

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
DEPARTAMENTO DE LETRAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS
MESTRADO ACADÊMICO EM LETRAS**

**ANÁLISE DO USO DOS ANGLICISMOS *CRUSH*, *SHIP*,
STALKER E *MATCH* NO PORTUGUÊS BRASILEIRO**

SÃO LUÍS

2022

ELAINE GOMES DA SILVA REIS

**ANÁLISE DO USO DOS ANGLICISMOS *CRUSH*, *SHIP*,
STALKER E *MATCH* NO PORTUGUÊS BRASILEIRO**

Dissertação apresentada ao Programa de
Pós-Graduação em Letras da Universidade
Federal do Maranhão, como requisito para a
obtenção do título de Mestre em Letras.

Linha de Pesquisa: Descrição e Análise do
Português Brasileiro

Orientadora: Prof^a Dr^a Mônica Fontenelle
Carneiro

Coorientadora: Prof^a Dr^a Claudiene Diniz da
Silva

SÃO LUÍS

2022

ELAINE GOMES DA SILVA REIS

**ANÁLISE DO USO DOS ANGLICISMOS *CRUSH, SHIP, STALKER* E *MATCH* NO
PORTUGUÊS BRASILEIRO**

Dissertação apresentada ao Programa de
Pós-Graduação em Letras da
Universidade Federal do Maranhão,
como requisito para a obtenção do título
de Mestre em Letras. Linha de Pesquisa:
Descrição e Análise do Português
Brasileiro

BANCA EXAMINADORA

Profª Drª Mônica Fontenelle Carneiro

Orientadora/Presidente
Universidade Federal do Maranhão

Profª Drª Claudiene Diniz da Silva

Coorientadora
Universidade Estadual do Maranhão

Prof Dr Celso Ferrarezi Júnior

Examinador Externo
Universidade Federal de Alenas

Profª Drª Veraluce da Silva Lima

Examinadora Interna
Universidade Federal do Maranhão

Profª Drª Ana Lúcia Rocha Silva

Membro Suplente
Universidade Federal do Maranhão

“Para ser grande, sê inteiro: nada
Teu exagera ou exclui.
Sê todo em cada coisa. Põe quanto és
No mínimo que fazes.
Assim em cada lago a lua toda
Brilha, porque alta vive”.

Odes de Ricardo Reis
Fernando Pessoa

Com carinho especial, dedico esta dissertação ao meu companheiro inseparável Fabrício por sempre acreditar nas minhas potencialidades.

Dedico também ao meu filho Davi que me deu a oportunidade de exercer minha melhor versão. Amo vocês!

AGRADECIMENTOS

A Deus pela Sua infinita bondade ao me conceder perseverança ao longo desse percurso.

Aos meus pais Daguiomar (*in memoriam*) e Virgílio (*in memoriam*) que foram a base do que sou hoje, por serem exemplo de humildade e por nunca terem medido esforços para oferecer meus estudos.

Aos meus amados irmãos Gilberto e Simone que me dão tanto amor e suporte.

Aos demais membros da família que sempre estão ao meu lado.

À minha orientadora Prof Dr^a Mônica Fontenelle Carneiro pela oportunidade de estudar na UFMA, por todos os conhecimentos transmitidos e pela confiança em meu trabalho.

À minha coorientadora Prof Dr^a Claudiene Diniz da Silva pela disponibilidade e fundamental contribuição para a construção da pesquisa.

Ao Prof Dr Celso Ferrarezi Júnior pela disponibilidade em participar das bancas, por ter lido meu texto pacientemente e ter contribuído com sua experiência.

À Prof^a Dr^a Veraluce da Silva Lima por participar das minhas bancas e pelas valiosas sugestões ao ler o meu texto.

Aos colegas Elton e Andreza Luana por terem dividido comigo a caminhada do mestrado com muita cumplicidade e amizade.

RESUMO

Esta pesquisa foi motivada pelo interesse em observar como os empréstimos se comportam em termos linguísticos e culturais, tendo como ponto de partida seus usos no ambiente virtual. A investigação se inicia pelo Instagram, opção decorre da constatação de que os usuários brasileiros dessa rede social adotam um número considerável de anglicismos por influência de fatores socioculturais. Ao longo da pesquisa, ocorrências dentro e fora da Internet dos anglicismos pesquisados foram analisadas. Portanto, essa pesquisa teve como objeto de investigação os empréstimos estrangeiros provenientes do inglês no Português Brasileiro (PB), pela perspectiva da Semântica Cultural (SC), que se caracteriza como uma “[...] vertente da Semântica que estuda a relação entre os sentidos atribuídos às palavras ou demais expressões de uma língua e a cultura em que essa mesma língua está inserida” (FERRAREZI, 2013, p. 71). Entendemos, a partir desse conceito, que essa corrente de pesquisa da Semântica busca explicitar os sentidos e observar a importância dos aspectos culturais para a construção dos enunciados linguísticos. Pretendemos compreender a relação entre os sentidos atribuídos aos anglicismos e a nossa cultura, pois, para a Semântica Cultural, uma língua deve representar um mundo e os seus eventos. Um dos grandes avanços da área, nos últimos anos, foi demonstrar que as estruturas das línguas naturais são também reflexos da cultura, das organizações sociais e do meio, tornando evidente, dessa forma, a importância da parte viva da língua, ou seja, a língua em uso. Ademais, buscamos base teórica nas leituras efetuadas em Alves (2002), Barbosa (2009), Carvalho (2009) dentre outros autores que tratam dos empréstimos linguísticos e neologismos. E, finalmente, autores como Rajagopalan (2003) e Crystal (2005), Kumaravadivelu (2006) sobre Globalização e Internet. O presente trabalho tem, pois, como objetivo geral analisar o uso dos anglicismos *crush*, *ship*, *stalker* e *match* no Português Brasileiro. Ademais, objetivamos especificamente observar o uso dos anglicismos selecionados postagens no Instagram, assim como suas ocorrências em contextos dentro e fora do ambiente on-line. Também almejamos compreender os domínios semântico-culturais dos anglicismos selecionados à luz da Semântica Cultural e verificar a existência de correspondentes no léxico do Português Brasileiro para os anglicismos pesquisados.

Palavras-chave: Anglicismos. Semântica Cultural. Português Brasileiro.

ABSTRACT

This research was motivated by the interest in observing how words in English behave in linguistic and cultural terms, having as a starting point their uses in the virtual environment. The investigation begins with Instagram posts, an option that stems from the finding that Brazilian users of this social network adopt a considerable number of Anglicisms due to the influence of sociocultural factors. Throughout the research, occurrences within and outside the Internet of the researched Anglicisms were analyzed. Therefore, this research had as its object of investigation English words into Brazilian Portuguese (BP), from the perspective of Cultural Semantics (SC), which is characterized as a “[...] the meanings attributed to words or other expressions of a language and the culture in which that same language is inserted” (FERRAREZI, 2013, p. 71). Based on this concept, we understand that this current of research on Semantics tries to explain the meanings and observe the importance of cultural aspects for the construction of linguistic utterances. We intend to understand the relationship between the meanings attributed to Anglicisms and our culture, since, for Cultural Semantics, a language must represent a world and its events. One of the great advances in the area in recent years has been to demonstrate that the structures of natural languages are also reflections of culture, social organizations and the environment, thus making evident the importance of the living part of the language, that is, the language in use. Furthermore, we seek theoretical basis in the readings carried out in Alves (2002), Barbosa (2009), Carvalho (2009) and other authors that deal with Anglicisms and neologisms. And, finally, authors such as Rajagopalan (2003), Crystal (2005) and Kumaravadivelu (2006) on Globalization and Internet studies. The present work has, therefore, the general objective of analyzing the use of the anglicisms *crush*, *ship*, *stalker* and *match* in Brazilian Portuguese. Furthermore, we specifically aim to observe the use of selected Anglicisms in Instagram posts, as well as their occurrences in contexts inside and outside the online environment. We also aim to understand the semantic-cultural domains of the selected Anglicisms in the light of Cultural Semantics and to verify the existence of correspondents in Brazilian Portuguese lexicon for the Anglicisms researched.

Keywords: Anglicisms. Cultural Semantics. Brazilian Portuguese.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Termos aportuguesados.....	32
Quadro 2: Termos sem adaptação.....	33
Quadro 3: Crushar x Apaixonar.....	55
Quadro 4: Categorias de análise CRUSH	62
Quadro 5: Funcionamento verbal SHIP	68
Quadro 6: Categorias de análise SHIP	71
Quadro 7: Variações de STALKER.....	78
Quadro 8: Categorias de análise STALKER.....	82
Quadro 9: Categorias de análise MATCH	92

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Países que mais usam o Instagram.....	22
Figura 2 Embalagens e publicidade contendo palavras de origem inglesa	29
Figura 3: MINHA/MEU CRUSH	53
Figura 4: CRUSH (substantivo) e DESCRUSHEI	534
Figura 5: TER CRUSH EM ALGO	55
Figura 6: CRUSHES	56
Figura 7: CRUSH DE AMIZADE	57
Figura 8: CRUSH IMPOSSÍVEL	57
Figura 9: MEU CRUSH.....	58
Figura 10: POXA CRUSH.....	60
Figura 11: Manchete 1 CRUSH	61
Figura 12: Manchete 2 CRUSH	61
Figura 13: Manchete 3 CRUSH	62
Figura 14: SHIP da vida real.....	65
Figura 15: SHIP da web.....	67
Figura 16: SHIPPAVA.....	68
Figura 17: SHIPPEI/DESHIPPAR.....	69
Figura 18: SHIPPAM.....	70
Figura 19: SHIPPADOS	71
Figura 20: Manchete 1 STALKER.....	74
Figura 21: STALKEAR	75
Figura 22: STALKEAR e STALKEANDO	76
Figura 23: Manchete 2 STALKER.....	80
Figura 24: Manchete 3 STALKER.....	80
Figura 25: It's a MATCH!	85
Figura 26: MATCH.....	86
Figura 27: DAR MATCH	87
Figura 28: MATCHES	87
Figura 29: DEU MATCH com Britânia	89
Figura 30: Filme UM MATCH SURPRESA	90
Figura 31: Livro DEU MATCH.....	91
Figura 32: MATCH no Spotify	92

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2 O MUNDO INTERLIGADO.....	15
2.1 A Globalização e a expansão da língua inglesa	15
2.2 A Internet e a Era Digital.....	18
2.3 As Redes Sociais Digitais.....	20
3 A PALAVRA ESTRANGEIRA NO LÉXICO DO PORTUGUÊS BRASILEIRO	23
3.1 Os Empréstimos como parte dinâmica da língua.....	24
3.2 A adoção de anglicismos no Português Brasileiro.....	26
4 SEMÂNTICA CULTURAL	35
4.1 A língua como fenômeno social e um bem cultural.....	35
4.2 A relevância do aspecto cultural nos estudos semânticos	38
5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	43
5.1 O objeto de investigação	43
5.2 O locus inicial da coleta de dados e a delimitação do corpus	44
5.3 Questão norteadora e objetivos propostos.....	46
5.4 Procedimentos de análise	47
6 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS	50
6.1 <i>Crush</i>	50
6.2 <i>Ship</i>	62
6.3 <i>Stalker</i>	71
6.4 <i>Match</i>	81
7 CONCLUSÃO	93
REFERÊNCIAS	96

1 INTRODUÇÃO

Com a chegada da Internet, a principal rede de comunicação com alcance global, e outros recursos tecnológicos ao nosso país há mais de duas décadas, muitos brasileiros passaram a estabelecer relacionamentos sociais à moda virtual, dissolvendo as fronteiras não somente no tocante aos domínios tradicionais, tais como comércio, capital e informação, “mas também em relação às normas, ideias, culturas e valores” (KUMARAVADIVELU, 2006). Além de ser responsável por grande parte das inovações que modificaram o cotidiano de milhões de pessoas, a Internet influencia a maneira como interagimos linguisticamente.

Na era pós-moderna, a língua inglesa tornou-se uma língua internacional, ou seja, uma língua que supre demandas na comunicação entre pessoas de línguas distintas. Desde as últimas décadas do século XX, o inglês passou, cada vez mais, a fazer parte do cotidiano brasileiro e sua importância e influência sobre a nossa cultura tem se revelado na convivência diária da população com uma série de palavras nessa língua. Os anglicismos estão presentes em produtos e embalagens, músicas, nomes de empresas, no comércio em geral e na Internet, afinal, a tendência a replicar as práticas de uma sociedade de consumo como a norte-americana está presente em nossa realidade, perpassando todos os âmbitos socioculturais. Desse modo, ressaltamos que, na cultura brasileira, o uso de estrangeirismos, principalmente os anglicismos, vem se disseminando exponencialmente entre os usuários das redes sociais digitais.

Na visão de Valadares (2014), estrangeirismos são palavras oriundas de outro sistema linguístico, tomadas por empréstimo para suprir alguma necessidade conceitual, de ordem tecnológica, ou para a expressão de elementos socioculturais, referentes às trocas de ordem linguístico-cultural entre comunidades falantes de idiomas diversos. Neste conceito, o autor se refere apenas os empréstimos que surgem para suprir necessidades. No entanto, salientamos a relevância dos empréstimos substitutivos, ou seja, os que relegam a língua materna a segundo plano e colocam outras palavras no lugar de palavras conhecidas.

É possível perceber que as redes sociais digitais fazem parte da vida de uma grande parcela das pessoas que utilizam a Internet, transformando-se no espaço onde as pessoas se encontram e as culturas podem ser compartilhadas. Hoje em dia, graças às contribuições das milhares de pessoas que usam o inglês diariamente nas redes sociais, especialmente as mais jovens, novas palavras e abreviações continuam surgindo. Ressaltamos, assim, que existem termos em inglês que usamos no dia a dia sem que percebamos, ratificando a ideia de que muito do idioma americano já está incorporado à nossa cultura. A esse respeito, Schmitz

(2001) posiciona-se no sentido de que “[...] as palavras emprestadas de outras línguas contribuem para enriquecer a língua portuguesa”. Apesar de concordar com a visão do autor, salientamos ao longo do trabalho a questão da perda da identidade linguística e a relação com o colonialismo. Nessa perspectiva, acreditamos que a relevância e originalidade deste trabalho traz contribuições para os estudos linguísticos, no viés semântico-cultural, tendo em vista que o uso criativo da língua via Internet é uma grata novidade dos últimos 20 anos.

Observamos que, atualmente, o Instagram é uma das redes sociais que mais cresce no Brasil e que permite uma grande interatividade entre seus usuários. Portanto, é de se compreender a influência de valores e ideias em contextos multiculturais, já que os usuários brasileiros dessa plataforma social adotaram vários anglicismos diferentes nas décadas recentes. Outro ponto considerado foi o papel de entretenimento que esse contexto comunicativo gera, motivando seus usuários a permanecerem on-line, lendo as últimas atualizações dos amigos, assistindo a algum vídeo, publicando e/ou compartilhando fotos. É importante destacar que, no decorrer da investigação, passamos a recolher dados de outros ambientes digitais e não digitais, que serão descritos no capítulo da metodologia.

Salientamos que, por se tratar de uma pesquisa contendo muitos termos estrangeiros, optamos por padronizar o uso da fonte em itálico. Para tanto, recorremos ao site da Academia Brasileira de Letras e seu sistema de busca do Vocabulário Ortográfico da Língua Portuguesa (2021). Através desse recurso, verificamos se a palavra estrangeira se encontra registrada ou não. Portanto, os termos que têm registro no VOLP, não estão em itálico. Já os termos estrangeiros que não constam no VOLP ficaram em itálico nesta dissertação.

Para atender nossa proposta, esta dissertação está estruturada em 7 capítulos, sendo o primeiro a Introdução. O Capítulo 2, **O MUNDO INTERLIGADO**, provê ao leitor um panorama sobre a globalização e a expansão da língua inglesa, o advento da Internet e o surgimento das redes sociais digitais. Há, nesse capítulo, uma sucinta retrospectiva sobre a evolução da comunicação digital, com especial enfoque para a discussão sobre as redes sociais digitais e sua influência na sociedade contemporânea, destacando o Instagram e sua estrutura interna.

No Capítulo 3, **A PALAVRA ESTRANGEIRA NO LÉXICO DO PORTUGUÊS BRASILEIRO**, são apresentados alguns conceitos fundamentais que norteiam nosso estudo que se concentra no anglicismo, um fenômeno linguístico que consiste no uso ‘emprestado’ de uma palavra, expressão ou construção frasal da língua inglesa. Julgamos pertinente apresentar os conceitos básicos construídos por estudiosos acerca do léxico, do neologismo, assim como, finalizando com o aprofundamento da pesquisa sobre o anglicismo no

Português Brasileiro. Na sequência, levantamos alguns exemplos de empréstimos que foram aportuguesados e de outros que mantiveram suas grafias originais e que contribuem para a ampliação lexical da nossa língua.

O capítulo 4, denominado **SEMÂNTICA CULTURAL**, traz uma revisão de literatura acerca dessa vertente de estudos linguísticos adotada nesta investigação. São apresentados nesse capítulo, os principais fundamentos que norteiam a análise do fenômeno linguístico pesquisado sob essa perspectiva e fazemos uma abordagem sobre os conceitos de cultura e de língua, considerando-os como interdependentes. Dessa forma, com base nos pressupostos da SC, ressaltamos os aspectos culturais de uma comunidade linguística e como estes influenciam na atribuição de sentidos às palavras e às expressões de uma língua.

No Capítulo 5, apresentamos os **PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS** utilizados, incluindo com detalhes a escolha do objeto, universo de investigação e a caracterização da pesquisa. Considerando o objeto e universo de análise, assim como a abordagem teórica adotada, expomos o questionamento e os critérios que apoiaram a delimitação e constituição do corpus, a questão norteadora e os objetivos propostos, finalizando com os procedimentos de análise.

O Capítulo 6 traz a **ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS**. Nele apresentamos e analisamos, respectivamente, os anglicismos *crush*, *ship stalker* e *match* em contextos recorrentes nas relações sociais dentro e fora do ambiente on-line, adotando a proposta metodológica da Semântica Cultural.

O Capítulo 7, nossa **CONCLUSÃO**, após as reflexões teóricas, reúne os principais resultados obtidos e destaca as contribuições e perspectivas decorrentes da investigação no âmbito da análise e descrição do PB.

2 O MUNDO INTERLIGADO

O objetivo central deste capítulo é apresentar uma breve retrospectiva do percurso trilhado pela língua inglesa até sua consolidação como segunda língua para significativa parte da população mundial, que ocorreu com a expansão do poder colonial britânico no final do século XIX, passando pela I Guerra Mundial até a II Guerra Mundial, quando se desencadeou a fase atual da globalização liderada pelos Estados Unidos, a potência econômica do século XX. Este capítulo descreve também o surgimento da Internet, assim como a popularização da comunicação digital. Outro ponto abordado é a implantação das redes sociais digitais, caracterizadas pelas interações capazes de gerar fluxos de informação e trocas sociais que se tornam cada dia mais relevantes na cultura e sociedade contemporâneas.

2.1 A Globalização e a expansão da língua inglesa

No contexto atual, como consequência natural da visibilidade norte-americana, o inglês foi assumindo o papel de língua influente internacionalmente por motivos econômicos, políticos, militares e culturais. Trask (2004, p.168) ressalta que “o inglês é, indubitavelmente, a língua internacional mais importante do mundo. O inglês é, por toda parte, a primeira língua em áreas como o comércio, a ciência, a tecnologia, as comunicações e a cultura popular”.

Para alguns autores, a influência do inglês americano é consequência do contínuo processo de globalização, afirmação que se coaduna com o entendimento de Rajagopalan (2003), que nos lembra de que tal influência é vista comumente como resultado do destaque assumido pelos Estados Unidos após a Segunda Guerra Mundial e, mais notadamente, depois da queda do muro de Berlim em 1989. No entanto, o conceito de globalização é bastante complexo e, como lembra Guillén (2001, p.235), é “*one of the most contested topics in the social sciences*”, ou seja, “um dos tópicos mais contestados nas ciências sociais” (Tradução nossa).

Embora alguns estudiosos situem a origem desse fenômeno na atualidade, muitos consideram que a sua história começou antes do século XVI, era das descobertas e viagens ao chamado ‘Novo Mundo’ realizadas pelos europeus. Guillén (2001, p. 337) argumenta que o início da globalização poderia ser situado até mesmo nos primórdios da história. Mas a literatura, baseada no conhecimento do Ocidente, vê o início da globalização como algo recente, especialmente a partir do fenômeno de integração do espaço mundial mediante os

avanços técnicos nos setores da comunicação e dos transportes. Esse processo se intensificou com o advento da Terceira Revolução Industrial, culminando um aumento nos fluxos internacionais de capitais, mercadorias, pessoas e informações.

E ainda, nessa perspectiva, Rajagopalan (2003) afirma que a globalização produziu na coletividade, experiências diferenciadas com relação ao uso da linguagem, como o aumento da interação entre indivíduos. Os conceitos de linguagem herdados do século XIX estão sendo repensados pelas consequências que a globalização causou neste milênio. Da mesma forma, Moita Lopes (2013) corrobora a premissa de Rajagopalan (2003) acerca da era da informação, de que “as pessoas cada vez mais têm acesso a repertórios de discursos e artefatos culturais construídos em outras línguas que nos chegam de várias partes do mundo”.

A globalização pode também ser chamada de ‘transnacionalização’, justamente por não mais existirem as fronteiras territoriais para o acesso a informações. Por outro lado, observamos a ‘desterritorialização’ dos indivíduos que, com a facilidade de comunicar-se com outros povos, tornam-se cidadãos do mundo (RAJAGOPALAN, 2003, p. 57). Na visão de alguns críticos, a globalização “não passa de um eufemismo para a ‘estadunização’”, uma nova ordem mundial sob a égide da ‘Pax (Norte)-Americana’, ou ainda, uma simples ‘americanização’ do planeta (RAJAGOPALAN, 2003, p. 60).

No processo do contato linguístico e cultural entre os povos, o inglês tornou-se a língua de prestígio da contemporaneidade e, por conseguinte, uma língua global. E, para que uma língua alcance esse status, é necessário que seja utilizada e reconhecida em praticamente todos os países, pois é a língua que promove os contatos internacionais, a ligação entre os povos, a exemplo do latim e do francês, que também foram línguas de grande prestígio (CRYSTAL, 2005). É claro que devemos considerar que a ideologia imperialista norte-americana tem um papel crucial no que diz respeito à formação da mentalidade dos falantes de língua portuguesa do Brasil. O inglês parece garantir maior prestígio a quem o domina e promove um acesso mais rápido às redes de informação e conhecimento (SIGNORINI, 2013). Assim sendo, os falantes buscam usar termos ligados à cultura anglo-saxã para pleitear um status superior dentro de uma comunidade ou dentro dos contextos de uso das tecnologias da informação.

O atual processo da globalização contou com o apoio dos avanços tecnológicos, a exemplo da Internet, a qual acelerou a expansão da comunicação eletrônica, promovendo a difusão do inglês (CRYSTAL, 2005). Desse modo, o processo de integração permitiu a quebra de barreiras e de fronteiras, levando o homem ao contato com novos mundos e com

novas culturas. Como consequência, surgiu a necessidade de uma língua universal e, a partir dessa necessidade, o inglês se firmou como tal, uma vez que o mercado não compartilha apenas seus produtos, mas também sua cultura, já que a expansão da língua inglesa foi impulsionada por fenômenos culturais, tais como, o cinema norte-americano e as produções musicais. Não obstante, Rajagopalan (2004) aponta a posição imperialista do inglês no mundo, pois, segundo ele, a língua inglesa é um produto imposto pelas grandes potências, os Estados Unidos e a Inglaterra.

Entendemos, que, no mundo contemporâneo, o inglês tornou-se o instrumento de comunicação entre os povos. Partindo desse aspecto, Crystal (2005) aponta duas justificativas para a expansão da língua inglesa, são elas: 1) a histórico-geográfica, a qual diz respeito ao movimento do inglês ao redor do mundo, que teve início com as viagens pioneiras a outros continentes; 2) a sociocultural, a qual é decorrente do modo com que as pessoas ao redor do mundo vivem e da dependência que elas têm dos países dos centros econômicos mundiais. Em algumas áreas do conhecimento, também percebemos essa dependência: a informática, a tecnologia e a medicina, por exemplo, são domínios que impulsionam a evolução e a propagação do inglês.

Assim, dada a grande influência da língua inglesa, sobretudo da variedade norte-americana, nos dias de hoje, com o grande domínio político e econômico mundial dos Estados Unidos, essa língua acaba por ser associada a uma sociedade de prestígio, de poder e de consumo representada por esse país. Os Estados Unidos, como um dos principais países que detém o controle comercial do mundo, têm a sua situação econômica ainda mais fortalecida com a constatação da propagação de desejos como os de conhecer a Disney, comprar um tênis Nike e comer um lanche do McDonald's. Modelos culturais estrangeiros podem passar a ser copiados, mesmo que não façam parte da cultura e valores nacionais, a exemplo do Halloween.

Em 31 de outubro, a festa do Dia das Bruxas é tradicionalmente comemorada nos Estados Unidos; porém, nos últimos anos, tal festa também se populariza no Brasil. A celebração do Halloween chegou ao nosso país, já na década de 80, através das escolas de inglês, com atividades voltadas à cultura de países que costumam festejar a data, ficando restrita a esse ambiente. Hoje é muito comum ter manifestações dessa data em escolas, clubes e casas noturnas, bem como a comercialização de fantasias, apesar de essa comemoração não ter relação alguma com a cultura brasileira. O modelo de vida americano, nessa visão, estaria sendo propagado, impondo padrões, principalmente de consumo, ao resto do planeta.

