

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
INSTITUTO DE LETRAS

VERA REGINA SALIMEN AGRELLO

**OS ESTRANGEIRISMOS NA SEÇÃO DE BELEZA DO *CADERNO DONNA*:
IDENTIFICAÇÃO E ANÁLISE**

PORTO ALEGRE

2016

VERA REGINA SALIMEN AGRELLO

**OS ESTRANGEIRISMOS NA SEÇÃO DE BELEZA DO *CADERNO DONNA*:
IDENTIFICAÇÃO E ANÁLISE**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Instituto de Letras da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial à obtenção do título de Bacharela em Letras.
Orientadora: Professora Doutora Cleci Regina Bevilacqua.

PORTO ALEGRE

2016

VERA REGINA SALIMEN AGRELLO

**OS ESTRANGEIRISMOS NA SEÇÃO DE BELEZA DO *CADERNO DONNA*:
IDENTIFICAÇÃO E ANÁLISE**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Instituto de Letras da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial à obtenção do título de Bacharela em Letras.
Orientadora: Professora Doutora Cleci Regina Bevilacqua.

Aprovado em: ___/___/_____.

Coordenação do curso de Letras _____

AGRADECIMENTOS

Não posso deixar de agradecer a todo o corpo docente do Instituto de Letras, profissionais dedicados com os quais convivi de forma prazerosa ao longo de meu processo de formação. O fato de meu ingresso no Curso ter se dado já em idade madura fez com que eu aproveitasse cada momento, cada indicação de leitura, e isso tudo contribuiu para a expansão de minha mente e para meu enriquecimento cultural. Por isso sou grata a todos os professores e à Instituição, por oferecer tantas possibilidades de crescimento ao indivíduo em um mundo tão árido em que o acesso ao conhecimento e à cultura é dificultado dia após dia.

Meu especial agradecimento à Professora Cleci Bevilacqua, a quem homenageio pelo profissionalismo e dedicação ímpar, pela disponibilidade e atenção na orientação deste trabalho de conclusão e por mostrar que, sim, ainda existem professores valorosos e incansáveis no exercício de sua profissão. Ao homenageá-la, saúdo a todos os mestres do Instituto de Letras.

Agradeço, ainda, à minha querida colega Tainara Belusso, hoje uma profissional de Letras, que foi companheira e parceira de curso. Saudades imensas.

Por fim, dedico este trabalho aos meus filhos, parceiros de uma vida inteira, meus fiéis amigos e a minha mãe, que não pode realizar o sonho de cursar uma universidade, mas que tem uma sabedoria adquirida ao longo da vida, sofrida, mas plena de dignidade.

Quando a multiplicidade de culturas relativiza os valores e a globalização esmaga com seu poder, impondo uma arrogante uniformidade, o ser humano, em seu desconcerto, perde o senso dos valores e de si mesmo e já não sabe em quem ou em que acreditar.

(Ernesto Sabato)

RESUMO

Este trabalho teve o objetivo de identificar a presença de palavras “estrangeiras”, ou estrangeirismos, na seção de beleza do *Caderno Donna*, encarte dominical do jornal Zero Hora, de Porto Alegre, e analisar a razão para sua utilização. O *corpus* foi coletado ao longo de um período de oito meses, chegando-se a um total de 33 edições. A identificação dos estrangeirismos foi feita a partir da leitura dos textos, e os dados foram registrados em uma tabela contendo os campos: estrangeirismos, tipo, frequência (*type*) e exemplos. Foram identificadas 82 palavras estrangeiras, divididas em três grandes grupos: estrangeirismos, empréstimos dicionarizados e peregrinismos (ALVES, 1990). As razões encontradas para sua utilização são: a manutenção do nome de determinados produtos na língua de origem, em geral o inglês, ou a busca por transmitir efeito de sofisticação, modernidade e pertencimento ao universo feminino. Como conclusão, pode-se afirmar que o uso de palavras estrangeiras é considerável no *corpus* estudado e que seu uso está associado a questões de *marketing* e à busca por inserção em determinado grupo social.

Palavras-chave: Língua Portuguesa. Neologismos. Estrangeirismos. Editoria de beleza.

RESUMEN

Este trabajo tuvo el objetivo de identificar la presencia de palabras extranjeras, o extranjerismos, en la sección de belleza del *Caderno Donna*, suplemento que se publica todos los domingos en el periódico *Zero Hora*, de Porto Alegre, y analizar la razón para su utilización. Se recogió el *corpus* en un período de ocho meses, llegándose a un total de 33 ediciones. La identificación de los extranjerismos se hizo a partir de la lectura de los textos; se han registrados los datos en una tabla con los campos siguientes: extranjerismos, tipo, frecuencia (*type*) y ejemplos. Se identificaron 82 palabras extranjeras, divididas en tres grandes grupos: extranjerismos, préstamos registrados en los diccionarios y peregrinismos (ALVES, 1990). Las razones para su utilización son: la manutención del nombre de determinados productos en la lengua de origen, en general el inglés, o la intención de transmitir la sensación de sofisticación, modernidad y de afinidad e interacción con el universo femenino. A modo de conclusión, se puede afirmar que es significativo el uso de palabras extranjeras en el *corpus* de estudio y que su uso se relaciona con cuestiones mercadológicas y con la búsqueda por la inserción en determinado grupo social.

Palabras clave: Lengua portuguesa. Neologismos. Extranjerismos. Sección de belleza.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Estrangeirismos na editoria de beleza do Caderno Donna de 06 set. 2015 a 08 maio 2016.....	36
--	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 LÍNGUA E LINGUAGEM: ASPECTOS GERAIS	12
2.1 Eu não falo sua língua – Língua e Estranhamento	12
2.2 Língua Portuguesa: Breve Apanhado Histórico	14
2.3 Língua e Influência.....	16
2.4 A Linguagem da Beleza	19
3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	22
3.1 Neologismos	22
3.2 Neologismos – Classificação	25
3.3 Neologismos por Empréstimos – Estrangeirismos.....	28
3.4 Estrangeirismos e Significação	31
4 METODOLOGIA	34
5 ANÁLISE DOS DADOS E RESULTADOS	36
6 CONCLUSÃO	43
REFERÊNCIAS.....	45

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho trata dos neologismos e, mais especificamente, dos estrangeirismos, inserindo-se, portanto, na área de Estudos do Léxico.

A motivação inicial para sua realização foi a palestra ministrada pela professora Dr.^a Rosa Estopà, Professora do Curso de Tradução e Interpretação e do Instituto Universitário de Línguística Aplicada (IULA-Barcelona), intitulada, “La importancia de la Neología en la mediación lingüística”, no ano de 2015, na Semana de Estudos de Tradução (SET) do Instituto de Letras da UFRGS.

A pesquisa realizada naquela Universidade, pelo Observatório de Neologia (OBNEO)¹ despertou-nos o interesse pelo assunto, especialmente no aspecto referente às influências constantes de uma língua sobre outras em um mundo globalmente conectado.

Sabe-se que o acervo lexical de todas as línguas está em constante renovação; por isso, a característica universal de todas as línguas é a mudança. Assim como umas palavras caem em desuso, outras passam a integrar o repertório das comunidades linguísticas.

A linguagem humana não reflete apenas a evolução das sociedades, mas também as trocas culturais entre os povos. Se no passado o homem tinha a visão de um mundo limitado geograficamente, chegamos, atualmente, ao extremo da aproximação. A Internet e os avanços tecnológicos conduziram a conexões simultâneas e inimagináveis. Podemos dar a volta ao mundo em oitenta cliques. Além disso, os meios de transporte permitem grandes deslocamentos em curtos espaços de tempo. O Oriente já não é tão longe assim.

E de que modo conseguimos trocar tanta informação? É possível que tenha chegado a hora e a vez do Esperanto, a língua planejada e universal do polonês Lázaro Zamenhof? Ainda não. Conforme afirma David Crystal:

A internet nasceu como veículo de língua inglesa, e o inglês reteve seu império. Seu objetivo era ligar importantes instituições acadêmicas e governamentais norte-americanas, de forma que sobrevivessem a danos locais em caso de uma grande guerra. Sua língua era, portanto, o inglês; e quando pessoas em outros países começaram a formar ligações com essa rede, ficou provado ser essencial para elas usarem o inglês. (CRYSTAL, 2004, p. 32).

¹ Disponível em: <<http://www.iula.upf.edu/obneo/>>. Acesso em: 18 nov. 2016.

Esta é apenas uma das razões para o avanço da língua inglesa como língua de interlocução na sociedade atual. Mas isso não impede o fluxo de trocas com outras línguas. Os recentes movimentos migratórios globais intensificam, em muito, o contato de vários idiomas e, conseqüentemente, a tendência é a aceleração dos processos de mudanças linguísticas.

Considerando essa realidade, é possível que alguém questione qual é a relação entre movimentos migratórios globais, trocas e mudanças linguísticas com nosso cotidiano. Na verdade, todos esses pontos estão interligados e acabam influenciando nosso dia a dia, porque os acontecimentos se desenrolam no contexto em que estamos integrados: somos, ao mesmo tempo, agentes e pacientes. Os reflexos dessas múltiplas trocas estão em nossa rotina diária: no *happy hour* com os amigos, no *personal* que não temos dinheiro para pagar ou no comunicado de *recall* de uma empresa automobilística.

A linguagem tece nossa rede de contatos com o que nos cerca e reflete as relações que estabelecemos com o outro e com o mundo. A linguagem é um decodificador e uma representação dos intercâmbios sociais. Além disso, segundo Dacanal (2006, p. 51), “a língua não é apenas sinal e reflexo das estruturas de uma sociedade e da evolução desta ao longo do tempo. Ela é também e diretamente um instrumento de dominação e de exercício do poder”.

Dado o recorte feito para este trabalho e com base em Alves (1990), definimos **neologismos** como as palavras novas criadas com os recursos da própria língua para denominar conceitos e realidades inéditas e **estrangeirismos** como as palavras importadas de outras línguas, sem sofrer adaptação à língua de chegada.

Considerando tais fatos, passamos a observar a frequência de utilização de palavras estrangeiras no nosso dia a dia. Percebemos que são muitas e estão em todos os lados; algumas, já nem percebemos como palavra estrangeira. Por essa razão, foi preciso ater-nos em algum ponto. Em um primeiro momento, observamos o uso de estrangeirismos em revistas femininas, fixando-nos nas seções de moda. Verificamos, contudo, grande quantidade de trabalhos versando sobre o tema, por isso, estreitando mais o foco, percebemos que, no *Caderno Donna*, publicado aos domingos no jornal *Zero Hora*, havia uma seção específica abordando beleza e cosméticos onde estrangeirismos são bastante utilizados, como podemos ver nos

exemplos: *baby liss*, *make*, *fashion*, *look*, *oil free*. Foi então que delimitamos o campo de pesquisa à editoria de beleza dessa publicação.

A partir das considerações anteriores, o **objetivo geral** deste trabalho é identificar a presença de palavras “estrangeiras”, ou estrangeirismos, na seção de beleza do *Caderno Donna* e a razão para sua utilização em detrimento de palavras em português, buscando refletir sobre o caráter dinâmico e metamórfico da língua, bem como sobre sua influência na imposição de conceitos e sobre o papel da globalização na utilização de estrangeirismos.

