanês e o madeirês”<sup>27</sup>. Logo, alguns sufixos carregam consigo uma

24 Cf. Diário de Notícias da Madeira, em linha, de 15-07-2016, às 02:00, no intitulado “Politólogo retrate-se”, assinado: C. M. G. Rodrigues. Disponível em: <https://www.dnoticias.pt/leitor/cartas/600068-politologo-retrate-se-OMDN600068> (consultado a 6-09-2016).

25 “Este Madeirês, tem tanto de bom jogador, como de palermices, (...) e ainda falam do Balotelli, eu acho que este ainda tem menos juízo que o Super Mário Balotelli (...)!!!”. Enviado por O Maior Cado Sítio a 31 de outubro de 2011, às 18:10, in <http://relvado.aeiou.pt/internacional/cristiano-ronaldo-apanhado-insultar-adeptos-rivais-video-280256#comment-1845186> (consultado a 6 de setembro de 2016).

26 A título de exemplo, reproduzimos mais uma ocorrência em contexto: “o *Fura Bardos*, sempre atento a estas novas realidades, irá proporcionar as necessárias explicações quanto às novas terminologias e construções gramaticais que caracterizam o “jardino-madeirês”. E, embora se trate de uma complexa e árdua tarefa, contamos com a ajuda dos leitores para estabelecermos o primeiro dicionário de tão importante língua.” (Lido no blogue: “Kant\_O\_XimPi”, “Dicionário Político da Madeira do Jardim”, Sexta-feira, 18 de maio de 2007, <http://kantoximpi.blogspot.pt/>) (consultado a 6 de setembro de 2016).

27 Cf. o blogue: “Herdeiro de Aécio”, “O Joe”, 5 de agosto de 2007, 15:42, <http://herdeirodeaecio.blogspot.pt/2007/08/o-joe.html>, (consultado a 6 de setembro de 2016). 20 Termo não atestado, invenção nossa.

conotação pejorativa, sobretudo quando adotam uma forma alternativa, mas possível, do ponto de vista do processo morfológico, ao termo convencionado. Ainda a propósito do linguajar, foi registado o advérbio de modo madeirensemente na expressão que toma por base o sentido estereotípico associado ao adjetivo “madeirense” (Rio-Torto, 2016: 397), como se pode ler no comentário “E a bilhardice (madeirensemente falando) nunca fez mal a ninguém”<sup>28</sup>. Reforça-se com este termo a ideia de que há um modo de falar regional e o sentido que lhe é atribuído é positivo, contrariamente ao veiculado por *madeirês*.

O neologismo semântico *madeirização*, designando um sistema sócio-económico a evoluir para o sistema político iniciado por Alberto João Jardim, aparece atestado em blogues, desde, pelo menos, a primeira década do séc. XXI<sup>29</sup>. Opina-se, com alguma ironia, sobre os sucessos da “*madeirização*” do Governo do primeiro-ministro José Sócrates, entre 2005 e 2011. Fala-se, sobremaneira, na “*madeirização*” do Continente ou dos Açores, aqui realmente com aspas, visto este termo não estar

---

**28** A título de exemplo, reproduzimos duas ocorrências em contexto: 1) “Carlos Baptista escreveu: (...) Note-se que não existem nos meus “posters” palavras obscenas! // E a bilhardice (madeirensemente falando) nunca fez mal a ninguém. / (...)” (Lido no Fórum Garage WV. Com, “Mulheres e VWa (só a ar)...” por HUGO BOSS, a 29 de maio de 2009, 23:48, in <http://www.garagemvw.com/forum/viewtopic.php?t=3981&start=300>) (consultado a 6-09-2016); 2) “madeirensemente falando “bonzinhe bonzinhe...era ganhare um dinheirinho”.....(with a maderian accent)...com ou sem erros, a verdade é que muito bem vindo!” (Lido em comentário de Facebook, Neuza Quintal para RFM, a 20 de novembro de 2012, in <https://www.facebook.com/rfmoficial/posts/10151860560017923>) (consultado a 6 de setembro de 2016).

**29** A título de exemplo, reproduzimos três ocorrências em contexto: 1) A “Madeirização” dos Açores – (...). Mas note-se, sobretudo, como os Açores e Carlos César estão cada vez mais no conteúdo, e talvez também na forma, próximos da Madeira e de Alberto João Jardim.” (Lido no blogue “Desconcertante – não passa de uma intenção”, publicado por Fernando Martins à(s) 6:55 da tarde, 29 de julho de 2008, in <http://desconcertante.blogspot.pt/2008/07/madeirizacao-dos-aores.html>) (consultado a 6 de setembro de 2016); 2) “A banalidade programática mascara-se, habitualmente, pela vulgaridade das campanhas. E a “madeirização” da política não deixa espaço, até mediático, para grandes debates.” (Lido no blogue “O Homem que abria o piano – heterodoxias urbanas da província”: “Começo de conversa”, publicado por Paulo Valério, 13-07-10, in <http://o-homem-que-abria-o-piano.blogspot.com/2010/07/um-eixo.html>) (consultado a 6-09-2016); 3) “Ora, se a moda das bofetadas pegava... para os que ainda se recordam do passado, seria quase a “madeirização” da vida política nacional (com o devido respeito pelos novos e mais polidos protagonistas actuais do Executivo da RAM). Estepilha...” (Lido no jornal em linha Funch@l notícias: “Bofetadas acabam “naturalmente” em demissão...”, 8 de abril de 2016) (consultado a 6 de setembro de 2016).

a ser usado de acordo com a aceção que os dicionários lhe emprestam<sup>30</sup>. Pois, esta formação da palavra em *-ção*<sup>31</sup>, a partir de um verbo transitivo resultativo “madeirizar” (significando o resultado de um processo), exprime um tipo de transformação de ordem política, social, económica e cultural, referente ao modo particular de governar, ensaiado na Madeira, pelo seu histórico presidente do Governo Regional. Na prática, segundo os dados recolhidos, quando ocorre, transmite uma ideia extremamente negativa. Tanto quanto nos foi dado perceber, representa uma política que assenta no clima de receio, na multiplicação de negociatas, no conluio com o poder económico (o financeiro, a construção civil e as consultorias), no amiguismo instituído, no endividamento para sustentar obras públicas de grande porte, no uso da Justiça como ferramenta intimidatória e nas pressões sobre jornalistas, magistrados e dissidentes em geral, para alcançar um desenvolvimento visível, mas não sustentado.

O nome comum “*madeirização*”, com a aceção acima enunciada, pressuporia o verbo, de igual raiz, “madeirizar” (cf. nota de rodapé 30, este existente ganharia outra significação). Todavia, o verbo que se esperaria ter o significado de ‘tornar madeirense’ ou ‘reconfigurar um meio socioeconómico à semelhança da transformação que a Madeira sofreu sob o governo de Alberto João Jardim não está atestado e não há dúvida de que o referido nome comum deriva diretamente do topónimo correspondente.

Para consagrar esse modelo de governação política, talvez só faltasse, segundo um “opinador” irónico, pôr a circular uma moeda local, representativa da “sólida reputação” de que goza o arquipélago. No blogue “Oligofrénico”, num *post* datado

---

**30** Os termos “madeirizar”, “madeirização” e “desmadeirização” existem no domínio técnico da enologia e da criação de vinhos, significando ‘processos pelos quais um vinho toma – ou deixa de tomar – a cor e o gosto da madeira em que foi envelhecido’. Diz-se que um vinho é madeirizado quando tem o aroma e o sabor de vinhos oxidados, lembrando o vinho (da) Madeira.