Crystal (2005, p.2) se questiona sobre o que significa pensar no inglês como uma língua global, a qual, para o autor, pertenceria a todos. Ninguém mais seria ‘dono’ da língua, todos teriam uma parte dela e o direito de usá-la como achassem melhor, como é o caso do inglês empregado na formação de nomes próprios comerciais e até mesmo dos empréstimos, tema deste trabalho, os quais, muitas vezes, distanciam-se do inglês reconhecido por um falante nativo. Nossa discussão, neste estudo, assenta-se muito mais nos aspectos linguístico, cultural e social do que nas relações de poder envolvidas nas trocas (ou importações) lexicais. Partindo destes aspectos, observamos que, quanto mais os contatos entre os povos se expandem e se intensificam, mais as diferenças linguísticas e culturais afloram e mais os povos podem conscientizar-se de suas semelhanças e diferenças. A importância da intensificação da interação linguística e cultural é salientada nas palavras de Kumaravadivelu (2006, p. 135), ao expor que esse processo resultou em “maiores contatos entre as pessoas de culturas diferentes, levando a uma melhor consciência dos valores e visões de cada um e uma decisão mais firme de preservar e proteger a própria herança linguística e cultural” (KUMARAVADIVELU, 2006, p. 135).

2.2 A Internet e a Era Digital

A Internet, rede mundial de computadores, que emergiu no contexto da Guerra Fria na segunda metade do século XX, mais precisamente nos anos 60, consiste em um sistema que possibilita a interconexão de computadores e a interação entre seres humanos em todo o mundo. A Internet surgiu nos Estados Unidos, e, segundo Giles (2010), a partir de um projeto do Departamento de Defesa americano. Os dois principais propósitos eram: criar um sistema de informação e comunicação em rede que sobrevivesse a um ataque nuclear e dinamizar a troca de informações entre os centros de produção científica. A ideia do exército americano era criar uma rede de comunicação de computadores em pontos estratégicos, tendo como intenção descentralizar informações valiosas, de forma que não fossem destruídas por bombardeios se estivessem localizadas em um único servidor.

De acordo com Castells (2003), o Departamento de Defesa dos Estados Unidos mobilizou recursos de pesquisa e envolveu alguns centros universitários de computação para criar a Advanced Research Projects Agency (ARPA), em 1958. No ano de 1969, os primeiros centros de pesquisa a se conectarem pela Arpanet foram os da Universidade da Califórnia, em Los Angeles, da Universidade da Califórnia, em Santa Bárbara e da Universidade de Utah. O embrião da Internet que conhecemos hoje foi então criado e seu nome era Arpanet. O acesso à Arpanet era restrito aos militares e pesquisadores e demorou a chegar ao público

em geral, pois temiam o mau uso da tecnologia por civis e países não-aliados. Em 1989, surge a *World Wide Web* - WWW, que, em português, significa “rede de alcance mundial”, também conhecida como *Web*, hoje a tão popularizada Internet. Crystal (2005) lembra-nos que a Internet começou a ser usada em massa em 1991. O lançamento do Google, em 1998, foi um novo ponto de virada na história da Internet. A empresa levou essa rede para um amplo público, com a missão declarada de "organizar a informação mundial e torná-la universalmente acessível e útil"¹.

No Brasil, a conexão de computadores por uma rede somente era possível para fins estatais, mas, em 1991, a comunidade acadêmica brasileira conseguiu, através do Ministério da Ciência e Tecnologia, acesso às redes de pesquisas internacionais. Em maio de 1995, a rede foi aberta para fins comerciais, ficando a exploração dos serviços a cargo da iniciativa privada. Hoje, para conectar seu computador, o usuário paga os serviços de um provedor de acesso ou tem conexão direta.

O fato é que a população brasileira está cada vez mais conectada e é isso que mostra a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) de 2019, realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. De acordo com o levantamento, 82,7% dos domicílios nacionais possuíam acesso à Internet, registrando um aumento de 3,6 pontos percentuais em relação a 2018. O IBGE destaca ainda que em 2019, entre as 183,3 milhões de pessoas com 10 anos ou mais de idade no país, 143,5 milhões (78,3%) tinham acessado a Internet nos últimos três meses. Jovens adultos entre 20 e 29 anos foram os que mais acessaram. A pesquisa acrescentou ainda que seu uso é maior entre estudantes (88,1%) do que entre não estudantes (75,8%), e mais, que os estudantes da rede privada (98,4%) a usam mais do que os da rede pública (83,7%).

Atualmente, na chamada Era Digital, constatamos que um computador conectado com diversos outros em diferentes lugares tem provocado mudanças nos hábitos e práticas das pessoas nas últimas décadas. Além das inovações que modificaram nosso dia-a-dia, a Internet é responsável também pela nova maneira de interagir linguisticamente. Portanto, ela propicia tanto uma revolução linguística quanto uma revolução na interação entre pessoas dos mais remotos pontos do planeta, de forma que tal fenômeno difere daqueles provocados por/decorrentes de outros meios de comunicação conhecidos até agora, haja vista que a postura do internauta é muito mais interativa do que a do expectador de TV e rádio. E, como bem coloca o filósofo e sociólogo polonês Zygmunt Bauman (1999, p. 85), os tempos

¹ <https://pt.wikipedia.org/wiki/Portal:Google/>

mudaram, os avanços nos meios de transporte proporcionaram uma maior agilidade no deslocamento das pessoas pelo globo; porém, os avanços da tecnologia da informação possibilitaram que os indivíduos pudessem deslocar-se, viajar e comunicar-se sem sair de casa, pois elas “podem se atirar à Web”.

2.3 As Redes Sociais Digitais

Observamos uma evolução na conexão social entre pessoas desde que a primeira rede de computadores a longa distância surgiu nos Estados Unidos e, como já pontuamos, o lançamento do Google foi o ponto alto da virada na história da Internet. Hoje, estar conectado através das tecnologias da informação e comunicação (computadores, celulares, smartphones ou tablets) é parte fundamental do cotidiano social de milhões de pessoas em todo o mundo, visto que utilizamos a Internet para os mais diversos fins, tais como operações bancárias, compras, informações, lazer, estudos, entre outras atividades. As redes sociais digitais também foram, assim como o Google, um grande acontecimento, visto que modificaram a maneira como as pessoas se relacionam, aprendem e se comunicam.

De uma forma geral, pode-se dizer que uma rede social digital é aquela em que um indivíduo, vinculado a um sistema constituído pela interligação de dois ou mais computadores e seus periféricos, liga-se a outro indivíduo, com objetivo de comunicação, de compartilhamento, de intercâmbio de dados afins, resultando na criação de novos grupos na e pela Internet (RECUERO, 2006 apud KOMESU; TENANI, 2009, p. 623). E ainda conforme as considerações de Recuero (2009, p.24), as redes sociais correspondem a um conjunto de apenas dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais). Ademais, uma rede, assim, é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores. A abordagem de rede tem, assim, seu foco na estrutura social, onde não é possível isolar os atores sociais e nem suas conexões.

Batista Junior e Silva (2010, p. 4) comentam que as redes sociais “têm como característica principal a interatividade em tempo real”, o que “permite aos usuários da Internet vivenciar também as mais diversas interações comunicativas”. À vista disso, compreendemos que a sociedade sempre busca novos processos de evolução, ao ponto de, nos dias atuais, termos diferentes formas de trabalhar, produzir, comprar e relacionar. E, nessa vanguarda, temos o novo modo de comunicação: as redes sociais digitais.

Consideremos as redes sociais digitais como um meio de possibilidades estabelecido a partir dos elementos virtuais e das relações entre seus usuários. Estão inseridas no

ciberespaço (LÉVY, 1999) por intermédio de aplicativos que “permitem a criação e o compartilhamento de informações e conteúdos pelas pessoas e para as pessoas” (TORRES, 2009, p. 113), nos quais os consumidores dos conteúdos veiculados (criação e compartilhamento coletivo de textos, imagens, sons e vídeos) são, ao mesmo tempo seus produtores e consumidores de informação. Dentre aqueles mais conhecidos e acessados no Brasil, destacamos Facebook, Youtube, WhatsApp, Twitter e Instagram.

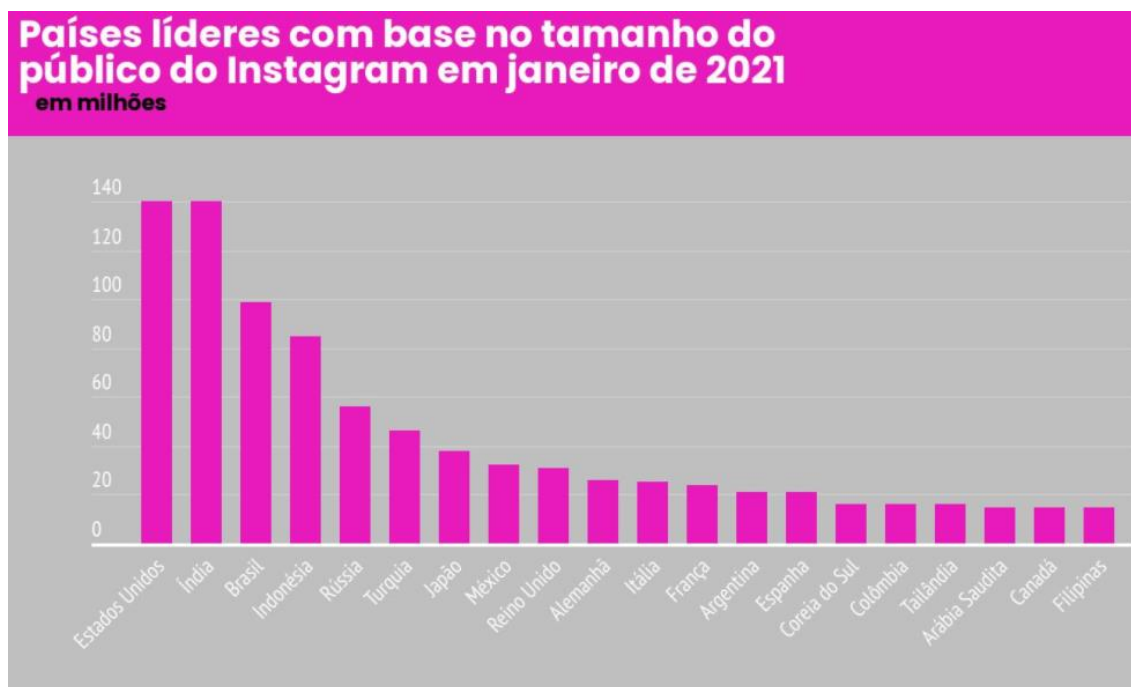
Embora não tenha sido o primeiro, o Facebook é o caso mais bem-sucedido de aplicação da Internet como meio de comunicação e informação, fornecendo acesso às notícias e permitindo que as pessoas se comuniquem em tempo real. Em nosso país, começamos a ter acesso ao Facebook em 2007, já o Twitter ganhou popularidade em 2008. O Instagram, por sua vez, é uma rede social que foi criada em 2010 por Kevin Systrom e pelo brasileiro Mike Krieger (PIZA, 2012), para o compartilhamento de fotos e vídeos. Hoje, o Instagram é um dos aplicativos mais populares do Brasil e do mundo, motivo pelo qual o selecionamos para iniciarmos nossa investigação.

O Instagram, a princípio uma plataforma de publicação de fotos e vídeos, tornou-se uma das redes sociais mais ativas no mundo. Segundo a Wikipedia², no mesmo dia do lançamento, o aplicativo tornou-se o mais baixado na Apple Store e, já em dezembro do mesmo ano, contava com a impressionante marca de 1 milhão de usuários. Em 2012, após o tão esperado lançamento do aplicativo na versão para Android, o Instagram foi comprado pelo Facebook por 1 bilhão dólares em dinheiro e ações.

Em 2020, o Instagram divulgou ter atingido mais de 1 bilhão de usuários ativos em todo o globo com dados impressionantes de engajamento: números 15 vezes maiores que os de outras plataformas, sendo o Brasil o país que ocupa a terceira posição na classificação de contingente de usuários. De acordo com pesquisa feita em 2021 pela companhia Statista³(2021), nosso país representa 9,9% dos usuários da plataforma de compartilhamento de fotos e vendas do Instagram, o que corresponde a 99 milhões de brasileiros usando essa rede social diariamente. Com 20 países participantes do levantamento estatístico, os Estados Unidos e a asiática Índia se posicionam em primeiro e segundo lugares.

² <https://pt.wikipedia.org/wiki/Instagram#:~:text=124%20l%C3%ADnguas-,Instagram,-Artigo>

³ A Statista é uma empresa alemã especializada em dados de mercado e consumidores.

Figura 1: Países que mais usam o Instagram

Fonte: Statista e Cuponation/2021

Destacamos que o Instagram foi uma das primeiras redes sociais exclusivas para acesso por meio do celular e, embora hoje seja possível visualizar publicações no desktop, seu formato continua sendo voltado para dispositivos móveis. Os anos de 2020 e 2021 provocaram intensas mudanças nos hábitos digitais das pessoas em todo o mundo. Com a pandemia de Covid-19, a busca por informações e interações no âmbito das redes sociais digitais cresceram expressivamente. Considerando o cenário pandêmico, a rede social tornou-se um dos espaços possíveis para compartilhamento dos momentos do cotidiano em tempos de isolamento social, em que um usuário pode postar fotos e vídeos de curta duração, aplicar efeitos a eles e também interagir com publicações de outras pessoas, valendo-se de comentários e curtidas. Um exemplo do considerável aumento, no volume de postagens, foi o anúncio, em 01 de junho de 2021, do executivo do Instagram, Adam Mosseri, que afirmou que sua plataforma não é mais um aplicativo de compartilhamento de fotos. Para ele, a rede é cada vez mais um centro de entretenimento de vídeos, reflexo da onda de sucesso dos concorrentes TikTok e YouTube. Desse modo, compreendemos que a influência de valores e ideias em contextos multiculturais decorre tanto de atualização de status quanto da publicação de fotos ou imagens relacionadas ao humor e comentários sobre elas.

3 A PALAVRA ESTRANGEIRA NO LÉXICO DO PORTUGUÊS BRASILEIRO

Neste capítulo, discutimos acerca de alguns conceitos que norteiam nosso estudo que se concentrará no anglicismo, um fenômeno linguístico que consiste no uso ‘emprestado’ de uma palavra, expressão ou construção frasal da língua inglesa. No entanto, julgamos pertinente apresentar os conceitos básicos construídos por alguns estudiosos acerca do léxico, do neologismo e do anglicismo, finalizando com considerações acerca da adoção de palavras estrangeiras no Português Brasileiro (doravante PB).

A linguagem é, como destaca Coseriu (1977, p. 187), um fenômeno social, pois é produzida em sociedade e é determinada socialmente. Consideramos, assim, a linguagem não só um fator cultural, mas também um importante símbolo da identidade de um grupo. É, portanto, por meio da língua, que os membros de uma comunidade criam seus valores, crenças e costumes.

Através do léxico da língua que falam, os membros de uma comunidade podem representar elementos do mundo e traçar relações cognitivas com eles, construindo valores, crenças e costumes. No caso do Português Brasileiro, a exemplo de tantas outras línguas naturais, seu léxico é resultante de contato com inúmeras outras línguas e o falante está comumente buscando atender às suas necessidades de comunicação linguística, seja recorrendo a termos do léxico em uso, trazendo estrangeirismos, ou ainda, criando novos termos. Realçamos, portanto, que nossa língua tem um papel fundamental para entender a evolução do povo brasileiro, pois, “partindo do estudo do léxico pode-se explicar a vida de uma sociedade” (CARVALHO, 2009, p. 36).

Visto isso, o léxico, cujas formas exprimem o conteúdo da experiência social, é, de acordo com Barbosa (1996, p. 120), “o conjunto dos elementos do código linguístico em que se sentem particularmente as relações entre a língua de uma comunidade humana, sua cultura – no sentido antropológico –, sua civilização”. Ainda ao encontro dessa perspectiva, Oliveira e Isquierdo (2001) afirmam que ao “saber que um determinado grupo sócio-histórico-cultural possui sobre o conjunto de vocábulos que utiliza em suas interações, em suas mensagens, em seu contato com o mundo, dá-se o nome de léxico”

Conforme afirma Biderman (2001), o léxico de uma língua representa toda a informação sobre o mundo condensada em lexias, pois nele se encontra a interpretação da realidade em suas devidas nomenclaturas. E esse acervo de vocábulos disponíveis aos usuários para a produção de enunciados é constituído pelo léxico comum, pelas criações vernáculas e pelos empréstimos de línguas estrangeiras, adaptando-se aos valores

socioculturais de seus falantes e ampliando-se de acordo com suas necessidades de nomear inovações científico-tecnológicas e mudanças sociais.

Um dos fatores para a ampliação do léxico de uma língua é a criatividade de seus falantes e, por isso, concordamos que o léxico “está em perpétuo movimento, seu caráter de inacabado e de devir está sempre presente [...] visto que essa é a parte do sistema linguístico mais suscetível a mudanças por constituir um conjunto aberto” (BIDERMAN, 1999, p. 96). Desse modo, o léxico é, por natureza, um conjunto flexível e passível de expansão condicionada pelas mudanças socioculturais, o que equivale a dizer que são os falantes que o determinam, o criam e o mantêm. Vale observarmos que a questão da criatividade é “uma noção complexa”, portanto, conforme Basílio (2010, p. 208), “é muito difícil determinar critérios para avaliar a criatividade, já que a própria essência da criatividade está diretamente comprometida com a imprevisibilidade”. Nesse caso, a autora adota em seus estudos, a visão de Veale (2006 *apud* BASÍLIO, 2010, p. 208), que cita “a criatividade linguística tem o poder de mudar o modo como vemos e representamos o mundo”.

A criatividade lexical, conforme Alves (2004), é um direito de todo falante da língua. A evolução em diversos campos do saber, observada nas últimas décadas, proporcionou um aumento de termos vindos de sistemas linguísticos estrangeiros ou produzidos a partir de elementos da própria língua. Consequentemente, o léxico de uma língua caracteriza-se por apresentar tanto uma parte estável quanto uma parte instável, no sentido de que esta é formada por unidades lexicais discursivas que podem deixar de ser meras combinatórias frequentes para se converter em novas unidades lexicais (BIDERMAN, 1999).

Devido ao seu caráter de flexibilidade e de expansão, os falantes de uma língua são capazes de alterar termos já estabelecidas no acervo da língua e, assim, criar unidades lexicais para expressar novos conteúdos informativos; de criar referentes; e/ou de atribuir às suas mensagens e a seus eventos comunicativos nuances mais ricas de conteúdo subjetivo e emocional (MONTEIRO, 1991). Defendemos que o léxico do Português Brasileiro contemporâneo é a todo tempo ampliado, muito pelo fato de atender às necessidades de comunicação demandadas pelo mundo globalizado. E de uma maneira geral, por conseguinte, é resultado das nossas interações socioculturais e os falantes de diferentes países.

3.1 Os Empréstimos como parte dinâmica da língua

Sempre que um idioma apresenta, em seu léxico, a necessidade de um termo para preenchimento de uma lacuna na comunicação e na interação entre os membros de uma

comunidade de fala, os falantes colocam-se em busca de uma construção linguística que cumpra tal finalidade. Entretanto, atualmente, com a adoção da linguagem das redes sociais digitais, além da necessidade de nomear algo novo, também é muito comum a utilização de um termo emprestado de outra língua mesmo já havendo outro similar no Português Brasileiro. Apesar de ser um fenômeno natural, antigo e bem conhecido, o empréstimo de palavras entre línguas nem sempre é visto de maneira positiva. Muitas pessoas acreditam que usar o inglês dentro de um diálogo confere ao falante um status de prestígio e poder. No entanto, Garcez e Zilles (2002) ressaltam que os valores culturais associados aos empréstimos podem ser conflitantes, não raro provocando reações negativas entre puristas e até mesmo entre falantes ‘comuns’. Vemos assim que alguns associam as palavras estrangeiras a elementos alienantes, que ameaçam a integridade e a pureza da língua. Por outro lado, há os que defendem que eles são elementos enriquecedores do nosso acervo lexical.

Segundo alguns linguistas, “os termos estrangeiros não causam danos à língua, pois só permanecem se forem aceitos pela comunidade, com toda sua bagagem cultural” (GARCEZ; ZILLES in FARACO, 2004, p.19-20). Aos poucos, esses termos, com base em seu uso e desuso, são incorporados aos dicionários ou desaparecem do cotidiano. No caso de se incorporarem ao vocabulário, com o tempo, muitos não são mais reconhecidos como estrangeiros. Portanto, podemos inferir que os empréstimos fazem parte da dinâmica da língua, e contribuem para ampliar o acervo lexical de um idioma.

No mundo contemporâneo, a ciência e a tecnologia são, de acordo com Biderman (1978, p.166), alguns fatores que atuam na criação neológica. Isso se dá pela necessidade constante de formarem “[...] um instrumental léxico para as suas novas necessidades de expressão”. E, segundo Biderman (1978, p.158), neologismo é “[...] uma criação vocabular nova, incorporada à língua”. Os neologismos podem ser palavras novas criadas ou palavras já existentes que ganham outros significados, mas que também podem derivar de gírias⁴, estrangeirismos ou modismos do momento.

Entendemos por **neologia** um processo de criação lexical e por **neologismo** um elemento resultante desse processo, uma nova unidade lexical introduzida no vocabulário de uma língua. Segundo Silva (2006), a neologia é um fenômeno natural das línguas e ocorre

⁴Linguagem informal caracterizada por um vocabulário rico em idiomatismos metafóricos, jocosos, elípticos, ágeis e mais efêmeros que os da língua tradicional.

Dialeto usado por determinado grupo social que busca se destacar através de características particulares e marcas linguísticas esp. em nível lexical. Fonte: <https://houaiss.uol.com.br/corporativo/apps/uol>

devido ao constante contato e evolução das comunidades. Por esse motivo, acreditamos que o processo neológico acompanha o desenvolvimento do acervo lexical de todas as línguas, já que estas estão em constante evolução. Segundo Alves (1996), o Grande Dicionário Português ou Thesouro da Língua Portuguesa, de Frei Domingos Vieira, de 1871-1874, em seu quarto volume, registra o termo neologia como a “invenção ou introdução de termos ou locuções novas em um idioma”. Ainda de acordo com Alves (1996, p.11), o conceito de neologia “[...] refere-se a todos os fenômenos novos que atingem uma língua.” Guilbert (apud ALVES, 1996, p. 11) considera neologia como a possibilidade de criação de novas unidades lexicais e também as inovações lexicais provenientes de outros idiomas, os empréstimos.

Alves (1996) cita a definição de neologismo apresentada por Jean-Claude Boulanger – “unidade lexical de criação recente, uma nova acepção de uma palavra já existente, ou ainda, uma palavra recentemente emprestada de um sistema linguístico estrangeiro e aceita numa língua” (BOULANGER, 1979, p.65-6 apud ALVES, 1996, p.11). A autora afirma que todas as línguas utilizam neologismos, uma vez que a criação neológica faz parte da sua história e constitui uma evidência inequívoca de vitalidade, essencial para suprir as necessidades dos falantes e suas condições de comunicação. Visto isso, entendemos que o neologismo surge como um fenômeno linguístico que decorre do comportamento espontâneo, fruto da comunicação entre os falantes da língua, revelando, em muitos casos, as transformações socioculturais pelas quais passa a sociedade em que se insere.

Portanto, em conformidade com Alves (2004, p.7), consideramos a adoção do entendimento de estrangeirismos como “neologia por empréstimo”, em outras palavras, “neologismos que resultam da adoção de um lexema estrangeiro” (BOULANGER, 1979, p.65-6 apud ALVES, 1984b, p.119). Ocorre a neologia por empréstimo quando um elemento estrangeiro (expressão, conteúdo ou ambos) é utilizado numa determinada língua e passa a ser codificado por ela.

3.2 A adoção de anglicismos no Português Brasileiro

Alinhamo-nos a Garcez e Zilles (2001, p. 15), que definem o estrangeirismo como “o emprego, na língua de uma comunidade, de elementos oriundos de outras línguas”. Ressaltamos aqui a abrangência de “elementos oriundos de outras línguas” expressos nesse conceito. Portanto, de acordo com o idioma de origem, o estrangeirismo pode ser classificado como galicismo ou francesismo (do francês), espanholismo ou castelhanismo (do espanhol), italianismo (do italiano) e, finalmente, o anglicismo (do inglês), dentre outros.

Anglicismo é uma derivação de anglo, elemento que compõe outras palavras, como anglicano, anglicanismo, anglo-saxão, entre outras que fazem referência ao idioma, à cultura inglesa ou a um dos povos germânicos que colonizaram a Inglaterra (terra dos anglos), de modo geral. Assim, o Dicionário Houaiss (2009) o define como “palavra, construção ou locução da língua inglesa tomada como empréstimo por outra língua” (HOUAISS, 2009, p. 135). Seguindo esse raciocínio, entendemos que anglicismo é o termo criado pelos estudiosos para designar essa particularidade do estrangeirismo. Mattoso Câmara Junior (2009, p. 60), em seus estudos sobre o PB, define o anglicismo como “qualquer fato da língua inglesa que aparece no português falado ou escrito”. Em conformidade com essa afirmação, consideramos como anglicismos os vocábulos da língua inglesa que são usados em nosso idioma em sua forma aportuguesada ou sua grafia ou pronúncia original.

Crystal (2005), ao descrever como uma língua adquire o status de língua de prestígio no cenário global, ressalta o poder que determinados povos detêm em relação a outros: em séculos passados, tratava-se do poderio militar ou religioso, enquanto, no atual universo globalizado, tal prestígio decorre de seu monopólio cultural e econômico. Diante de tal afirmação, podemos concluir que o tamanho populacional tem pouca relação com o status da língua desses falantes. Sendo assim, a razão pela qual uma língua se torna uma língua global não tem tanta relação com o número de pessoas que a falam e, sim, tem mais a ver com quem são seus falantes nativos.