Para chegar ao objetivo geral, propomos os seguintes **objetivos específicos**:

- Identificar os estrangeirismos no *Caderno Donna* relativos à temática da beleza;
- Classificá-los segundo a proposta de Alves (1990);
- Identificar as causas do uso de estrangeirismos no referido caderno.

Ao final da pesquisa, pretendemos **responder duas questões**:

- a) Quais os tipos de estrangeirismos utilizados na seção de beleza do *Caderno Donna*?
- b) Quais as razões para sua utilização nessa publicação?

O trabalho apresentará a seguinte estrutura: no capítulo I, temos a introdução; no capítulo II, apresentamos questões gerais sobre língua e linguagem: breve abordagem sobre as trocas entre as línguas a partir das grandes navegações, a língua como reflexo de poder/dominação econômica e tecnológica de uma nação, a variação dessa dominância ao longo da história e a linguagem como instrumento de difusão de estereótipos de beleza em anúncios publicitários. No capítulo III, apresentamos a fundamentação teórica, principalmente os aspectos relativos à neologia e, particularmente, em relação aos estrangeirismos e suas características. Já no capítulo IV, enfocamos os aspectos referentes à metodologia, descrevendo a sistemática utilizada para a recolha do *corpus* e apresentando uma descrição sobre a publicação escolhida para fonte de observação e estudo, ou seja, o *Caderno Donna*, bem como os procedimentos de coleta dos dados analisados. No capítulo V, temos a análise dos dados, resultados e as respostas a que estes nos conduziram. Por fim, no capítulo VI, apresentamos nossas conclusões sobre o estudo realizado.

2 LÍNGUA E LINGUAGEM: ASPECTOS GERAIS

Antes de tratar propriamente do tema dos estrangeirismos, vejamos alguns aspectos que entendemos relevantes sobre língua e linguagem. Abordaremos questões relacionadas ao contexto histórico, ao estranhamento entre línguas diversas na era dos descobrimentos, à língua enquanto instrumento de poder e à linguagem como código de conexão entre pessoas e grupos a partir de interesses comuns.

2.1 Eu não falo sua língua – Língua e Estranhamento

Portugueses, espanhóis, franceses, holandeses. Navios que cruzavam mares e ancoravam em sucessivos portos. As viagens de exploração realizadas a partir do século XV equivalem às viagens espaciais da atualidade. Não havia o mínimo conhecimento dos limites do planeta, tudo eram terras e mistérios por desvendar; o conceito de mundo ia até o horizonte visível.

Os primeiros contatos estabelecidos, exercitando a imaginação, deviam ser marcados pelo espanto, silêncio, gestos, trocas de palavras ininteligíveis até atingir um estágio mínimo de compreensão:

Durante a viagem entreteve o melhor que pude o gigante patagão que levávamos em nosso navio, e por meio de uma espécie de pantomima lhe perguntava o nome patagão de muitos objetos, de maneira que cheguei a formar um pequeno vocabulário. Já estava tão acostumado que, apenas me via pegar a pena e o papel, vinha em seguida dizer-me o nome dos objetos que vislumbrava (...). (PIGAFETTA, 2005, p. 70).

À medida que as trocas entre os falantes se estabeleciam, palavras foram surgindo, fruto do entendimento possível, a partir de uma recepção ainda cheia de obstáculos e mal-entendidos. Garcilaso de La Vega Inca (1539-1616), nascido em Cuzco, no Peru, em sua obra *Comentarios Reales*, escrita na Espanha quando já tinha 70 anos de idade, menciona uma das hipóteses para a nomenclatura de seu país natal. Segundo ele, a palavra Peru não pertence à língua dos índios do lugar. Então, de onde teria surgido?

Relata Garcilaso Inca que, certa vez, um navio espanhol navegava por um rio rastreando por riquezas e novas terras, até que avistaram um índio na embocadura.

Os espanhóis lhe perguntaram, através de gestos e palavras, que terra era aquela e como se chamava:

El indio, por los ademanes y meneas que con manos y rostro le hacían (como a un mudo) entendía que le preguntaban mas no entendía lo que le preguntaban y a lo que entendió que era el preguntarle, respondió a prisa (antes que le hiciesen algún mal) y nombró su propio nombre, diciendo Berú, y añadió otro y dijo Pelú. Quiso decir: 'Si me preguntáis como me llamo, yo me digo Berú, y si me preguntáis donde estaba, digo que estaba en el río'. Los cristianos entendieron conforme a su deseo, imaginando que el indio les había entendido y respondido a propósito, como sí él y ellos hubieron hablado en castellano, y desde aquel tiempo, que fue el año de mil y quinientos y quince o diez y seis, llamaron Perú aquel riquísimo y grande Imperio, corrompiendo ambos nombres, como corrompen los españoles casi todos los vocablos que toman del lenguaje de los indios de aquella tierra. (GARCILASO DE LA VEGA, 1609).²

Esta é uma das teorias acerca da denominação do país andino. A comunicação se estabeleceu de forma truncada pelas dificuldades mútuas de compreensão e consagrou, pelo uso e propagação continuada, o nome de uma nação.

Nesse exemplo, podemos verificar a ocorrência de diversos fatores relacionados às trocas linguísticas. Em um primeiro momento, não há evidências de dominância de um idioma sobre outro, apenas o produto de uma relação de estranhamento linguístico e cultural. O índio peruano transmite aos “estrangeiros” o léxico que, em sua língua, define a produção cultural e simbólica de seu grupo humano com relação a um rio. A decodificação por parte dos espanhóis também é fruto da bagagem de experiências e componentes culturais de seu povo. A partir do momento em que o léxico se reinventa – Berú/Peru – e passa a ser o nome de um país, ele já é reflexo de um componente de poder e dominação dos espanhóis sobre os povos autóctones do Peru.

Neste caso, temos o que Dacanal (2006) denomina *imposição histórica*. Segundo o autor:

O fato de ser a língua uma imposição social e histórica se evidencia de forma muito clara em nações linguisticamente heterogêneas e que, a partir de determinado momento e num processo de grande rapidez, se homogeneizaram pela expansão de um centro irradiador que passa a impor sua variante, seu dialeto ou, até em alguns casos, sua língua. (DACANAL, 2006, p. 49-50).

² Disponível em <<http://bdh-rd.bne.es/viewer.vm?id=0000009186&page=1>>. Acervo da Biblioteca Nacional de España. Acesso em: 30 abr. 2016

Portanto, a língua, além de permitir a comunicação entre grupos diversos – ainda que por vezes possa haver ruídos ao longo do processo –, é também um importante instrumento de dominação e exercício de poder.

2.2 Língua Portuguesa: Breve Apanhado Histórico

A língua portuguesa inicia seu processo de formação com a invasão da Península Ibérica pelos romanos. Naquele tempo, no século III a.C, Roma dominava o mundo conhecido, e o projeto de expansão carregava consigo a língua do dominante.

Com o declínio do Império Romano, a Península Ibérica enfrenta a invasão bárbara e germânica. Alanos, Vândalos, Suevos e Visigodos, cada um a seu tempo e seu modo, deixaram algumas marcas na língua do lugar.

No século XIII, a invasão árabe e a permanência muçulmana na Península até o longo processo de Reconquista contribuíram de forma considerável na formação da cultura e da língua. Entretanto, ainda que extensa e marcante, a presença árabe não apagou os traços de romanidade nas línguas peninsulares.

Segundo Bechara (2009, p. 24), “o português, na sua versão originária galega, surgirá entre os séculos IX-XII, mas seus primeiros documentos datados só aparecerão no século XIII”.

Com o passar do tempo, Portugal experimenta o período das grandes navegações e passa a conjugar os verbos expandir e dominar. A língua portuguesa viaja por todos os mares entre os séculos XV e XVI, deixando em vários cantos do planeta suas marcas nas línguas “descobertas”. O ciclo das grandes navegações transformou o português na quinta língua mais falada do planeta; mas, ainda assim, e até hoje, é considerada uma língua menor. Essa realidade parece contrariar a lógica, afinal, a população lusófona no mundo, em 2011, estava estimada em 244 milhões de pessoas³. Entretanto, neste caso, quantidade não significa, necessariamente, maior influência do idioma em termos mundiais. O poder de uma língua no campo das relações internacionais está ligado ao destaque político, econômico e cultural da comunidade de países falantes de determinado idioma.

³ Revista Língua Portuguesa, n. 72, outubro/2011 – Editora Segmento.

Como os países lusófonos (Portugal, Cabo Verde, São Tomé e Príncipe, Brasil, Guiné-Bissau, Angola, Moçambique e Timor Leste) são considerados periféricos no cenário político-econômico mundial, o idioma, por consequência, mostra-se débil em comparação às línguas dos países centrais, especialmente à língua inglesa.

Retomando o tema das grandes viagens exploratórias, o projeto português previa a exploração das riquezas naturais com utilização, a princípio, da força de trabalho dos povos autóctones.

Quando chegaram à costa brasileira, os portugueses depararam-se com diversos povos indígenas e suas línguas específicas. Para atingir o intento exploratório, tiveram de aprender as línguas nativas. No entanto, o projeto de escravização dos índios fracassou, e Portugal voltou-se para a costa oeste e foi buscar mão de obra na África. Os negros escravizados começaram a chegar ao Brasil em torno do ano de 1504. A partir de então, novas línguas passaram a influenciar o português colonial, desta vez, os idiomas de origem africana.

A língua do colonizador teve de conviver com todas as demais praticadas no território da Colônia. Houve um tempo em que o português cedeu espaço à chamada língua geral, proibida por Marquês de Pombal a partir de 1757. Segundo Bagno (2004), a partir de então:

(..) foi instituído o português como única língua do Brasil, proibindo o ensino e o uso de qualquer outra língua, mas principalmente da chamada língua geral ou nheengatu, de base tupi, que era de fato a língua falada pela grande maioria da população da Colônia – a única, aliás, conhecida pelos índios, negros, mestiços e brasileiros nativos durante uma longa fase do período colonial. O português era de domínio praticamente exclusivo dos brancos responsáveis pela administração e exploração do território, que constituíam parcela ínfima da população total. (BAGNO, 2004, p. 54).

Ao longo da história, várias línguas “externas” circularam pelo Brasil, trazidas por diferentes grupos de imigrantes. Entre 1890 e 1900 os movimentos imigratórios aumentam de forma considerável, como forma de substituição do trabalho escravo que entrava em processo de extinção.

Os imigrantes vieram, principalmente, da Europa e da Ásia, e às trocas linguísticas somaram-se vários outros idiomas, como italiano, alemão, árabe, espanhol, polonês, japonês... À medida que as relações sociais dos imigrantes se expandiram, o uso da língua no cotidiano da vida social proporcionou a interação entre contextos culturais diversos, e essa diversidade foi se materializando quer na

oralidade, quer na escrita. Nessa engrenagem de relações sociais, as palavras de origem estrangeira foram passando por processos de adaptação fonológica e gráfica, a tal ponto que, atualmente, utilizamos certas palavras sem termos ideia de que elas, no passado, atravessaram oceanos e atracaram em nosso país. São palavras que frequentam nosso cotidiano, mas um dia foram estrangeiras. Vejamos alguns exemplos: coifa, feudo (do alemão); cachê, pivô (do francês); blefe, esnobe (do inglês); espaguete, ricota (do italiano); biombo, gueixa (do japonês); alface, almojarife (do árabe); banguela, fubá (das línguas africanas).