**31** Nessa ordem de ideias, não nos surpreendeu ouvir Alberto Vieira, historiador madeirense, numa conferência proferida em 2014, no Funchal, falar na necessidade de empreender “a desaçorianização da História do Brasil”. Pretendia acabar com a ideia feita de muitos brasileiros que pensam que os insulares portugueses a desempenhar papel relevante na colonização desse antigo território português provinham apenas dos Açores, quando muitos deles eram, também, oriundos da Madeira. O neologismo proposto por Alberto Vieira convida-nos a encarar, por analogia, a possibilidade de um seu equivalente na família de palavras Madeira: a *desmadeirização*, ou melhor, a *desmadeirensização*.

de outubro de 2011, lemos: “Se crie a moeda MADEIRINO, em substituição do Euro e em homenagem ao grande líder Alberto João Jardim”. O sentido global deste neologismo atípico, madeirino, que corresponde ao gentílico, em língua italiana (será por acaso?), para designar um habitante da Madeira, subentende a possibilidade de o arquipélago se tornar um país independente, com juízo de valor irónico e humorístico. A ideia não surpreende, já que, no período de maior tensão após o 25 de Abril, uma moeda chamada “zarco” foi instituída pela FLAMA (Frente de Libertação do Arquipélago da Madeira) e aceite por alguns hotéis simpatizantes da independência<sup>32</sup>. Na mesma linha de pensamento crítico da figura do, então, presidente do Governo Regional, faz o colunista e deputado europeu Rui Tavares, no seu blogue “Pensando na 46”, postado em outubro de 2011, o seguinte comentário: “nestas eleições [legislativas regionais] ainda teve a amarga surpresa de ver o aumento do sentimento anti-madeirense no resto da República”. Note-se que a prefixação, processo muito pouco frequente nos termos por nós colhidos, aparece como um mecanismo posterior à sufixação. Fora do âmbito do neologismo derivacional, vale a pena comentar outros itens lexicais: palavras compostas e híbridas. Registámos o composto morfológico em três expressões tiradas de estudos de carácter histórico, designadamente “a epopéia açórico-madeirense” (Piazza, 1992), que versa sobre o amplo movimento populacional no século XVIII das ilhas atlânticas para o Brasil-Meridional, a “familiaridade canário-madeirense” (Vieira, 2016), iniciada desde os tempos do povoamento do arquipélago da Madeira e da colonização das Canárias, e as “relações anglo-madeirenses” (Rodrigues, 2010), que têm sido muito debatidas na História de Portugal<sup>33</sup>. Os três adjetivos compostos, usados no âmbito de referência das ligações entre países e/ou regiões, são formados pela sufixação de um radical gentílico (*açórico*-, por açoriana, *canário*-, por canariense, canária ou canarina, ou *anglo*-, por inglesas), sendo que a construção se assemelha a de certos compostos eruditos, como “socioeconómico”. Note-se que foi criado recentemente

<sup>32</sup> A moeda “zarco” terá sido uma estratégia da FLAMA com vista a obter fundos para as suas ações. Cf. Calisto, Luís, Araújo, José Miguel, Marote, Rui, *Achas na Autonomia*, s.l., Diário de Notícias, 1995, p. 77.

<sup>33</sup> São-no, especialmente, quando se evocam as negociações para o casamento da infanta D. Catarina com o rei Carlos II, em 1661, as ocupações inglesas da Madeira, em 1801-1802 e 1807-1808, no contexto das Invasões Francesas da Península Ibérica, ou as famílias britânicas estabelecidas, na Madeira, há várias gerações e, continuamente, influentes na economia insular.

um radical gentílico de composição relativo à Madeira pelo historiador Paulo Rodrigues, numa comunicação que intitulou “Das relações madeiro-britânicas na construção do contemporâneo”, apresentada no Congresso Lugares Pioneiros, em março de 2019. Com esta nova forma, o componente madeirense não é mais relegado ao último elemento do composto.

O conhecimento morfológico da língua explana-se nas regras que permitem combinar morfemas ou lexemas entre si, autorizando muitas palavras ocasionais, entre as quais o madeirófilo, como uma construção que resulta da combinação do nome próprio “Madeira” mais o morfema *-ófilo* (de origem grega “filo”, ‘amigo’). Esse formante neoclássico, ao juntar-se a um nome da língua corrente, confere à palavra uma carga afetiva e humorística: “Há alguns anos, madeirófilos [isto é, ‘apreciadores do vinho Madeira’] abriram uma garrafa da safra 1779 – ano em que Napoleão tinha apenas 10 anos e Beethoven 9”<sup>34</sup>. A esse composto se pode adicionar outro: madeirólogo. No fórum “Geneall”, onde se discute genealogia, lemos: “Deste período talvez ainda possa existir documentação cartorial ou dos tabelionatos que possam certificar algo desse povo. Será que não temos algum madeirólogo [com o sentido de ‘especialista em genealogia de famílias madeirenses’] no forum [sic]?”<sup>35</sup>. Há mais: em discurso teórico, mas não isento de elementos retóricos, a “Introdução Geral” à *Grande Enciclopédia da Madeira – Dicionário Global* referencia, sem aspas, “os clássicos madeirólogos Fernando Augusto da Silva e Eduardo Nunes Pereira, com as suas incontornáveis obras”<sup>36</sup>, o que pressuporia uma “Madeirologia”, ou seja, a área do conhecimento crítico sobre o Arquipélago da Madeira. Madeirófilo e madeirólogo parecem ser neologismos espontâneos, com efeito estilístico para suscitar empatia no interlocutor, construídos com um formante de cunho erudito (pseudo-sufixo). Portanto, quanto a estes elementos,

34 Cf. blogue “food se quiser”, “não é no filé que está o gato por lebre. É no madeira”, postado por Celso Muniz, às 23h55, no sábado, 18 de fevereiro de 2006 (consultado a 6 de setembro de 2016).

35 Cf. Fórum da página “Geneall”, “Mendonça da Ilha da Madeira, século XVII”, #13411, Ricardo de Oliveira, 24 de novembro de 2001, às 00:04, em resposta a #13405. Disponível em: <https://geneall.net/pt/forum/13351/mendonca-da-ilha-da-madeira-seculo-xvii/#a13411> (consultado a 6 de setembro de 2016).

36 Cf. “Introdução Geral” à *Grande Enciclopédia da Madeira – Dicionário Global*, por José Eduardo Franco e Cristina Trindade, no prelo.

a “flexibilidade em termos de posição que ocupam na estrutura interna da palavra é, aliás, um dos principais critérios que fazem com que não os possamos incluir na categoria dos afixos” (Caetano, 1996: 525).