A língua portuguesa brasileira recebeu grande influência da língua francesa até o início do século XX, já que a França era, naquele momento, o modelo de civilização. Faraco (2001a) lembra que, apesar de os termos originários da língua inglesa serem os mais comuns atualmente, em séculos anteriores, quando a língua de prestígio era o francês, já se realizava o uso de galicismos (estrangeirismos advindos do francês) por parte dos falantes. Isso mostra como a língua de prestígio de determinado período histórico tem influência sobre as demais, ao se mostrar provedora de vários termos estrangeiros. Com a Primeira Revolução Industrial, essa influência passou à Inglaterra, devido à comunicação, importação de meios de transporte e prestação de serviços ligados aos ingleses. Na língua portuguesa, verificam-se ainda influências de outros países: Espanha, Itália, Alemanha e Japão, vindas com os imigrantes e intensificadas durante as Grandes Guerras.

Depois da influência inglesa, foi a vez da norte-americana, por fatores econômicos e tecnológicos, e, até certo ponto, por fatores socioculturais. Entendemos que grande parte das línguas existentes sofrem influência direta ou indireta de outras. Nesse processo, as línguas de menor prestígio adotam termos estrangeiros por motivos diversos, um dos quais,

especialmente na atualidade, pode ser a necessidade de adaptação ao cenário econômico e tecnológico global. A seção subsequente apontará que, o uso dos anglicismos é um forte fenômeno de inserção cultural, bem como que a admissão de palavras de origem inglesa no PB vem se tornando um fenômeno linguístico cada vez mais evidente.

Atualmente, na era das comunicações em espaços virtuais, culturas e línguas estão em constante contato e a presença de intercâmbios é algo natural, podendo uma língua exercer sobre outras uma influência maior do que recebe. No caso do inglês, seu uso no Brasil se faz presente no cotidiano de grande parte da população, já que todos os dias muitos convivem com inúmeros anglicismos, refletindo sua importância e influência sobre nossa cultura. Podemos ver palavras e expressões inglesas em embalagens de produtos, músicas brasileiras, nomes de empresas, comércio e Internet. Há também os casos em que estrangeirismos são colocadas no lugar de palavras conhecidas, relegando a língua materna a segundo plano em uma tentativa de demonstrar prestígio social por parte do falante. Nessas situações, acreditamos que o falante aplica um anglicismo ao seu discurso marcadores de status com o intuito de “falar bem” por meio de uma “língua privilegiada”.

Figura 2: Embalagens e publicidade contendo palavras de origem inglesa



Fonte: Google Imagens

Os espaços contemporâneos de interação virtual produzem um intenso contato entre falantes de diversos idiomas, tanto acelerando quanto expandindo o intercâmbio cultural. E essa comunicação mediada pelas novas tecnologias digitais, on-line e em tempo real, tem gerado impactos significativos na dinâmica das línguas. Segundo Rajagopalan (2004), quem domina a língua dos dominantes, atualmente o inglês, passa a ser admirado como uma pessoa

culta e distinta. Por outro lado, adotar a linguagem empregada nas redes sociais é estar por dentro das melhores tendências em termos culturais e sociais. E, mesmo quem não domine, de fato, tal idioma, vê-se muitas vezes recorrendo ao uso de palavras e/ou expressões dos ‘dominantes’, indicando uma relação com o fenômeno de colonialismo⁵.

Salientamos que as escolhas lexicais do falante se realizam a partir de modelos e representações mentais construídos subjetivamente pelo indivíduo por meio de acontecimentos vivenciados e experiências cotidianas. Fica evidente, portanto, que, no mundo atual, os anglicismos são recursos importantes na linguagem cotidiana e contribuem, de forma expressiva, para o uso do PB e o seu enriquecimento lexical.

Atualmente, quando alguém usa um anglicismo está entrando em contato com seu mundo, seu tempo e sua realidade, influenciando até mesmo suas escolhas e comportamentos. Como bem coloca Crystal (2005, p.03), todas as formas de tecnologia da Internet envolvem inovação linguística. Partindo desse entendimento, é possível afirmar que o uso de anglicismos se relaciona também com os avanços tecnológicos na informática e cibernética, além de outros fatores e ambientes sociais em que seu uso também está se infiltrando rapidamente. Tais avanços, de acordo com Moita Lopes (2006), possibilitaram rápido desenvolvimento em vários domínios da sociedade, propiciando intercâmbio virtual entre povos de muitos países. Daí afirmamos que tais modos de interação difundem material que produzem as mudanças linguísticas e, assim, palavras são não só resgatadas e atualizadas, mas também inventadas, reinventadas, divulgadas e compartilhadas.

Participamos de diferentes grupos sociais e neles aprendemos e dividimos ideias das mais diversas maneiras. Cada grupo social é capaz de inserir elementos em sua cultura. Cada sociedade, através de seus membros de modo dinâmico, cria, recria e conserva sua língua. É tal criatividade a responsável pela ampliação do léxico, enquanto cabe à população mais jovem a realização de grandes mudanças, justificando ser o papel da juventude se diferenciar, romper padrões e testar novidades. O atual contexto histórico e a linguagem da Internet contribuem muito para o aparecimento de diversos neologismos que já são comuns no nosso cotidiano.

O século XX assistiu a uma explosão científica e tecnológica sem precedentes na história da humanidade. Em consequência, Scliar-Cabral, na obra de Silva e Rajagopalan

⁵ Colonialismo é a política de exercer o controle ou a autoridade sobre um território ocupado e administrado por um grupo de indivíduos com poder militar, ou por representantes do governo de um país ao qual esse território não pertencia, contra a vontade dos seus habitantes que, muitas vezes, são desapossados de parte dos seus bens (como terra arável ou de pastagem) e de eventuais direitos políticos que detinham.

(2004, p. 113), afirma que a soma de conhecimentos acumulados superou a anterior do homem sobre a terra. Sabemos que a língua é passível de alterações, isto é, não é um objeto estático e imutável, já que recebe contribuição direta de seus falantes. Cada época e cada contexto histórico deixam uma marca no idioma e, desde a adoção da Internet em nosso cotidiano, essas marcas estão cada vez mais visíveis. À luz desse raciocínio, retomamos o pensamento de Scliar-Cabral, quando diz que “a produtividade lexical utiliza vários processos, dentre os quais, os empréstimos linguísticos, que sempre existiram na evolução linguística, mas, com a globalização, assumiram uma posição avassaladora de expansão, particularmente os empréstimos do inglês”. (SCLIAR-CABRAL in SILVA; RAJAGOPALAN, 2004, p. 113). Apoiamos a posição da autora, no sentido de sustentar que os falantes escolhem os vocábulos, de acordo com as influências de povos distintos, já que hoje não existe a distância geográfica entre as pessoas, facilitando o intercâmbio cultural e ratificando a ideia de que, na Era Pós-Moderna, as línguas e culturas estão em interação no mundo todo.

No caso do Português Brasileiro, existem muitos estrangeirismos com origem na língua inglesa, talvez por ser essa a língua mais influente na atualidade e, dessa forma, utilizada como língua internacional. Naturalmente, em nosso cotidiano, vivemos muitas situações em que não encontramos uma palavra apropriada que represente uma determinada circunstância. É interessante observar que, devido à necessidade de fazer referência a uma nova experiência, é comum que façamos uso de conceitos e termos inexistentes na língua inglesa, concluindo que importamos tanto que chegamos a inventar palavras que parecem ser inglesas, mas resultaram da criatividade dos falantes, como é o caso do substantivo shopping center na versão do Português Brasileiro para o que seria *shopping mall* ou *mall* no inglês. Embora não seja errado dizer shopping center em inglês, *shopping mall* é a forma adotada pelo falante nativo nos Estados Unidos. Contudo, quando o brasileiro usa a forma abreviada ‘shopping’, não entra em conformidade semântica com o equivalente na língua inglesa, já que shopping significa, entre outras coisas, o ato de fazer compras. Portanto, se a intenção for o uso reduzido, que é culturalmente mais comum, a forma *mal* é a que reflete o padrão da língua original. Segundo Houaiss, no Dicionário da Língua Portuguesa (2009), há dois verbetes que tratam desse caso. O primeiro é shopping, para a forma reduzida de shopping center, que por sua vez é o segundo verbete, definido como um “centro comercial que reúne lojas de produtos e serviços variados, além de restaurantes, cinema, teatros, boates, etc.” Ambas com a indicação [ing], que chama a atenção para a origem da palavra. Como podemos observar tanto shopping, quanto shopping center constam no dicionário brasileiro.

Outro caso é a palavra *motoboy* utilizada no Brasil para descrever o trabalhador responsável por entregas, efetuadas através de uma motocicleta, para diversas empresas⁶. Observamos um termo formado por *moto*, forma contrata de *motorcycle* (motocicleta) e *boy* que, em português, usamos para a profissão de contínuo, que, em inglês, corresponde a *office boy*. Trata-se, portanto, de uma palavra estrangeira. Contudo, a forma adotada pelo falante nativo nos Estados Unidos, com o mesmo sentido, é *motorcycle courier*. Logo, verificamos que há a junção de duas palavras da língua inglesa para a denominação da profissão que não dispunha, quando surgiu, de um termo específico para tal em português. Nessa direção, Valadares (2014, p. 111) afirma que essas palavras são “[...] tomadas por empréstimo para suprir alguma necessidade conceitual, de ordem tecnológica, ou para a expressão de elementos socioculturais, referentes às trocas de ordem linguístico-cultural entre comunidades falantes de idiomas diversos”.

Um uso exclusivo de nosso país é a palavra *outdoor*, que é como nós brasileiros chamamos um grande cartaz ou painel exposto ao ar livre para fins publicitários. No inglês americano, o grande cartaz de rua é chamado *billboard* e *hoarding* no inglês britânico. Já a palavra *outdoor*, em inglês, é um adjetivo e quer dizer ‘ao ar livre’. Há também a palavra *outdoors* que pode ser tanto usada como advérbio significando ‘ao ar livre, fora de casa’ ou como substantivo semanticamente equiparado a ‘ar livre’. Portanto, somente na língua portuguesa *outdoor* tem a carga semântica de grande cartaz e a origem deste termo é a expressão inglesa *outdoor advertising*, que poderia ser traduzida por ‘publicidade ao ar livre’ (não necessariamente em um grande cartaz). Portanto, o termo passou a ser usado em algum momento da história do marketing no Brasil e hoje já está devidamente dicionarizado.

Mais um exemplo é do traje de cerimônia masculino que chamamos de *smoking* que deriva do inglês *smoking jacket*, que, em livre tradução, temos a expressão ‘jaqueta para fumante’, que designa um paletó antigamente usado pelos homens, quando esses se reuniam para fumar charutos. Nesse caso, o paletó servia para que a roupa não ficasse impregnada do cheiro espalhado pelo fumo. Hoje em dia não é mais utilizado com o propósito de se fumar charutos, mas sim para uso em eventos formais. De acordo com Houaiss (2009), *smoking* é definido como “um traje elegante para homens, usado em cerimônias, que consiste de terno preto com lapelas de seda e gravata-borboleta como adereço para a camisa; *black tie*”. Percebemos que o verbete *smoking* traz a definição do traje, acrescido de um sinônimo também vindo da língua inglesa que é *black tie*, traduzido do inglês, gravata preta. Segundo

⁶ <https://www.dicio.com.br/motoboy/>.

Flusser (2002), o smoking originalmente era uma espécie de robe, uma vestimenta informal e a sua criação foi por volta de 1850, quando o periódico londrino *Gentleman's Magazine* apresentou uma proposta do que seria um casaco ideal para quem gosta de fumar. Em 1860, um aristocrata norte-americano de nome James Potter teve um encontro com o rei Edward VII, do reino Unido, e ficou maravilhado com o *smoking jacket*, pedindo para fazer um para ele. Ao retornar para os Estados Unidos com a peça, ele começou a usá-la no Tuxedo Park Club, um clube de elite de Nova York, o que foi copiado por muitos membros da agremiação. Foi assim que o smoking acabou ficando famoso nos EUA como *tuxedo*, nome usado até hoje.

Entendemos que as novas abordagens e contextos comunicativos do ambiente virtual favorecem a criatividade, reconhecida como a grande responsável pelo aparecimento de novas unidades lexicais em determinada língua, produzindo, assim, inovações resultantes de produção neológica ou de empréstimos linguísticos, o objeto de nossa pesquisa. Como expõe Isquierdo (2003, p. 166), dentre os diferentes níveis de análise da língua, o lexical é o que mais sofre a influência de tais fatores que se refletem no conjunto de palavras que representa o vocabulário de uma comunidade de fala. Partindo do aspecto supracitado, consideramos os empréstimos linguísticos como forma de ampliação lexical e percebemos que tais inovações linguísticas tanto provocam mudanças no contexto social, quanto refletem a cultura da sociedade.

Sobre a imprevisibilidade das palavras e expressões adotadas em relação ao seu tempo de uso por parte dos falantes, consideramos importante trazer a visão de Faraco (2001b), quando explica que elas podem tanto ser abandonadas após pouco tempo de uso, como, por exemplo do próprio autor, o galicismo *saison*, que era corrente no começo do século XX no Brasil, quanto ser, de fato, integradas ao léxico da língua, caracterizando-se como empréstimos linguísticos, como é o caso das palavras futebol, deletar e escanear. Sobre o processo de adoção das palavras estrangeiras, Faraco ainda explica que alguns termos são submetidos por adaptações ortográficas determinados pela gramática receptora. Ao serem aportuguesadas, as palavras inglesas são adaptadas ao nosso sistema ortográfico, como podemos observar nos termos aportuguesados listados abaixo:

Quadro 1: Termos aportuguesados

INGLÊS	PORTUGUÊS
football	futebol

knockout	nocaute
penalty	pênalti
poker	pôquer
whisky	uísque

Fonte: Elaborado pela autora

É muito comum que a compreensão de uma palavra num contexto de uso não dependa da necessidade do conhecimento prévio de sua origem: sua etimologia, por exemplo. Dessa forma, em situações específicas de uso, os estrangeirismos podem perfeitamente ser compreendidos pelos falantes, sem necessariamente passarem por processos de aportuguesamento. Por essa razão, algumas palavras são muito utilizadas exatamente como são escritas em inglês. Em tais casos, estamos tratando de termos que mantiveram a grafia original e que, assim, denunciam facilmente a sua origem estrangeira. Destacamos os seguintes exemplos em que o uso popular não admitiu nenhuma adaptação:

Quadro 2: Termos sem adaptação

show
slogan
know-how
software
workshop

Fonte: Elaborado pela autora

Vale ressaltar que nem mesmo o brasileiro mais bem-informado entenderá termos que não façam parte do seu universo de referências. Bagno (1999, p. 79) considera que só quem conhece o mundo dos navios a vela, por exemplo, saberá o que é o *estai da mezena* do *joanete*, a *sobregatinha*, a *giba*, a *ostaga*, e a *draiva*, entre outros termos igualmente poéticos e estranhos, mas que são ‘português puro’. O autor reflete, ainda, que para muita gente culta, eles soam mais estrangeiros do que *drive*, *reset*, *delete*, *insert* ou *download*. E, também,

ressalta que qualquer brasileiro, se for ligado ao esporte mais popular do país, saberá perfeitamente o que é um pênalti, um gol e um drible, termos de origem inglesa que ficaram quase que inalterados no português do Brasil, bem como o nome do próprio esporte: futebol.

Identificamos a relação entre língua e cultura que permeia a adoção de um anglicismo na letra da música Samba do Approach composta no ano de 1999, pelo cantor e compositor maranhense Zeca Baleiro em parceria com Zeca Pagodinho.

Venha provar meu brunch

Saiba que eu tenho approach

Na hora do *lunch*

Eu ando de ferryboat

Na estrofe acima, observamos uma crítica bem-humorada ao comportamento linguístico de alguns falantes, que se rendem aos empréstimos linguísticos de maneira exagerada.

Já fui fã do Jethro Tull

Hoje me amarro no Slash

Já no trecho acima, identificamos elementos das culturas inglesa e americana quando são citados, respectivamente, o nome da banda de rock Jethro Tull formada na Inglaterra, em 1967 e, também, do guitarrista anglo-americano Slash, mundialmente famoso como integrante da formação clássica da banda Guns N' Roses. Partindo da ideia de que uma língua exerce influência sobre outras, identificamos a relevância cultural do símbolo extralinguístico do anglicismo, tendo em vista a compreensão do papel da língua inglesa no mundo contemporâneo.

Assim como na música supracitada, os atuais usuários brasileiros da rede social Instagram estabelecem relações dinâmicas e reforçam suas identidades culturais através do fenômeno linguístico estudado, um símbolo evidente do elo entre língua e cultura. A escrita usada na Internet é o exemplo mais recente de todo esse dinamismo e, por isso, buscamos os pressupostos teóricos da Semântica Cultural que foram desenvolvidos no capítulo subsequente.

4 SEMÂNTICA CULTURAL

Neste capítulo, abordamos as relações entre língua, cultura e sentido, considerando os conceitos de língua e cultura como interdependentes, isto é, a cultura alimenta a língua, que, por sua vez, é o canal de transmissão da cultura de um povo (FERRAREZI, 2013, p. 74). Apresentamos também o desenvolvimento dos recentes estudos sobre a Semântica Cultural (doravante SC) para que, à luz dessa teoria, possamos demonstrar, em nossas análises, que a SC pode trazer contribuições para uma melhor compreensão acerca da presença dos anglicismos no PB.

4.1 A língua como fenômeno social e um bem cultural

A língua é um instrumento de comunicação e uma das mais variadas formas de expressões utilizadas pelo homem e, como bem colocam Koch e Elias (2007, p. 13), devemos pensar a linguagem humana como o lugar de interação, de constituição das identidades, de representação de papéis, de negociação de sentidos. A língua natural ou materna é entendida como a primeira língua descoberta pelo falante que a utilizará, desde muito cedo, para compreender o mundo a sua volta, ou seja, as expressões de seus interlocutores. Tomemos, também, a reflexão de Marcuschi e Xavier (2005, p. 43) acerca do conceito de língua:

“[...] toda vez que emprego a palavra língua não me refiro a um sistema de regras determinado, abstrato, regular e homogêneo, nem a relações linguísticas imanentes. Ao contrário, minha concepção de língua pressupõe um fenômeno heterogêneo, variável, histórico e social, indeterminado sob o ponto de vista semântico e sintático e que se manifesta em situações de uso concretas como texto e discurso”.

Entendemos a língua, a partir das considerações de Marcuschi e Xavier (2005) como um sistema com múltiplas formas de manifestação, dinâmico, suscetível a mudanças e fruto de práticas sociais e históricas, sempre submetido às condições de uso. A esse respeito, retomamos as palavras de Ferdinand de Saussure (2012, p. 19), que diz: “a língua é a parte social da linguagem, exterior ao indivíduo [...]; ela não existe senão em virtude duma espécie de contrato estabelecido entre os membros da comunidade”, considerando assim, uma atividade de interação humana em um dado contexto sócio-histórico e ideológico, em que o indivíduo não expressa apenas o seu pensamento, mas também interage com o outro.

Acreditamos que o português, como qualquer língua, não é propriedade de um indivíduo ou de um grupo fechado de pessoas, mas um fenômeno social, um bem cultural de

um povo e se espalha por todos os níveis da estratificação social. Esse raciocínio tem como base a reflexão de Coseriu (1979, p. 215), que afirma que a língua é um fazimento, uma criação contínua de si mesma, ela é um sistema para cumprir uma função: a comunicação, sendo assim, o falar é uma atividade criadora, uma invenção pode refletir apenas um momento, não se repetindo, não se tornando um modelo, enquanto, de outras vezes, a inovação do léxico é adotada e difundida, seguindo uma exigência cultural e estética da língua. Com base nas palavras do autor, podemos afirmar que a linguagem, intimamente relacionada com a experiência humana, é considerada um fator social e cultural e não apenas uma casualidade da comunicação. Produzida e determinada socialmente, é um importante símbolo da identidade de um grupo, pois é, por meio da língua que os membros de uma comunidade interagem e criam seus valores, suas crenças, seus costumes, suas ideologias e seus pensamentos, proporcionando, assim, um contato com o mundo que os cerca. Segundo Ferrarezi (2008, p.23), uma língua natural é um sistema de representação do mundo e de seus eventos. A relação entre sociedade e língua estabelece-se seja por imitação ou associação, para assim, formularmos mensagens, sejam nas relações humanas, literárias, culturais e/ou científicas. Portanto, é por meio de seu uso dentro de um contexto social e cultural que ela adquire sentido.

Segundo o Dicionário Etimológico, cultura adveio do latim *culturae*, que significa ‘ação de tratar’, ‘cultivar’ ou ‘cultivar a mente e os conhecimentos’. Originalmente, a palavra *culturae* originou-se a partir de outro termo latino: *colere*, que quer dizer ‘cultivar as plantas’ ou ‘ato de plantar e desenvolver atividades agrícolas’. Com o passar do tempo, foi feita uma analogia entre o cuidado na construção e tratamento do plantio, com o desenvolvimento das capacidades intelectuais e educacionais das pessoas.

Compreendemos a cultura como uma série de valores, práticas, crenças e costumes que estabelece a forma de viver de uma sociedade ou um determinado grupo. Tais elementos são encarregados de gerar o conhecimento empírico que nos permite intermediar modos adequados de proceder em contextos específicos. Eagleton (2005, p. 184) acrescenta, ainda, que a “cultura não é unicamente aquilo de que vivemos. Ela também é, em grande medida, aquilo para o que vivemos. Afeto, relacionamento, memória, parentesco, lugar, comunidade, satisfação emocional, prazer intelectual [...]”. Em suma, a cultura é a conexão entre o indivíduo e o mundo.

Nesse sentido, devemos tomar a cultura como um conjunto relativamente integrado de conhecimentos e de crenças, característico de uma comunidade, organizado por padrões e adquirido no seu meio pela interação dos seus membros. Os falantes de uma dada língua,

inseridos numa cultura por ela veiculada, precisam ter acesso a esses conhecimentos, para, a partir disso, poderem funcionar e sentir-se integrados na comunidade. Ao longo da vida, esses conhecimentos são adquiridos, negociados, renegociados e partilhados com outros indivíduos da comunidade, gerando novos conhecimentos, sentimentos e experiências que formarão a cultura de um indivíduo, de um grupo, de um povo. E, à luz desse raciocínio, lembramos que Chauí (1995, p. 81) também conceituou cultura como “invenção coletiva de valores, ideias, sentimentos e comportamentos compartilhados pelos sujeitos de um grupo social”.

Ademais, concluímos que, ao mesmo tempo em que a língua constitui a cultura, essa é difundida pela língua. Por isso, cultura e língua são conceitos interdependentes. Nesse sentido, Ferrarezi (2013, p. 74) explicita que “a língua precisa ser entendida como um sistema aberto, que se alimenta e retroalimenta da própria relação do homem com esses mundos”. Para o autor “[...] a língua tem que dar conta de representar tudo o que a cultura contempla, pois tudo o que pensamos e fazemos deve, de alguma forma, poder ser representado pela língua que falamos. Se é assim, a língua é formatada pela cultura na medida em que a cultura exige da língua formas de expressões adequadas” (FERRAREZI, 2013, p. 74). Concordamos com Ferrarezi sobre a concepção de que a cultura é muito mais do que a erudição e os clássicos: é, antes, toda a construção emanada da mente humana, seja materializada na forma de objetos ou ações, seja apenas na forma de pensamento.

Os fatores social e cultural são partes essenciais para a constituição do patrimônio lexical de uma língua, uma vez que o signo é imbuído de interferências e valores culturais compartilhados socialmente. Em outras palavras, os aspectos culturais de uma comunidade linguística influenciam na atribuição de sentidos às palavras e às expressões de uma língua, assim o léxico tende a se inovar a partir do processo comunicacional da interação entre os falantes, formando os neologismos, por exemplo.

Segundo Ferrarezi (2013), a cultura tem um papel fundamental na construção dos sentidos que são expressos pela língua nos lugares sociais em que ela é utilizada. Quando o falante consegue expressar na fala uma parte suficiente daquilo que pensa, sem que esse se prenda ao uso fechado do ensino normativo da língua, realiza-se interação social e, com isso, possibilita também o compartilhamento de culturas, crenças, ideologias e pensamentos. Para melhor entendermos como chegamos à compreensão de que, sem a cultura, não podem ser formados os sentidos, precisamos considerar que “os sentidos são sempre construídos em função do conjunto de informações culturais do falante e de sua comunidade” (FERRAREZI, 2008, p. 22).

Ainda sobre a construção de sentidos, Ferrarezi (2008) lembra-nos de que ela ocorre por meio das vivências existenciais dos falantes, mediante informações culturais que são construídas e compartilhadas linguisticamente por esses falantes para representar o mundo. Afinal, é por meio do uso da língua dentro de um contexto social e cultural que ela adquire sentido, e para Ferrarezi (2013), a Semântica, necessariamente, será um estudo que se relaciona com os fatos culturais representados pela língua natural.

A seguir, veremos que, na Semântica Cultural, os estudos são realizados em uma perspectiva que visa compreender “a relação entre os sentidos atribuídos às palavras ou demais expressões de uma língua e a cultura em que essa mesma língua está inserida” (FERRAREZI, 2013, p. 71). A Semântica Cultural preocupa-se em compreender o como, o porquê e o grau de interferência dos aspectos culturais na construção e na compreensão dos enunciados das línguas naturais.

4.2 A relevância do aspecto cultural nos estudos semânticos

A Semântica é uma disciplina relativamente nova dentre os estudos linguísticos e teve como precursor o linguista francês Michel Bréal no fim do século XIX. Bréal estabeleceu o conceito de Semântica, que trata dos estudos das manifestações linguísticas do significado, no artigo intitulado — *Le Lois Intellectuelles Du Langage*, em 1883. Nas considerações a respeito do conceito de Semântica (*semantiké têchne*), Bréal a caracteriza como a ‘ciência das significações; provém do verbo *sêmainô*, ‘significar’ que, por sua vez, é derivado de ‘*sêma*’ (sinal), em oposição à fonética, ‘ciência dos sons da fala’” (BRÉAL, 1924[1904]).