Percebe-se, assim, que o século XVI foi marcado pelos movimentos de expansão do homem para além de suas fronteiras conhecidas que conduziram ao contato com povos e culturas absolutamente desconhecidas até então. Os europeus descobrem a diversidade das línguas dos povos das Américas. O contato visual foi apenas o primeiro passo. Logo em seguida, houve gestos e tentativas de identificação de sons e palavras em comum. Assim se iniciam as trocas linguísticas e culturais, ainda que permeadas de ruídos e equívocos. O instrumento que consolida essas trocas é a linguagem, que, como um fio condutor, viabiliza a expansão do homem em direção ao que lhe é “estranho/estrangeiro”.

2.3 Língua e Influência

A concepção de que as línguas são instrumentos de comunicação é apenas uma das visões possíveis, segundo Calvet (2002, p.55), “já que elas podem levar a crer em uma relação neutra entre o falante e sua língua”. Segundo o autor, há uma série de fatores envolvidos, como as atitudes e os sentimentos dos falantes para com suas línguas, que interferem nas trocas linguísticas. Além de instrumento de comunicação, a língua veicula nossos pensamentos e nossos gostos e nos dá um lugar no mundo.

Há, ainda, a questão dos preconceitos entre as línguas. Calvet (2002, p. 59) cita como exemplo uma história contada de que “Carlos V falava aos homens em francês, em alemão a seus cavalos e em espanhol a Deus”. Portanto, enquanto instrumento de uma coletividade, ela também pode significar o poder das pessoas que a falam: poder político, tecnológico, cultural e econômico. Segundo Bagno:

usamos a linguagem, com ou sem estrangeirismos, o tempo todo, para demarcarmos o que é de dentro ou de fora do nosso círculo de interlocução, de dentro ou de fora dos grupos sociais aos quais queremos nos associar ou dos quais queremos nos diferenciar (BAGNO, 2004, p. 51).

No primeiro milênio, o latim era a língua da sociedade europeia. Havia a variante culta, utilizada na escrita e ensinada na forma padrão em todo o mundo ocidental dito civilizado, e o chamado latim vulgar, que era a língua dos analfabetos e do povo em geral. Havia muita diferença entre o latim utilizado pela classe urbana culta e o latim vulgar que transitava pelos mercados, falado por estrangeiros, soldados e escravos. Este último era a língua da miscigenação, que acabou por fundir-se em outras, possibilitando o surgimento de dialetos locais nas mais variadas comunidades; dialetos estes que se afastaram progressivamente do latim, tornando-se variedades linguísticas incompreensíveis entre si. Surgem, assim, as chamadas línguas românicas, como o português, o espanhol, o francês, entre outros, e o latim vai perdendo sua força enquanto língua franca, até ficar restrito aos ambientes clericais dentro da Igreja Católica.

Segundo Bagno (2004), toda época tem sua língua franca, ou seja, uma língua que serve como facilitadora da comunicação entre os diversos povos, marcados por diferenças linguísticas e culturais. Afirma o autor que os livros que compõem o Novo Testamento foram todos escritos em grego, embora seus autores fossem todos judeus, vivendo sob domínio romano. Naquela época, o grego era a grande língua de cultura, e quem quisesse atingir um grande número de leitores tinha que escrever em grego, conclui o autor.

No Brasil, o encantamento com o estrangeiro tem uma marca histórica. A elite colonial brasileira tinha como parâmetro de luxo e bom gosto a Europa; os filhos eram educados no exterior, os artigos do Velho Mundo eram cobiçados pelos novos ricos da Colônia. Tudo isso se justifica naquilo que alicerçou a formação de nossa sociedade pós-descobrimiento, ou seja, a intenção de transplantar para os trópicos o modelo europeu de viver. Os primeiros colonizadores do Brasil estavam longe de pertencer à nobreza, salvo alguns altos funcionários da administração da Coroa. Portanto, aqueles que foram enriquecendo com a exploração da terra e das riquezas nativas lutavam de todas as formas para diferenciar-se dos mestiços e dos nativos. O caminho era a ostentação, quer nas roupas, quer nos banquetes oferecidos a rodo, e os produtos eram sempre importados.

Com o passar do tempo, as cidades foram crescendo, os homens queriam ser dândis, e as mulheres, melindrosas. Surge a crônica social e, com ela, os padrões impostos de moda e comportamento.

Em fins do século XIX e início do XX, a França ditava moda e transbordava cultura e sofisticação. Jovens abastados, de várias partes do mundo, eram enviados a Paris para temporadas de lazer e erudição. Eram os tempos da *Belle Époque*, quando a elite brasileira buscava na França meios de compor uma identidade de nobreza, status e elevação cultural, como bem retrata Machado de Assis: “Educado com hábitos de elegância, era antigo freguês de um dos principais alfaiates da corte, o Plum, não passando um só dia em que não fosse pentear-se ao *Desmarais* e *Gérard, coiffeurs de la cour*, à Rua do Ouvidor.” (MACHADO DE ASSIS, 2008, p.105).

Outro exemplo eram as novidades de moda publicadas nos jornais do início do século XX. O trecho a seguir, extraído das páginas do *Brasil Elegante*, jornal de circulação quinzenal, em 1904, no Rio de Janeiro, demonstra como os gostos franceses serviam de parâmetro de bom gosto no Brasil:

Toilette de visita de passeio de voile, cinzento e *guipure*. Saia redonda, muito apertado na cinta, corpete com pregueado de um lado, formando *ruchés* e formando quadro com um *plastron* de *guipure*, a direita grande vista encoberta de *guipure*: cinto de fita *turquoise*, colarinho direito e fofos de gaze preta, mangas mitaine apertadas. Toquet de gaze preta, com plumas brancas⁴.

O ciclo histórico avança e vivenciamos, gradativamente, progressos tecnológicos que começam a ganhar força com a Revolução Industrial. Nos Estados Unidos, o desenvolvimento industrial ocorreu na segunda metade do século XIX e, a partir de então, o crescimento econômico daquele país passou a ofuscar o poder de outras nações europeias, principalmente da Inglaterra.

No século XX, a influência norte-americana passa à esfera cultural. Os avanços no campo das comunicações foi um dos grandes responsáveis por mudanças comportamentais. Os EUA passam a dominar grande parte do mercado de comunicação – cinema, música, propaganda –, e esse domínio se reproduz pela expressão, pela palavra. O *American way of life* deixou a *Belle Époque* no passado.

⁴ O *Brazil Elegante: jornal de modas das famílias brasileiras*. 1904. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=739987&pesq=O%20brazil%20elegante&pas ta=ano%20190>>. Acesso em: 08 jul. 2016.

Já em meados da década de 1970, os americanos concebem de forma experimental uma rede de comunicação entre instituições acadêmicas e governamentais que se expande para além dos muros e, novamente, revoluciona o mundo. A Internet passou a existir como rede mundial em 1991. Nasceu em inglês, e todo o universo que envolve sua tecnologia é baseado no inglês. A partir da internet, o inglês se estabelece como veículo de circulação da informação, do entretenimento e do conhecimento. Aliado ao fortalecimento da economia norte-americana, sobretudo a partir do pós-guerra (Segunda Guerra Mundial) e ao fenômeno da globalização, a Internet veio a consolidar a hegemonia da língua inglesa em termos mundiais.

Segundo Garcez e Zilles (2004, p.21-22):

O inglês é a grande fonte contemporânea de empréstimos ao português e às demais línguas. O inglês é hoje a tal língua franca do contato internacional (...). Não há dúvida de que há uma avalanche de anglicismos. Por um lado, há os termos da tecnologia e da pesquisa avançada, desenvolvida e registrada quase hegemonicamente nessa língua. De outro lado, há o universo do consumo e dos negócios.

2.4 A Linguagem da Beleza

Os cuidados com a beleza ocupam a rotina da humanidade há longo tempo. Os fundamentos dessa prática foram passados ao mundo ocidental pelo oriente. Quando os portugueses chegaram à Índia, foram surpreendidos por rotinas que não faziam parte do dia a dia dos europeus. Conforme Bueno (2007, p. 15):

O contraste entre o estilo de vida europeu e o indiano não poderia ficar mais claro do que no encontro entre Vasco da Gama e o samorim, ocorrido a 29 de maio de 1498. Enquanto o primeiro exalava o odor acre de quem não se banhava havia mais de ano (...) o samorim dispunha de fontes termais, unguentos, cosméticos e perfumes.

O século XX é o momento de consolidação da indústria dos cosméticos, já que os padrões de vida modernos absorveram de forma definitiva a utilização desses produtos nas rotinas de beleza e higiene de milhões de pessoas. A publicidade foi a grande aliada da indústria de cosméticos, atuando de forma decisiva na propagação e na consolidação do conceito de beleza como bem inarredável da sociedade de consumo.

Nas fronteiras entre os séculos XX e XXI, as revoluções comportamentais se intensificam; as mulheres avançam em vários campos, e os papéis de homens e mulheres na sociedade são revisitados. Os ideais de beleza e eterna juventude impõem-se a ambos, ainda que não com o mesmo peso. A linguagem publicitária criou estereótipos de felicidade, partindo de conceitos como perfeição estética, beleza e juventude. Segundo Del Priore (2013, p. 176), “diferentemente de nossas avós, não nos preocupamos mais em salvar a alma, mas sim o corpo da desgraça da rejeição social. Nosso tormento não é o fogo do inferno, mas a balança e o espelho”.

Ser belo e jovem a qualquer preço: é neste escopo que a “indústria da beleza” apostou todas suas fichas, e ganhou. Beleza e juventude servem para incluir ou excluir. A felicidade é para poucos: feios, gordos e velhos não fazem parte de qualquer cenário publicitário.

As mulheres são o grande alvo da indústria cosmética, ainda que os homens já estejam sob a mira. Para atingir o público a que se destina, a publicidade tem de compreender o consumidor para, depois, utilizar a melhor forma de persuadir. A linguagem, como principal instrumento de persuasão, deve adaptar-se às preferências do consumidor.

Neste cenário, verifica-se a opção pelo uso de um número razoável de palavras estrangeiras como *fashion*, *new wave*, *frizz*, *look*, entre tantas outras, como veremos mais adiante. Tanto nos ambientes de circulação de produtos quanto naqueles frequentados para o fim específico de tratamentos de beleza, os estrangeirismos parecem funcionar como um diferencial que confere credibilidade e vinculação com os grandes centros de moda – Europa e Estados Unidos. A mescla entre léxico nativo e estrangeiro confere sofisticação aos produtos, ambientes e tendências de moda e beleza, aumentando o desejo de consumo, recurso bastante utilizado, como vemos no exemplo que segue, publicado no sítio de dicas de beleza da revenda de cosméticos O Boticário:

O comprimento médio que já bombou em outras temporadas em cortes como o *bob* e o *long bob* volta neste verão em formatos ainda mais *messy* (bagunçados) e repicados. Quanto menos alinhado, melhor! Dica: se seus fios forem naturalmente lisos, aplicar uma mão cheia de *mousse* pode ser um recurso para dar ainda mais movimento ao seu corte⁵.

⁵ Disponível em <<http://vivalinda.boticario.com.br/cabelo/cortes-de-cabelo-para-o-verao-20162017-veja-os-estilos-que-prometem-ser-tendencia>> Acesso em 13 out. 2016.

Como vimos, a linguagem é também ferramenta de persuasão, capaz de fixar conceitos e tendências no mundo da beleza.