Voltando ao espaço público do comentário político, no âmbito das investigações relativas à operação “Cuba livre” sobre a dívida oculta da Madeira, referente a obras públicas feitas e não pagas ao longo dos anos 2003-2010 e descoberta em 2011, blogues houve que “classificaram o caso do “buraco” nas contas públicas da região autónoma em causa de ‘Madeiragate’”<sup>37</sup>. A palavra *Madeiragate* surge como um híbrido formado com o sufixo *“gate”* proveniente do inglês, usado para designar escândalos políticos ou financeiros pelos americanos, desde o caso Watergate que levou o presidente Richard Nixon à renúncia em 1974, e cujo emprego se alastrou a outras línguas do mundo ocidental. Finalmente, no domínio desportivo, registámos o termo *madeirabol*, designativo de um jogo semelhante ao “futevolei”, com a diferença de, na modalidade formada com o nome do topónimo, a bola poder tocar uma vez no chão. A palavra resulta de dois processos de construção: 1.º) hibridismo, porque combina um topónimo português com uma base da língua inglesa (*Madeira + ball*) e 2.º) lusitanização, já que ocorre por analogia com “futebol” ou “basquetebol” (*Madeira + bol*). Consequentemente, é frutífero o topónimo porque, nele, tem origem um leque de novos produtos lexicais de diversas classes gramaticais. Uns formados a partir da base simples (*Madeir(a)*), outros a partir da base complexa (*madeirens(e)*). Alguns derivados não têm raiz no nome próprio (a *Madeira*), mas, no nome comum (*madeira*), como *amadeirar* (‘revestir de madeira, limitar com madeira’) ou *madeirização* (‘processo pelo qual o vinho toma o gosto e a cor da madeira’), sendo, todavia, empregues como se tivessem tido no primeiro. Outros são claramente construídos a partir do nome próprio, como *madeirólogo* ou *madeirabol*. Pela riqueza criativa que manifesta, a lista destes itens lexicais parece não estar finalizada, já que novos produtos surgirão. Em todo o caso, os neologismos elencados e portadores dos sentidos ‘tornar madeirense’, ‘relativo à Madeira’, ‘natural da Madeira’, ‘apego à esfera madeirense’

37 Cf. o artigo “Banca é terceiro pilar da operação ‘Cuba livre’”, assinado pelo jornalista Emanuel Silva, publicado a 25 de abril de 2012, às 2h00, no *Diário de Notícias* da Madeira, <http://www.dnoticias.pt/impressa/hemeroteca/diario-de-noticias/320951-banca-e-terceiro-pilar-da-operacao-cuba-livre-NLDN320951> (consultado a 15 de abril de 2018).



e ‘ao modo madeirense de fazer algo’, definem-se, como vimos, por determinados contextos e usos. Alguns indicam um valor pejorativo ou irónico; outros ganham em expressividade e aqueles outros cristalizam novos conceitos. São termos interessantes porque testemunham da evolução e, por vezes, das transformações em curso e observáveis no meio circundante, nomeadamente de ordem política, social, económica ou cultural.

### ***ENTRE CONSTRUÇÕES CONCATENATIVAS E NÃO CONCATENATIVAS: O FABRICO DE NOMES DE PRODUTOS, EMPRESAS E ORGANISMOS (PROCESSOS DE NAMING)***

Vale a pena observar como comerciantes, empresários e publicitários forjam nomes criativos e significativos com o intuito de singularizarem produtos, serviços e marcas no/do Arquipélago da Madeira. Visando estabelecer conexões com o público-alvo, o nome inventado tem que “comunicar e transmitir sentimentos, criando percepções e associações” de ideias (Refatti *et al.*, 2014: 121). Através desse nome-estandarte, apelam à emoção; aludem ao contexto e prometem a essência daquilo que é oferecido. A esse processo de criação e desenvolvimento de nomes se dá a designação de *naming*. “É uma atividade complexa que requer sonoridade, criatividade e pertinência semântica em relação ao produto, ou serviço, em questão” (Refatti *et al.*, 2014: 119). Nesta perspetiva, serão abordados nomes de produtos da Madeira, a marca Madeira e nomes de instituições, organizações, planos de ação e empresas do referido arquipélago. Tais nomes, se bem que criados por motivos funcionais, tendem a investir no sentimento identitário da comunidade madeirense assim como no seu imaginário. Invadindo o espaço público com letreiros e cartazes de publicidade, essa simbolização de nomes participa na construção de uma “paisagem linguística”<sup>38</sup> que pode surpreender o turista nacional ou estrangeiro, ao ver-se colocado num cenário com nomes comerciais ou de produtos ciosos de sua regionalidade. A partir de uma estratégia linguística implícita que faz uso do nome

<sup>38</sup> Esse conceito tem sido explorado em sociolinguística para estudar o modo como as línguas são usadas visualmente no espaço público em sociedades multilingues. Mas outras abordagens são possíveis, como esta que propomos em que há lugar para o jogo de tensões dos símbolos linguísticos concentrados num dado espaço público, num determinado território ou espaço regional (por oposição ao espaço nacional). A definição de “paisagem linguística” que mais se difundiu é aquela que consta do artigo “Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: an empirical study” de Rodrigue Landry e Richard Y. Bourhis, publicado, em 1997, no *Journal of Language and Social Psychology*, pp. 23-49.

geográfico Madeira ou de nomes fabricados que à região insular reenviam, o espaço público configura-se como o lugar simbólico da afirmação identitária.

## NOMES DE PRODUTOS E A MADEIRA COMO NOME DE MARCA

No caso da denominação de um produto local ou ligado a um espaço geográfico específico, a passagem do nome próprio para o nome comum, equivalente, denomina-se por “antonomásia do nome próprio”. Trata-se de outro tipo de formação não derivativa. Por conversão, isto é, por derivação imprópria, verificamos essa passagem: a Madeira > um madeira. É o produto pelo lugar. Este não deixa de estar intimamente associado ao território em causa e, por isso, coloca a questão de ser um nome próprio ou comum, o que vem expresso na designação, com ou sem maiúscula, vinho da Madeira, vinho Madeira / vinho madeira / madeira (Rebelo, 2014: 643). O mesmo não sucede com o “vinho do Porto”, que nunca perde o elemento preposicionado, conservando, na sua designação, a referência toponímica com maiúscula, conquanto se verifique quando é usado sem “vinho” (um porto), podendo acontecer em “um madeira”. Na revista *Visão*, respigámos o neologismo de fantasia *madeirinha* (usamo-lo com minúscula porque é, claramente, comum, embora no texto de onde é extraído venha com maiúscula por influência do topónimo) para designar uma nova bebida no passo seguinte: “No restaurante Polvo Vadio, em Cascais, preparam uma Madeirinha utilizando o rum branco da William Hinton, produzido na ilha pelo Engenho Novo da Madeira”<sup>39</sup>. Tal vocábulo soa como a brasileira “caipirinha”, aludindo à composição da bebida, e tem a vantagem de indicar a origem geográfica do espirituoso equivalente à cachaça utilizado nesta nova versão: a Madeira. Na onomástica comercial, é comum observar-se que as fronteiras entre o nome próprio e o nome comum não são, por vezes, claras, como acontece com “C/coca-cola” ou com “M/maizena”, sendo que a marca (nome próprio), se confunde com o produto (nome comum). Todavia, na maioria dos casos, o nome do produto não coincide com o nome da marca, cuja denominação é habitualmente opaca, arbitrária, como o nome de uma pessoa. Por isso, convém distingui-los (Fèvre-Pernet & Roché, 2005). No caso madeirense, porém, reparámos que os produtos e eventos que gozam de notoriedade, mantendo