Ademais, Bréal explicita reflexões sobre a palavra, quanto à sua forma e sentido, isto é, a relação entre o significado e o significante. Sobre essas considerações, o autor conclui que “não há dúvida de que a linguagem designa as coisas de modo incompleto e inexato” (BRÉAL, 2008, p.123).

Partindo da compreensão que existem discrepâncias entre os teóricos sobre o conceito de significado e como esse estudo será pautado nas reflexões de Ferrarezi (2008), optamos por considerar que o significado “[...] é visto como aquilo que é cognitivamente ativado pela linguagem no nível neurológico”. No que se refere aos sentidos, Ferrarezi pontua que “[...] são as manifestações linguísticas do significado [...] são sempre construídos em função do conjunto de informações culturais do falante e de sua comunidade [...]”. Ainda sobre o sentido, o autor comenta que “[...] “é composto por um conjunto de traços de significados culturalmente construídos, atribuídos e relevantes para uma comunidade, que

esta mesma comunidade utiliza para fazer representar, por meio de sinais, os elementos ou eventos de um mundo qualquer”. (FERRAREZI, 2008, p. 22). Portanto, Ferrarezi (2010, p.54) explica que o significado é orgânico, enquanto o sentido é de natureza cultural.

Trata-se de dois objetos plenamente distintos, embora relacionados. Um de natureza orgânica (o significado) e um de natureza cultural (o sentido). A língua opera com sentidos para que o cérebro humano possa operar com o significado, de forma a haver compreensão. Compreensão, portanto, só pode ser consistentemente entendida, neste enfoque, como o processo de operação com significados desencadeado a partir da operação com sentidos (FERRAREZI, 2010, p.54).

Visto isso, assinalamos que a língua materna é a primeira forma de representação de um falante e essa língua natural “usa sinais cujos sentidos são especializados em um contexto, sendo que este só tem sentido especializado em um cenário” (FERRAREZI, 2008, p.24). A partir dessa reflexão de Ferrarezi surge o termo Semântica de Contextos e Cenários, associando as manifestações linguísticas aos sentidos, o que revela uma cultura relacionada “com um pensamento que a gera e com um sistema linguístico que a representa”. Logo, “representar é, portanto, ter a possibilidade de usar no lugar de, pôr no lugar de”. (FERRAREZI, 2008, p.24)

Como comentamos na seção anterior, nas duas últimas décadas, uma vertente da Semântica denominada Semântica Cultural tem se empenhado em realizar estudos que visam a mostrar a importância e a interferência dos aspectos culturais na constituição dos sentidos das palavras e expressões da língua. Os estudos de Celso Ferrarezi introduziram a SC no Brasil, inicialmente com o livro “Introdução a Semântica de Contextos e Cenários: de la langue à la vie” (FERRAREZI, 2010). Esta obra aborda sobre como se dão as construções de sentidos e como se constitui a representatividade da língua. Em 2013, Ferrarezi publica o capítulo sobre SC dentro da obra Semântica, semânticas: uma introdução. Temos muito pouco material em português contemplando essa abordagem cultural e contemporânea dos estudos linguísticos e isso decorre, talvez, do estágio inicial de consolidação da SC como uma vertente bem definida de estudos.

Ferrarezi (2013, p. 71) observa que os estudos sobre as influências de atribuição de sentidos mediadas pelas experiências culturais das comunidades não são novidades dentro da Linguística. Já no século XIX, Humboldt (2006, p. 10) ressaltava a relação dinâmica existente entre língua, cultura e pensamento. A respeito dos estudos da linguagem que levam em consideração os aspectos culturais, o autor alemão traz como exemplo a palavra ‘elefante’ que, em sânscrito, é designada pela menção às partes do corpo do animal, enquanto no alemão o substantivo se refere ao animal como unidade (HUMBOLDT, 2006, p. 11).

Estabelece-se, assim, uma riqueza de pontos de vista culturais sobre um mesmo objeto ou sobre experiências.

Estudos sobre a relação entre língua e cultura continuaram nas primeiras décadas do século XX, resultado dos estudos russos do chamado Círculo de Bakhtin, que se fundamentavam na ideia que “o homem é um animal social e a língua interage com a sociedade onde está inserido” (VOLOSHINOV, 2017), ressaltando a importância da cultura na construção das línguas naturais. Ferrarezi (2013, p. 71) salienta que, no ocidente, da década de 1950 em diante, “se realizavam bons estudos de Semântica que levavam em conta a relação entre língua e cultura”, entretanto, não havia “metodologias linguísticas específicas e esclarecedoras para mostrar a influência da cultura na língua, e vice-versa” (FERRAREZI, 2013, p. 72). Desse modo, Ferrarezi (2013, p. 72) explica que havia uma mistura de Linguística com “todas as demais ciências que pudessem contribuir com a compreensão da construção linguística e sua relação com a própria construção da cultura e com o comportamento da comunidade de falantes”. Esses estudos voltados para a relação entre língua e cultura ficaram de certa forma “apagados” até o fim da década de 80, quando teorias como o gerativismo e a Semântica Formal estavam mais evidentes. Para Ferrarezi, o despertar da relevância da relação cultura e língua estabelece-se no processo da “popularização da informática e o fracasso dos primeiros tradutores automáticos, bem como os percalços encontrados nas diferentes tentativas de comunicação global entre povos de diferentes línguas e culturas” (FERRAREZI, 2013, p. 72). Nesse contexto histórico-social, era preciso “compreender o que foi dito em uma língua” e “tentar dizer a mesma coisa em outra língua”. Consequentemente, percebemos a dimensão da importância da cultura, pois

[...] os sentidos das línguas dependiam, também, de quem, como, onde, por que etc. essas línguas eram faladas. Além disso, a Internet colocava o mundo em contato consigo mesmo. Como nunca antes, as pessoas sentiam necessidade de falar umas com as outras, e isso começou a acontecer com uma facilidade e em uma velocidade dignas da antiga ficção científica. O problema é que o inglês não estava mais dando conta como língua “universal”, pois longe de aprender inglês, muitas pessoas queriam falar em suas próprias línguas e ser, ainda assim, entendidas pelas outras. O sonho do tradutor universal de “Guerra nas Estrelas” ficou mais vivo do que nunca. Por tudo isso, tornou-se necessário voltar a atenção para aspectos culturais, antes considerados totalmente externos aos sistemas linguísticos, e analisar como esses aspectos acabavam interferindo na compreensão dos enunciados. (FERRAREZI, 2018, p. 11)

Destarte, Semântica Cultural é uma “[...] vertente da Semântica que estuda a relação entre os sentidos atribuídos às palavras ou demais expressões de uma língua e a cultura em que essa mesma língua está inserida” (FERRAREZI, 2013, p. 71). Entendemos, a partir do

conceito forjado pelo autor que essa corrente de pesquisa busca explicitar os sentidos e observar a importância dos aspectos culturais para a construção dos enunciados linguísticos. Com isso, o que norteia a abordagem de estudo da Semântica Cultural são teorias construídas a partir de análises da língua natural, tendo em vista que a língua é um sistema aberto e passível de modificações conforme a demanda de cada cultura, isto é, língua e cultura estão totalmente imbricadas na construção dos sentidos, para que a partir deles se faça a devida associação com outros aspectos dessa representação.

Conforme estudos de Ferrarezi (2013, p. 72-73), aspectos culturais de um grupo linguístico não influenciam apenas na atribuição de sentidos a uma palavra da língua, mas também podem interferir na estrutura gramatical dessa língua. Sobre isso, o autor destaca que “um dos grandes avanços da área, nos últimos anos, foi demonstrar que as estruturas das línguas naturais não são meros agrupamentos de regras gramaticais, mas reflexos da cultura, das organizações sociais e do meio, preocupando-se assim com a relação da parte viva da língua, ou seja, a língua em uso”. Por esse motivo, acreditamos que a Semântica Cultural vê a língua como sendo mais do que uma herança passada de geração a geração, tendo em vista que interfere, diretamente, na forma como enxergamos e vivenciamos o mundo, uma vez que é através dela, da língua, que expressamos esse mundo. Partindo desse pressuposto, o enfoque cultural no estudo a língua é a ideia de que não é possível tratar da língua separadamente da cultura, mas sim como parte que a integra. Desse modo, entende-se que a língua não está pronta e acabada, uma vez que é adquirida pelos indivíduos de uma comunidade social por meio de um processo contínuo de construção, que se dá através do seu uso.

Ferrarezi (2010, p. 81) defende que, se alguma relação há entre palavras e sentidos, essa relação é cultural, atribuída pelo *habitus* linguístico⁷, por costumes e não por propriedades das palavras ou dos sentidos. Em termos concretos, segundo Ferrarezi (2010), não só o português brasileiro, mas todas as línguas não possuem palavras específicas para todos os sentidos. Portanto, uma só palavra pode possuir vários sentidos distintos: “Simplesmente, nenhuma língua tem palavras específicas para todos os sentidos que exprime, tendo que recorrer a construções – ou adotar empréstimos – em que, muitas vezes, os sentidos costumeiros dos sinais não passam nem perto” (FERRAREZI, 2010, p.83).

⁷ O *habitus* linguístico corresponde às disposições para determinados tipos de usos da linguagem, os quais são socialmente avaliados com base em condições de expressão articulada de ideias, opiniões, convicções, trejeitos, maneirismos, gestos, posturas, corporalidade e competências comunicativas de diversas sortes (oratória, eloquência, vocalizações, impositões, etc.), presentes na produção da fala e da audição dos praticantes. (HANKS, 2008)

Concordamos com o autor, no sentido de que “há lacunas no léxico porque a construção de sentidos nas culturas é muito mais dinâmica que a constituição do léxico de uma língua”. E que essa construção se dá “no âmbito da cultura de uma comunidade linguística, e a ela estão associados os mais diversos valores e construtos culturais” (FERRAREZI, 2010, p.83).

Uma vez que os fenômenos culturais e a língua são elementos indissociáveis na constituição de sentidos de palavras e expressões de dada comunidade, este estudo utiliza o arcabouço teórico da Semântica Cultural para uma melhor compreensão sobre o uso das unidades lexicais *crush*, *ship*, *stalker* e *match* nos contextos recorrentes nas relações sociais no Instagram, influenciando a língua e a cultura brasileiras. Essa linha de análise visa a entender o percurso diacrônico de tais anglicismos e contribuir para a compreensão dos seus sentidos atuais, pois seus usos são permeados por enunciações anteriores. Tais considerações estão expostas no capítulo das análises no qual, por meio de exemplos reais, construímos reflexões acerca dos aspectos semânticos e culturais que evidenciam as motivações linguísticas para o uso legítimo dos anglicismos selecionados.

Finalizadas as discussões teóricas apresentadas no capítulo anterior e neste, a sequência deste estudo apresenta a metodologia utilizada para a pesquisa e as análises.

5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Do ponto de vista teórico-metodológico, a investigação em desenvolvimento trata-se de uma pesquisa de natureza básica e de abordagem qualitativa. Conta com uma pesquisa de gênero bibliográfico de caráter exploratório, a qual, segundo Gil (1999) possibilita uma maior familiaridade com os objetos de estudo. Em sua produção realizamos um levantamento que parte da análise de fontes secundárias, como livros, artigos e dicionários, que abarcaram, de diferentes maneiras, o tema escolhido para o estudo. Além disso, em levantamento bibliográfico acerca dos empréstimos linguísticos e neologismos, da Semântica Cultural, e ainda sobre globalização e linguagem na Internet foram encontrados artigos de periódicos, dissertações de mestrado e teses de doutorado na área da Linguística, que contemplam o fenômeno linguístico dos anglicismos e sua relação com os conceitos de língua e cultura.

Sua base essencialmente qualitativa tenta compreender certos ‘fenômenos’ comportamentais através de coleta de dados e estudando as preferências linguístico-culturais dos falantes do ambiente on-line. Em consonância com essa visão, Chizzotti (2006, p.79) afirma que a abordagem qualitativa parte do fundamento que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, uma “interdependência viva entre o sujeito e o objeto, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito”. Dessa forma os dados são fenômenos que ocorrem em contexto fluente de relações, recheados de significados que formam a realidade. Nossa pesquisa também considera uma perspectiva interpretativista, já que está concentrada em uma análise de traços e não em uma descrição estatística de informações.

O corpus e a metodologia utilizada nesta pesquisa foram definidos em conformidade com o objeto de estudo e os objetivos pré-estabelecidos. Conforme indicado na Introdução, a pesquisa é motivada pelo interesse em observar como os empréstimos se comportam em termos linguísticos e culturais tendo como ponto de partida seus usos no ambiente virtual.

5.1 O objeto de investigação

Iniciamos nossos estudos realizando o levantamento bibliográfico e, após a delimitação de algumas referências iniciais, escolhemos o objeto de estudo: a presença dos anglicismos no Português Brasileiro. Decidimos trabalhar com o fenômeno linguístico dos anglicismos já que a língua inglesa faz parte do cotidiano brasileiro, pois todos os dias nós convivemos com uma série de palavras em inglês, daí percebemos a importância e a

influência que essa língua exerce sobre a nossa cultura. Em consonância com nossa observação, Valadares (2014) diz que, na cultura brasileira, os usos de estrangeirismos, principalmente os anglicismos, aumentaram muito na segunda metade do século XX e vêm se disseminando hoje entre os usuários das redes sociais da Internet.

Consequentemente, a escolha por analisar esse fenômeno linguístico se deu por conta do número considerado acentuado de seu uso na contemporaneidade e por isso instigou a busca por conhecer as motivações que levam os usuários da rede social a utilizá-los em seus enunciados.

5.2 O locus inicial da coleta de dados e a delimitação do corpus

Ressaltamos que, na cultura brasileira, os usos de estrangeirismos, principalmente os anglicismos, vêm se disseminando exponencialmente entre os usuários das redes sociais digitais e desse modo, a escolha do local da pesquisa obedeceu ao critério específico de popularidade. Desse modo, fizemos a escolha do Instagram para iniciarmos a nossa investigação ao constatararmos que atualmente, esta é a rede social digital que mais cresce em todo mundo. Entendemos ainda que além de ser um ambiente muito popular, o Instagram também nos oferece distintos modos de construção de significados e diferentes dinâmicas de interação, atendendo assim aos objetivos da nossa investigação. No entanto, no decorrer da investigação, passamos a recolher dados de outros ambientes digitais e não digitais, que são descritos na seção subsequente.

Participando do Instagram, observamos a popularidade de algumas palavras vindas da língua inglesa e decidimos listá-las. Com o intuito de delimitar os anglicismos a serem estudados, estabelecemos os seguintes critérios:

- 1) Fazer parte do campo semântico dos relacionamentos.
- 2) Terem sido disseminados nas redes sociais brasileiras nos últimos 10 anos.

Entre os fatores que justificam os dois critérios definidos estão a grande circulação desses anglicismos nas redes sociais e também motivações teóricas. A partir da análise da lista dos anglicismos, percebemos que quatro deles se relacionavam semanticamente e se encaixavam no espaço de tempo que passaram a circular no Brasil. Assim, de acordo com os critérios estabelecidos, selecionamos para análise as unidades lexicais *crush*, *ship*, *stalker* e *match*.

Com o intuito de analisar apenas a representatividade dos termos selecionados, não constituímos nenhum grupo de internautas ao coletarmos os dados para análise. Portanto, o corpus inicial foi constituído por postagens recolhidas a partir de uma busca em perfis da

rede social Instagram em âmbito nacional. Após reunirmos as primeiras postagens, resolvemos aumentar a abrangência da coleta de dados. Para tanto, além do material coletado da rede social digital, buscamos ocorrências dos quatro anglicismos em locais que extrapolam o ambiente das redes sociais digitais.

Assim, o período de coleta de dados compreendeu os meses de março de 2021 e janeiro de 2022 e acessamos fontes que adotaram algum dos quatro termos pesquisados:

- a) redes sociais (majoritariamente no Instagram);
- b) manchetes de mídia nacional e internacional;
- c) publicidade em âmbito nacional;
- d) títulos de trabalhos científicos nas áreas de direito e psicologia;
- e) títulos de leis brasileiras;
- f) memes;
- g) títulos de livros;
- h) títulos de filmes;
- i) aplicativos de relacionamento e *streaming*.

De posse dos dados coletados, partimos para a seleção dos que iriam compor esse trabalho. Assim, a escolha dos dados que seriam de fato analisados teve como fundamento, o critério de melhor suprir os propósitos a serem alcançados a partir da nossa questão norteadora, objetivos e procedimento de análise. Nesse movimento, formamos um corpus o qual garantiu “a eficiência que se ganha na seleção de algum material para caracterizar o todo” (BAUER; AARTS, 2002, p.40):

Crush:

5 *prints* de posts⁸;
 3 *prints* de memes;
 3 *prints* de manchetes de jornais;
 1 letra de música.

Ship:

4 *prints* de posts;
 1 *print* de meme;
 1 *print* de publicidade de série de TV.

⁸ Em nosso trabalho, os termos *post*, *postagem* e *publicação* são tratados como sinônimos.

Stalker:

2 *prints* de memes;
 3 *prints* de manchetes de jornais;
 1 artigo do código penal;
 6 títulos de artigos científicos na área do direito e psicologia.

Match:

2 *prints* de posts;
 1 *print* de meme;
 2 *prints* de aplicativos (Tinder e Spotify);
 1 *print* de campanha publicitária;
 1 *print* de filme da Netflix;
 1 *print* de capa de livro.

As imagens do corpus foram realizadas utilizando o procedimento de captura de tela (*print* ou *print screen*) e arquivadas em pasta do computador.

5.3 Questão norteadora e objetivos propostos

Norteamos nossa pesquisa na seguinte questão: As unidades lexicais *crush*, *ship*, *stalker* e *match*, que se popularizaram no ambiente virtual, se manifestam em contextos fora do ambiente on-line contribuindo para ampliação lexical do PB? Para respondermos a esse questionamento traçamos como objetivo geral analisar o uso dos anglicismos *crush*, *ship*, *stalker* e *match* no Português Brasileiro. Ademais, objetivamos especificamente:

- 1) observar o uso dos anglicismos selecionados nas relações sociais pelo Instagram, assim como suas ocorrências em contextos fora do ambiente on-line;
- 2) compreender os domínios morfo-semântico-culturais dos anglicismos selecionados à luz da Semântica Cultural;
- 3) verificar a existência de correspondentes no léxico do Português Brasileiro para os anglicismos pesquisados.

Na tentativa de contemplar os objetivos desta pesquisa, a contextualização (capítulo 2) e alguns conceitos e reflexões (capítulo 3) foram utilizados como embasamento para todas as análises e discussões. Ademais, partimos do pressuposto que cultura e língua estabelecem

uma relação concomitante e são elementos indissociáveis na constituição dos sentidos que são submetidos às palavras e às expressões da língua. Nessa visão, destacamos que parte das análises se insere na área da Semântica Cultural (capítulo 4), visto que nossa proposta abrange a observação dos aspectos culturais influenciando a atribuição de sentidos ao corpus analisado, pois para a SC, uma língua deve representar um mundo e os seus eventos. Além disso, procuramos ressaltar que os usos dos anglicismos selecionados são exteriorizações de pensamentos no âmbito virtual e que, quando realizados nas redes sociais, acabam ultrapassando a fronteira do virtual, cristalizando a relação entre os sentidos atribuídos aos anglicismos e a nossa cultura.

5.4 Procedimentos de análise

A pesquisa realizada nesta dissertação utilizou critérios de análise para a coleta de dados, com a atribuição de significados aos dados analisados. Adotamos a proposta da Semântica Cultural como método de estudo do fenômeno dos anglicismos, uma análise que pressupõe que os sentidos são atribuídos às palavras não de forma aleatória, segundo ‘a vontade’ de cada falante, mas que existem princípios da relação entre a língua e os demais fatos culturais. A análise proposta por Ferrarezi (2013, p.76) gira em torno de seis fases, entretanto o autor salienta que um pesquisador pode se deter em apenas uma das fases de análise ou se alinhar com quantas forem necessárias, dependendo dos objetivos pretendidos.

Isso posto, esse trabalho concentrou-se nas seguintes fases de tratamento dos dados:

- Análise dos aspectos sistêmicos da estrutura linguística e sua relação com os sentidos.
- Análise dos sentidos especializados atribuídos ao léxico e da constituição de sentidos individuais, tendo como referência os sentidos costumeiros.
- Análise de informações contextuais (no âmbito linguístico) e cenariais (no âmbito extralinguístico) que possam justificar a atribuição de sentidos realizada.

O Capítulo 6 abarca uma seção para a análise de cada um dos quatro anglicismos selecionados. Dito isso, o aparato metodológico da análise de cada termo por nós proposto abrange as seguintes etapas:

- 1) Utilização dos seguintes dicionários de língua inglesa nas versões on-line: Online Etymology Dictionary para descrever a origem e a evolução no tempo, e o Oxford English Dictionary para as definições, classes gramaticais e exemplos.
- 2) Levantamento dos significados em português através dos dicionários de língua portuguesa brasileira: Dicio, Dicionário Informal e Dicionário Popular.

- 3) Análise morfológica tratando da investigação de como o termo estudado se relaciona de modo a fazer sentido em cada ocorrência. Assim como, identificando a função gramatical dos termos inseridos nas ocorrências analisadas.
- 4) Análise dos domínios semântico-culturais concentrando-se no uso e popularidade do termo.
- 5) Verificação da existência ou não de correspondentes já existentes no léxico do Português Brasileiro.

Em relação ao uso dos dicionários, ressaltamos que nosso estudo não se concentra diretamente da tradução, mas por se tratar de um fenômeno que envolve outra língua, carece de algumas traduções para seu total entendimento. Dessa forma, inicialmente, utilizamos como fonte de consulta os renomados dicionários Michaelis e Aulete nas versões on-line e o Houaiss versões on-line e física, essa atualizada pela última vez em 2009. Verificamos que essas três fontes ainda não apresentam definições para três dos quatro termos desse estudo. Todavia, o termo *match* foi encontrado somente no dicionário Michaelis. No entanto, a definição não alcança o valor semântico deste estudo. Já, no dicionário Aulete, encontramos o termo composto *match point*. Esses dois casos serão tratados na seção do termo no próximo capítulo.

Na sequência, utilizamos outros três dicionários como fonte de consulta: Dicio⁹, Dicionário Informal¹⁰ e Dicionário Popular¹¹. O Dicio é um dicionário on-line de português contemporâneo criado em 2009 e é atualizado por uma equipe composta por lexicógrafos e linguistas. A equipe salienta que o Dicio “é composto por uma infinidade de palavras que, tendo em conta a evolução da língua e da sociedade, são atualizadas diariamente”. Selecionamos também o Dicionário Informal, um dicionário de português criado em 2006 para a Internet, que registra palavras definidas pelos próprios usuários. A terceira fonte utilizada foi o Dicionário Popular criado em 2017 que traz, além dos significados dos verbetes, as informações sobre a origem de gírias, expressões populares e memes¹². A escolha dessas três fontes se deu baseada na pesquisa realizada pela Canaltech¹³, que elegeu tais dicionários como ferramentas constantemente atualizadas e populares no Brasil.

⁹ <https://www.dicio.com.br>

¹⁰ <https://www.dicionarioinformal.com.br>

¹¹ <https://www.dicionariopopular.com>

¹² Os *memes*, no contexto das práticas comunicacionais da Internet, são caracterizados pela repetição de um modelo formal básico, manifestando-se por meio de vídeos, frases, hashtags, foto-legendas, tirinhas, entre outros (FONTANELLA, 2009, p. 8). E, em alguns casos, possuem um aspecto grosseiro e intencionalmente cômico.

¹³ <https://canaltech.com.br/internet/confira-alguns-dos-melhores-dicionarios-online-gratuitos>

Com base nos procedimentos metodológicos descritos neste capítulo, na contextualização apresentada no Capítulo 2 e nos conceitos e reflexões expostas nos Capítulos 3 e 4, apresentamos nossa análise e interpretação de dados sob a perspectiva da Semântica Cultural no capítulo subsequente.

6 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Este capítulo tem por objetivo analisar como os empréstimos se comportam em termos linguísticos e culturais, tendo como ponto de partida seus usos no Instagram e também em outros ambientes digitais e não digitais. Com o auxílio de exemplos elucidativos, veremos como aspectos culturais de uma comunidade linguística – os usuários dos espaços digitais – podem interferir na constituição e na compreensão de sentidos de palavras e de expressões da língua. Dessa maneira, analisaremos o uso dos anglicismos *crush*, *ship*, *stalker* e *match* na língua e cultura nacionais.

6.1 *Crush*

Iniciamos nossa pesquisa acerca do anglicismo *crush* apresentando suas acepções encontradas no Online Etymology Dictionary (2022):

crush (v.) mid-14c., "smash, shatter, break into fragments or small particles; force down and bruise by heavy weight," also figuratively, "overpower, subdue," from Old French *cruissir* (Modern French *écraser*), variant of *croissir* "to gnash (teeth), crash, smash, break," which is perhaps from Frankish **krostjan* "to gnash" (cognates: Gothic *kriustan*, Old Swedish *krysta* "to gnash").