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Em termos teóricos, o trabalho ampara-se, basicamente, nos importantes estudos relativos ao neologismo (ALVES,1990) e nas reflexões sobre as trocas culturais, tão facilitadas na atualidade em razão do avanço tecnológico, e seus reflexos nas línguas nacionais (CRYSTAL, 2005).

Houve, ainda, pesquisa em artigos publicados em alguns volumes de *Ciências do Léxico. Lexicologia, Lexicografia e Terminologia*, publicados pela UFMS e organizados em épocas distintas.

A partir desses estudos, o presente trabalho faz uma abordagem dos aspectos relativos à neologia – definições, classificação – e, mais especificamente, aos estrangeirismos e suas características.

3.1 Neologismos

Nenhuma língua existe em isolamento, assim como nenhuma é imutável. A língua passa por variações ao longo do tempo, as chamadas variações de natureza diacrônica. Podemos percebê-las, por exemplo, ao analisarmos textos mais antigos, nos quais observamos alterações na grafia e no estilo quando comparados aos textos atuais. Vejamos um trecho do conto *O Cônego*, de Machado de Assis, em edição de 1950:

Nisto o conego estremeceu. O rosto ilumina-se-lhe. A pena, cheia de comoção e respeito, completa o substantivo com o adjetivo. Sylvia caminhará agora ao pé de Sylvio, no sermão que o conego vae pregar um dia d'estes, e irão juntinhos ao prélo, se ele coligir os seus escriptos, o que não se sabe. (ASSIS, 1950, p. 273)

Temos também as variações linguísticas fruto de interações sociais coercitivas – conquista/dominação de uma nação sobre outra – ou espontâneas – processos migratórios. No mundo contemporâneo, as interações sociais foram bastante potencializadas com o alto desenvolvimento tecnológico, que permite trocas constantes entre indivíduos de variadas culturas e comunidades linguísticas. No entanto, independentemente do processo e da forma de interação entre indivíduos de diferentes povos, incontestemente é o caráter camaleônico das línguas, em constante processo de mudança e renovação.

Nesse constante processo de renovação, palavras surgem e outras são postas de lado. As palavras novas, chamamos de neologismos e aquelas em desuso, arcaísmos. Um exemplo do surgimento de palavra nova é o uso, a partir de 2014, da palavra *sofrência*, que passou a circular no nordeste brasileiro, como sinônimo de um gênero musical que remete à dor de amor ou dor de cotovelo.

E apesar da *sofrência* vir sendo identificada como um **novo gênero dentro do sertanejo**, na verdade o seu estilo remete a um tipo de música feito pelas duplas sertanejas pelo menos desde o fim dos anos 70 até meados dos anos 90, músicas sofridas, sobre relações tumultuadas, traições, bebedeiras, enfim. Músicas muitas vezes consideradas bregas⁶.

Esse exemplo é um neologismo que, pela classificação de Alves (1990), seria uma palavra-valise, criada a partir da junção do início de uma palavra com o final de outra, **sofrimento+carência**:

Já no sentido inverso, quando deixamos de utilizar uma palavra ela se transforma em arcaísmo. Por exemplo: *chapuletada* (pancada), *fuzarca* (bagunça), *supimpa* (muito bom).

Segundo Alves (1990, p. 5), “o neologismo forma-se a partir de mecanismos autóctones ou de itens provenientes de outros sistemas linguísticos. Na língua portuguesa os neologismos têm se originado de ambos os sistemas”. Grande parte do léxico português origina-se do latim, mesmo considerando as inúmeras influências sofridas de outras línguas ao longo do tempo. Em razão disso, as palavras que passam a fazer parte do acervo de nosso idioma têm que se adaptar ao padrão latino para serem aceitas. Segundo Carvalho (2006), isso ocorre, por exemplo, em relação à palavra *estresse*: “O termo stress (inglês) já dicionarizado, tomou a forma 'estresse' porque o padrão da língua portuguesa não admite formação com o S inicial desacompanhado de vogal.” (CARVALHO, 2006, p. 198).

O mesmo ocorre com a questão de gênero: “Quando um nome é criado, a lexicalização substantiva o nome em apreço que se faz através de sua categorização como masculino ou feminino, mas, na maioria das vezes, masculino.” (CARVALHO, 2006, p.198).

As palavras de significado lexical (substantivos, adjetivos e verbos) são como janelas abertas, admitindo a entrada constante de novas unidades. Por isso, assim

⁶ Disponível em <<https://www.significadosbr.com.br/sofrenca>>. Acesso em 08 jul. 2016.

como o número de frases possíveis em uma língua é infinito, não seria arriscado afirmar que delimitar o número de palavras de um idioma é tarefa delicada. Palavras novas surgem constantemente para dar conta de novos conceitos e realidades. Grande parte delas resultam de necessidades comunicativas pontuais e tendem a desaparecer, permanecendo aquelas que surgem por uma necessidade denominativa estável e que acabam por se fixarem no acervo lexical disponível aos falantes. À medida que a sensação de novidade lexical vai se apagando, a palavra passa a fazer parte do conjunto de unidades lexicais circulantes entre os usuários (*mouse, recall*). Quando o uso se estabiliza, deixam de ser neologismos.

As palavras que perduram, em geral, são dicionarizadas. Cabe ressaltar que os dicionários não dão conta de todo léxico que circula em uma comunidade linguística, já que a dicionarização implica estabilização e sedimentação do uso do termo. Portanto, aquelas palavras de uso recente entre falantes de uma língua certamente não serão localizadas em dicionários.

Os neologismos surgem em diferentes situações comunicativas e em diversos gêneros textuais. Segundo Alves (1990, p. 6) apresentam-se, inicialmente, nos atos de fala, e “é através dos meios de comunicação de massa e de obras literárias que os neologismos recém-criados têm oportunidade de serem conhecidos e, eventualmente, de serem difundidos”. Obviamente, a difusão não garante a perenidade do neologismo, já que nem todos perduram, mas é inegável que os textos midiáticos propiciam grande reverberação de novas palavras e expressões. Como exemplo, citamos o neologismo *apagão*, palavra que passou a ser utilizada com frequência pela imprensa a partir da crise energética pela qual passou o Brasil em 2001. A expressão perdurou e se fixou no vocabulário dos brasileiros, inclusive com novas conotações, como perda de consciência, esquecimento:

Apagão deixa parte do Paraguai e estados do Brasil sem energia elétrica.⁷

Paula Fernandes nega “apagão” em show com o tenor Andrea Bocelli.⁸

Esse exemplo demonstra o ciclo de um neologismo desde sua criação até sua incorporação a um sistema linguístico. Pelo uso reiterado, a palavra vai perdendo

⁷ Disponível em <g1.globo.com>. Acesso em 27 nov.2016

⁸ Disponível em <www.uol.com.br>. Acesso em 15 out.2016.

seu caráter neológico, e o grau de aceitabilidade pela comunidade de falantes será determinante na sua permanência.

Vejamos a seguir, sob o ponto de vista teórico, quais são os processos por meio dos quais a criatividade lexical se estabelece em um sistema linguístico.

3.2 Neologismos – Classificação

Nas diferentes áreas de atuação do ser humano, quer no campo laboral ou no do conhecimento, criam-se necessidades de designação de objetos ou conceitos inéditos. Em razão disso, surgem novas palavras nas conversas diárias (neologismo popular), nas áreas de pesquisa científica e tecnológica (neologismo técnico e/ou científico), assim como no campo literário. Tentando aprofundar o enfoque, veremos como se dá o processo neológico e a partir de quais elementos.

Alves (1990) e Bechara (2009) compartilham do mesmo entendimento de que os neologismos se formam a partir de elementos oriundos da própria língua ou por elementos oriundos de outros sistemas linguísticos. Bechara menciona, ainda, outro caminho de criação lexical: a denominação de certos produtos a partir da adoção do nome de inventores ou fabricantes como, por exemplo, *gilete* e *xerox*.

Neste trabalho, abordaremos de forma mais detalhada os processos de formação lexical sob a ótica de Alves (1990) e Cabré (2006). Cada autora propõe a sua forma de classificação de neologismo, embora tenhamos constatado que não há grandes diferenças entre ambas as propostas.

Cabré (2006), pesquisadora do *Observatori de Neologia*, pertencente ao IULA – Instituto Universitário de Linguística Aplicada da Universidade Pompeu Fabra, Barcelona, propõe a seguinte classificação:

- Neologismos de forma – incluem a sufixação, prefixação, interferências entre sufixação (*pensamento, compensação*) e prefixação (*desfazer, antirrugos*), composição culta (*xenotransplante* - transplante de órgãos entre diferentes espécies), lexicalização (*queimado, encadernado*), conversão sintática (*neoliberal* - adjetivo), sintagmatização (*violência doméstica, pena capital*), siglação (*IPVA* – Imposto sobre Propriedade de Veículos), acronímia (*Abralin* – Associação Brasileira de Linguística), abreviação (*metrô, otorrino*) e variação (*caso/causo* – variação regional; *vosmecê/você* – variação diacrônica);

- neologismos sintáticos – quando há mudança na categoria gramatical (*físico-profissional, física-* disciplina);
- neologismos semânticos – modificação do significado ou a utilização de um nome próprio como nome comum (minha mãe ficou uma *arara*, minha mãe ficou braba);
- neologismos por empréstimos – unidades lexicais oriundas de outras línguas, podendo ser adaptadas, ou não, ortograficamente (*sushi, coaching, deletar*); e
- outros – incluem as palavras dialetais, as gírias, cultismos e todos os casos de difícil classificação, mas notadamente neológicos (*piriguete, sinaleira*).

Por sua vez, Alves (1990, p. 11) classifica os neologismos em:

- Neologismos fonológicos - “constitui um mecanismo de criação de palavras extremamente raro. Alguns recursos fonológicos, no entanto, podem ser usados com o intuito de provocarem alterações no item lexical”. A autora menciona como exemplo a unidade léxica *tchurma* (turma), utilizada como gíria de conotação cômica. Outro caso de neologia fonológica, segundo Alves, são as criações onomatopaicas, muito utilizadas e produtivas em histórias em quadrinhos (*pow, blargh, zzz*): “(...) a formação de palavras onomatopaicas não é totalmente arbitrária, já que ela se baseia numa relação, ainda que imprecisa, entre unidade léxica criada e certos ruídos ou gritos.” (ALVES, 1990, p. 12);
- neologismos sintáticos: podem ocorrer por:
 - a) derivação prefixal (aposição de prefixos) – *anticoncepcional, ultramoderno*;
 - b) derivação sufixal (aposição de sufixos) – entre os mais fecundos na formação de palavras estão os sufixos *-ismo* e *-ista*, como vemos nos exemplos seguintes: “Aquele é *lulista*’, ‘Vamos parar com *achismos*’. Os sufixos *-esco* e *-óide* imprimem função pejorativa aos derivados como vemos em: *fascistóide, rocambolesco*;
 - c) derivação parassintética - o prefixo e o sufixo juntam-se a uma base nominal, simultaneamente, criando uma nova palavra: *apalhaçar, anoitecer, esverdear*;
 - d) composição - justaposição de bases autônomas ou não autônomas: *couve-flor, testemunha-chave, luso-brasileira, lava-jato*;
 - e) composição por siglas ou acronímicos – *LBV (Legião da Boa Vontade), Anfavea (Associação Nacional de Fabricantes de Veículos Automotores), Fiergs (Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul)*;