<sup>39</sup> Cf. “Somos todos madeirenses”, no suplemento da *Visão*, n.º 1209, Se7e, 5 de maio de 2016, p. 4.

a designação referencial da origem, ou que reenviam para um seu produto/evento tradicional, como o vinho (da) Madeira, o bordado (da) Madeira (paralelamente ao bordado de Viana do Castelo), o molho Madeira, a banana da Madeira e a festa de fim de ano da Madeira funcionam como nomes comuns, sempre associados ao designativo “Madeira”. Tal menção poderá ser entendida como lugar com identidade própria, já que tanto serve os propósitos do setor do Turismo como os setores dos bordados e agroalimentares. Assim, o nome “Madeira” não se resume a uma região demarcada ou a uma indicação de proveniência, elevando-se antes a uma marca distintiva. Afirma-se como uma marca-lugar, assente em representações sociopsicológicas positivas e numa imagem de marca associada a noções como “qualidade”, “segurança” e “autenticidade” (Araújo, 2015: 60). Isso, talvez, explique a tendência para a eliminação da partícula “de/da” no grupo preposicional selecionado por um nome, em proveito de uma construção que mais parece uma composição por justaposição: o vinho Madeira, o molho Madeira, o bordado Madeira e o destino Madeira. Para denominar um produto regional madeirense, a preferência local parece ser manter a maiúscula em “Madeira”, a par da tendência para a supressão do elemento preposicionado, sobretudo em produtos de renome internacional. Este processo é visível em diversos artigos jornalísticos que vão surgindo, mas também em cartazes publicitários.

### ***PROCESSOS DE CRIAÇÃO ATRAVÉS DE NAMING***

Para se afirmarem na cena social, as instituições, as organizações e as empresas esforçam-se por ganhar visibilidade e projetar os nomes que as representam no contexto mediático e de mercado. Muitos desses nomes passam a compor o imaginário social para identificar a marca, a empresa, o partido político, a instituição pública ou privada de referência. O *naming* – trabalhando os conceitos de identidade, imagem e reputação – desempenha um papel fundamental na prossecução dos objetivos das referidas entidades ou organizações, criando nomes como se de uma “palavra de efeito” se tratasse, facilmente identificável e de forte apelo comunicativo, entendida como uma assinatura, reveladora de personalidade e distinção. Por isso, no campo da criação da onomástica comercial e institucional, “há uma grande liberdade lexical, retórica e ortográfica que não está presente na escolha de um antropónimo” (Moutinho & Coimbra, 2009: 236). Estes nomes não

são, propriamente, considerados “vocábulos novos” porque não integram o léxico comum da língua, uma vez que correspondem, no essencial, a nomes próprios sujeitos a registo de propriedade<sup>40</sup>. No entanto, trazem “novidade” por recorrerem às potencialidades morfológicas do idioma. No plano jurídico, essas denominações, agora quase sempre acompanhadas de um logotipo que as individualiza, devem estar inscritas no RNPC – Registo Nacional de Pessoas Coletivas: a sua utilização é limitada a um objetivo preciso e são protegidas por lei, como o são os títulos de obras literárias ou cinematográficas. Na paisagem onomástica regional, na escolha do nome para comércios, organizações ou empresas, está a ideia de representação da “marca Madeira”, do gosto de ser madeirense ou, simplesmente, de localização geográfica. Tais nomes, mais ou menos criativos, mais ou menos previsíveis, consoante a imagem que a empresa, o organismo ou a instituição quer fazer passar, significam, de algum modo, ligação ao arquipélago e apego à regionalidade. Além dos nomes formados ou criados a partir do topónimo “Madeira” e do gentílico “madeirense”, outros termos pertencentes a esse domínio referencial e presentes em nomes de empresas no arquipélago, como “Regional”, “Insular”, “Atlântida/Atlantis”, “Ilha”, “Zarco” e “Funchal”, poderiam ser selecionados, caso o propósito da nossa análise fosse alargado ao estudo das estratégias linguísticas utilizadas em denominações empresariais para veicular a ideia de madeirensidade. Em todas as denominações por nós coletadas, reparámos que o gentílico “madeirense”, quer substantivo, quer adjetivo, se apresenta como palavra plena e nunca em formas encurtadas. Já não é assim com o topónimo Madeira. Este tanto pode surgir como palavra plena ou como elemento de formação de palavras complexas, em várias posições dentro do nome empresarial ou institucional, assim como apresentar diversas possibilidades de encurtamento da palavra: Made, Mad, Ma e M em siglas, acrónimos e amálgamas. Mais discreta e fora do âmbito das denominações comerciais ou institucionais, encontrámos a abreviatura MD, em matrículas de

---

<sup>40</sup> A título exemplificativo, consulte-se a base do último Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa (o de 1990 retoma o texto de 1945 a esse propósito) relativa às “firmas”. Os nomes destas não seguem as orientações dadas para o léxico nas restantes bases: *Diário da República*, I Série – A, n.º 193 – 23-08-1991, pp. 4370-4388.

automóvel<sup>41</sup>, ou Md, em “JMd”, numa dissertação de Mestrado, para designar o *Jornal da Madeira*, enquanto sinal gráfico para ser lido e não pronunciado.

Inscribendo-se numa perspetiva pragmática, a abreviatura ou o encurtamento da palavra costuma criar um efeito subtilmente interpelativo. O Marketing ensina que as siglas e os nomes curtos costumam ser ótimas opções para quem pretende projetar, num determinado meio socioeconómico, uma apelidação diferente, com sonoridade marcante, pois são mais fáceis de memorizar e até de pronunciar.

Na Madeira, siglas formadas com a inicial M estão muito presentes no seu espaço social. Indicam-se, a título exemplificativo: a RTP-M ou RTP/M (a Radiotelevisão Portuguesa, Centro Regional da Madeira), ECM (Empresa de Cervejas da Madeira), os partidos políticos PSD-M (Partido Social Democrata da Madeira) e PS/M (Partido Socialista da Madeira), o SPM (Sindicato dos Professores da Madeira). Frequentemente, é necessário distinguir o *Diário de Notícias* nacional do regional e acontece, também, identificá-lo com DN-M. Aliás, o *Jornal da Madeira*, com a mesma construção que o semanário *Tribuna da Madeira*, passou por uma recente reformulação e reestruturação enquanto empresa. Ficou a chamar-se JM, um pouco a jeito do conhecido JL (*Jornal de Letras*) do panorama cultural português e para não perder a sua imagem. Procurou, com as iniciais, distanciar-se, mas não muito, da marca que lhe deu origem, uma vez que o título *Jornal da Madeira* se mantém como jornal da Diocese da Madeira.