Figurative sense of "to humiliate, demoralize" is by c. 1600. Related: *Crushed*; *crushing*; *crusher*. Italian *crosciare*, Catalan *cruxir*, Spanish *crujir* "to crack, creak" are Germanic loan-words.

crush (n.) 1590s, "act of crushing, a violent collision or rushing together," from *crush* (v.). Meaning "thick crowd" is from 1806. Sense of "person one is infatuated with" is first recorded 1884, U.S. slang; to have a *crush* on (someone) is by 1903.¹⁴

De acordo com o dicionário etimológico utilizado como fonte de pesquisa, o termo *crush* é registrado na língua inglesa desde o século XIV com o sentido de esmagar ou quebrar em pequenos pedaços. Figurativamente assumindo o sentido de dominar, subjugar, humilhar e desmoralizar. Nos anos de 1590, passa também a ser registrado como “*act of crushing, a violent collision or rushing together*”, ou seja, o ato de esmagar ou também uma colisão

¹⁴ esmagar (v.) meados de 14c., "esmagar, quebrar, quebrar em fragmentos ou pequenas partículas; forçar para baixo e esmagar por peso pesado", também figurativamente, "dominar, subjugar", do francês antigo *cruissir* (*écraser* francês moderno), variante de *croissir* "ranger (dentes), bater, esmagar, quebrar", que talvez seja do franco **krostjan* "ranger" (cognatos: gótico *kriustan*, antigo sueco *krysta* "ranger"). O sentido figurado de "humilhar, desmoralizar" é de c. 1600. Relacionado: Esmagado; esmagamento; triturador. *Crosciare* italiano, *cruxir* catalão, *crujir* espanhol "rachar, ranger" são palavras de empréstimo germânicas.

esmagar (n.) 1590s, "ato de esmagar, uma colisão violenta ou correr juntos", de esmagar (v.). O significado de "multidão densa" é de 1806. O sentido de "pessoa por quem se está apaixonado" é registrado pela primeira vez em 1884, gíria dos EUA; ter uma queda por (alguém) é em 1903.

violenta. A partir de 1806, encontra-se o uso para se referir a uma grande multidão (*thick crowd*).

O primeiro registro com o sentido de “pessoa por quem se apaixona” foi em 1884, já sinalizada como uma gíria norte-americana. Ademais, em 1903 a expressão idiomática “*to have a crush on someone*” foi registrada e carrega o sentido de ser esmagado por uma paixão por alguém. Visto isso, concluímos que o uso coloquial da expressão na língua inglesa já é bastante antigo.

Verificamos também as definições para o verbete *crush* no Oxford English Dictionary e encontramos:

v. Deform, pulverize, or force inwards by compressing forcefully.

Isto é, deformar, pulverizar ou comprimir com força, como no exemplo: *You can crush a pill between two spoons*, que diz que ‘você pode esmagar/quebrar um comprimido entre duas colheres’.

v. Make someone feel overwhelmingly disappointed or embarrassed.

Aqui temos a livre tradução para o ato de fazer alguém sentir-se esmagadoramente desapontado ou envergonhado, assumindo também o sentido de humilhação, como em *I was crushed! Was I not good enough?* Eu estava humilhado! Eu não fui bom o bastante?

n. a brief but intense infatuation for someone, especially someone unattainable.

Nesta acepção, traduzimos como uma paixão breve, mas intensa por alguém, especialmente alguém inatingível. Entendemos que há uma utilização metafórica representando uma força ‘esmagadora’, isto é, um sentimento tão forte que temos por determinada pessoa, que até produz uma sensação de ‘peito esmagado’, similar à sensação de ‘friozinho na barriga’ das pessoas apaixonadas.

O mesmo Oxford English Dictionary apresenta também as expressões idiomáticas *to have a crush on* e *to get a crush on*, que significam: ter uma ‘quedinha’ por. Abaixo criamos alguns exemplos do uso de tais expressões ainda em inglês:

‘Pamela did have a crush on Dr. Taylor’. Ou seja, Pamela tem uma quedinha pelo Dr. Taylor.

‘Rick’s awesome, so it wasn’t too surprising that other girls were crushing on him’. Aqui o sentido é: Rick é tão incrível que não era surpresa que todas as meninas estivessem apaixonadas por ele.

Mais de um século se passou desde o surgimento da gíria na língua inglesa (registrada em 1884) e percebemos que o uso do termo se disseminou a partir dos espaços

contemporâneos de interação virtual. Com efeito, Molinari *et al.* (2019) observaram, através da ferramenta avançada do Google (2018), que os números de ocorrências em páginas brasileiras na Internet foram aumentando consideravelmente a partir de 2014. Em 2014, as autoras encontraram 39.200 ocorrências, em 2015 o número de ocorrências já aumentara para 65.100, já em 2016 encontraram 138.000 resultados e em 2017 foram encontradas 382.000 ocorrências para *crush*. Nesse sentido evidenciamos que a expressão se torna cada vez mais popular entre os brasileiros.

Hoje, no Brasil, segundo o Dicio¹⁵ *crush* é definido da seguinte forma:

Substantivo masculino e feminino [Gíria].

Pessoa por quem se tem um interesse afetivo, romântico: Meu *crush* vem aqui em casa hoje!

Pessoa por quem se sente um amor platônico, não correspondido, ou quem é alvo do interesse de alguém: Tom Cruise sempre foi meu maior *crush*.

Sentimento afetivo intenso e rápido que se sente por alguém.

Expressão: Ter um *crush*. Ter uma queda por alguém.

Verificamos no Dicionário Popular a adoção da expressão ‘meu *crush*’ com o mesmo sentido de ‘minha paixão’ ou ‘meu amor’ para se referir a uma paquera que corresponde ou não ao sentimento, sendo um relacionamento formal ou informal. No exemplo ‘Hoje vou ao cinema com meu *crush*’, a expressão ‘meu *crush*’ significa o mesmo que ‘a pessoa que estou me relacionando’, portanto, aqui temos o sentido de relacionamento formal.

Figura 3: MINHA/MEU CRUSH



Fonte: Instagram

¹⁵ <https://www.dicio.com.br/crush/>

Baseados nas definições encontradas nos dicionários on-line brasileiros temos o exemplo acima retirado de um *post* do Instagram em referência ao Dia dos Namorados de 2022 e em alusão ao programa de habitação Minha Casa Minha Vida, criado em 2009 pelo governo Lula. Nesse exemplo podemos observar uma campanha de marketing eleitoral visando alcançar exatamente o público jovem, dessa forma, confirmamos a relevância de *crush* para uma comunidade linguística. Sobre isso, retomamos ao pensamento de Ferrarezi (2008) quando esclarece que cada sentido é composto por um conjunto de traços de significado culturalmente construídos, atribuídos e relevantes para uma comunidade, que esta mesma comunidade utiliza para fazer representar, por meio de sinais, os elementos e eventos de um mundo qualquer (FERRAREZI, 2008, p. 22).

Nas interações no Instagram encontramos outras combinações semânticas e morfológicas com a palavra *crush*. Vejamos algumas dessas postagens.

Figura 4: CRUSH (substantivo) e DESCRUSHEI

Quando eu fico sem ver o crush por mt
tempo achando q descrushei mas ai ele
aparece e meu core bate forte



Fonte: <https://pics.me.me/quando-eu-fico-sem-ver-o-crush-por-muito-tempo-14911252.png>

Falas e cenas engraçadas fazem parte de todos os episódios da série americana *Friends*, apresentada entre os anos de 1994 e 2004. Logo, *prints* de cenas da série geraram diversos memes, inclusive o meme acima que mostra o personagem Joey e uma de suas hilárias falas. Na ocorrência, observamos a aflita expressão corporal de Joey conjugada à frase que faz um jogo de linguagem entre o substantivo *crush* e o verbo usado no pretérito perfeito ‘descrushei’. Interpretamos que diante da impossibilidade de ver a possível paquera, a pessoa ‘descrushou’, ou seja, tem a sensação de que ‘desapaixonou’. A palavra importada

como nome, já ganhou produtividade lexical e está servindo de base para a formação de verbos, sendo um indicativo claro de incorporação lexical. Dessa forma temos:

Quadro 3: Crushar x Apaixonar

Crushar = apaixonar-se
 Descrushar = desapaixonar
 Descrushei = desapaixonei

Fonte: Elaborado pela autora

Com base na reflexão de Ferrarezi (2013, p. 85) de que “a Semântica Cultural procura mostrar como as necessidades de representação ditadas pela cultura interferem no estabelecimento dos parâmetros gramaticais”, interpretamos que o falante brasileiro teve contato com o termo de outro sistema linguístico, no caso o inglês e agora está adaptando o termo de acordo com as diversas situações. Logo, esse exemplo corrobora o fato de que a adaptação dos estrangeirismos ao léxico da língua é um processo natural.

Criamos dois exemplos que mostram *crush* como substantivo, no entanto, aqui com dois sentidos distintos, ‘pessoa de quem você gosta’ e ‘ter uma quedinha’, respectivamente: ‘Ontem vi o seu *crush* na rua. Ele estava muito bonito’. (Substantivo masculino comum) ‘Descobri que ela tem um *crush* por você’. (Substantivo masculino abstrato)

No primeiro caso, ele é antecedido pelo artigo ‘o’ e o pronome possessivo ‘seu’. Já no segundo exemplo, *crush* é antecedido pelo artigo ‘um’. Todos esses determinantes ratificam a classificação de *crush* como substantivo.

Encontramos a ocorrência do termo *crush* com outro sentido, no caso, para se referir a duas guloseimas tipicamente brasileiras, como podemos observar na Figura 5.

Figura 5: TER CRUSH EM ALGO



Fonte: Instagram

Tanto as coxinhas de frango quanto os brigadeiros são paixões nacionais. A pergunta subentendida no meme é: qual das duas opções te atrai mais? O diferencial nesse exemplo é que não estamos tratando de atração ou paixão por pessoas, como na Figura 5, por exemplo. Nesta ocorrência, *crush* é usado no sentido de preferência, com a ideia de: Qual você prefere? Ao preferir uma guloseima, em relação a outra, estabelece-se uma relação de desejo, tal qual o sentido inicial da expressão ‘ter um *crush*’.

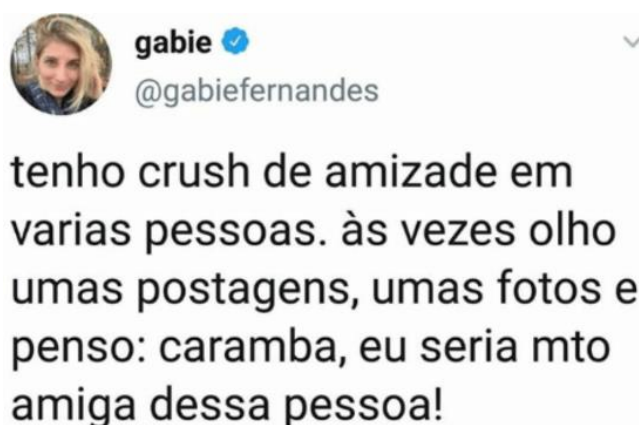
Um aspecto morfológico que merece atenção é em relação à flexão do plural. Observamos que a formação do plural adotada no português é idêntica à língua de origem, ou seja, com o acréscimo de -es, indicando que uma pessoa pode ter vários *crushes* diferentes. Lembramos que no PB também colocamos fonemas de ligação para fazer plural de palavras terminadas em consoante: repórter/repórteres; feliz/felizes, ou seja, o padrão que está sendo popularmente utilizado obedece às normas dos dois idiomas. Na figura 6, observamos uma publicação extraída do Instagram sobre um evento de dança chamado ‘Crushes’.

Figura 6: CRUSHES



Fonte: Instagram

Outrossim, acerca de variações semânticas, na Figura 7 apresentamos a ocorrência da expressão combinada ‘*crush* de amizade’. Tal expressão é aplicada quando uma pessoa sente um grande afeto por alguém, desejando muito ser amigo dessa pessoa, segundo explica o Dicionário Popular (2022).

Figura 7: CRUSH DE AMIZADE

Fonte: Instagram

Portanto, há uma variação de sentido nessa ocorrência, em que há um sentimento de admiração ou identificação por alguém e o objetivo é simplesmente ter uma relação de amizade.

Ainda sobre o aspecto semântico, apresentamos a variação '*crush* impossível' na Figura 8. Essa expressão geralmente ocorre quando um fã é apaixonado por seu ídolo ou mesmo por alguma celebridade famosa, como no exemplo: 'Eu tenho um *crush* na Beyoncé'. Nesse caso a intenção é demonstrar o amor por uma cantora famosa mundialmente, mas há a consciência de ser uma relação impossível.

Figura 8: CRUSH IMPOSSÍVEL

Fonte: Twitter

A postagem da Figura 9, extraída do Twitter, não possui contexto suficiente para afirmar se o autor é um fã se referindo à paixão por seu ídolo ou mesmo se refere a um amor platônico. Portanto, temos indícios que *crush* pode ser interpretado como um 'amor platônico', ou seja, quando uma pessoa tem uma paixão não recíproca por alguém. O Professor de Filosofia e mestre em Ciências da Educação Pedro Menezes (2021) explica que

‘amor platônico’ é qualquer tipo de relação afetuosa idealizada em que não há a realização de uma relação amorosa, por diferentes motivos. Menezes ainda conceitua ‘amor platônico’ como um amor impossível, difícil ou que não é correspondido. E diz que “muitas vezes, uma pessoa tem um amor ou paixão platônica e nunca tenta sair dessa fase por medo de se machucar ou de verificar que as suas fantasias e expectativas não correspondem à realidade”¹⁶. Mediante o exposto, constatamos que nesse caso o uso de ‘*crush* impossível’ abrange dois sentidos: a paixão/admiração do fã pelo ídolo e paixão/admiração por alguém de seu convívio, mas esse desejo é mantido em segredo.

Nossos estudos revelam que o termo *crush* pode sofrer adaptações fonético-fonológicas, visto que muitos brasileiros não falam essa língua estrangeira de maneira fluente e não conhecem as regras de articulação da língua inglesa, portanto, acabam pronunciando essa unidade lexical de maneira próxima ao português, da maneira que lê.

No que diz respeito à escolha do uso de *crush*, acreditamos que os usuários das redes sociais digitais buscam traços de identificação através de marcas linguísticas. Observamos, sob a ótica da Semântica Cultural, que os aspectos culturais de uma comunidade linguística são valorizados, e isso contribui, essencialmente, para que a cultura dessa comunidade ganhe força. Na ocorrência abaixo, identificamos o uso semântico da forma mais comum de aplicar o termo, a saber, como sinônimo de alguém por quem nutrimos uma atração.

Figura 92: MEU CRUSH



Fonte: <https://jeitoestupido.blogspot.com/2016/07/7-memes-sobre-crush.html>

Neste meme, observamos a imagem de três rapazes expressando olhares de perplexidade, acrescida da sentença ‘Quando vejo a falsiane¹⁷ dando em cima do meu *crush*’.

¹⁶ <https://www.significados.com.br/amor-platonico/>

¹⁷ [Gíria] Pessoa falsa; quem não diz a verdade em relação ao que pensa ou finge ser uma coisa que na realidade não é; fingida, falsa. Fonte: <https://www.dicio.com.br/falsiane>

Inferimos, portanto, que a imagem faz alusão à incômoda situação de ter uma falsa ‘amiga’ dando em cima da pessoa a qual alimentamos uma ‘quedinha’.

Entretanto, sabemos que no decorrer do tempo, outras gírias já foram utilizadas com valor semântico semelhante, mas não idêntico. Até porque, não há um sinônimo único para uma palavra como *crush* que é usada como nome, adjetivo e verbo e assumindo diversos sentidos diferentes. Assim, selecionamos algumas palavras com o valor semântico parecido com a ideia de *crush* apresentados pelo Dicionário Informal:

amor – paixão – namorado/a – quedinha – paixonite – parceiro/a – paquera – pretendente
 – amado – peguete - paixão momentânea - gostar de alguém – a fim - boy magia – ficante
 – namoro - amizade colorida – namorico - atração - pessoa amada – paixoneta - queridinho

Em 2017, a jovem brasileira Nicks Vieira, com mais de 1 milhão de seguidores no Instagram e mais de 1 milhão de inscritos em sua conta no Youtube, lançou um vídeo em que cantava um rap sentimental sobre um *crush* que não dava importância para ela. Segundo o Dicionário Popular, a ideia do vídeo foi dada por uma das seguidoras de Nicks, que pediu para que a youtuber fizesse uma música sobre a "sofrência" de ter um *crush* que não corresponde ao mesmo sentimento. Na sequência apresentamos duas estrofes do rap ‘Poxa *Crush*’ de Nicks Vieira extraídas do site Vagalume¹⁸:

Poxa *crush*, por que não me nota?

Como eu queria que você me desse bola

Poxa *crush*, estou te idolatrando

Suas fotos do Instagram, todas tô salvando

Já tive alguns *crushes*, tipo o da padaria

O da sala de aula, amigo da minha prima

Mas com você foi tão diferente

Eu bloqueio os contatinhos e você não me entende

A partir de então, a expressão “Meu *crush* não me nota” serviu de fonte para várias brincadeiras que viralizaram, isto é, se tornaram muito populares nas redes sociais. Um dos memes com a expressão ‘poxa *crush*, por que não me nota?’ usa a imagem da ex-presidenta

¹⁸ <https://www.vagalume.com.br/nicks-vieira/poxa-crush>.

do Brasil Dilma Rousseff e foi criado pelo perfil do PRBK Brasil - @purebreak do Instagram, que traz assuntos de entretenimento e empoderamento jovem:

Figura 10: POXA CRUSH



Fonte: perfil @purebreak do Instagram

Para compreendermos a inferência presente na figura acima, devemos, inicialmente, atentar para o contexto histórico de uma fase muito importante para a história do Brasil: o processo de impeachment de Dilma no ano de 2016, resultando na cassação do mandato da então presidenta do país. Portanto, a fotografia mostra uma expressão corporal de abatimento pelo longo período sob pressão até a perda do poder executivo. Sarcasticamente, essa imagem foi associada ao desânimo e tristeza de alguém que padece por amor, uma referência direta à letra do rap feito por Nicks. O meme funciona com a ideia de fazer piada com o estado emocional abatido de uma pessoa que sofre com um amor não correspondido.

Reconhecemos que as manchetes de jornais, notícias e reportagens se caracterizam como um bom termômetro para verificar se o sentido de um termo estrangeiro já está sendo compreendido pelos falantes de uma língua, mesmo que através de um contexto. Carvalho (2009, p. 37), em seus estudos sobre os empréstimos linguísticos, destaca que é por meio da imprensa que os itens lexicais estrangeiros encontram uma via de acesso mais corrente para tornarem-se parte do repertório cotidiano dos falantes (CARVALHO, 2009, p. 37).

A partir da nossa observação, destacamos três manchetes veiculadas na mídia nacional entre 2020 e 2021 cujas histórias têm um ponto em comum: jovens que se aventuram a viajar quilômetros para encontrar ‘namorados virtuais’.

Figura 11: Manchete 1 CRUSH



Fonte: Notícias UOL 06/10/2020

Apesar de essa matéria ter sido escrita na cidade de São Paulo pelo site de notícias UOL¹⁹, ela traz uma notícia internacional ocorrida em Indiana nos EUA. Ela conta a história de Jasmine Triggs, de 23 anos, que viajou por cerca de 2.400 km até o Texas para conhecer uma pessoa que havia conhecido no ambiente virtual. De acordo com a matéria, “ao desembarcar e não encontrar o *crush* no aeroporto, ela percebeu que, além de não aparecer para buscá-la, ele a bloqueara no mesmo instante em que ela subira no avião de ida. A história contada pelo jornal inglês Daily Star acrescenta que “Jasmine desembolsou 300 libras esterlinas, cerca de 2.170 reais pela viagem de ida e volta de cinco horas”.

Figura 12: Manchete 2 CRUSH



Fonte: Jornal O Tempo 04/02/2021

¹⁹ <https://noticias.uol.com.br/internacional/ultimas-noticias/2020/10/06/mulher-viaja-2400-km-para-conhecer-crush-que-a-abandona-no-aeroporto>.

A redação do Jornal O Tempo²⁰ optou por usar o termo da moda e que hoje não está somente entre a comunidade linguística dos jovens internautas. A história em si carrega a modernidade dos encontros virtuais já que “para conhecer *crush*”, como diz a matéria, “o adolescente de 17 anos tenta viajar de Minas ao Maranhão. Ainda de acordo com o texto jornalístico, o rapaz ‘quis percorrer mais de dois mil quilômetros de *bike* para encontrar menina que conheceu na Internet’. E completa que estava “empolgado para conhecer pessoalmente uma garota que conheceu pelas redes sociais”.

Figura 13: Manchete 3 CRUSH

Jovem leva “bolo” de crush virtual após viajar para São Paulo

Matheus Quadros tem 18 anos e é natural de Gravataí (SC)

Fonte: Jornal Meio Norte 14/03/2021

O Jornal Meio Norte²¹ conta uma história muito semelhante à apresentada pelo Jornal O Tempo. Dessa vez um rapaz de 18 anos e natural de Gravataí (SC) foi até São Paulo, capital, encontrar sua namorada virtual. De acordo com a publicação, “a garota não apareceu, deixando o jovem bastante fragilizado” e acrescenta que “sem ter a ideia de voltar, pois queria refazer a vida em São Paulo com a namorada *fake*, o jovem foi reencaminhado para a cidade natal com a ajuda da polícia”.

As três manchetes apresentam crush como paquera virtual. À vista disso, atentamos que a mídia tende a restringir o sentido do termo, no entanto, os falantes tendem a ampliar seus usos, provocando variados sentidos.

Acompanhando a trajetória de *crush*, observamos que desde o início de seu uso como uma gíria na língua de origem até extrapolar os limites das redes sociais da Internet, os aspectos semânticos variaram. Sua utilização e consequente transformação que se realiza pelos usuários do PB é livre e improvisada, o que caracteriza a cultura popular. A partir do momento que o termo de outro sistema linguístico é empregado em textos jornalísticos, como é o caso das três matérias, acreditamos que ele se amalgama dentro do território brasileiro e passa a contribuir de fato para o léxico do português.

²⁰ <https://www.otempo.com.br/cidades/pra-conhecer-crush-menino-tenta-viajar-de-minas-ao-maranhao-mas-para-em-goias>

²¹ <https://www.meionorte.com/curiosidades/jovem-leva-bolo-de-crush-virtual-apos-viajar-para-sao-paulo>

Quadro 4: Categorias de análise CRUSH

CLASSE DE PALAVRA	Substantivo, verbo
ORIGEM	Externa, devido ao contato cultural e social
FASE DE ADOÇÃO	Fase propriamente neológica de empréstimo
FORMA DE ADOÇÃO	Incorporação na forma original com adaptação fonética, morfológica e sintática.

Fonte: Elaborado pela autora

6.2 Ship

Nosso levantamento a partir do termo *ship* no Etymonline não obteve a acepção específica relacionada ao nosso estudo. Dessa forma, verificamos o verbete *relationship* com a seguinte informação:

*1640s, "sense or state of being related" by kindred, affinity, or other alliance, from relation + -ship. Specifically of romantic or sexual intimacy by 1944.*²²

O termo *relationship* passa a ser observado a partir de 1640 na língua inglesa trazendo a ideia de sentido ou estado de estar relacionado por parentesco, afinidade ou outro tipo de aliança. A partir de 1944 registra-se o sentido específico de intimidade romântica ou sexual.

Na sequência verificamos as definições para o prefixo que compõe *relationship*:

*-ship word-forming element meaning "quality, condition; act, power, skill; office, position; relation between," Middle English.*²³

O sufixo *-ship* nos mostrou, dentre outros significados, um sentido útil ao nosso estudo: *relation between*, ou seja, ‘relação entre’. Dessa forma, inferimos que o termo *ship* e seus desdobramentos, que se tornaram tão populares nos últimos anos no Brasil, originaram-se do sufixo *-ship* da palavra *relationship* que significa ‘relacionamento’.

Para ratificar a afirmação colocada acima, verificamos as definições para o verbete *ship* no Oxford English Dictionary e selecionamos as que nos interessam para esse estudo:

slang/colloquial A romantic pairing of two characters who appear in a work of (serial) fiction, esp. one which is discussed, portrayed, or

²² "senso ou estado de estar relacionado" por parentesco, afinidade ou outra aliança, a partir de relação + *-ship*. Especificamente de intimidade romântica ou sexual em 1944.

²³ elemento formador de palavras que significa "qualidade, condição; ato, poder, habilidade; cargo, posição; relação entre", Inglês Médio.

advocated by fans rather than depicted in the original work; (also) fans who support a particular pairing, considered collectively.

slang/colloquial Transitive verb. To discuss, portray, or advocate a romantic pairing of (two characters who appear in a work of (serial) fiction), esp. when such a pairing is not depicted in the original work. Also intransitive.²⁴

O dicionário da Oxford denomina as acepções acima como gírias, isto é, aplicadas em discursos coloquiais. Como substantivo, é registrado a partir de 1996 se referindo a um par romântico de dois personagens que aparecem em uma obra de ficção ou também se referindo aos fãs que apoiam uma determinada dupla. Já o verbo passa a ser registrado a partir de 1998 com o sentido de discutir, retratar ou defender um par romântico que aparece em uma obra de ficção, especialmente quando tal emparelhamento não é retratado no trabalho original.

O verbete *shipping*, observado a partir de 1997, no mesmo dicionário também nos interessa para esse estudo. Vejamos a definição:

slang/colloquial The activity of discussing, portraying, or advocating a romantic pairing of two characters who appear in a work of (serial) fiction, esp. when such a pairing is not depicted in the original work; (also) a pairing of this type.²⁵

Assim como o termo *ship* visto acima, *shipping* também é considerado uma gíria e é definida pelo Oxford como a atividade de discutir, retratar ou defender um par romântico de dois personagens que aparecem em uma obra de ficção.

Ainda no Oxford, encontramos a gíria *shipper*, observada a partir de 1996, com a seguinte definição:

slang/colloquial A person who discusses, portrays, or advocates a romantic pairing of two characters who appear in a work of (serial) fiction, esp. when such a pairing is not depicted in the original work. Often in the context of fan fiction.²⁶

Ou seja, uma pessoa que discute, retrata ou defende um par romântico de dois personagens que aparecem em uma obra de ficção. Um dado que nos chama a atenção aqui

²⁴ gíria/coloquial. Par romântico de dois personagens que aparecem em uma obra de ficção (serial), esp. um que é discutido, retratado ou defendido por fãs em vez de retratado no trabalho original; (também) adeptos que apoiam uma determinada dupla, considerada coletivamente.

gíria/coloquial Verbo transitivo. Para discutir, retratar ou defender um par romântico de (dois personagens que aparecem em uma obra de ficção (serial)), esp. quando tal emparelhamento não é retratado no trabalho original. Também intransitivo.