- conversão: ocorre a troca de classe gramatical, como podemos observar em: “Os *consorciados* serão chamados”, em que *consorciado* passa de adjetivo para substantivo.
- neologismo semântico: pela influência de fatores como tempo, lugar, contexto socioeconômico, universo discursivo, a palavra ganha novo conteúdo, nova significação, como nos exemplos a seguir: “*Gato* de energia elétrica é crime”, “Meu colega é um *gato*”, em que no primeiro caso *gato* refere-se a roubo de energia elétrica e, no segundo, a uma pessoa de boa aparência.
- neologismo por empréstimo: incluem-se:
 - a) estrangeirismo sem adaptação: *leasing*;
 - b) estrangeirismo acompanhado de tradução, para facilitar sua compreensão: *fiber glass* – fibra de vidro;
 - c) empréstimo integrado à língua, quer por adaptação gráfica, morfológica, semântica ou pela frequência de utilização: *new-jecas*, *peeling*;
 - d) decalque: tradução literal de um léxico estrangeiro: *high tech/alta tecnologia*.
- truncção: uma parte da palavra é eliminada: *biju* (bijuteria), *deprê* (depressão), *pornô* (pornografia/pornográfico);
- palavra-valise: uma palavra perde a parte final e outra a inicial: *brasiguai*, *portunhol*;
- reduplicação: processo pouco produtivo no português, consiste na repetição de um segmento formando uma palavra nova: *pisca-pisca*, *pula-pula*; e
- derivação regressiva: supressão de um elemento; as bases de derivação regressiva são sempre verbos e seus produtos sempre nomes de ação (ato ou efeito de): *fugir/fuga*, *usar/uso*. Este processo não se relaciona com a verbalização nominal, onde ocorre o processo inverso (*óleo/olear*, *dígito/digitar*).

Após essa síntese teórica referente à classificação dos neologismos baseada em Alves (1990) e Cabré (2006), passemos ao enfoque dos neologismos por empréstimos. Destacamos que, neste trabalho, conforme indicamos anteriormente, nos centramos no grupo de neologismos por empréstimos, também denominados estrangeirismos, seguindo principalmente a classificação proposta por Alves.

3.3 Neologismos por Empréstimos – Estrangeirismos

Os estrangeirismos fazem parte da categoria neologismo por empréstimo. Como já abordado anteriormente, a circulação de línguas estrangeiras no Brasil é fato que remonta ao descobrimento. A partir do século XVI, a importação de vocábulos tornou-se massiva, já que o colonizador passa a impor sua língua às várias línguas indígenas do território brasileiro.

O fenômeno de trocas lexicais entre idiomas diferentes é inevitável, além de fator salutar de renovação e ampliação. O neologismo de empréstimo abarca os casos de adoção de palavras de outros sistemas linguísticos. Caso levássemos em conta a categorização de Bechara (2009, p. 351), incluiríamos nos neologismos por empréstimo as palavras tomadas “de outra comunidade linguística dentro da mesma língua histórica, os regionalismos, nomenclaturas técnicas e gírias”. Entretanto, em um país de dimensões continentais como o Brasil, as trocas regionais se dão em níveis fugazes, de forma que o regionalismo não chega a se difundir para além da comunidade de origem, tendendo a consolidar-se apenas localmente. Em viagens internas de turismo, o estranhamento dos jargões entre regiões distantes é muito grande, sendo por vezes incompreensível.

Quanto às palavras estrangeiras, sempre houve muita controvérsia acerca da sua influência na fragilização das línguas de cada país. Em 1999, no Brasil, o Projeto de Lei Nº 1676/99, proposto pelo então deputado Aldo Rebelo, causou muita polêmica e gerou acalorados debates sobre “a invasão de anglicismos” e o enfraquecimento de nosso vernáculo.

O filólogo Evanildo Bechara, embora tenha, à época, considerado anacrônico e inócuo o referido projeto de lei, classifica o estrangeirismo como vício e anomalia de linguagem, em sua *Moderna Gramática Portuguesa* (2009, p. 598-599). Afirma que os estrangeirismos “entram no idioma por um processo natural de assimilação de cultura ou de contiguidade geográfica”, mas entende que “se deve combater o excesso de importação de línguas estrangeiras, mormente aquele desnecessária por se encontrarem no vernáculo palavras e giros equivalentes”.

Já Garcez e Zilles (2004) afirmam:

O debate sobre estrangeirismos, então, revela um esforço de setores da classe dominante em manter sob seu controle estrito a definição da língua do poder diante de novos elementos de repertórios linguísticos externos e

reforça ainda mais a ideologia linguística brasileira, segundo a qual somos uma nação monolíngue, uma unidade nacional forjada e mantida pela unidade linguística – talvez a maior fonte de preconceitos linguísticos na nossa comunidade e a chave invisível, mas legitimada, das práticas excludentes. (GARCEZ; ZILES, 2004, p. 55-56).

Controvérsias à parte, a língua segue seu caminho permeado pela troca de múltiplas práticas discursivas e culturais. Qualquer tentativa de “purificação” da língua pátria é inócua, já que não há como purificar o que nunca foi puro. Os empréstimos linguísticos sempre estiveram e estarão presentes, contribuindo para a atualização constante dos idiomas. A língua é tecido vivo e, como tal, renova-se indefinidamente.

Há várias razões para a adoção de estrangeirismos por parte de uma comunidade de falantes, dentre elas a influência cultural pelo intercâmbio constante (potencializado na atualidade pelo alto grau de tecnologia na área das comunicações), a influência de uma cultura sobre outra e a necessidade de denominação de algum produto ou fato novo, quando não há termo próprio à disposição no idioma local. A propagação do estrangeirismo tem relação direta com o binômio subordinante x subordinado. Quando a cultura de um país é subordinada à cultura de nações subordinantes, leia-se potências econômicas, sua língua torna-se mais vulnerável à influência de padrões externos. No caso dos Estados Unidos, ao exportar tecnologia e conhecimento científico, exporta, sobretudo aos países ditos periféricos, termos e padrões inerentes à língua inglesa.

Segundo Alves (1990), denomina-se estrangeirismo a primeira etapa por que passa a palavra oriunda de outra língua, quando a unidade lexical ainda é percebida como elemento externo ao sistema linguístico. Citamos, como exemplo, a palavra *lay-off*, expressão que passou a ser adotada no Brasil para denominar a suspensão temporária do contrato de trabalho.

À medida que o uso de determinada palavra estrangeira vai se intensificando, quer pelo uso frequente em atos de fala ou pela veiculação massiva através da imprensa, perde-se a sensação de estranhamento, e a unidade lexical passa por um processo de adaptação ao sistema linguístico que a acolhe. Nesse caso já estamos diante de um empréstimo, como no caso de *botão*, do francês *bouton*.

Alves (1984, p. 120) menciona que “a fase neológica do termo estrangeiro se situa entre o estrangeirismo e o empréstimo”. Essa fase transitória é chamada de peregrinismo. “Quando o lexema estrangeiro constitui a base de uma derivação ou

de uma composição de acordo com a morfossintaxe de uma língua, ele está se integrando ao léxico desse sistema” (ALVES, 1984, p. 121). *Antiapartheid* (prefixo anti+base *apartheid*, do inglês) e *blazer-jaquetão* (base inglesa *blazer*+base do português *jaquetão*) são exemplos de neologismos compostos por termos estrangeiros e elementos do vernáculo, portanto, já em fase de adaptação à língua portuguesa.

Também se observam neologismos em que à base estrangeira apõe-se um sufixo, originando um substantivo comum: *gaullismo*, *maotsetungistas*.

Quanto ao aspecto morfológico, os neologismos por empréstimos conservam a classe gramatical da língua de origem e integram-se ao sistema de flexão em gênero e número da língua que os recebe. No português, a maioria dos empréstimos recebe o gênero masculino e pertence à classe gramatical dos substantivos.

Segundo Garcez e Zilles (2004 p. 74), “os estrangeirismos contribuem apenas no nível mais superficial da língua, que é o léxico”, não influenciando no ordenamento das palavras no enunciado, que respeita o regramento da língua de chegada, como vemos no exemplo: Maria está *fashion* hoje.

Os estrangeirismos são muito utilizados em textos técnico-científicos, assim como em matérias publicitárias, artigos de colunismo social, editorias de moda e beleza, como vemos nos exemplos seguintes:

Em dado momento, Bicudo deixou o cargo executivo e passou a ser o *chairman* da empresa: começou a reestruturar a dívida e sonhou em transformar a Eneva numa corporação à la Equatorial Energia, um dos mais bem-sucedidos *turnarounds* brasileiros⁹.

Só o colorista *L'Oréal Professionnel* cria o *look* tendência do Verão. *Summer Collection Bronde (Brown + Blonde)* ¹⁰.

Descubra *Nexxus New York Salon Care*. A marca de salão mais vendida nos Estados Unidos, pela 1ª vez no Brasil. (Revista Cláudia n. 5, ano 55, maio 2016).

O *suede* conquistou o inverno definitivamente. (...) Proveniente da tendência *folk*, que reafirma o espírito *globetrotter* da marca, o *suede* faz um *crossover* do estilo rústico e *western* com a nossa tribo urbana e cosmopolita. *Shop Now* ¹¹.

⁹ Disponível em <<http://veja.abril.com.br/blog/mercados/petroleo-gas-e-mineracao/enevapgn-divida-a-formula-da-escala-no-gas/>>. Acesso em: 04 maio 2016.

¹⁰ Disponível em <<http://lorealprofessionnel.com.br/produtos/produtos-coloracao/>>. Acesso em: 04 maio 2016.

¹¹ Disponível em <<http://ellus.com/>>. Acesso em: 04 maio 2016.

Até aqui abordamos questões formais e estruturais dos estrangeirismos quando são incorporados por determinada comunidade de falantes. Há, ainda, as questões que envolvem o caráter simbólico da utilização da palavra estrangeira. O acolhimento de um estrangeirismo por parte de uma comunidade não reflete apenas a mecanização do uso pela repetição, mas uma teia intrincada de expectativas, anseios, relações de poder e aceitação social.

3.4 Estrangeirismos e Significação

Importante abordar, ainda, a adoção de estrangeirismos sob a ótica da significação. A utilização de palavras externas a um sistema linguístico está carregada de simbolismo. O discurso dos indivíduos está eivado de conteúdo simbólico. A enunciação identifica e nos inclui em determinado grupo. O manejo com termos técnicos nos distingue social e culturalmente; os estrangeirismos, por sua vez, nos colocam em uma posição diferenciada daqueles que não dominam outros idiomas. Conforme Rajagopalan (2003, p. 65):

As pessoas se dedicam à tarefa de aprender línguas estrangeiras porque querem subir na vida. A língua estrangeira sempre representou prestígio. Quem domina uma língua estrangeira é admirado como pessoa culta e distinta.

A língua estrangeira, no caso brasileiro, possui uma carga muito forte de elitização. O estrangeiro exerce no brasileiro, não raras vezes, um fascínio quase mítico. Dessa forma, falar em outra língua e, mais particularmente, em inglês, é estar apto a dialogar com uma sociedade próspera e situada em um patamar bem mais privilegiado do que a brasileira. Manejar o idioma inglês é sinônimo de modernidade; é estar mais perto de valores associados ao modo de vida americano, tais como progresso, consumo e avanço tecnológico.