Os acrónimos são, igualmente, muito abundantes. DREM (Direção Regional de Estatística da Madeira) e USAM (União de Sindicatos do Arquipélago da Madeira, afeta à CGTP) são alguns deles, aparecendo com regularidade na imprensa e noutros meios de comunicação. Porém, o mais comum é, por razões óbvias, R.A.M. ou RAM (Região Autónoma da Madeira). A partir desse acrónimo, construíram-se outros

---

<sup>41</sup> Na Madeira, até fins de 1954, os veículos tinham placas de registo com um M seguido de hífen e de um bloco com 3 ou 4 dígitos. Por essa altura, esses carros foram rematriculados, sendo reservados os dois conjuntos de letras MA ou MD seguido de hífen e por dois pares de dígitos separados também por hífens (ex: MA-28-58 e MD-28-58). Em 1987 depois de expirarem as séries, os registos foram revertidos de forma a colocar as letras no fim (00-15-MA), (adaptado de “Números de Registo da Madeira (matrículas)”, publicado por RPalma, em 16-12-2006 às 12:51, no fórum do *site Motor Clássico*, <http://forum.motorclassico.pt/showthread.php?t=123>) (consultado a 10 de outubro de 2016). Atualmente, os carros novos são, por norma, registados no Continente e as matrículas com a referência MA/MD são apenas para os importados diretamente para a Região, podendo ser novos ou usados. Com as matrículas que seguem o formato padronizado europeu, esta tendência pode vir a desaparecer.

acrónimos,<sup>42</sup> como SESARAM (Serviço de Saúde da Região Autónoma da Madeira), ou como aquele lançado pela Secretaria Regional do Ambiente, em meados de julho de 2015, na sua campanha: “MaRaM POLUIÇÃO ZERO no Mar da RAM”<sup>43</sup>. O acrónimo MaRaM (Estratégia de Combate à Poluição do Mar da Região Autónoma da Madeira), funde os lexemas “Mar” e “RAM” e faz uso do grafismo (o jogo da alternância das maiúsculas com as minúsculas), que assume um efeito distintivo e sugestivo. Não se fica por aí, configurando igualmente um palíndromo. Trata-se de uma tentativa de comunicação formal que procura tocar um público mais jovem através de um meio de representação e simbolização que lhe é mais familiar. Após a Revolução de Abril, no arquipélago, apareceram associações políticas cujas designações se formaram a partir de MA, mais produtivo na viragem para a década de 70 do século XX e nos anos consecutivos: por exemplo, a ARMA (Aliança Revolucionária da Madeira) e, como já referida, a FLAMA. Note-se, aliás, que ambos os acrónimos se confundem com duas palavras “arma” e “flama”, com alcance simbólico. O morfema MA era também usado para denominar, na década de 60, empresas ou sociedades: a ILMA (Indústria de Lacticínios da Madeira, abrindo portas em 1968) deixou de laborar, mas o acrónimo ainda é reconhecido, o mesmo acontecendo com a MATUR (Sociedade de Empreendimentos Turísticos da Madeira, constituída em 1967)<sup>44</sup>, que passou a designar um lugar, já que, entretanto, a empresa foi desativada. De MA criou-se a forma graficamente diferenciadora “Ma”. A UMa (Universidade

<sup>42</sup> O discurso tecnocrata, próprio de legisladores, gestores, economistas, políticos, burocratas, assim como de comentadores e analistas da comunicação social, cultiva o gosto por siglas e acrónimos. Trata-se muitas vezes de uma linguagem muito codificada, apenas transparente para iniciados, e que faz, por vezes, entrever ao cidadão comum um mundo asséptico, desumanizado ou desculturado. A afirmação da individualidade da Região Autónoma da Madeira passa pela criação de organismos e instrumentos de financiamento e gestão dos meios disponíveis, constituídos como produtos de siglação, que resultam, por sua vez, em acrónimos. Eis alguns exemplos: POTRAM (Plano de Ordenamento do Território da Região Autónoma da Madeira); PRAM (Plano Regional da Água da Região Autónoma da Madeira); PRODERAM (Programa de Desenvolvimento Rural para a Região Autónoma da Madeira); IP-RAM (Instituto de Desenvolvimento Regional); PATRIRAM (Titularidade e Gestão de Património Público Regional, S.A.); APRAM (Administração dos Portos da RAM, S.A.); EPARAM (Estatuto Político Administrativo da Região Autónoma da Madeira); JORAM (Jornal Oficial da Região Autónoma da Madeira); ORAM (Orçamento da Região Autónoma da Madeira); AREAM (Agência Regional da Energia e Ambiente da Região Autónoma da Madeira); PIDDAR (Plano e Programa de Investimentos e Despesas de Desenvolvimento da RAM).

<sup>43</sup> Cf. <http://www.dnoticias.pt/hemeroteca/528409-governo-regional-aprova-medidas-para-a-estrategia-de-poluicao-zero-no-mar-FNDN528409> (consultado a 10 de outubro de 2015).

<sup>44</sup> O referido complexo turístico situado em Água de Pena fez história, sobretudo, nas décadas de 70 e 80.

da Madeira, implantada em 1988) aparece, com frequência, com o A maiúsculo, mas é minúsculo porque corresponde à segunda letra de “Madeira” e porque é a convenção distintiva e identificativa das universidades que, curiosamente, servem as periferias do país, ou seja, UAb (Universidade Aberta), UAlg (Universidade do Algarve) e UAç (Universidade dos Açores). De UMa formou-se, entre outras fórmulas identitárias de organismos, a AAUMa (Associação Académica da Universidade da Madeira). Na década de 90 do século passado, aparecem nomes de associações que incorporam na sua composição acronímica o segmento RAMA (R. + A. + MA.) para Região Autónoma da Madeira, como a ACAPORAMA (Associação de Casas do Povo da Região Autónoma da Madeira, fundada em 1991) e a ADRAMA (Associação de Desenvolvimento da Região Autónoma da Madeira, fundada em 1994). Os nomes comerciais que identificam lojas, empresas e serviços – especialmente nos ramos da construção civil, do imobiliário, dos serviços em geral, da saúde e dos produtos agrícolas – funcionam, de acordo com Coimbra e Moutinho (2012: 287), “como sendo a sua identidade perante o público e também como forma de captação da sua atenção e retenção do nome na sua memória, como acontece com um *slogan* publicitário”. Em ocorrências exploradas a partir da lista telefónica madeirense e de uma consulta na Internet, registamos nomes formados por composição, havendo:

- 1) o caso da composição alógena, que inverte a ordem natural dos formantes, dispondo os elementos na ordem determinante-determinado (p. ex.: a fábrica de blocos de cimento Madeirabloco, constituída em 1985, e o restaurante italiano Madeiramanía, que surgiu e encerrou na segunda década do presente século);
- 2) compostos por recomposição, com unidade truncada + palavra plena (p. ex.: a Construmadeira, construções e obras públicas da Madeira, desde 1989, e as frutarias Banamadeira, desde 1993);
- 3) cruzamentos lexicais (por ex.: a clínica dentária MadMed (com apócope dupla), desde 2003, e a sociedade de mármore e granitos, Mademármore, desde 2000), 4) neologismo formado por derivação (por ex.: a empresa de comida e bebida Madeirinha, desde 2012);
- 5) denominação por via sintagmática (por ex.: os bares-restaurantes Cais Madeirense, abertos recentemente em Portugal continental);

- 6) jogo de palavras (p. ex. as lojas de iluminação Madisom<sup>45</sup>) e, porque se trata de serviços dirigidos a um público internacional;
- 7) encontramos ainda a siglação baseada na língua inglesa (por ex.: MMC - Madeira Medical Center, desde 2006);
- 8) composições híbridas (por ex.: a revista *BIZMADEIRA* ou o projeto cultural MultiMadeira, ligado a uma residência artística), que incluem referência ao topónimo.