²⁵ gíria/coloquial A atividade de discutir, retratar ou defender um par romântico de dois personagens que aparecem em uma obra de ficção (serial), esp. quando tal emparelhamento não é retratado na obra original; (também) um emparelhamento deste tipo.

²⁶ gíria/coloquial. Uma pessoa que discute, retrata ou defende um par romântico de dois personagens que aparecem em uma obra de ficção (serial), esp. quando tal emparelhamento não é retratado no trabalho original. Muitas vezes no contexto da fanfic.

é sobre o contexto que geralmente esse termo é utilizado: o universo das *fanfics*. Uma *fanfic* é a abreviação da expressão inglesa *fanfiction*, que significa ‘ficção de fã’ na tradução literal para a língua portuguesa. As *fanfics* são histórias ficcionais criadas por fãs e surgiram nos Estados Unidos na década de 1970 com a série Star Trek. Portanto os fãs da franquia Star Trek começaram criar histórias alternativas para os personagens da série, em que havia a torcida pelo relacionamento entre Capitão Kirk e Spock.

No entanto, o uso do verbo *to ship*, ato de torcer por um casal, ganhou força no período da exibição da série de televisão norte-americana The X Files, Arquivo X no Brasil. A série de ficção científica foi exibida originalmente entre 10 de setembro de 1993 e 19 de maio de 2002, no canal norte-americano FOX. À época, os fãs de Arquivo X torciam para que os dois protagonistas, Fox Mulder (David Duchovny) e Dana Scully (Gillian Anderson) ficassem juntos. A frase “*Fox and Dana are so cute together, I ship them so much*” (Fox e Dana são tão fofos juntos, eu torço muito por eles) retrata bem o desejo de um fã de Arquivo X.

Portanto, graças aos criadores das *fanfics*, o termo *ship* e suas variações se popularizaram a partir dos espaços contemporâneos de interação virtual. Percebemos que o uso desse anglicismo no Português Brasileiro ocorre com a chegada das comunicações virtuais, assim, o termo ficou mais conhecido na década de 2000, ganhando um impulso de uso nas redes sociais. De acordo com um relatório de 2018 da empresa de marketing digital SEMrush, “o que é shippar?” era uma das perguntas mais feitas pelos brasileiros na ferramenta de pesquisas do Google naquele ano²⁷.

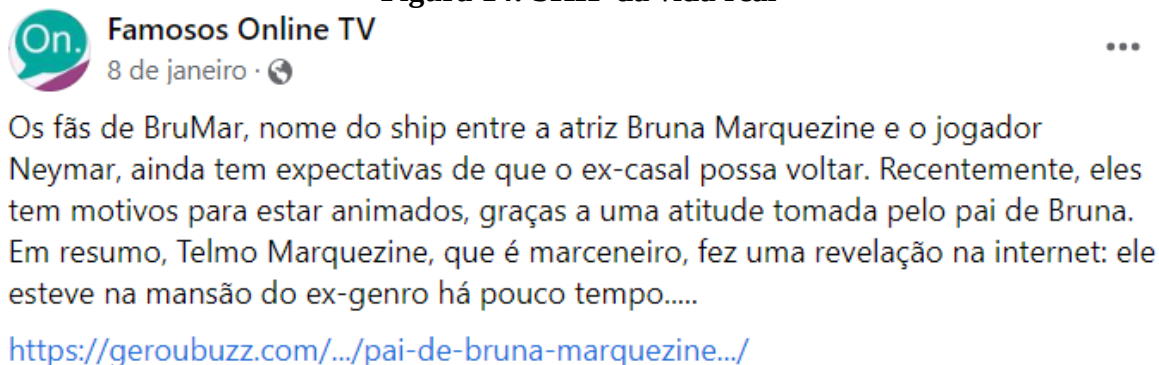
Como mencionamos nos procedimentos de análise, os anglicismos desse estudo não foram encontrados nos dicionários Michaelis, Aulete e Houaiss. No entanto, nem mesmo no dicionário on-line Dicio *ship* e suas variações estão registrados, indicando que tal anglicismo tem seu uso registrado mais recentemente. Portanto, de acordo com nosso levantamento, somente os dicionários Informal e Popular caracterizam *ship* e seus desdobramentos.

Com efeito, no Dicionário Informal encontramos *ship* definido como “casal fictício ou da vida real”. Geralmente, os *ships*, ou seja, os casais, têm um nome específico que é a junção do prefixo do nome de cada pessoa ou personagem. Ou seja, partes do nome de cada um são mescladas, criando um novo, de forma que caracterize toda a torcida pelo casal. Por exemplo, Reylo é o nome dado ao *ship* entre as personagens Kylo Ren e Rey, ambos da franquia Star Wars.

²⁷ <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2019/05/21/o-que-e-shippar-entenda-uma-das-expressoes-mais-buscadas-pelo-brasileiro>

Na figura 14, temos um exemplo muito popular de *ship* da vida real: BruMar, junção dos nomes da atriz Bruna Marquezine e o jogador de futebol Neymar. Logo, *ship* é um substantivo assumindo o sentido de ‘casal que os fãs apoiam a união’, já os membros desse casal são conhecidos como ‘shippados’.

Figura 14: SHIP da vida real



Fonte: Facebook

Bruna e Neymar assumiram o namoro em 2013 e protagonizaram idas e vindas desde então. Por conseguinte, através das redes sociais digitais, fãs criaram verdadeiras torcidas para que BruMar ficassem juntos. Nossa análise morfológica para esse termo aponta a estrutura *ship* gramaticalmente categorizada como substantivo flexionado no plural pelo acréscimo de -s. Como observamos no seguinte exemplo: “Quem pode me dizer quem são os *ships* imperdoáveis?”. O contexto mostra que o autor do *post* questiona quais casais são os menos queridos pelo público dentre as opções dadas por ele através de fotos dos *ships* Jelena (Justin Bieber e Selena Gomes), Jayoncé ou Beyon-Z (Jay-Z e Beyoncé), dentre outros. A próxima figura mostra a formação de um novo *ship* de celebridades mundialmente conhecidas:

A postagem feita em 10/06/2022 no Instagram aponta que há rumores de um relacionamento amoroso entre o ator americano e a cantora colombiana. Nesse caso, além do termo *ship*, o anglicismo *follow* também foi utilizado para expressar que Shakira passou a seguir Chris no Instagram, indicando a aproximação entre o casal.

Figura 15: SHIP da web

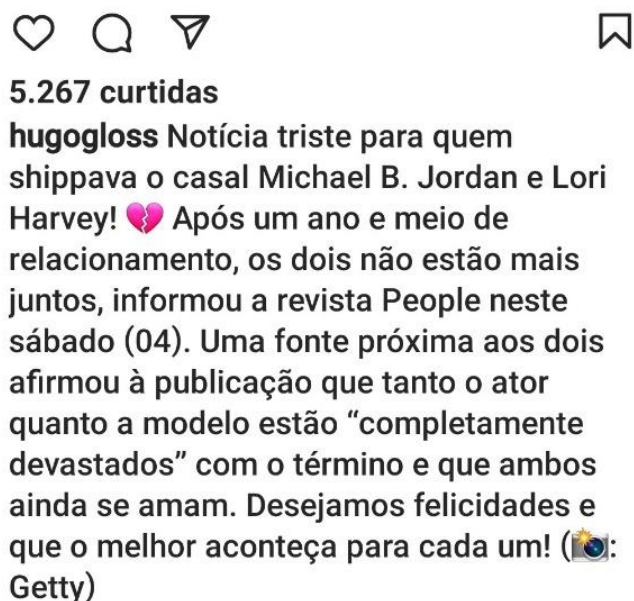


Fonte: Instagram

Ademais, o Dicionário Informal registra shippar como “verbo utilizado para expressar apoio a um determinado casal”. Portanto, shippar trata-se do ato de torcer pelo relacionamento amoroso de alguém, normalmente celebridades, personagens de filmes, seriados, desenhos animados, histórias em quadrinhos, mangás, etc. Verificamos então, a criação de um verbo a partir de um termo estrangeiro. E a esse respeito, Basílio (2011) salienta que “as estruturas mais produtivas de formação de verbos por sufixação são as correspondentes à adição de -izar, -ar e -ear a substantivos e adjetivos” (p. 30). No caso em questão, temos o sufixo *ship* vindo do inglês, que mantido sua grafia original assume a forma de verbo. Isso posto, observamos que o empréstimo do termo do inglês ao nosso idioma acontece a partir da raiz ‘*ship* –’ com a adição do sufixo ‘-ar’, formando o verbo da primeira conjugação ‘shippar’

conforme a afirmação de Basílio sobre as estruturas mais produtivas de formação verbal por sufixação.

Figura 16: SHIPPAVA



Fonte: Instagram

O teor da postagem do perfil hugogloss é a notícia do fim do relacionamento de uma modelo e um ator americanos. Observamos que na sentença inicial do post “Notícia triste para quem shippava o casal...” há o uso do verbo shippar conjugado no pretérito imperfeito. Chamamos a atenção para a ‘dobra’ da letra ‘p’, seguindo a regra gramatical inglesa que diz que devemos dobrar a última consoante de palavras monossilábicas terminadas em “consoante + vogal + consoante” antes de adicionarmos um sufixo. Ou seja:

Quadro 5: Funcionamento verbal SHIP

INFINITIVO	to ship
PASSADO SIMPLES	shipped
PARTICÍPIO PASSADO	shipped

Fonte: Elaborado pela autora

Mediante o exposto acima, a formação do verbo shippar a partir do acréscimo da desinência verbal antecedida pela dobra do ‘p’ foi assimilada pelo padrão inglês. Sobre isso, essa reflexão é reconhecida pela Semântica Cultural, principalmente através das ocorrências que envolvem as variações verbais com suas flexões e prefixos.

A adoção do empréstimo vem substituindo a expressão ‘torcer por’, que costumávamos usar para indicar o desejo de que um casal firmasse um relacionamento.

Assim, compreendemos que no PB, o termo está mais livre para assumir sentidos diferentes em um campo semântico amplo. Portanto, constituição dessas variações “exigiu uma adaptação da visão de mundo dos falantes, que, por sua vez, exigiu a presença de uma nova palavra na língua, o que se resolveu com o empréstimo” (FERRAREZI, 2013, p. 83). E ainda o autor diz que isso “evidencia a visão de mundo do falante (que é parte da cultura) se reflete na estrutura linguística”. (FERRAREZI, 2013, p. 83).

Vejamos mais uma ocorrência, dessa vez com outra pessoa e outro tempo verbal:

Figura 17: SHIPPEI/DESHIPPAR



Fonte: <https://seletronic.com.br/wp-content/uploads/2021/07/samuel-jackson-meme-shippar-ninguem-vai-deshippar.jpg>

O meme acima mostra o ator Samuel L. Jackson atuando no filme Pulp Fiction de 1994. Na imagem, o personagem Jules Winnfield está apontando ameaçadoramente uma arma e, completando o meme, há também a frase “Eu shippei e ninguém vai deshippar”. Assumindo o sentido de um ato de torcer por um casal, o verbo shippei, na primeira pessoa do pretérito perfeito indica que alguém manifestou o desejo de que duas pessoas ou personagens tenham um relacionamento amoroso. A segunda oração acrescenta que “ninguém vai deshippar”, isto é, que não aceitará que ninguém se oponha a essa relação, ideia representada pelo prefixo ‘des-’ que aqui indica ação contrária.

Encontramos ainda no Dicionário Informal, o verbete relacionado *shipper* com seguinte definição: “alguém que apoia ou torce para que determinado casal fique junto”. Observamos que tanto morfológica quanto semanticamente, a formação desse substantivo ocorre da mesma forma nas duas línguas. Caso os falantes brasileiros optassem por obedecer às regras gramaticais do português, ocorreria shippador/a tendo o sufixo -dor

para gerar o substantivo. No entanto, admitimos que a forma *shipper* já foi adotada no Brasil. Desse modo, *shipper* é o agente da ação de shippar, funcionando semanticamente como “a pessoa que torce por um casal ou admira determinado relacionamento”, como na sentença: “Sou *shipper* de um casal muito fofo que está pintando por aí”.

Figura 18: SHIPPAM



Fonte: Instagram

A postagem acima evoca a manifestação dos *shippers* com a pergunta: ‘Vocês shippam esse casal?’. Ou seja, questiona a torcida pelo casal de atores que atuam juntos nas séries *Elite* e *la casa de Papel*. Mais uma vez apresentamos o uso verbal de *ship*, aqui conjugado na segunda pessoa do plural do presente do indicativo.

Avaliamos que apesar de *ship*, *shipper* e shippar serem termos que circulam há pouco tempo em nosso sistema linguístico, há uma estrutura morfossintática envolvendo seu uso e por isso encontram-se na fase neológica de adaptação.

Constatamos que *ship* é sinônimo de casal, porém *ship* tem uma carga maior de modernidade com valor semântico semelhante ao termo português. Conforme já exposto nesta seção, as pessoas que fazem parte do ‘*ship*’, isto é, do casal, são conhecidos como ‘shippados’, termo que já extrapolou a web e virou nome de série da Rede Globo – *Shippados* (2019).

Figura 19: SHIPPADOS

Fonte: adorocinema.com

A série trata do relacionamento moderno de um jovem casal neurótico Enzo e Rita, vividos por Eduardo Sterblitch e Tatá Werneck. Na série, depois de muitos encontros fracassados arranjados por aplicativos, o casal se conhece e vive um relacionamento onde tudo é mediado por redes sociais e aplicativos.

Mediante o exposto, a adoção dos termos *ship*, *shipper*, *shippar* e *shippados* surgiu entre os falantes da língua portuguesa do Brasil como consequência do intercâmbio virtual com o mundo através do contato com os termos em filmes, séries, redes sociais, memes, etc.

Quadro 6: Categorias de análise SHIP

CLASSE DE PALAVRA	Substantivo, verbo
ORIGEM	Externa, devido ao contato cultural e social
FASE DE ADOÇÃO	Fase propriamente neológica de empréstimo
FORMA DE ADOÇÃO	Incorporação na forma original com adaptação fonética, morfológica e sintática.

Fonte: Elaborado pela autora

6.3 Stalker

Iniciamos nossa investigação através do Online Etymology Dictionary (2022) que registra *stalk* como substantivo: "*stem of a plant,*" *early 14c*, ou seja, registrado desde o século 14 como "caule de uma planta", significado sem relação com nosso estudo. Já na acepção como verbo encontramos:

Stalk verb "pursue stealthily," Old English "to steal along, walk warily," from Proto-Germanic. In another view the Old English word might be by influenced of stalk (n.). Meaning "harass obsessively" first recorded 1991.²⁸

Ou seja, perseguir furtivamente, do Inglês Antigo roubar, andar cautelosamente. De acordo com o dicionário, *stalk* significando "assediar obsessivamente" foi registrado pela primeira vez em 1991.

Além do verbo, segundo mesmo Online Etymology Dictionary, *stalker* é registrado como substantivo:

stalker (n.) early 15c., "a poacher;" also "one who prowls for purposes of theft" (c. 1500), agent noun from stalk (v.1). Meaning "obsessive harasser" is from early 1990s.²⁹

Portanto, a partir do século 15 é definido como "caçador ilegal" e "aquele que ronda para roubar". Salienta-se ainda que a partir dos anos 90, *stalker* assume o sentido de "assediador obsessivo", a exata interpretação por nós estudada. Sob essa linha semântica, verificamos algumas definições no Oxford English Dictionary:

Transitive verb. To harass or persecute (a person, esp. a public figure) with unwanted, obsessive, and usually threatening attention over an extended period of time.³⁰

Acima temos *stalk* como verbo transitivo significando o ato de assediar ou perseguir (uma pessoa, especialmente uma figura pública) com atenção indesejada, obsessiva e geralmente ameaçadora por um longo período de tempo. Para essa acepção, o Oxford ainda traz dois registros do termo retirados de reportagens jornalísticas de 1981 e 1990, respectivamente:

1981 Los Angeles Times 10 July A highly publicized theatrical production starring TV trash goddess Morgan Fairchild as anchorwoman Jaime Fremont, who is stalked by an obsessed photographer.

²⁸ Verbo "perseguir furtivamente", inglês antigo "roubar, andar com cautela", do proto-germânico. Em outra visão, a palavra do inglês antigo pode ser influenciada por *stalk* (n.). Significando "assediar obsessivamente" gravado pela primeira vez em 1991.

²⁹ "um caçador furtivo"; também "aquele que ronda para roubar" (c. 1500), substantivo de agente de *talo* (v.1). O significado de "assediador obsessivo" é do início dos anos 1990.

³⁰ Verbo transitivo. Assediar ou perseguir (uma pessoa, especialmente uma figura pública) com atenção indesejada, obsessiva e geralmente ameaçadora por um longo período de tempo.

1990 Daily Mail 10 Mar. 13/5 A fan stalked [the] star for 18 months, writing 200 letters threatening: 'I'll get you'.³¹

O primeiro exemplo, publicado por Los Angeles Times faz referência a uma produção teatral altamente divulgada. Nela, a personagem “...é perseguida por um fotógrafo obcecado”. No segundo exemplo publicado em 1990, o jornal Daily Mail menciona que “um fã perseguiu [a] estrela por 18 meses, escrevendo 200 cartas ameaçando: 'Vou te pegar'”.

Inserido no Dicionário Oxford em 1997, o termo *stalker* é definido da seguinte forma:

A person who pursues another, esp. as part of an investigation or with criminal intent; spec. one who follows or harasses someone (often a public figure) with whom he or she has become obsessed.³²

E traduzimos como uma pessoa que persegue outra, especialmente como parte de uma investigação ou com intenção criminoso. E ainda, aquele que segue ou assedia alguém (geralmente uma figura pública) por quem ficou obcecado. Selecionamos uma publicação feita pelo Jornal Guardian em 1993:

1993 Guardian 26 June 25/6 The former Wimbledon star once found a stalker who had been living undetected in her wardrobe for three days.³³

Segundo a citação do jornal “A ex-estrela de Wimbledon uma vez encontrou um perseguidor que estava vivendo sem ser detectado em seu guarda-roupa por três dias”.

Inferimos, portanto, que na língua de origem, o ato de espionar e perseguir alguém é representado pelo verbo *to stalk*. Conforme nossas pesquisas, o estado norte-americano da Califórnia, nos Estados Unidos, aprovou a primeira medida contra a prática em 1990, criminalizando a conduta. Entretanto o termo já havia se popularizado desde a década de 1980 quando havia uma obstinada perseguição a celebridades, e certamente uma das que mais sofreu esse tipo de perseguição em escala mundial foi a “eterna princesa” Diana Spencer que faleceu em 1997. Na época, os jornais impressos e televisivos usaram estes termos para descrever a perseguição compulsiva dos fotógrafos, já que Diana morreu devido a um acidente de carro em um túnel na cidade de Paris enquanto fugia de paparazzis.

³¹ 1981 Los Angeles Times 10 de julho Uma produção teatral altamente divulgada estrelando a deusa do lixo da TV Morgan Fairchild como a âncora Jaime Fremont, que é perseguida por um fotógrafo obcecado.

1990 Daily Mail 10 de março 13/5 Um fã perseguiu [a] estrela por 18 meses, escrevendo 200 cartas ameaçando: 'Eu vou te pegar'.

³² Uma pessoa que persegue outra, esp. como parte de uma investigação ou com intenção criminoso; especificação aquele que segue ou assedia alguém (geralmente uma figura pública) por quem ficou obcecado.

³³ A ex-estrela de Wimbledon uma vez encontrou um perseguidor que estava vivendo sem ser detectado em seu guarda-roupa por três dias.

Figura 30: Manchete 1 STALKER

Fonte: AP News 16/08/1996

A manchete acima data o ano de 1996, ou seja, um ano antes da morte de Diana. Na matéria do jornal londrino, Diana denuncia a invasão de privacidade provocada por um fotógrafo. Percebemos que na manchete, Diana o descreve como um *Stalking Photographer*, isto é, um fotógrafo que passava horas à espreita com o objetivo de conseguir fazer fotografias sem o consentimento ou mesmo o conhecimento de Diana. Assim, salientamos que desde a década de 80, *stalking* já era o termo utilizado para a perseguição que as celebridades sofriam, seja dos fãs ou da mídia. Inferimos, portanto, que, originalmente, o uso do termo ‘stalkear’ começou fora do contexto on-line.

No âmbito brasileiro, segundo o Dicio, *stalking* significa:

Comportamento da pessoa que assedia outra de modo a perturbar, causar medo e alarmar sua vítima. Configura-se na intenção de manter uma relação de proximidade ou de intimidade com alguém, sendo que esta ação pode se efetivar de maneira sutil, em um primeiro momento, através de e-mails, cartas, mensagens etc.

Ainda no Dicio, *stalker* é definido como aquele que segue obsessivamente outra pessoa, vigiando suas rotinas, sendo esta perseguição insistente e podendo resultar em ataques ou agressões, em suma, um perseguidor. A partir do momento em que a pessoa alvo deste assédio não corresponde às expectativas do assediador, ele pode assumir uma postura intimidatória, perigosa e assustadora, tentando de maneira insistente se manter perto da sua vítima, geralmente perseguindo, vigiando e observando todos os seus atos e rotinas. Na mesma linha do Dicio, o Dicionário Informal define o substantivo como uma palavra de origem inglesa que significa “perseguidor”. É aplicada a alguém que importuna de forma insistente e obsessiva uma outra pessoa e, em muitos casos, pode levar a ataques e agressões.

Vale ressaltar que no Brasil, apesar desse tipo de assédio já existir, o termo em inglês só começou a ser utilizado nos anos de 2012 e 2013, de acordo com Karine Martins no site Politize³⁴. Durante tais anos, no país, ocorreu a popularização da rede social Facebook e em seguida do Instagram. E foi também nesse mesmo período que uma jovem norte-americana de 20 anos se destacou como “*Stalker Sarah*”, ganhando fama mundialmente na Internet por

³⁴ <https://www.politize.com.br/lei-stalking/>

perseguir famosos e postar não apenas fotos, mas também a localização com eles em suas redes sociais.

No contexto das redes sociais brasileiras observamos que, na maioria dos casos, o internauta que ‘stalkeia’ tem o intuito de manter-se informado sobre a vida de alguém ou saber sobre fofocas. O ato de ‘stalkear’ possui uma conotação um pouco pejorativa, já que o *stalker* estaria dedicando um certo tempo de seu dia apenas para obter detalhes e fofocas sobre a vida de alguém, como por exemplo, as festas que o ‘stalkeado’ frequentou no fim de semana.



Fonte: <https://www.significadofacil.com/wp-content/uploads/2019/04/stalkear2.jpg> Instagram

Na ocorrência acima podemos observar a produtividade da raiz em português estruturando a formação verbal: *stalk-* e o sufixo “-ear”. Porém ressaltamos que nas considerações a respeito do processo de sufixação verbal, Basílio (2011) explica que apesar de serem menos frequentes, as formações em -ear também são usadas em novas construções verbais: “Em alguns casos, indicam aspecto iterativo na representação do ato verbal; em outros, funcionam apenas como alternativas fonológicas para as formações em -ar” (BASÍLIO, 2011, p. 31). Contudo, também podemos pensar nesse processo a partir do substantivo *stalker* com o acréscimo do sufixo -ar que o transforma em um verbo da primeira conjugação, sendo essa a mais usual para termos oriundos de empréstimos. Em vista disso, a construção ‘stalkear’ partindo do substantivo *stalker* ratifica o que pontuamos para a formação de ‘shippar’, ou seja, muitos empréstimos do inglês recebem o sufixo -ar que é considerado um dos mais produtivos para a formação verbal no PB.

No exemplo subsequente, além da formação do infinitivo na primeira conjugação, há também a formação de gerúndio através da adição da desinência -ndo. Na estrutura da gramática do PB, é frequente a utilização da base acrescida do sufixo -ndo, que veicula a noção de processo. Dessa forma, ocorre a construção “stalkeando”, um termo muito adotado quando alguém acompanha a vida de outra pessoa por meio da observação de suas fotos e publicações nas redes sociais.

Figura 22: STALKEAR e STALKEANDO



Fonte: <https://pt.dopl3r.com/memes/graciosos/>

A nuance cômica trazida pela imagem do Chapolin, acrescida pelo texto verbal e a apropriação da palavra inglesa com adaptação para o gerúndio em português ocorrem naturalmente e revelam uma prática de quem está inserido em uma rede social da Internet. No contexto sócio-histórico atual, solidificamos como um aspecto cultural, a prática de olhar a vida alheia e passar muitos minutos e até horas envolvido nesse processo de stalker quem se segue nas redes. E a Semântica Cultural contribui, especificamente, para que possamos entender que os aspectos culturais da comunidade linguística dos usuários das redes sociais da Internet podem interferir e influenciar na constituição dos sentidos que são submetidos às palavras da língua.

Acreditamos que uma mudança na visão de mundo dos falantes tem ocorrido em relação à prática de vigiar a vida alheia. Atualmente, o ato físico de stalker uma pessoa,

como fazem os paparazzi, por exemplo, foi substituído por um stalkear virtual. Na solidão do quarto ou do banheiro, é pertinente imaginar que os usuários de redes sociais naturalizaram o stalking como um ato social legítimo e justificável. Saber da vida dos famosos é estar informado, mesmo que esse saber seja olhar fotos de nudez indevidamente vazadas nas redes ou fatos “picantes” da vida íntima dessas pessoas, por elas mesmas divulgados sob pretexto de conseguir seguidores (e dinheiro). Esse processo naturalizou uma atitude que, em seu começo, era considerada odiosa, mas que, agora, é apenas parte das regras do jogo. “Se está na rede, é de todo mundo”, como costumamos ouvir. Seguir famosos nas redes se tornou um ato cultural não apenas aceitável como desejável para muitos. Isso revela uma mudança cultural profunda que acompanha o uso dessa palavra ao longo dos últimos anos. Ser xereta, metido, fofoqueiro e desocupado não é mais uma coisa feia: é possuir ‘informações necessárias’ para sobreviver numa mesa de bar, por exemplo.