Portanto, para além da simples utilização da palavra exterior ao sistema linguístico, o estrangeirismo também atua como fator de inclusão e exclusão de indivíduos em determinados grupos sociais. As gírias e os chamados tecnicismos são exemplos da linguagem enquanto instrumento de pertencimento do indivíduo a determinado grupo.

No mundo contemporâneo, consumo e tecnologia são conceitos inadiáveis para os indivíduos que ambicionam a prosperidade. O bombardeio midiático se

encarrega de estabelecer e consolidar a conexão simbólica entre consumo e felicidade. Além disso, os produtos que todos querem provêm de um mundo idealizado em que se fala, basicamente, o inglês. Nas palavras de Garcez e Zilles (2004, p. 23):

Em uma sociedade como a brasileira, na qual é imensa a disparidade de consumo dos cidadãos e na qual a classe social consumidora sofre de grande insegurança social e se mira em um modelo externo de consumo, norte-americano ou europeu, não surpreende que o anglicismo se preste para marcar a diferenciação competitiva entre quem dispõe desse capital simbólico e a massa não-consumidora.

O emprego de palavras estrangeiras possui conotação diversa nos variados espaços de utilização. Na área da beleza – cosméticos e moda –, a palavra estrangeira traz consigo um aporte de significados que vão desde o sentimento de novidade e prestígio à sofisticação. Segundo Fiorin (2004, p. 120), “os nomes em francês conotam elegância, refinamento. Os nomes em inglês, modernidade, aventura, juventude(...)”. Cabe mencionar, ainda, o uso de termos técnicos que agregam aos produtos destinados a cuidados com a pele e o corpo um valor simbólico que remete à investigação científica e, conseqüentemente, à sensação de eficácia pelo consumidor (por exemplo, *tensolift* para partículas tensoativas).

Antes de passarmos ao objeto específico de estudo deste trabalho, vejamos uma síntese dos pontos relacionados à questão teórica até agora abordados. Revisando os conceitos e classificação, vimos que neologismo é a criação de palavras através de recursos disponíveis na própria língua para representar uma ideia ou conceito novos, e estrangeirismo é a adoção de palavras de um sistema linguístico externo, que podem, ou não, passar por processo de adaptação e deixar de ser percebidas como palavra estrangeira, sendo que, neste caso, já são tidas como empréstimos. Além disso, abordamos os processos de ampliação lexical de uma língua sob à ótica de Alves e Cabré.

Para análise e classificação dos dados coletados, adotamos como subsídio os conceitos de Alves (1984) acerca de *estrangeirismo*, *peregrinismo* e *empréstimo dicionarizado*, entendendo como estrangeirismo a palavra adotada por nossa comunidade linguística sem nenhuma adaptação, mas que ainda provoca estranhamento, como por exemplo, *strobing*; peregrinismo, a palavra que já está em processo de aceitação, sendo bastante utilizada pelos falantes e meios de

comunicação, sem, portanto, causar estranhamento como, por exemplo, *look*; e empréstimo dicionarizado, quando a palavra já está totalmente integrada ao português, já dicionarizada, com ou sem processo de derivação.

Feitos esses esclarecimentos, passamos a apresentar a metodologia utilizada para a construção do *corpus* e para a coleta e análise dos dados.

4 METODOLOGIA

O objeto de análise deste trabalho, conforme já afirmamos, é a editoria de beleza do *Caderno Donna*, encarte dominical do jornal *Zero Hora*.

O *Caderno* iniciou sua circulação como suplemento do jornal *Zero Hora Dominical* a partir de maio de 1993. Em maio de 2012, ganhou novo visual, passando do status de caderno para revista semanal. Atualmente, a revista também está disponível no meio eletrônico (<http://revistadonna.clicrbs.com.br/>).

O público-alvo da revista são mulheres das classes A e B, com idade entre 20 e 60 anos, com interesse em saúde, bem-estar, beleza, moda e qualidade de vida. Os artigos publicados na seção de beleza abordam temas referentes aos cuidados com pele, cabelos, unhas e olhos e indicação de produtos na área da cosmética. Em algumas edições, as matérias baseiam-se em entrevistas feitas com médicos dermatologistas, mas, na grande maioria, o enfoque é a partir de opiniões e conselhos de profissionais da área da beleza: cabeleireiros, manicures, profissionais de estéticas.

A revista *Donna* circula no Rio Grande do Sul com o jornal *Zero Hora*. Em Santa Catarina, circulou como encarte dos jornais *A Notícia*, *Jornal de Santa Catarina* e *Diário Catarinense*, todos de propriedade do Grupo RBS. Com a transferência do controle de operações em televisão, rádio e jornais, em março de 2016, do grupo gaúcho para o Grupo NC, o *Caderno Donna* deixou de circular apenas no *Diário Catarinense*, sendo mantido nos demais.

Foram recolhidos e analisados os estrangeirismos encontrados nessa seção no período compreendido entre 06 de setembro de 2015 e 08 de maio de 2016, totalizando 33 edições, no formato papel.

Considerando a definição de estrangeirismo como a adoção de palavras de um sistema linguístico externo, conforme vimos anteriormente, coletamos os estrangeirismos semanalmente, através de leitura dos textos, chegando a um total de 82. Todos os estrangeirismos utilizados nos artigos da editoria de beleza foram lançados em uma tabela contendo as seguintes informações:

- a) Estrangeirismo e suas derivações ou flexões.
- b) Classificação – classificação da palavra estrangeira conforme a proposta de Alves: estrangeirismo (E), palavra estrangeira de uso recente e que ainda causa estranhamento; peregrinismo (P), palavra estrangeira de uso frequente, querendo

integrar-se ao sistema linguístico e/ou já constituindo a base de uma derivação conforme critérios morfossintáticos da língua importadora; e empréstimo dicionarizado (ED), palavra estrangeira já integrada ao léxico e dicionarizada. A verificação da dicionarização foi feita nas versões eletrônicas dos dicionários Michaelis, Aulete e Aurélio.

c) *Types* - número total de ocorrências da palavra e de suas derivações ao longo do período de coleta dos textos

d) Contexto - exemplo de utilização da palavra nos artigos.

Para análise dos dados, consideramos o número de ocorrências de cada tipo identificado, o que nos permitiu identificar os estrangeirismos mais utilizados e tecer algumas considerações gerais sobre os dados encontrados.

Após a apresentação das etapas metodológicas, apresentamos a análise e a discussão dos dados coletados.

5 ANÁLISE DOS DADOS E RESULTADOS

De acordo com a metodologia explicada no capítulo anterior, os estrangeirismos coletados foram classificados conforme indicamos na tabela que segue:

Tabela 1 – Estrangeirismos na editoria de beleza do Caderno Donna de 06 set. 2015 a 08 maio 2016

Estrangeirismo	E/P/ED	T	Contexto
<i>Bob</i> <i>Long bob</i> <i>Bob hair</i> <i>Messy bob</i>	E	6	O Corte escolhido (...) é uma variação do <i>bob</i> em formato assimétrico; (...) <i>long bob</i> que combina volume e efeito iluminado; <i>Bob hair</i> com mechas sutis; <i>messy bob</i> com raiz mais escura.
<i>Baby liss</i>	E	2	O efeito é construído com <i>mousse</i> e <i>baby liss</i> ; uso indiscriminado de secado, chapinha, <i>baby liss</i> .
<i>Strobing</i>	E	10	Trata-se de <i>strobing</i> , técnica que, ao contrário do contorno, ilumina os pontos a que se quer dar destaque; esqueça o efeito dramático dos contornos e parta para o <i>strobing</i> .
<i>Bronzer</i> <i>Bronzers</i>	E	2	Nada de usar <i>bronzers</i> luminosos; (...) o ideal é escolher entre tons rosados e pêssego, ou até um <i>bronzer</i> ;
<i>Wet hair (v)</i> <i>Scab hair (v)</i> <i>Bad hair day (v)</i> <i>Bronde hair (v)</i> <i>Hairstylist (v)</i> <i>Tortoiseshel hair (v)</i> <i>Turtle hair (v)</i> <i>Hair dresser (v)</i> <i>Hair designer</i> <i>Street hair (v)</i> <i>Ombre hair (v)</i> <i>Fluid hair (v)</i> <i>(v) variações de hair</i>	E	3 1 1 3 5 1 1 1 1 1 1 1	Pequenos truques facilitam a adesão ao <i>wet hair</i> , penteado queridinho das celebridades; (...) o resultado é o <i>scab hair</i> ; Não chega a ser um <i>bad hair day</i> , mas durante esse período de transição capilar (...); Giovana Antonelli adotou o <i>bronde (brown+blonde) hair</i> ; Quem adianta é o <i>hairstylist</i> , Marcelo; (...) perderam a força para o <i>tortoiseshell hair</i> , também conhecido como efeito tartaruga; (...)eis uma das vantagens do chamado <i>turtle hair</i> ; Jonathas, <i>hair dresser</i> do salão Cubo; (...) a <i>hair designer</i> se inspirou em obras de arte para criar mechas; <i>Street hair</i> POA; Há muitos nomes para este estilo, como <i>ombre hair</i> , californiano (...); (...) com pigmentos rosa misturados, configurando o <i>fluid hair</i> .
<i>New Wave</i>	E	1	(...) foi sucesso nos anos 1980 graças aos produtos <i>new wave</i> .
			As francesas costumam substituir a limpeza diária com

<i>Cleansers</i>	E	2	<i>cleansers</i> .
<i>Oil free</i>	E	1	As mais secas exigem hidratação antes e as oleosas pedem produtos <i>oil free</i> .
<i>Primer</i>	E	2	<i>Primer</i> , base, corretivo e pó; (...)camadas de base, <i>primer</i> e corretivo.
<i>Gloss</i>	E	7	Independente da escolha entre batom ou <i>gloss</i> para os lábios; (...) ao lado de cores brilhantes com efeito <i>gloss</i> ; (...)seja em forma de <i>gloss</i> , lápis ou batom, o resultado é sempre marcante.
<i>Frizz</i>	E	1	Cabelos naturais com <i>frizz</i>
<i>Leave in</i>	E	3	O <i>leave in</i> é a melhor maneira de tratar os fios; Você pode optar por produtos como o <i>leave in</i> ou óleos, minutos antes de entrar na água; basta lavar, colocar um bom <i>leave in</i> ou um modelador de cachos e sair
<i>Big chop</i>	E	1	(...) <i>big chop</i> , que é um grande corte para tentar tirar o máximo de fios danificados.
<i>Stick</i>	E	1	Os <i>blushes</i> em formato <i>stick</i> são os ideais para peles mistas ou oleosas.
<i>New face</i>	E	3	<i>New face</i> , o corte de cabelo errado que fez tudo dar certo na carreira de Ari.
<i>Backstage</i>	E	2	(...)Ari, como prefere ser chamada no <i>basckstage</i> ; Fabiane Gomes, direto do <i>backstage</i> .
<i>Nail art</i>	E	2	Marcas de esmalte atualizam a tecnologia em vez de perseguir tendências na <i>nail art</i> ; Quanto ao <i>nail art</i> , os desenhos geométricos aparecem como os favoritos.
<i>El off</i>	E	1	Feito de ingredientes de origem natural (...) em esmalte <i>el off</i> inodoro
<i>Ombre</i>	E	9	O <i>ombré</i> é bem popular agora, mas o <i>ombré</i> feito no aerógrafo é o máximo; Lembra das californianas e dos <i>ombrés</i> ?; Mais <i>ombré</i> : neste verão a cor em degradê chega também às sobancelhas.
<i>Beauty artist</i>	E	4	A convite de Donna, a <i>beauty artist</i> ensina o passo a passo de um <i>make</i> simples; (...) a base ajuda a neutralizar o tom rosado da boca, explica a <i>beauty artist</i> ; se depender dos <i>beauty artists</i> o <i>gloss</i> terá seu retorno triunfal.
			Vic acredita que poucas coisas na vida são tão <i>learning</i>