A técnica da composição parece ser própria do discurso publicitário que opera com valores, gostos e afetos, sublinhando quer a sua pertença geográfica, quer a sua atividade económica, quer os públicos visados, quer um certo poder evocativo que remete para determinados imaginários. Além disso, é fácil notar que a unidade indicativa da pertença geográfica é aquela que mais se destaca, ou porque se encontra em posição inicial do nome ou porque é o elemento presente no nome por extenso ou, pelo menos, com maior extensão, insistindo no referente local e cultural. A escolha da identificação, da marca, não é fortuita e raramente é deixada ao acaso. Como afirmam Moutinho e Coimbra (1998: 98):

Nesta tentativa de inovação, o aspeto sonoro do nome assume uma importância particularmente relevante. Os nomes são “inventados” de acordo com sonoridades sugestivas, formados a partir de dois ou mais lexemas existentes na língua e, assim numa mesma palavra, condensam a evocação de vários significados.

Nos nomes de comércio localizados na Região Autónoma da Madeira, realçamos a elevada produtividade, desde a década de 80 do século passado até ao século XXI, do uso do morfema Mad-, empregue pelos denominadores como inicial prefixoide, em produtos lexicais bipartites. Destacamos, nos compostos por recomposição, as imobiliárias Madprédio, desde 1998, e Madínsula, desde 2001, a Madovo, comércio de ovos, desde 2013, ou a loja de produtos gastronómicos e

---

<sup>45</sup> Esta criação lexical joga com vários feixes de sentido e de som: reenvia para a Madeira através de *Mad*, para dispositivos sonoros através do elemento “som” e evoca a conhecida artéria de Nova Iorque Madison Avenue, uma das mais movimentadas da cidade americana, nas proximidades de Manhattan, sugerindo, deste modo, uma relação entre as duas geografias. Este comércio iniciou a sua atividade em 1979, no Funchal.



restaurante, Madmarket, desde 2017, em cujo nome, sendo um composto híbrido, cabe certo humor inglês, e no acrónimo constituído por elemento proveniente do grego, Madagro, técnicas agrícolas e serviços, desde 1992. Note-se, a título de curiosidade, que tal morfema extravasa a produção de nomes comerciais, podendo despontar noutras áreas discursivas como a do comentário político nas redes sociais. A propósito de um documento de propaganda emitido pelo PSD-M impresso em português, mas com a particularidade de parte do texto passar inadvertidamente para a língua inglesa, um conhecido gestor cultural do Funchal, alinhado com um grupo político adversário, teceu o seguinte comentário jocoso postado no Facebook: “O PSD a preparar-se para o Madexit?!?” (19-11-2018), reenviando, através desse inédito composto híbrido, para a amálgama forjada em 2012 Grexit (possível expulsão da Grécia do Sistema Monetário Europeu) que, por sua vez, inspirou Brexit (saída britânica voluntária da União Europeia), ambas sinónimas de crise, de mal-estar no seio de determinado grupo de países ou regiões (a exemplo do debatido caso do Catalexit). Trata-se, muitas vezes, de criações ad hoc, que são, evidentemente, únicas e singulares. Mais convencionais e transparentes, serão os nomes comerciais formados com o étimo designativo de Madeira ou com a expressa indicação do topónimo ou do gentílico a ele referente, como a marca Madeirense Puro, uma empresa de comunicação que recupera com humor estereótipos locais do linguajar e do comportamento considerados idiossincrásicos, em prol de um descomplexado orgulho regional. Estes nomes tendem a aparecer em contextos específicos orientados para um determinado público-alvo dentro do nicho de mercado em que se inserem: ora se destinam aos madeirenses que não têm pejo em assumir a sua cultura de matriz popular; ora visam atrair o turista e o emigrante insular de férias na sua terra de origem para a gastronomia e os produtos regionais; ora pretendem tocar um público desejoso de reencontrar produtos tradicionais de qualidade; ora identificam comércio e serviços estabelecidos fora da região da Madeira. O nome Madeirinha, com um diminutivo de valor afetivo, de empresa de comida e bebida, não deixa dúvidas quanto à área em que se insere e ao consumidor visado, situando-se no comércio de produtos tradicionais e no mercado da saudade. Aliás, na distribuição de alimentos e na restauração, aparecem vários nomes com menção explícita ou implícita ao gentílico e/ou ao topónimo. É o que acontece com, por exemplo, Casa Madeirense, que encontrámos a designar um

restaurante na zona turística funchalense, a acolher o turista como um hóspede, ou com a cadeia de supermercados Central Madeirense, a mais poderosa da Venezuela, constituída por emigrantes do Arquipélago da Madeira e cujos inícios remontam a 1949. Além disso, quer no espaço continental, quer no estrangeiro, onde há comunidades madeirenses, são conhecidas as Casas da Madeira, que reagrupam os conterrâneos. Refiram-se, ainda, os bares-restaurantes Cais Madeirense ou o restaurante O Madeirense que oferecem especialidades regionais e ambiente com referências insulares aos consumidores de Portugal continental.

Finalmente, é sabido haver muitas composições híbridas em Português, sendo os componentes, em sua grande maioria, originários do grego e do latim. Ultimamente, é mais comum, sobretudo no vocabulário da comunicação social e no nome dos seus mediadores, a combinação de formas portuguesas com inglesas, daí a anglicização ser também a mais recorrente, de modo a tocar um público cosmopolita e internacional. Exemplo disso são as denominações IMadeira ou iMadeira, uma agência imobiliária cujo nome se forma com o prefixo de origem anglo-americana “i-”, inicial de Internet, sugerindo dinâmicas e atividades em ambiente em linha (como acontece com o prefixo “e-” de “e-commerce”, “e-mail” ou o caso de justiça batizado de “e-toupeira”), *Cyber Madeira*, um portal de classificados para turismo, empresas e negócios, e *BIZMADEIRA*, uma revista regional, iniciada em 2005, dedicada ao imobiliário e à venda de automóveis usados, exclusivamente concebida para a inserção de publicidade (daí, a menção da variante inglesa de registo coloquial para *business*).

Sempre visando um público internacional, opta-se por criar nomes que permitem uma leitura em várias línguas, de efeito translinguístico, a exemplo do *cash & carry* Mega Madeira – Distribuição, Lda., que abriu portas em 2009, da empresa de remessas Intermadeira – Trânsitos e Navegação, Lda., a servir há mais de duas décadas, ou do evento desportivo Trans Madeira, uma corrida de *mountain bike* (BTT) de *enduro*, que percorre a ilha de lés-a-lés, em cinco dias, ao longo de 200 km, e cuja primeira edição se realizou em 2018. A primeira denominação recorre a uma expressão prefixal de dimensão (Rio-Torto, 2016: 452-453), salientando assim a grande envergadura do espaço de vendas por atacado, ao passo que as outras duas recorrem a uma “expressão prefixal de localização espácio-temporal” (Rio-Torto, 2016: 445-446), denotando a ideia de mobilidade, percurso e transporte.