Segundo Ferrarezi (2013, pp. 74-75), a língua é uma construção humana e, por isso, faz parte da cultura. Só que, ao mesmo tempo que faz parte de uma cultura, a língua ajuda a construí-la. Assim, a Semântica Cultural tem um enfoque muito marcante no uso real, vivo, verdadeiro de uma língua natural por seus falantes. É uma abordagem que valoriza a amplitude da relação entre a língua que falamos e a nossa vida, no sentido mais amplo desta palavra. Conforme as palavras de Ferrarezi (2013), a construção de sentidos por meio das manifestações linguísticas dos falantes acontece mediante informações culturais, que são construídas e compartilhadas por esses falantes para representar o mundo.

Semanticamente, o ‘inofensivo’ ato do *stalking* das redes sociais procura basicamente saber o que os outros andam fazendo entre muitas outras informações que à primeira vista parecem fúteis, mas que possuem uma grande importância na cultura jovem atual em geral. Entretanto, não podemos considerar apenas o sentido irônico do termo usado quando uma pessoa bisbilhota a vida alheia nas redes sociais.

Mediante o exposto, surge o termo *cyberstalking* que segundo a Wikipedia, consiste no uso de ferramentas tecnológicas com o objetivo de perseguir ou assediar uma pessoa³⁵. Nessa circunstância, enfatiza-se o ato de ‘stalkear’, sendo que praticado através de meios informáticos, ou seja, utilizando meios virtuais contra alguém que desperte o interesse do agressor. Assim, o comportamento de perseguir parceiros, ex-parceiros ou pretendentes é facilitado pela própria lógica das redes sociais. Segundo a SaferNet, organização não governamental que se dedica à defesa dos direitos humanos na Internet, muitas, vezes a

³⁵ <https://pt.wikipedia.org/wiki/Cyberstalking>

pessoa que está sendo vítima de *cyberstalking* parece ter dificuldade de inicialmente reconhecer esse risco³⁶. Porém, a partir do momento em que esses comportamentos se tornam persistentes e perigosos, é possível identificar o ciclo de violência que começa a ser estabelecido.

Acreditamos que o termo *stalker* tem acompanhado um conjunto de práticas sociais novas que se estabeleceram nos últimos anos, especialmente no período pandêmico, sobre vigilância da vida alheia por meio das redes sociais. Corroborando a ideia de que em relação à visão de mundo do falante, “as adaptações que vierem a ser realizadas na língua deverão ser capazes de, em algum momento, registrar as mudanças no âmbito cultural” (FERRAREZI, 2013, p. 83).

No nível morfológico encontramos ainda, o termo aportuguesado ‘stalkeador’ que é uma variação de *stalker*. O aportuguesamento da palavra derivada ocorre por acréscimo do sufixo -ador, gerador de substantivo. Ainda no nível morfológico, lembramos que o estrangeirismo costuma adaptar-se ao padrão flexional da língua receptora e deve receber marcas de número, no caso, *stalkers* (acrécimo de -s) e *stalkeadores* (acrécimo de -es). De acordo com nossa pesquisa, verificamos os seguintes aspectos morfossintáticos:

Quadro 6: Variações de STALKER

VERBO	stalkear
AGENTE	<i>stalker / cyberstalker / stalkeador</i>
COMPORTAMENTO	<i>stalking / cyberstalking</i>

Fonte: Elaborado pela autora

Constatamos que os desdobramentos caracterizados acima são utilizados no PB com o mesmo significante e significado da língua inglesa, e se encontram na fase neológica de adaptação. Excetuando-se a variação *stalkeador* e a construção do verbo *stalkear*, que o usuário brasileiro adapta segundo o funcionamento gramatical da língua portuguesa, as demais variações encontram-se inteiramente na grafia inglesa, porém nossa pesquisa aponta que o usuário brasileiro faz a adaptação da pronúncia para todos os desdobramentos, pois as regras de articulação da língua inglesa se diferem da língua portuguesa. Consequentemente ocorrem adaptações fonético-fonológicas no contexto do nosso português.

³⁶ <https://new.safernet.org.br/content/ciberstalking>

Em relação ao aspecto semântico, ‘perseguidor’ é uma das principais palavras que contemplam o sentido de *stalker* no acervo lexical oficial do PB. Contudo, no Norte e no Nordeste do Brasil, por exemplo, é comum o uso do verbo ‘brechar’ no sentido de stalkear. Além de palavras como “bisbilhotar”, “intrrometer-se”, “abelhar”, “enxerir” e “introsicar” também contemplarem partes importantes do sentido de stalkear. Lembrando que todas elas formam substantivos correlatos. O ato também se relaciona ao fetiche do “voyerismo”, principalmente via redes sociais. E, da mesma forma, é comum usar o termo “sair à caça” relacionado a alguns sentidos de stalkear. O fato é que stalkear acomoda um campo semântico muito grande e pode haver várias palavras nele abarcadas.

Vale ressaltar que um pressuposto básico da SC é que não existem palavras que “são” sinônimas; elas “funcionam” como sinônimas em determinados contextos e com referência em certos cenários. Ou seja, ainda que o termo tenha um correspondente em português, qual seja perseguidor, a versão brasileira não abarca todos os usos culturais que a forma inglesa. Isso acontece porque a palavra perseguidor não tem os mesmos sentidos específicos que a palavra *stalker*, uma vez que tal termo vai além de perseguir ou ir atrás, pois dependendo do contexto, caracteriza um grau de obsessividade de pessoas e que atualmente já caracteriza um crime.

É possível dizer que “perseguidor” é um dos principais sinônimos” para o sentido atualmente majoritário para a palavra stalkear em uso no Brasil. Isto é, esse empréstimo surgiu e “se tornou recorrente devido a uma função discursiva”, como aponta Sandmann (1997). Ademais, não encontramos outra palavra no léxico brasileiro que representasse tão bem essa forma de violência por comportamentos de assédio persistente de padrão repetitivo e intrusivo direcionados a uma vítima que se sente incomodada e intimidada por tal conduta.

O fenômeno do ‘stalkear’, descrito no Guia da *Stalker* (2017), é muito conhecido dos usuários das redes sociais, havendo, inclusive, páginas no Facebook dedicadas à discussão do tema, a exemplo da página denominada “Amar e stalkear”, que dentre outras informações, ensina regras básicas e truques para não serem descobertos. Ao observar o fenômeno, Roncolato (2014) escreve na Revista Galileu um artigo intitulado “O que leva alguém a stalkear o companheiro no Facebook”. No artigo, o autor apresenta um estudo de 2014 publicado na *Cyberpsychology, behavior and social networking*, o qual revela que os sujeitos mais inseguros e com medo de serem traídos tendem a usar mais do recurso da vigilância eletrônica.

No Brasil, o caso mais conhecido do fenômeno foi o da modelo e apresentadora Ana Hickmann que sofreu um atentado de um *stalker* em 2016. A celebridade foi feita refém por

um fã obcecado em um episódio que terminou com a morte do rapaz, que mantinha uma fixação por Ana. De acordo com especialistas, casos de perseguição às celebridades são motivados, na grande maioria das vezes, por um transtorno mental, sobretudo psicótico.

Figura 23: Manchete 2 STALKER

QUEM NEWS

Ana Hickmann lamenta aparecimento de novo stalker: "Ele é um sociopata"

Apresentadora tem sofrido ataques nas redes sociais nos últimos tempos

Fonte: Revistaquem.globo.com 30/04/2019

Três anos depois, Ana Hickmann lamentou estar sofrendo perseguições virtuais novamente e, na manchete acima, contou que voltou a ser perseguida na web. De acordo com um estudo de 2012, publicado na revista *Aggression and Violent Behavior* (2012), “as motivações para perseguir incluem uma crença ilusória no destino romântico, um desejo de recuperar um relacionamento anterior, um desejo sádico de atormentar a vítima ou uma super identificação psicótica com a vítima”³⁷.

Assim como no caso de Ana Hickmann, as vítimas mais frequentes são mulheres, e a ação costuma ser decorrente de um relacionamento interrompido contra a vontade daquele que virá a se tornar o perseguidor. No entanto, a manchete abaixo nos lembra que devemos evitar a generalização de gênero para o agressor.

Figura 24: Manchete 3 STALKER

≡ ISTOÉ

GERAL

DF: Policial stalker é presa pela 4ª vez por perseguir ex- namorados

Fonte: Revista Istoé

³⁷ <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1359178912000687#:~:text=Stalking>

Vários países criminalizam esse tipo de conduta inoportuna e seguindo a linha mundial, no Brasil, a Lei 14.132/21 ou Lei *Stalking* entrou em vigor no dia 1º de abril de 2021. Ela inclui o artigo 147-A no Código Penal Brasileiro com o seguinte texto:

Art. 147-A do Código Penal: Perseguir alguém, reiteradamente e por qualquer meio, ameaçando-lhe a integridade física ou psicológica, restringindo-lhe a capacidade de locomoção ou, de qualquer forma, invadindo ou perturbando sua esfera de liberdade ou privacidade.

Pena – Reclusão, de 6 (seis) meses a 2 (dois) anos, e multa.

No Brasil é muito comum que uma lei sancionada fique conhecida por nomes de pessoas ou algo que a identifique e, conseqüentemente, a popularize. Temos casos bem simbólicos, como as leis: Maria da Penha, Carolina Dieckmann e Romeo Mion. Acreditamos ser muito simbólico que uma lei do Código Penal brasileiro seja popularmente batizada com um termo de outro sistema linguístico: Lei *Stalking*. Isso posto, entendemos que *stalker* passa por um estágio de “entrelace das estruturas linguística e social e, ao se disseminar, coloca-se como tendo sido aceita pela comunidade linguística” (VALADARES e MOURA, 2016). Resultado dos processos de influências e interações dos membros da comunidade linguística das redes sociais da Internet, o termo se sedimenta em nossa língua e conseqüentemente em nossa cultura.

É fato incontestável que o avanço da língua inglesa no mundo provoca e já provocou mudanças nas línguas locais de vários países e não é diferente com a língua portuguesa no Brasil. Rajagopalan (2003, p. 62) ressalta que nenhuma língua está livre da “mestiçagem”. E uma das maneiras pela qual as identidades acabam sofrendo o processo de renegociação, de realinhamento, é o contato entre as pessoas, entre os povos, entre as culturas. (RAJAGOPALAN, 2003, p. 69)

Como o conceito de conduta de assédio e perseguição persistente foi cunhado no sistema linguístico da língua inglesa, o fenômeno sempre foi citado dessa forma pela mídia e noticiários. Assim, o termo continuou mantido na língua inglesa ao longo do tempo e ampliou-se para várias áreas que envolvem o tema, como por exemplo as áreas científicas da psicologia e do direito, aparecendo em pesquisas e debates públicos. Em nossas pesquisas, encontramos alguns trabalhos científicos brasileiros que trazem o anglicismo no título:

- “Identificação da vitimização por *stalking* no Brasil”, Trabalho da área da psicologia publicado em 2007.
- “*Stalking*”, Dissertação na área de Direito pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo defendida em 03/09/2014.

- “*Stalking* e tutela penal: soluções de *lege lata* e de *lege ferenda* no ordenamento jurídico brasileiro”, Dissertação na área de Ciências criminais pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul defendida em 31/08/2016.
- “O reconhecimento do *stalking* no Brasil: em busca de maior proteção da pessoa vulnerável”, Dissertação na área de Direito pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul defendida em 15/12/2016.
- “O *stalking* na violência entre parceiros íntimos: a perspectiva das vítimas”, Dissertação na área de Psicologia pela Universidade Federal de Juiz de Fora defendida em 17/02/2017.
- “Preditores de medo e a identificação da vitimização por *stalking* no Brasil”, Trabalho de conclusão do curso de psicologia em 2018.

Diante do exposto, observamos que diferentes grupos sociais fora dos espaços de interação virtual passaram a usar o anglicismo *stalker* e suas variações. Sendo assim, o termo e seus desdobramentos morfossintáticos têm um grande potencial de entrar para as novas edições dos dicionários de língua portuguesa, pois como mencionamos anteriormente, observamos um processo de adaptação em nossa língua.

Quadro 7: Categorias de análise STALKER

CLASSE DE PALAVRA	Substantivo, verbo
ORIGEM	Externa, devido ao contato cultural e social
FASE DE ADOÇÃO	Fase propriamente neológica de empréstimo
FORMA DE ADOÇÃO	Incorporação na forma original com adaptação fonética, morfológica e sintática.

Fonte: Elaborado pela autora

6.4 Match

Iniciamos nossa investigação com as várias acepções do verbete match de acordo com o Online Etymology Dictionary. No entanto selecionamos apenas os sentidos mais produtivos para os objetivos desse estudo que são:

Match como verbo registrado desde o século 14 como “*to join one to another*” (*originally especially in marriage*), ou seja, unir-se um ao outro (originalmente no casamento).

O dicionário etimológico traz também match como substantivo que designa: um de um par, um igual; companheiro, esposa, marido, um adequado para outro.

match (noun) "one of a pair, an equal." Middle English macche, from Old English mæcca "companion, mate, one of a pair, wife, husband, one suited to another, an equal."

Meaning "person or thing that exactly corresponds to another" is from c. 1400. Middle English sense of "matching adversary, person able to contend with another" (c. 1300) led to sporting meaning "contest," which is attested from 1540s. Meaning "a matrimonial compact" is from 1570s.³⁸

E mais ainda, desde o século 14, significando “pessoa ou coisa que corresponde exatamente a outra”. Do inglês arcaico com o sentido de “adversário” ou “pessoa capaz de lutar com outro”. Acrescentando-se que levou ao significado esportivo de "competição", que é atestado a partir de 1540. E significando "um pacto matrimonial" a partir de 1570.

Verificamos as definições para o verbete match no Oxford English Dictionary e selecionamos as acepções relacionadas ao sentido de “par”:

Match como substantivo: “*husband or wife; a consort, a lover*”, ou seja, marido ou esposa; um consorte, um amante. Também pode ser “*a person or thing able to contend with another as an equal*” que é uma pessoa ou coisa capaz de competir com outra como igual. E ainda “*something which exactly corresponds to or complements another; something forming one of a matching pair*”, algo que corresponde exatamente ou complementa outro; algo formando um de um par correspondente.

Ainda no Oxford, temos o verbo match designando “*to arrange or pair (people or things) according to fitness or equality; to place in a suitable or equal pairing or set*”, que corresponde a organizar ou emparelhar (pessoas ou coisas) de acordo com a adequação ou igualdade; colocar em um par ou conjunto adequado ou igual.

Abrimos um pouco nosso escopo no levantamento utilizando o Online Cambridge Dictionary e encontramos match como:

Substantivo:1) *a sports competition in which two people or teams compete against each other*, ou seja, uma partida de prática esportiva ou jogo (*a tennis match* = uma partida de

³⁸ (substantivo) "um de um par, um igual." Macche do inglês médio, do inglês antigo mæcca "companheiro, companheiro, um de um par, esposa, marido, um adequado ao outro, um igual". Significando "pessoa ou coisa que corresponde exatamente a outra" é de c. 1400. O sentido do inglês médio de "adversário igual, pessoa capaz de enfrentar outro" (c. 1300) levou ao significado esportivo "competição", que é atestado a partir de 1540. Significando "um compacto matrimonial" é de 1570.

tênis). 2) *a thin wooden stick that makes fire when you rub one end of it against a rough surface*, fósforo em português (*a box of matches* = uma caixa de fósforos).

Verbo: 1) *If two things match, or one thing matches another, they are the same colour or type*, que traduzimos pelo verbo combinar (com), com os seguintes exemplos:

“I can’t find anything to match my green shirt”. (Eu não encontro nada para combinar com minha camisa verde) e *“Your socks don’t match.”* (Suas meias não combinam).

2) *to choose someone or something that is right for a particular person, activity, or purpose*, traduzimos pelo verbo juntar.

Igualmente aos termos *crush*, *ship* e *stalker*, o anglicismo analisado nesta seção não foi encontrado nos dicionários de língua portuguesa Houaiss e Aulete. No entanto, o Aulete registra o termo composto *match point*, que “no tênis e no vôlei” significa “o ponto decisivo que, quando obtido por um dos lados, encerra o jogo”.

Nos dicionários Michaelis e Dicio o termo *match* é registrado também fazendo referência ao campo semântico “esporte”, não alcançando o valor semântico do nosso estudo: “partida disputada entre dois competidores, na presença de um juiz” e “luta disputada entre dois ou mais competidores ou entre lutadores”.

Já os dicionários que têm como objetivo informar sobre o significado e a origem de gírias e expressões populares brasileiras, o Popular e o Informal, registram *match* com o teor semântico normalmente usado nas redes sociais. Segundo o Dicionário Informal, *match* significa ‘par perfeito’. Já o Dicionário Popular registra que é uma palavra em inglês que pode significar ‘combinação’ e ainda registra a expressão ‘dar match’ que seria o mesmo que ‘combinar’ ou ‘formar um bom par com alguém’.

Observamos que nos últimos anos, a expressão dar match está em evidência no Brasil e se popularizou por causa do aplicativo de encontros Tinder³⁹. Quando alguém ‘dá match’ em uma pessoa, significa que esse alguém curtiu e aprovou a foto do outro. Se traduzido literalmente, *match* significa partida, mas, para os falantes brasileiros o valor semântico é gerado a partir de uma realidade extralinguística.

³⁹ Segundo o site Canaltech, Tinder é um aplicativo de relacionamento baseado em geolocalização, fundado em 2012 nos Estados Unidos. Ainda segundo o site, o Tinder chegou ao Brasil em 2013, sendo o terceiro país em número de usuários na plataforma no mundo. O primeiro e segundo lugar ficam para os Estados Unidos e Reino Unido, respectivamente. Assim como o Facebook e outras redes sociais de sucesso, o aplicativo iniciou a sua história dentro de universidades americanas e passou por testes entre os estudantes.

Figura 25: It's a MATCH!

Fonte: Tinder

Para melhor compreendermos como chegamos a essa compreensão, precisamos conhecer um pouco mais sobre o funcionamento do ‘aplicativo de paqueras’. Quem usa o Tinder, está procurando conhecer alguém com o intuito de um relacionamento e para isso precisa criar um perfil colocando fotos, junto com uma breve descrição sobre o usuário. A partir disso, o aplicativo se baseia na geolocalização e nos interesses em comum usando como base o perfil do usuário no Facebook e no Spotify para conectar pessoas. Em seguida as informações são cruzadas, os usuários visitam os perfis uns dos outros e podem decidir se gostam de algum perfil, apertando no ‘coração verde’ ou rolando para a direita. Em suma, de acordo com o funcionamento do aplicativo, quando um usuário curte o perfil de uma pessoa e ela curte o seu, significa que os dois têm um match. Ou seja, se houver retribuição, há uma combinação, o aplicativo mostra a mensagem *‘It's a match!’* e libera um chat para os usuários conversarem.

A linguagem e os falantes estão sempre necessitando de novas palavras e em nosso cotidiano vivemos muitas situações em que não encontramos uma palavra apropriada que represente essa determinada circunstância. O uso do aplicativo é um exemplo do intercâmbio

virtual entre culturas e línguas. Logo assim que o Tinder começou a ser usado no Brasil, quando duas pessoas se interessavam umas pelas outras, elas davam match e a expressão mostrada era ‘você tem um match’, ou seja, o aplicativo não traduzia o termo para ‘você tem uma combinação’. Portanto, essa nova experiência fez com que o usuário fizesse uso de conceitos e termos afins às circunstâncias vividas anteriormente.

Figura 26: MATCH

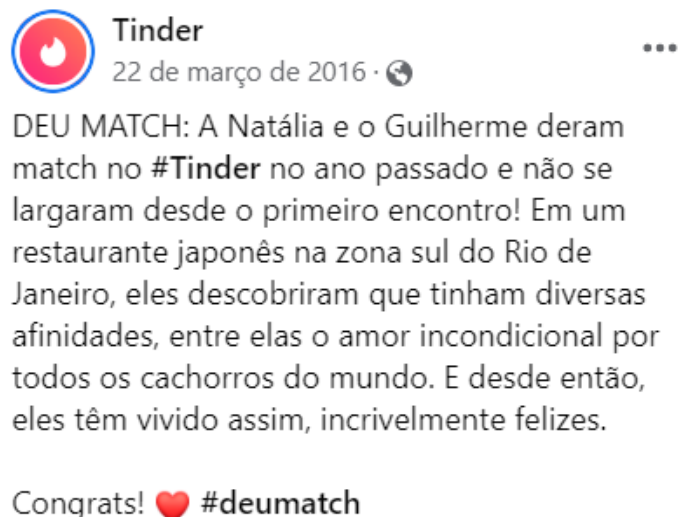
Quando fazes match com aquele canhão do Tinder e não sabes meter conversa



Fonte: <https://ahseeit.com/portuguese/king-include/uploads/2021/05/17>

Os usuários da rede criam seus memes se apropriando dos termos que lhes sejam mais cabíveis para o momento e contexto. Portanto, o meme que apresentamos acima faz parte de uma prática real. Pelo contexto da frase, o homem usando o celular é usuário do Tinder, apertou o coração verde no perfil de uma pessoa que também ‘deu *like*’ nele. Nesse momento, é possível que ele esteja no chat secreto do aplicativo, no entanto se encontra em dificuldades para iniciar uma conversa. Os criadores do meme se pautaram na ideia das trocas linguísticas e culturais desenvolvidas a partir da interação no ambiente on-line.

A próxima ocorrência traz a expressão ‘dar match’ retirada do perfil do próprio Tinder no Facebook.

Figura 27: DAR MATCH

Fonte: Perfil do Tinder no Facebook

Verificamos no exemplo acima que, quanto aos aspectos morfossintáticos, o verbo que acompanha o anglicismo se flexiona seguindo as regras da gramática da língua portuguesa. Semanticamente a postagem sugere a formação de um casal através do aplicativo. Já em relação à formação do plural, temos:

Figura28: MATCHES

Fonte: Instagram tinderbrasil

A formação do plural adotada no português é idêntica a da língua de origem, ou seja, com o acréscimo de -es, por pura coincidência morfológica como já observamos na página 58 com a formação 'crushes'. A sentença acima se refere aos 'melhores matches', ou seja, às melhores combinações indicando que as melhores combinações são as menos prováveis.

Em nossas investigações, observamos que a expressão pode ser usada em um contexto fora do campo semântico dos relacionamentos, como por exemplo, quando duas pessoas percebem que saíram de casa com roupas parecidas. Nesse caso, registra-se a mesma expressão 'deu match' significando que as roupas estão combinando na aparência.

Tanto nas ocorrências encontradas no Instagram quanto na forma adotada pelos falantes em geral fora do ambiente on-line, percebemos que não há variações sintáticas e morfológicas para o uso de match, invariavelmente dentro da categoria de substantivo.

Ademais, match é um anglicismo que segue a grafia e pronúncia originais, portanto, podemos inferir que se estabelece como um estrangeirismo na língua portuguesa do Brasil, porém em fase de acomodação pelo uso. A esse respeito, Mattoso Câmara Júnior, em seu Dicionário de Linguística e Gramática (1977, p. 111), fala que os estrangeirismos são “os empréstimos vocabulares não integrados na língua nacional, revelando-se estrangeiros nos fonemas, na flexão e até na grafia”. Portanto, os falantes utilizam esse anglicismo em sua forma original acompanhados do verbo ‘dar’ para formar a expressão. Ainda quanto à pronúncia pelos falantes brasileiros, dos quatro termos estudados, consideramos que match seja o que mais se assemelha à pronúncia original do inglês, isto é, com uma pequena adaptação fonética.

Podemos afirmar que o uso de do termo match e da expressão ‘dar match’ começou com o Tinder. Passado algum tempo, os usuários do aplicativo passaram utilizar os termos fora do aplicativo, se tornando uma forma de dizer que está interessado por alguém e que é correspondido. Portanto, por causa da popularização do aplicativo, a expressão ‘deu match’ se popularizou entre os brasileiros, e passou a ser usada em diversas outras situações, usualmente quando alguém quer dizer que duas coisas ou pessoas combinam.

Lembramos que a sociedade se inova constantemente e por isso é preciso que se criem novos termos a fim de nomear os novos elementos na realidade extralinguística. Especificamente para ‘match’ e ‘dar match’, não encontramos um termo único correspondente já usado no léxico brasileiro. Porém, há algumas expressões que abordam sentidos muito parecidos, como por exemplo, o ‘casal 20’, as duas metades da laranja, a tampa da panela, o queijo e a goiabada, cara metade, alma gêmea, rolar uma química, dar liga, dar um caldo. No entanto, atualmente, nenhuma delas estão na moda e nem representam o prestígio do inglês. Visto isso, podemos inferir que os usuários brasileiros consideram que o estrangeirismo em questão chama mais atenção que suas versões em português. E, ao optar pelo termo em inglês, o falante brasileiro estabelece relações de pertencimento em sua comunidade linguística.

A expressão ‘dar match’, no Brasil, já circula fora dos espaços digitais. Corroborando nossa reflexão, apresentaremos algumas ocorrências do uso de match em diferentes ambientes sociais.

Consideramos aqui a importância da Publicidade em relação a adoção e incorporação das palavras de línguas estrangeiras. Dado o exposto, constatamos que a Publicidade, atentando ao público consumidor, entende o uso do anglicismo como uma das técnicas de comunicação muito eficazes e persuasivas na sociedade contemporânea, sendo uma das

características marcantes dessa área. À vista disso, a Britânia, marca de eletrodomésticos que está presente em 98% dos lares brasileiros, desenvolveu a amorosa campanha digital “Deu match com Britânia”, que promove produtos inovadores para casais e solteiros⁴⁰.