<i>Learning by doing</i>	E	1	<i>by doing</i> como maquiagem.
<i>Lip balm</i>	E	2	A dermatologista indica: é possível criar seu próprio <i>lip balm</i> ; (...) depois vale hidratar aplicando o <i>lip balm</i> de sua preferência
<i>Sunny beach</i>	E	1	O aspecto desalinhado é chamado, ainda, de <i>sunny beach</i> .
<i>Top Coat</i>	E	2	Não esqueça do finalizador, também conhecido como <i>top coat</i> .
<i>Color block</i>	E	1	Jonathas Diniz (...) propôs um <i>color block</i> no contorno com rosa pastel
<i>Trend setters</i>	E	1	<i>Trend setters</i> do Sul já aderiram à moda que promete ser a sensação nos meses de frio
<i>High lights</i>	E	1	Há muitos nomes para este estilo, como californianas ou <i>high lights</i> .
<i>Skin booster</i>	E	1	(...) procedimentos injetáveis, como, por exemplo, o <i>skin booster</i> usado para hidratação cutânea.
<i>Coaching</i>	E	1	Palestras de <i>coaching</i>
<i>Ice fresh</i>	E	1	Dá um efeito <i>ice fresh</i> sem ficar exagerado.
<i>Care Line Sun Sublime</i>	E	1	Produto indicado para tratamento de cabelos louros – da fabricante <i>Keune</i> .
<i>Recharge Cool Blonde</i>	E	1	Produto indicado para tratamento de cabelos louros – da fabricante <i>Wella</i> .
<i>Shine Blonde</i>	E	1	Produto indicado para tratamento de cabelos louros – da fabricante <i>L’Oreal</i>
<i>Blonde Idol</i>	E	1	Produto indicado para tratamento de cabelos louros – da fabricante <i>Redken</i>
<i>Iluminage Pond’s</i>	E	1	Marca de fronha indicada para cuidados com a pele e o rosto.
Visagismo ¹²	P	2	No salão é feito um procedimento chamado <i>visagismo</i> , um conjunto de técnicas para valorizar o rosto;

¹² A palavra estrangeira *visage* constitui a base das derivações.

(*) As palavras *visagismo*, *visagista*, *make up* e *look/looks* já estão dicionarizadas no Dicionário Michaelis, versão *on-line*.

Visagista (*)			convidamos o <i>visagista</i> Cassiano para um passeio pelas ruas da Capital.
<i>Mousse</i>	P	3	Quem tem cabelo ondulado pode moldar a ondulação com <i>mousse</i> ; Vale usar <i>mousse</i> antes de enrolar.
<i>Make</i> <i>Make up artist</i> (*)	P	24 2	(...)técnica de <i>make</i> que visa iluminar pontos estratégicos; escolher o <i>make</i> de acordo com a ocasião; a gente conta com a ajuda da <i>make</i> nossa de cada dia; a <i>make up artist</i> Mayra das fotos abaixo.
<i>Look</i> (*) <i>Looks</i>	P	15	Para criar o <i>look</i> usando gel, mousses e pomadas; Copie o <i>look</i> com maquiagem; garanta que seu <i>look</i> dure por muitas horas; o pedido por mais ousadia nos <i>looks</i> tem surgido com cada vez mais frequência nos salões; (...) <i>look</i> colorido demais.
<i>Express</i>	P	1	(...)para qualquer tipo de limpeza <i>express</i> que a pele necessite;
<i>Up</i>	P	4	(...) mas coisas pequenas, rápidas e práticas também dão um super <i>up</i> ; novo <i>up</i> na moldura; é hora de dar um <i>up</i> no combo base+rímel+batom; o <i>up</i> final fica por conta das várias camadas de máscaras de cílios
<i>Mix</i>	P	1	(...) reflexos azulados e <i>mix</i> de tons pastéis.
<i>Blog</i>	ED	1	Taís assina um <i>blog</i> de beleza; editora de beleza da Vogue Brasil e autora do <i>blog</i> (...).
<i>Site</i>	ED	1	Confira em nosso <i>site</i> (..)
<i>Flash</i>	ED	1	(...) aquela luz da balada que pisca freneticamente como um <i>flash</i> .
<i>Blush</i>	ED	18	(...)queixo e maçãs do rosto, logo acima do <i>blush</i> ; muito cuidado ao escolher o tom do <i>blush</i> ; o <i>blush</i> levanta e dá vida a qualquer visual.
<i>Socialite</i>	ED	1	Popularizado pela <i>socialite</i> Kim Kardashiam.
<i>Fashion</i>	ED	2	(...) um dos atuais queridinhos do mundo <i>fashion</i>
<i>Spray</i> <i>Sprays</i>	ED	2	Outro jeito de conquistar o efeito é usar <i>sprays</i> ; outra dica importante é a aplicação de óleo ou <i>spray</i> secante

<i>Marketing</i>	ED	1	(...)colabora positivamente no <i>marketing</i> pessoal.
<i>Nécessaire</i>	ED	2	Essencial na <i>nécessaire</i> de qualquer mulher; no ano novo é hora de tirar todos os itens com brilho da <i>nécessaire</i> .
<i>Glamour</i>	ED	1	Os cintilantes devem ser usados à noite, já que trazem mais <i>glamour</i> para a produção.
<i>Art nouveau</i>	ED	1	Um prenúncio da unha <i>art nouveau</i> é o espaço negativo em que parte dela fica sem esmalte.
<i>Revival</i>	ED	1	Lisa Logan aposta num <i>revival</i> do estilo de rua dos anos 90.
<i>Hit</i> <i>Hits</i>	ED	2	Conversamos com quem é <i>expert</i> em unhas para saber os <i>hits</i> da próxima estação; O <i>hit</i> deve sobreviver
<i>Expert</i>	ED	1	Mesmo exemplo acima.
<i>Métier</i>	ED	1	(...)compartilhando segredos do seu <i>métier</i> .
<i>Lasers</i>	ED	4	<i>Lasers</i> inibem o crescimento das bactérias causadoras da acne; (...)ponteiras novas para os <i>lasers</i> ; É recomendado aguardar mais um pouco para utilizar <i>lasers</i> .
<i>Peeling</i>	ED	5	(...)existe até mesmo um <i>peeling</i> à base de chocolate; Apesar de novas técnicas, o conhecido <i>peeling</i> não perdeu sua função.
<i>Lifting</i>	ED	2	Efeito <i>lifting</i> imediato.
<i>Freelancer</i>	ED	1	(...) trabalha em eventos como <i>freelancer</i> .
<i>On line</i>	ED	1	(...) plataforma <i>on line</i> permite contratar serviços de cabeleireiro.

Fonte: Elaborada pela autora.

Após o levantamento dos dados e leitura dos artigos, computamos o emprego de 62 palavras estrangeiras ao longo do período de observação da seção de beleza do *Caderno Donna*. Se levarmos em conta a utilização das derivações em torno de algumas palavras, como *bob* (*long bob*, *bob hair*, *messy bob*) e *hair* (*wet hair*, *scab hair*, *bronde hair*), e flexão de número, em casos como *spray/sprays*, *hit/hits*,

chegamos ao total de 82 palavras estrangeiras utilizadas nas 33 edições. Em números absolutos, são 50 estrangeirismos, 10 peregrinismos e 22 empréstimos dicionarizados. Considerando a frequência de utilização, chegamos ao total de 198 *types* e à média exata de 6 (seis) palavras estrangeiras empregadas por edição.

As duas palavras estrangeiras mais utilizadas foram *make* (26 ocorrências) e *look* (15 ocorrências), ainda não dicionarizadas, mas de grande aceitação na comunidade de falantes de português e muito utilizadas pelos meios de comunicação e anúncios publicitários. Por essa razão, foram classificadas como casos de *peregrinismos*, já que, conforme conceituação de Alves (1984) estão na fase intermediária entre o estrangeirismo e o empréstimo. Relativamente à palavra estrangeira *make*, observamos que a questão do gênero ainda não está consolidada, tendo apresentado oscilação nesse campo, conforme se observa na tabela (escolher o *make*/ a ajuda da *make* nossa de cada dia). Este fator revela, ainda, instabilidade no uso da palavra, mesmo que seja utilizada com muita frequência. As palavras estrangeiras classificadas como peregrinismos (*visagismo*, *visagista*, *mousse*, *make*, *look*, *express*, *up* e *mix*) apresentam a mesma característica de uso frequente e nenhum estranhamento por parte dos falantes do português em diferentes esferas e, principalmente, em espaços de circulação de temas relacionados à estética e cuidados com a beleza. O caráter transitório das palavras acima mencionadas entre o estrangeirismo e o empréstimo é reforçado pelo fato de *visagismo*, *visagista*, *make up* e *look* já estarem dicionarizadas na versão *on-line* do Dicionário Michaelis, conforme apontado na tabela 1.

Já as palavras classificadas como estrangeirismos ainda não estão integradas ao universo dos falantes de forma natural, apesar de sua utilização pela mídia. São termos instáveis, cuja incorporação ao universo linguístico ainda está à prova, dependendo da aceitação, ou não, da comunidade de falantes do português.

No caso dos estrangeirismos apresentados na tabela 1, observamos, em alguns casos, o emprego não só de uma palavra estrangeira, mas de expressões inteiras em detrimento do uso das mesmas em português, como por exemplo: “não chega a ser um *bad hair day*”¹³, “poucas coisas na vida são tão *learning by doing*”¹⁴).

Quanto aos empréstimos dicionarizados, observamos que se referem a vários campos de atividade e não apenas aos relacionados ao universo da cosmética ou

¹³ Em tradução livre, “um dia de cabelo ruim”

¹⁴ Em tradução livre, “aprender fazendo”

dos cuidados com o corpo, como, por exemplo: *revival*, *on-line*, *expert*, *métier*, *marketing*.

A partir da observação dos textos e das palavras utilizadas, é possível perceber o quanto a linguagem é, ao mesmo tempo, instrumento e reflexo das interações sociais conforme o espaço de circulação e o público envolvido. Vivemos em um mundo onde valores como eficácia, modernidade, juventude e beleza são altamente prestigiados, e a indústria de bens de consumo, associada e amparada pela indústria publicitária, construiu, ao longo dos anos, o conceito de que só o consumo nos conduzirá a esses valores. Consumir é ser feliz; consumir produtos sofisticados é o nirvana do consumidor médio brasileiro. Queremos fazer parte do clube dos descolados, onde encontrar-se com os amigos após o trabalho é *happy hour* e o intervalo no meio de um seminário é *coffee break*.

Portanto, para além do emprego da palavra estrangeira, há toda uma simbologia que nos permite ter a sensação de viver em uma sociedade moderna, inovadora e da qual fazemos parte. No universo da beleza, é imperativo estar conectado com as mais novas tendências, geralmente oriundas dos núcleos europeus e norte-americanos. Nesse caso, o estrangeirismo é condição *sine qua non* para atingir o sucesso; todo profissional de beleza, nas variadas esferas sociais, esforça-se para dominar meia dúzia de termos estrangeiros em circulação nas revistas e anúncios publicitários, para que a clientela perceba o quanto ele está conectado e atento ao que se passa nos grandes centros da moda e da cosmética.