## SÍNTESE E CONCLUSÃO

Do exposto, concluímos que os processos de construção de palavras a partir do topónimo Madeira gozam de uma razoável produtividade. Como observámos anteriormente, de todas as palavras que listámos e que destacámos a negrito, apenas o vinho licoroso denominado madeira e o gentílico madeirense estão dicionarizados, encontrando-se as palavras madeirensismo e madeirensidade em vias de o ser (pela Internet), o que comprova a constante criação e renovação lexical que se vai sucedendo, sem que seja obrigatória a sua fixação. A frequência dos usos para todas as palavras destacadas não é a mesma e, provavelmente por essa razão, apenas algumas passarão para as futuras gerações nas páginas dos dicionários. Certas ocorrências aparecem em trabalhos académicos e na imprensa, isto é, na escrita, mas também ocorrem no registo coloquial, sobretudo a nível da linguagem familiar (e, por conseguinte, na “escritoral”). Isso revela o quanto a língua é viva e possui potencialidades criativas em função das necessidades dos falantes. O elenco apresentado não esgota todas as possibilidades.

No âmbito do neologismo derivacional observado, verificámos que os derivados por sufixação são mais frequentes. O número de ocorrências de prefixação é muito menor do que o da sufixação. Com respeito à classe de palavras, notámos que a derivação sufixal do topónimo produz preferencialmente nomes comuns, sobrando um adjetivo (madeirense, prevendo-se as suas possíveis sufixações avaliativas), um advérbio (madeirensemente) e um verbo (amadeirar). No *corpus* deste trabalho, verificámos que, no tocante a adjetivos pátrios compostos, já existe um radical gentílico de composição relativo à Madeira, e encontrámos também compostos morfológicos de cunho erudito como *madeirólogo*. Também se nos depararam um composto híbrido, madeirabol, e o jogo de palavras, Mamadeira, presente em discursos de sátira política, cuja maiúscula testemunha da sua integração nas alcunhas da ilha da Madeira.

Comentámos a confusão que, por vezes, se verifica entre derivados do nome comum “madeira”, pertencentes ao campo semântico das propriedades técnicas e utilização das madeiras, e os derivados do topónimo Madeira, que reenviam para a madeirensidade. Verificámos que criar derivados a partir do gentílico, e não do topónimo, terá a vantagem de abolir qualquer ambiguidade de significado relativamente à forma criada. Tecemos considerações acerca da história do nome de lugar, Madeira, assim como dos nomes comuns que derivaram dele. A esse

respeito, foi interessante observar que nomes de produtos da Região Autónoma em foco, como o vinho, o bordado e o destino (enquanto produto turístico) propiciam a construção de denominações em que se justapõe o nome comum que os referencia com a marca Madeira, que os singulariza. Valerá a pena acompanhar esta tendência para enriquecer a reflexão sobre os nomes próprios e sobre a pertinência de distinguir o nome de produto do nome de marca.

Verificámos, ainda, uma grande diversidade na criação de nomes de empresas, organismos e lojas: muitos destes casos são nomes próprios que têm como referência o topónimo porque nele se localizam ou com ele se relacionam. Alguns deles constituíram-se como símbolos de uma época, fazendo História. Por vezes, nestas ocorrências, o elemento referente à Madeira surge tão reduzido (uma letra ou duas) que se torna difícil reconhecê-lo para quem não estiver familiarizado com elas. Isso, normalmente, não acontece com os falantes regionais.

Concluimos que o topónimo Madeira é, lexicalmente, bastante frutífero nas áreas da História e Cultura regional, dos discursos político e jornalístico, da administração local, do comércio, do turismo e dos eventos desportivos e artísticos. A partir da sua forma de base, muitos produtos lexicais podem, ciclicamente, aparecer, dentro dos processos de construção lexical que descrevemos: uns regulares e outros irregulares, havendo até criações de efeito intersemiótico. Em termos de comunicação e de “desinsularização”, tais unidades lexicais terão o mérito de reduzir distâncias entre a ilha e o continente, o arquipélago e o mundo, assim como o de manter o recetor de espírito alerta, de lhe despertar a curiosidade tanto geográfica, histórica como linguística, já que na sua vida quotidiana vocábulos com raiz madeirense poderão vir a eclodir.

Esperemos que este trabalho possa interessar aos lexicógrafos. É um tema que merece uma análise contínua: o estudo dos processos de construção de neologismos e de nomes de empresas ou organizações a partir do topónimo Madeira poderá contribuir não só para que não se percam as relações semânticas com o lugar a que se referem, conforme registado acima, mas também para avaliar processos de elaboração de novos lexemas ou a extinção de outros.

## BIBLIOGRAFIA

- Alves, Ieda Maria, 2004, *Neologismo: criação lexical*, São Paulo, Ática.
- Bazenga, Aline, 2016, “Sociedades insulares e identidade: aspetos linguísticos da ‘madeirensidade’ no Atlântico Lusófono”, in *Letras com Vida: dossier Dicionário Enciclopédico da Madeira: número antezéro*, n.º 7, Lisboa, CLEPUL/INCM, pp. 217-225.
- Brito, Maria Filomena, 1998, “A alcunha: Configuração linguística de um continuum afectivo (Observação de uma micro-sociedade de tipo clânico)”, in *HVMANITAS*, vol. L, pp. 835-866.
- Cabré, María Teresa *et ali*, 2000, “Nombre próprio y formación de palabras”, in G. Dins Wotjak (ed.). *En torno al sustantivo y al adjetivo en el español actual. Aspectos cognitivos, semánticos, (morfo)sintácticos y lexicogenéticos*, Frankfurt - Madrid, Vervuert - Iberoamericana, pp. 191-206.
- Caetano, Céu, 1996, “Formação de Palavras em Português. Os Sufixoides e a Vulgarização dos Formantes Eruditos”, in Inês Duarte & Matilde Miguel (org.) *Actas do XI encontro nacional da Associação Portuguesa de Linguística (vol. III) – Gramática e varia*, Lisboa, APL, pp. 517-528.
- Coimbra, Rosa & Moutinho, Lurdes de Castro, 2009, “É uma empresa portuguesa com certeza. Um estudo onomástico”, in António Manuel Ferreira (ed.), *Lusofilias*, Aveiro, Universidade de Aveiro, pp. 235-254.
- Coimbra, Rosa & Moutinho, Lurdes de Castro, 2012, “Memória Real em empresas e instituições portuguesas. Um estudo onomástico”, in Petar Petrov *et ali.*, (eds.) *Avanços em Ciências da linguagem*, Santiago de Compostela - Faro, Associação Internacional de Lusitanistas - Através Editora, pp. 287-310.
- Fernandes, Ivo Xavier, 1943, *Topónimos e Gentílicos*, vol. II, Porto, Editora Educação Nacional.
- Gonçalves, Ernesto, 1992, “Portugal e a Ilha”, *Portugal e a Ilha: Colectânea dos Estudos Históricos e Literários*; pref. e notas de Alberto Vieira, Funchal, CEHA - Centro de Estudos de História do Atlântico, pp. 81-84.
- Guerreiro, Inácio & Albuquerque, Luís, 1989, “Cartografia antiga da Madeira”, *Actas do I Colóquio Internacional de História da Madeira: 1986*, Funchal, Secretaria Regional do Turismo, Cultura e Emigração - Direcção Regional dos Assuntos Culturais, pp. 138-160.
- Landry, Rodrigue & Bourhis, Richard, 1997, “Linguistic lanscape and ethnolinguistic vitality: an empirical study”, in *Journal of Language and Social Psychology*, volume 16, pp. 23-49.
- Lino, Maria Teresa, 1996, “Neologia, terminologia e novas tecnologias da informação”, in Inês Duarte & Isabel Leiria (orgs.), *Congresso Internacional sobre o Português: Actas - 1994*, vol. I., Lisboa, Edições Colibri - A.P.L., pp. 23-31.
- Mateus, Maria Helena Mira *et ali.*, 2003, *Gramática da Língua Portuguesa*, 5.ª ed., Lisboa, Caminho.
- Moutinho, Lurdes de Castro & Coimbra, Rosa, 1998, “O nome é a alma do negócio: um estudo linguístico dos nomes das lojas em Portugal”, in Maria Antónia

Mota & Rita Marquilhas (orgs.), *Actas do XIII Encontro nacional da Associação Portuguesa de Linguística - Lisboa 1997*, vol. II, Lisboa, Associação Portuguesa de Linguística, pp. 93-104.

Rebelo, Helena, 2014, “Património linguístico madeirense: alguns aspectos lexicais, fonéticos, morfológicos e sintáticos”, in Ángel Marcos de Dios (ed.), *La lengua portuguesa. Estudios lingüísticos*, vol. II, Salamanca, Ediciones Universidad de Salamanca, pp. 627-647.

Rio-Torto, Graça *et ali.*, 2016, *Gramática Derivacional do Português*, 2.<sup>a</sup> ed., Coimbra, Imprensa da Universidade de Coimbra.

Rodrigues, Paulo Miguel, 2010, “Da insularidade: prolegómenos e contributo para o estudo dos paradigmas da madeirensidade (1910-1926)”, in Alberto Vieira (dir.), *Anuário do Centro de Estudos de História do Atlântico*, n.º 2. CR-ROM, Funchal, Secretaria Regional de Educação e Cultura / Centro de Estudos de História do Atlântico, pp. 210-218.

Rodrigues, Paulo Miguel, 2015, “Da Madeirensidade: contributo para uma reflexão necessária”, in Nelson Veríssimo & Thierry Proença dos Santos (eds.), *Universidade da Madeira: 25 anos*, Funchal, Universidade da Madeira, pp. 165-190.

Santos, Thierry Proença, 2011, “A imprensa humorística e satírica na Madeira: o humor de ontem, o *Re-Nhau-Nhau*, e o humor de hoje, o *Garajau* e o *Furabardos*”, in Helena Rebelo (coord.), *Lusofonia: Tempo de Reciprocidades - Actas do IX Congresso da AIL*, vol. II, Porto, Edições Afrontamento, pp. 511-522.

Vasconcelos, José Leite de, 1928, *Antroponímia Portuguesa*, Lisboa, Imprensa Nacional.

## CORPUS DE IMPRENSA

*Flor do Oceano, Diário da Madeira, Diário de Notícias (da Madeira), Notícias da Madeira, Jornal da Madeira, O Garajau, Funchal Notícias, Cyber Madeira, BIZMADEIRA, Tribuna da Madeira, Visão.*

## CORPUS DE OBRAS LITERÁRIAS OU AFINS

Luzia, 1923, *Cartas do Campo e da Cidade*, Lisboa, Portugália.

Marques, Margarida Gonçalves, 2000, *Um Dia depois do Outro*, Lisboa, Publicações Dom Quixote.

Natividade, Joaquim Vieira, 1954, *Madeira: a Epopeia Rural*, 2.<sup>a</sup> ed., Funchal, Junta Geral do Distrito Autónomo do Funchal.

Moutinho, José Viale, 2014, *Fechem Essas Malditas Gavetas!*, Lisboa, Teodolito.

Piazza, Walter Fernando, 1992, *A Epopéia Açórico-Madeirense, 1748-1756*, Florianópolis, Editora da Universidade Federal de Santa Catarina.

Rodrigues, Ernesto & Rodrigues, Alcides Manuel, 1974, *Ilha da Madeira: Cemitério Particular*, edição dos autores, Bragança, Edição dos AA.

## WEBGRAFIA

Araújo, Sofia Raquel Costa, 2015, *A Madeirensidade da Marca Madeira – Sinergias na Gestão Estratégica da Marca*, dissertação apresentada à Universidade Católica Portuguesa para obtenção do grau de mestre em Ciências da Comunicação, especialização em Comunicação, Marketing e Publicidade, sob a orientação de Patrícia Dias, Faculdade de Ciências Humanas. Disponível em <https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/19247/1/Dissertac%CC%A7a%CC%83o%20Sofia%20Arau%CC%81jo.pdf> (consultado a 15 de dezembro de 2017).

Fèvre-Pernet, Christine & Roché, Michel, 2005, “Quel traitement lexicographique de l’onomastique commerciale ? Pour une distinction Nom de marque / Nom de produit”, in *Corela* [em linha], HS-2. Disponível desde 2 de dezembro de 2005 em <http://corela.revues.org/1198> (consultado a 20 de janeiro de 2018).

Franco, José Eduardo, 2001, “Fundação pombalina do mito da Companhia de Jesus”, in *Revista da História das Ideias*, Tema: “O Estado e a Igreja, Homenagem a José Antunes”, Imprensa da Universidade de Coimbra, volume 22. Disponível em <http://hdl.handle.net/10316.2/41721> (consultado a 28 de fevereiro de 2018).

Nunes, Naidea, 2016, “Alcunhas”, *Aprender Madeira, Dicionário Enciclopédico da Madeira*, disponível em <http://aprendermadeira.net/alcunhas/> (consultado a 14 de janeiro de 2018).

Pinto-Correia, João David, “Romanceiro”, *Aprender Madeira, Dicionário Enciclopédico da Madeira*, brevemente disponível em <http://aprendermadeira.net/romanceiro/>.

Refatti, Michel *et ali.*, 2014, “Uso de Mapas Semânticos no Processo de Naming – Uma Abordagem Estratégica em um Estudo de Caso Aplicado”, in *Infodesign, Revista Brasileira de Design da Informação/Brazilian Journal of Information Design*, São Paulo, v. 11, n.º 1, pp. 119-133. Disponível em <https://www.infodesign.org.br/infodesign/article/download/236/169> (consultado a 13 de março de 2018).

Shokhenmayer, Evgeny, 2014, “Terminological discrepancy of modified proper names between English, French, German and Russian”, *Els noms en la vida quotidiana Actes del XXIV Congrés Internacional d’ICOS sobre Ciències Onomàstiques. Annex. Secció 1*, Generalitat de Catalunya, Departament de Cultura, Direcció General de Política Lingüística, pp. 1-11. Disponível em [https://www.academia.edu/4551585/Terminological\\_discrepancy\\_of\\_modified\\_proper\\_names\\_between\\_English\\_French\\_German\\_and\\_Russian](https://www.academia.edu/4551585/Terminological_discrepancy_of_modified_proper_names_between_English_French_German_and_Russian) (consultado a 23 de abril de 2019).

Vieira, Alberto, “Canárias”, *Aprender Madeira, Dicionário Enciclopédico da Madeira*, disponível em <http://aprendermadeira.net/canarias> (consultado a 22 de fevereiro de 2018).