Também cabe mencionar que outro fator de disseminação do uso da palavra estrangeira nesse meio relaciona-se com a denominação dos produtos comercializados, em sua grande maioria em língua inglesa ou francesa, conforme exemplos já mencionados anteriormente *Care Line Sun Sublime -Keune*, *Recharge Cool Blonde -Wella*.

Por fim, cumpre referir que o *Caderno Donna* não tem caráter meramente informativo. Ao apontar novas tendências, também serve de meio de divulgação comercial, já que, concomitantemente, indica produtos e serviços que podem levar à realização dos desejos das leitoras, tais como beleza, juventude e corpo perfeito. Portanto, os estrangeirismos no *Caderno Donna*, além de servirem como conectores na relação leitora-jornal-consumo, servem para reforçar valores e estabelecer uma ideia de pertencimento a um grupo que é moderno, conectado e com interesses em comum.

6 CONCLUSÃO

A adoção de estrangeirismos remete à questão de identificação do indivíduo com determinado grupo, cujos valores estão em consonância com sua visão de mundo. Além disso, o uso de palavra de outro idioma abrange a influência de hábitos, costumes e ideias de uma cultura sobre outra. Por vezes, também tem relação com a área de interesse a que se refere – o setor de tecnologia da computação, por exemplo, utiliza muitas palavras estrangeiras que têm origem na denominação de dispositivos, ferramentas ou materiais empregados ainda sem equivalentes nas demais línguas.

Como vimos anteriormente, ao longo da história houve alternância da influência de alguns idiomas em termos mundiais. Em determinado momento histórico, foi o grego, em outro, o latim, mais adiante, o francês e, mais recentemente, o inglês. O idioma grego propagou o pensamento filosófico pelo ocidente; o latim foi a língua do conhecimento e de difusão dos valores da Igreja Católica; o francês imprimiu sua marca como símbolo de elegância e sofisticação; e, finalmente, o inglês consolidou-se como o idioma da tecnologia, da comunicação e da modernidade.

Com o advento da Internet, o fluxo de informações pelo mundo acelerou de forma exponencial, difundindo conceitos, produtos e modismos. Anteriormente, as culturas dos países estavam mais isoladas umas das outras, fenômeno que não ocorre na atualidade, já que vivemos um momento em que as culturas estão mais permeáveis e os gostos homogeneizados e centrados em tendências eurocêntricas ou norte-americanas. Como vemos, não é de hoje que olhamos o estrangeiro com olhos de admiração e, talvez, esse afã de querermos ser aquilo que imaginamos ser melhor nos tenha conduzido a essa busca incessante pela sofisticação.

A linguagem também transpira esse processo, porque ela é reflexo de toda nossa rede de conexões com o mundo e com as coisas do mundo. Consumimos produtos estrangeiros que, por vezes, sequer são traduzidos; não sabemos bem como, mas, de certa forma conseguimos compreender o sentido (*make up, clean, up*); mesmo em outra língua, as coisas fazem sentido, a comunicação se estabelece e, assim, seguimos incorporando estrangeirismos ao nosso dia a dia.

No mundo das trocas cibernéticas, se é possível entender, não é preciso complicar. Não faz mal algum, por vezes, querer enfeitar e dar um *up* no linguajar

porque, ainda que infiltrado, o estrangeirismo acaba respeitando a ordem em que as palavras têm que estar dispostas na língua dos falantes. Nossa língua portuguesa ainda comanda o espetáculo e determina o lugar do sujeito, do verbo e do predicado. Nenhum empréstimo vai acabar com nossa língua, apenas torná-la mais versátil.

À medida que avançamos na elaboração deste trabalho, nos foi possível atingir seu objetivo central, qual seja, identificar os estrangeirismos utilizados na seção de beleza do *Caderno Donna* e compreender as razões de sua utilização. Das 33 edições analisadas, coletamos 82 estrangeirismos e suas derivações. Desse total, 50 são estrangeirismos, 22 empréstimos dicionarizados e 10 peregrinismos. Atingimos, assim, nossos dois primeiros objetivos propostos – identificar os estrangeirismos e sua tipologia – e respondemos à primeira pergunta da pesquisa – Quais os tipos de estrangeirismos utilizados na seção de beleza do *Caderno Donna*?

Retomando o segundo objetivo deste trabalho, e a segunda pergunta proposta – Quais as razões para sua utilização nessa publicação? –, podemos afirmar que, no caso da seção de beleza do *Caderno Donna*, evidenciamos que os grandes conglomerados da indústria cosmética mundial, para efeito de comercialização, optam por manter o nome dos produtos destinados à beleza na língua de origem, como vimos anteriormente em *Shine Blonde*, da *L’Oreal*. Sem dúvida alguma não se trata de distração comercial; faz parte de uma estratégia mercadológica que agrega valor ao nome e às marcas estrangeiras. Assim, a palavra estrangeira é utilizada como uma ferramenta de inserção e ratificação de valores num mundo onde ser moderno e sofisticado tem relação direta com o que vem de fora. A utilização do estrangeirismo reforça os laços e a sensação de pertencimento ao universo feminino, além de permear o texto com símbolos de sofisticação e modernidade.

Com os resultados obtidos, esperamos ter apresentado, ainda que de forma breve, alguns dados e algumas reflexões sobre os estrangeirismos utilizados na área da beleza, contribuindo para os estudos dos estrangeirismos usados na língua portuguesa. Além disso, foi possível identificar a função que cumprem na língua, função esta que extrapola o ritual mecânico de repetição por parte dos falantes. Como vimos, o estrangeirismo carrega consigo toda uma simbologia em termos de padrões comportamentais compartilhados de forma crescente em âmbito mundial em função do processo de globalização e de avanços tecnológicos.

REFERÊNCIAS

ALVES, Ieda Maria. **Neologismo**. Criação Lexical. São Paulo: Ática, 1990.

_____. A integração dos neologismos por empréstimo ao léxico português. **Alfa**, São Paulo, 28 (supl.), 1984, p. 119-126.

ASSIS, Machado de. Contos de Machado de Assis. In: ROCHA, João Cezar de Castro (org). **Desrazão**/Machado de Assis. v. 6. Rio de Janeiro: Record, 2008.

_____. **Várias Histórias**. Rio de Janeiro, São Paulo, Porto Alegre: W.M. Jackson INC. Editores, 1950.

BAGNO, Marcos. Cassandra, Fênix e outros mitos. In: FARACO, Carlos Alberto (Org.). **Estrangeirismos**: guerras em torno da língua. São Paulo: Parábola, 2004, p. 49-83.

BARBOSA, Maria Aparecida. Língua Portuguesa em Debate: conhecimento e ensino. In: AZEVEDO, José Carlos de (Org.) **Dos processos de engendramento e manifestação do neologismo nos discursos essencialmente figurativos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000. p. 176-191.

BARBOSA, Maria Aparecida. Da neologia à neologia na literatura. In: OLIVEIRA, Ana Maria Pinto Pires de; ISQUIERDO, Aparecida Negri (Orgs.) **As ciências do Léxico**: lexicologia, lexicografia, terminologia. 2 ed. Campo Grande, MS: Ed.UFSM, 2001, p. 33-51.

BECHARA, Evanildo. **Moderna gramática portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.

BUENO, Eduardo. **Passada a limpo**: história da higiene pessoal no Brasil. São Paulo: Gabarito de Marketing Editorial, 2007.

CABRÉ CASTELLVÍ, Maria Teresa. La Clasificación de neologismos: una tarea compleja. **Alfa**, v. 50, n. 2, São Paulo, 2006, p. 229-250.

CALVET, Louis-Jean. **Sociolinguística**: uma introdução crítica. São Paulo: Parábola Editorial, 2002.

CARDOSO, Elis de Almeida. A criação Neológica Estilística. **MATRAGA**: Revista do Programa de Pós-Graduação em Letras/Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Caetés, v.11, n.16, 2004.

CARVALHO, Nelly Medeiros de. A criação neológica. **Revista Trama**, v. 2, n. 4, 2006, p. 191-203.

CORREIA, Margarita; ALMEIDA, Gladis Maria de Barcellos. **Neologia em português**. São Paulo: Parábola Editorial, 2012.

CRYSTAL, David. **A revolução da linguagem**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

DACANAL, José Hildebrando. **Linguagem, poder e ensino da língua**. Porto Alegre: WS Editor, 2006.

DEL PRIORE, Mary. **Conversas e histórias de mulher**. São Paulo: Planeta, 2013.

FARACO, Carlos Alberto (Org.). **Estrangeirismos: guerras em torno da língua**. São Paulo: Parábola, 2004.

FIORIN, José Luiz. Considerações em torno do Projeto de Lei nº 1676/99. In: FARACO, Carlos Alberto (Org.). **Estrangeirismos: guerras em torno da língua**. São Paulo: Parábola, 2004, p. 107-125.

GARCEZ, Pedro; ZILLES, Ana Maria S. Estrangeirismos Desejos e Ameaças. In: FARACO, Carlos Alberto (Org.). **Estrangeirismos: guerras em torno da língua**. São Paulo: Parábola, 2004, p. 15-36.

GARCILASO DE LA VEJA, INCA. *Comentarios Reales*. Lisboa, 1609. **Acervo da Biblioteca Nacional de España**. Disponível em: <<http://bdh-rd.bne.es/viewer.vm?id=0000009186&page=1>>. Acesso em: 30 abr. 2016.

PIGAFETTA, Antonio. **A primeira viagem ao redor do mundo: o diário da expedição de Fernão de Magalhães**. Porto Alegre: L&PM, 2005.

RAJAGOPALAN, Kanavillil. **Por uma linguística crítica: linguagem, identidade e a questão ética**. São Paulo: Parábola, 2003.

REUILLARD, Patrícia Chittoni Ramos. **Neologismos lacanianos e equivalências tradutórias**. 2007. 228f. Tese (Doutorado em Letras). Programa de Pós-Graduação em Letras, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.

Revistas/Jornais

Revista Cláudia, n. 5, ano 55, maio 2016.

Caderno Donna – Encarte do Jornal Zero Hora. 33 edições – de 06 set. 2015 a 08 maio 2016.

Consultas na Internet

Clinique. Página dos produtos. Disponível em <www.clinique.com.br>. Acesso em: 07 abr. 2016.

Dicionário Aulette Digital. Disponível em <<http://www.aulette.com.br>>. Acesso em: 24 set. 2016.

Dicionário do Aurélio *on line*. Disponível em <<https://dicionariodoaurelio.com>>. Acesso em: 24 set. 2016.

Dicionário Michaelis *on line*. Disponível em <michaelis.uol.com.br>. Acesso em: 24 set. 2016.

O Brazil Elegante: jornal de modas das famílias brasileiras. 1904. Acervo da Biblioteca Nacional do Brasil. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=739987&pesq=O%20brazil%20elegante&pasta=ano%20190>>. Acesso em: 08 jul. 2016.

PRIORE, Mary Del Priore; RASPANTI, Márcia Pinna. **Blog História Hoje**. Disponível em <<http://historiahoje.com/uma-historia-do-luxo-no-brasil>>. Acesso em: 13 jul. 2016.