Figura 29: DEU MATCH com Britânia

Home > Comunicação > Campanhas

Campanha “Deu match com Britânia” promove o amor próprio no Dia dos Namorados

Com stickers e filtros de instagram, a marca apresenta uma seleção especial de produtos que facilitam o dia-a-dia tanto de casais como de quem quer apenas se presentear durante a quarentena

 por **Da Redação ABC da Comunicação** — 09/06/2020 em **Campanhas**  0  0   

Fonte: <https://www.abcdacomunicacao.com.br/campanha-deu-match-com-britania>

Aqui a ideia principal da marca de eletroportáteis e eletroeletrônicos é alcançar o público jovem e tentar persuadir o consumidor afirmando que “são produtos que fazem parte da rotina das pessoas e dão match tanto com quem presenteia como com quem é presenteado”. Percebemos que, por se tratar de uma marca popular, o sentido da expressão “deu match com Britânia” pode não ser compreendido pelo público em geral. O entendimento do sentido pode ficar prejudicado por quem não compartilha conhecimento específico sobre o termo, já que não há a tradução e nem a explicação do anglicismo. Entretanto, o dia dos namorados faz parte da cultura brasileira, nesse caso o ambiente cultural em relação ao tema da campanha gera uma analogia sobre o sentido do anglicismo inserido.

A figura 30 ilustra uma ocorrência em um elemento cultural muito forte no Brasil: o cinema. Uma comédia romântica, que estreou em 2021 pela Netflix, traz um elemento importante para observarmos os aspectos sociais e culturais que motivam o uso dos anglicismos atualmente. A figura abaixo traz duas imagens referentes ao mesmo filme. Na imagem da esquerda observamos o título em português e na da direita está o título em inglês.

⁴⁰ <https://www.abcdacomunicacao.com.br/campanha-deu-match-com-britania-promove-o-amor-proprio-no-dia-dos-namorados/>

Figura 304: Filme UM MATCH SURPRESA



Fonte: Google Imagens - Colagem criada pela autora

O título original da produção americana é *Love Hard* que pode ser traduzido por ‘ame muito’. No entanto, optou-se por nomear o filme em português com o título *Um Match Perfeito*. Para melhor entendermos o que motivou o uso do termo *match* no título em português, identificamos o enredo da história que acompanha uma garota azarada no amor que finalmente conhece alguém por um aplicativo da Internet.

Partindo do aspecto supracitado, concordamos com Zilles (2004) quando afirma que, se, por um lado, a apropriação de palavras estrangeiras tem servido para se referir a significados para os quais não há palavras no léxico da língua que o recebe, por outro, tem servido também para imprimir uma conotação de sofisticação e modernidade que um termo na língua recebedora não possibilitaria. Pensando dessa forma, o uso de *match* veio acrescentar uma forma de prestígio no léxico do PB.

O termo dessa análise aparece também no meio literário pelo livro lançado em 2021 da escritora brasileira Carolina Vila Nova. Chama-se *Deu Match* e traz a história de uma mulher de 40 anos que mora na cidade de São Paulo e vai buscar o verdadeiro amor num aplicativo de encontros.

Figura 31: Livro DEU MATCH

Fonte: <https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/>

O título do livro ilustrado na Figura 31 evidencia o quanto a cultura influencia a construção de sentidos de um leitor. Popularmente, é comum se falar ‘deu liga’ e ‘deu caldo’ para se referir a uma combinação que deu certo. No entanto, a autora preferiu utilizar a expressão da moda e que também é utilizada na ferramenta digital em que a personagem se envolve no enredo da história. Dessa forma, inferimos que a autora considerou que o leitor brasileiro não sentiria dificuldade em atribuir sentido a essa expressão. Isso posto, vale observarmos que a língua é diretamente influenciada pela cultura do falante e os sentidos são construídos a partir dos conhecimentos compartilhados pela sociedade. Portanto, os espaços digitais como parte importante da construção dessa cultura, se transformam em elementos comuns a ponto de que os falantes, mesmo os que não compartilham conhecimentos específicos sobre o aplicativo, como é o caso, tenham a capacidade de identificar sentido e valores semânticos atribuídos a novas palavras.

Na atualidade, como já mostramos nos capítulos anteriores, o fator que exerce influência expressiva sobre a linguagem é a Internet, em conformidade com afirmação de Kumaravadivelu (2003), de que “o que mais marca a atual fase da globalização é a comunicação via Internet”. Partindo dessa consideração, o Spotify, serviço de streaming de

música, podcast e vídeo que foi lançado em 7 de outubro de 2008⁴¹, também aderiu ao uso do termo, como podemos observar na figura abaixo:

Figura 52: MATCH no Spotify



Fonte: Whatsapp da autora

Observamos, sob a ótica da Semântica Cultural, que o uso de match no contexto do Spotify nos faz compreender que a língua e a cultura atuam conjuntamente na construção dos significados que fundamentam a visão de mundo dos falantes, o que acaba sendo representado pelos sentidos que são atribuídos às palavras e às expressões de uma língua. Afinal, participar de um match no Spotify nada mais é do que participar de uma lista de músicas que combina com seu gosto pessoal. Essa funcionalidade está disponível ao público desde setembro de 2021, portanto é recente e segue a tendência de valorizar os aspectos culturais de uma comunidade linguística. E isso demonstra significativo registro do desenvolvimento cultural da comunidade que utiliza esse serviço de streaming, contribuindo para que a cultura dessa comunidade se amplie nos espaços virtuais.

⁴¹ <https://pt.wikipedia.org/wiki/Spotify#:~:text=spotify.com>

Quadro 8: Categorias de análise MATCH

CLASSE DE PALAVRA	Substantivo
ORIGEM	Externa, devido ao contato cultural e social
FASE DE ADOÇÃO	Fase propriamente neológica de empréstimo
FORMA DE ADOÇÃO	Incorporação na forma original com adaptação fonética

Fonte: Elaborado pela autora

Concluído o capítulo das análises e interpretação de dados, ressaltamos que as investigações aqui apresentadas correspondem a uma relevante contribuição no âmbito dos estudos da linguagem, sobretudo nos estudos do fenômeno dos anglicismos no Português Brasileiro sob o olhar da SC.

7 CONCLUSÃO

Esta pesquisa foi motivada pelo interesse em observar como os anglicismos se comportam em termos linguísticos e culturais tendo como ponto de partida seus usos em um ambiente virtual específico. Dessa forma, este trabalho procurou analisar a presença dos anglicismos *crush*, *ship*, *stalker* e *match* no PB sob o olhar da Semântica Cultural, que nos abriu uma ponte para estudarmos suas ocorrências dentro e fora do ambiente on-line.

Ademais, os estudos sobre o processo neológico por empréstimos nos possibilitaram construir uma noção a respeito da produtividade do uso dos anglicismos selecionados em nossa língua, tendo em vista que a maioria dessas expressões assumem valores semânticos diversos aos de origem, se ampliando significativamente na cultura brasileira. Salientamos ainda que os termos *crush*, *ship*, *stalker* e *match* passaram e ainda passarão por processos de adaptação, sejam eles de ordem morfossintática e/ou fonológica, servindo como base para a formação de novos termos. Verificamos que, a partir do momento que esses termos se popularizam no Brasil, os falantes criaram novos sentidos e desenvolveram novas formas para a expressão de elementos socioculturais, referentes às trocas de ordem linguístico-cultural. Pois, quando os anglicismos se popularizam, o falante brasileiro passa a usá-lo com liberdade, visto que não possui o sentimento que o falante nativo tem. E a partir desse momento, os usos vão se expandindo em vários ambientes distintos muitas vezes como forma de marcar posicionamentos e influências.

Como ressaltamos no início deste estudo, norteamos nossa investigação sem perder de vista a questão: As unidades lexicais *crush*, *ship*, *stalker* e *match*, que se popularizaram no ambiente virtual, se manifestam em contextos fora do ambiente on-line contribuindo para ampliação lexical do PB? Apreendemos que o dinamismo das relações sociais da Internet está, o tempo todo, nos apresentando novas palavras. O entrelaçamento de línguas e, conseqüentemente, as variações linguísticas são bem-vindas, contudo, é importante considerar que os empréstimos linguísticos deveriam estar condicionados à necessidade de tomar emprestado alguma palavra que dificilmente teria um equivalente perfeito em nosso idioma. No entanto, na prática, o que impera é um conjunto de fatores mais frugais como por exemplo, estar na moda, seguir a tendência do momento e até mesmo a busca de prestígio e popularidade.

No percurso do desenvolvimento do trabalho, verificamos que os termos pesquisados se fazem presentes dentro e fora dos ambientes digitais. Isso demonstra a influência dos anglicismos em nosso léxico e, ainda, que seu uso não está restrito somente às redes sociais

digitais, Instagram locus inicial de nossa pesquisa, e aos textos mais informais, tendo em vista que suas expressões são encontradas inclusive em textos jornalísticos, campanhas publicitárias, nomes de filmes e livros e até mesmo nomeando uma lei brasileira. Desta forma, é possível concluir que os anglicismos estão sendo adotados pelo o léxico do português, ganhando novos contornos relativos à cultura brasileira, ampliando seu escopo semântico e se adaptando à visão de mundo dos falantes. Por isso mesmo, tais mudanças semânticas expandem o seu uso e se popularizam entre os falantes da língua, provavelmente com o intuito de marcar influências e por novas necessidades de expressão.

Percebemos, em todo percurso da pesquisa, que as escolhas lexicais dos falantes estão diretamente associadas às suas atitudes, crenças e ideologias. Isso posto, defendemos que a popularização do termo é resultado dos processos de influências e interações dos membros de comunidades linguísticas e nesse caso, depreendemos que os valores linguísticos e, conseqüentemente, culturais adquiridos pelos usuários das redes sociais ultrapassaram os limites virtuais. Ressaltamos que na língua original, os termos têm história e um sentido costumeiro que circunscrevem seus usos. Em português, a ausência de referências linguístico-culturais anteriores deixou os anglicismos sem alicerce, boiando na vontade dos falantes. Ou seja, como se trata de um empréstimo, os falantes entendem o que querem/conseguem e usam como querem/conseguem e, assim, os termos assumem um leque de sentidos. Visto isso, compreendemos que os fatos da língua podem se propagar com base nas mesmas leis que regem os costumes da sociedade, ou seja, influenciando a comunicação entre os falantes, favorecendo, dessa forma, a adoção das inovações linguísticas e propagando-as.

Durante a pesquisa, partimos do pressuposto que cultura e língua estabelecem uma relação concomitante e são elementos indissociáveis na constituição dos sentidos que são submetidos às palavras e às expressões da língua. Portanto, em vista dos dados coletados, entendemos que o uso dos termos investigados ultrapassou a fronteira do virtual, cristalizando a relação entre os sentidos atribuídos aos anglicismos e a nossa cultura. Também pudemos observar que os termos estudados se encontram hoje na fase propriamente neológica, caminhando para integração de neologismo por empréstimo, ou seja, esses anglicismos já estão se acomodando à nossa língua. Salientamos, porém, que, a adaptação desses anglicismos depende de fatores como a rapidez do empréstimo ao se ajustar à gramática do PB, a frequência de uso e a dicionarização. Cabe ressaltar, ainda, que a trajetória de um termo estrangeiro em qualquer língua é sempre imprevisível, já que a

permanência na língua depende de fatores não apenas linguísticos, mas sociais, culturais e ideológicos.

Como pudemos observar no capítulo referente às análises, a partir deste estudo, concluímos que a SC oferece oportunidades para desenvolvermos investigações a respeito dos aspectos semântico-culturais através do processo de inovação lexical. Já sabemos que a língua é um elemento orgânico que está em constante movimento, por esse motivo, consideramos que o uso dos anglicismos reflete, dessa forma, a interação da palavra viva, que se manifesta quando culturas e línguas estão em contato. Além disso, com base no conjunto de ocorrências, acreditamos que o estudo dos termos *crush*, *ship*, *stalker* e *match* e seus desdobramentos contribuíram para a descrição do Português Brasileiro, assim como para investigações de outros fenômenos linguísticos dessa natureza.

REFERÊNCIAS

ALVES, Ieda Maria O conceito de neologia: da descrição lexical á planificação linguística. **Alfa**, São Paulo, 40, p. 11-16, 1996.

ALVES, Ieda Maria. Empréstimos lexicais na imprensa política brasileira. **Alfa**. São Paulo: UNESP, 1988, n. 32, p. 1-14.

ALVES, Ieda Maria. **Integração de estrangeirismos à língua portuguesa**. 2008, Anais. São Paulo: FFLCH/USP, 2008. Disponível em: biblio.fflch.usp.br/Alves_IM_125_1723514_IntegracaoDeEstrangeirismosALinguaPortuguesa.pdf. Acesso em: 07 jul. 2022.

ALVES, Ieda Maria. **Neologismo: criação lexical**. 2 ed., São Paulo: Editora Ática, 1994.

ALVES, Ieda Maria. **Neologismo: criação lexical**. 2. ed. São Paulo: Ática, 2002 [1990].

ALVES, Ieda Maria. A integração dos neologismos por empréstimo ao léxico português. **Alfa**. São Paulo: UNESP, 1984b, n. 28 (supl.), p. 119-126.

ALVES, Ieda Maria. Metalinguagem e empréstimo na mensagem publicitária. **Alfa**. São Paulo: UNESP, 1984a, n. 28, p. 97-100.

ALVES, Ieda Maria. A observação sistemática da neologia lexical: subsídios para o estudo do léxico. **Revista Alfa**, 50(2), pp. 131-144. 2006.

ALVES, Ieda Maria. **Neologia e Neologismos em Diferentes Perspectivas**. (org.). São Paulo: Paulistana. 2010

AULETE, Caldas Digital. (2018). **Dicionário Caldas Aulete Digital**. Recuperado de <http://www.aulete.com.br> Acesso em: 11 jan. 2022.

BAGNO, Marcos. **Preconceito linguístico – o que é, como se faz**. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

BALEIRO, Zeca. **Samba do Approach**. Rio de Janeiro: MZA Music, 1998. Disponível em: <http://www.letras.com/zeca-baleiro/43674>>. Acesso em 20 dez. 2021.

BARBOSA, Maria Aparecida. **Aspectos da dinâmica do neologismo**. 1978 Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/linguaeliteratura/article/view/138126>

BARBOSA, Maria Aparecida. **Léxico, produção e criatividade: processos do neologismo**. 3. ed. São Paulo: Plêiade, 1996.

BASÍLIO, Margarida. 2010. Fusão vocabular expressiva: um estudo da produtividade e da criatividade em construções lexicais. Textos Seleccionados, **XXV Encontro Nacional da Associação Portuguesa de Linguística**, Porto, APL, p. 201-210. Disponível em <http://www.apl.org.pt/docs/25-textos-seleccionados/15-Margarida%20Basilio.pdf>

BASÍLIO, Margarida. **Formação e classes de palavras no português do Brasil**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2011.

BATISTA JUNIOR, José Ribamar Lopes; SILVA, Francisco das Chagas Rodrigues da. Gêneros textuais, virtuais e rede sociais: práticas de leitura e escrita no ensino médio profissionalizante. In: **Simpósio Hipertexto e Tecnologias na Educação, Redes Sociais e Aprendizagem**, 2010, Recife: UFPE: Núcleo de Estudos de Hipertexto e Tecnologia na Educação, 2010.

BAUER, M.W.; AARTS, B. **A construção do corpus: um princípio para a coleta de dados qualitativos**. In: BAUER, M.W.; GASKEL, G. (Eds.). Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático. 2.ed. Trad. Pedrinho A. Guareschi. Petrópolis: Vozes, 2003. p.39-63.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: As Consequências Humanas**. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar. Tradução de Marcus Penchel, p. 85, 1999.

BIDERMAN, Maria Tereza Camargo **Conceito linguístico de palavra**. Revista Palavra, Rio de Janeiro, n. 5, p. 81-97, 1999.

BIDERMAN, Maria Tereza Camargo **Teoria Linguística: linguística quantitativa e computacional**. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1978.

BIDERMAN, Maria Tereza Camargo **Terminologia e lexicografia**. Tradterm, [S. l.], v. 7, p. 153-181, 2001. DOI: 10.11606/issn.2317-9511.tradterm.2001.49147. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/tradterm/article/view/49147>. Acesso em: 7 jul. 2022.

BRÉAL, Michel. **Ensaio de Semântica** – Ciência das significações – Michel Bréal: Coordenação e revisão técnica da tradução de Eduardo Guimarães. 2. ed. Campinas, Editora RG, 2008.

BRÉAL, Michel. **Essai de Sémantique: science des significations**. França: Hachette, 1924 [1904].

CARVALHO, Nelly. **Empréstimos linguísticos na língua portuguesa**. São Paulo: Editora Cortez, 2009.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Redes – A era da informação: economia, sociedade e espaço e cultura**. São Paulo, Paz e terra, 2000.

CHAUÍ, Marilena. **Cultura, política e política cultural**. São Paulo: Estudos avançados, 1995.

CHIZZOTTI, Antônio **Pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

COSERIU, Eugenio. **Teoria da linguagem e linguística geral: cinco estudos**. Rio de Janeiro: Presença; São Paulo: Edusp, 1979.

COSERIU, Eugenio. **El hombre y su lenguaje**. Estudios de teoría y metodología lingüística. Madrid: Gredos, 1977.

CRYSTAL, David. **A revolução da linguagem**. Tradução de Ricardo Quintana. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2005.

DICIO, **Dicionário On-line de Português**. Porto: 7Graus, 2020. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br>> Acesso em: 27 jul.

DICIONÁRIO INFORMAL. Disponível em: <<http://www.dicionarioinformal.com.br>> Acesso em: 17 dez. 2021.

DICIONÁRIO POPULAR. Disponível em: <<https://www.dicionariopopular.com>> Acesso em: 12 jan. 2021.

EAGLETON, Terry. **A ideia de cultura**. São Paulo: Editora Unesp, 2005.

ETYMONLINE. *Online Etymology Dictionary*. Disponível em: <**Erro! A referência de hiperlink não é válida.**> Acesso em: 01 fev. 2021.

- FARACO, Carlos Alberto. Empréstimos e neologismos: uma breve visita histórica. **Alfa**, Assis, v. 45 n.1, p. 131-148, 2001b.
- FARACO, Carlos Alberto. **Estrangeirismos guerras em torno da língua**. 3. ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2004, p. 49-83.
- FARACO, Carlos Alberto. **Estrangeirismos: guerras em torno da língua**. São Paulo: Editora Parábola, 2001a. ISBN 8588456028.
- FERRAREZI, Celso. Semântica Cultural. In: FERRAREZI, C.; BASSO, R. **Semântica, semânticas: uma introdução**. São Paulo: Contexto, 2013.
- FERRAREZI, Celso. **Introdução a Semântica de Contextos e Cenários: de la langue à la vie**. Campinas, São Paulo: Mercado das Letras, 2010.
- FERRAREZI, Celso. **Semântica para a educação básica**. 1. ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.
- FERRAREZI, Celso. **A pesquisa em semântica de contextos e cenários: princípios e aspectos metodológicos**. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2018.
- FLUSSER, Alan. **Dressing the Man: Mastering the art of Permanent Fashion**. New York/Woodford: Harper Collins Publishers, Inc. pp. 303. ISBN 0-06-019144-9, 2002.
- FONTANELLA, Fernando. O que é um meme na Internet? Proposta para uma problemática da memesfera. In: **III Simpósio Nacional da ABCiber**, São Paulo, 2009.
- GARCEZ, Pedro M.; ZILLES, Ana Maria Stahl. Estrangeirismos: desejos e ameaças. In: FARACO, Carlos Alberto (Org.). **Estrangeirismos: guerras em torno da língua**. São Paulo: Parábola Editorial, 2001.
- GAZETA DO POVO. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/viver-bem/comportamento/o-que-e-crush/> Copyright © 2022. Acesso em: 13 abr. 2020.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.
- GILES, David. *Psychology of the media*. New York: Palgrave Macmillan, 2010.
- GUILLÉN, M. F. Is Globalization Civilizing, destructive or feeble? A critique of five key debates in the Social Science Literature. **Annual Review sociology**, 2001, p. 235-60.
- HANKS, W. F. Pierre Bourdieu e as práticas de linguagem. In: HANKS, W. F. / BENTES, A. C.; REZENDE, R. C.; MACHADO, M. A. R. (Org.). **Língua como prática social: das relações entre língua, cultura e sociedade a partir de Bourdieu e Bakhtin**. São Paulo: Cortez, 2008, p. 33-63.
- HOUAISS, Antonio; VILLAR, Mauro de Salles. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.
- HUMBOLDT, Wilhelm von. Über die Natur der Sprache im allgemeinen. In: HEIDERMAN, W.; WEININGER, M. J. (org.). **Humboldt: Linguagem, Literatura e Bildung**. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2006. p. 2-19.
- ISQUERDO, Aparecida Negri. Léxico em tempo e espaço: a questão dos regionalismos. In: Marin, Jerri Roberto; Vasconcelos, Cláudio Alves de. (Orgs.). **História, região e identidades**, Campo Grande, Editora da UFMS: 165-181, 2003.
- KOCH, Ingedore Villaça; ELIAS, Vanda Maria. **Ler e compreender: os sentidos do texto**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2007.

KOMESU, Fabiana; TENANI, Luciani. Considerações sobre o conceito de “internetês” nos estudos da linguagem. **Linguagem em (Dis)curso**, Palhoça, v. 9, n. 3, p. 621-643, set./dez., 2009.

KUMARAVADIVELU, Bala. *Beyond methods: macrostrategies for language teaching*. New Haven: Yale University Press, 2003.

KUMARAVADIVELU, Bala. *linguística aplicada na era da globalização*. In: LOPES, Luiz Paulo da Moita. **Por uma linguística aplicada indisciplinar**. São Paulo: Parábola Editorial, 2006.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999. 11 ed. 2011.

MARCUSCHI, Luiz Antônio e XAVIER, Antônio Carlos (Orgs.). **Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção de sentido**. 2. ed. Editora Lucerna, Rio de Janeiro, 2005.

MATTOSO CÂMARA JÚNIOR, Joaquim. **Dicionário de Linguística e Gramática**. Petrópolis: Vozes, 1997[1977].

MATTOSO CÂMARA JÚNIOR, Joaquim. *História e Estrutura da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Padrão – Livraria e Editora Ltda. p. 200, 1975.

MICHAELIS. **Moderno Dicionário da Língua Portuguesa**. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/busca>> Acesso em: 20 fev. 2021.

MOITA LOPES, Luiz Paulo da (Org.). **O português no século XXI: cenário geopolítico e sociolinguístico**. São Paulo: Parábola Editorial, 2013.

MOITA LOPES, Luiz Paulo da. **Por uma linguística aplicada indisciplinar**. São Paulo: Parábola Editorial, 2006.

MOLINARI, Milena; DEMARQUE, Estela; SILVA, Maria. A unidade lexical crush e seus usos: inglês, português do Brasil e francês. **Acta Scientiarum. Language and Culture**, v. 41, n. 2, Maringá, 2019.

OLIVEIRA, Ana Maria Pinto Pires; ISQUIERDO, Aparecida Negri. Apresentação. In: OLIVEIRA, Ana Maria Pinto Pires; ISQUIERDO, Aparecida Negri. **As ciências do léxico: lexicologia, lexicografia, terminologia**. 2. ed. Campo Grande: Editora UFMS, 2001. p. 9-11.

OXFORD English Dictionary, **Oxford Dictionaries**. Disponível em: <<http://www.oxforddictionaries.com>> Acesso em: 10 nov. 2020

PENNYCOOK, Alastair. **The Cultural Politics of English as na International Language**. London: Longman, 1994.

PIZA, Mariana Vassalo. **O fenômeno Instagram: considerações sob a perspectiva tecnológica**. 2012. 48 f. Monografia (Graduação em Sociologia). Universidade de Brasília, Brasília.

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

RAJAGOPALAN, Kanavillil. The concept of World English and its implications for ELT. **ELT Journal**, v. 58, n. 2, p. 111-117, abr. 2004.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre, Sulina, 2009.

RONCOLATO, Murilo (2014). O que leva alguém a stalkear o companheiro no Facebook. **Revista Galileu On-line**. Recuperado a partir de <<http://revistagalileu.globo.com/Revista/Common/0,EMI342460-17770,00-O+QUE+LEVA+ALGUEM+A+STALKEAR+O+COMPANHEIRO+NO+FACEBOOK.html>>

SANDMANN, Antônio José. **Morfologia Lexical**. São Paulo: Contexto, 1997.

SANTAELLA, Lúcia; LEMOS, Renata **Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter**. São Paulo: Paulus, 2010. (Coleção Comunicação).

SAUSSURE, Ferdinand de. **Curso de linguística geral**. São Paulo: Cultrix, 2012.

SCARAMAL, Junior; KRAEMER, Alessandro. A influência da internet nas variações linguísticas. In: **Congreso Argentino De Ciencias De La Computación**, 17, La Plata. 2011. Anais. La Plata: UNLP, 2011. p. 461-468.

SCHMITZ, John Robert. A Língua Portuguesa Corre Perigo?!. **ComCiência**, Campinas, SP Unicamp, v. 24, 2001.

SCLIAR-CABRAL, Leonor. Quem fala, como fala e para quem sobre política. In: SILVA, Fábio L. da e RAJAGOPALAN, Kanavillil (Orgs.) **A linguística que nos faz falhar: investigação crítica**. São Paulo: Parábola Editorial, 2004.

SEIDLHOFER, Barbara. **Understanding English as a Lingua Franca**. Oxford: Oxford University Press, 240 pages, ISBN: 978-0-19-437500-9, 2011.

SILVA, Maria Cristina Parreira da. Os estrangeirismos e o vocabulário fundamental nos dicionários bilíngues. **Cadernos de Tradução**, v. 2, n.18, p. 215-234, 2006 DOI: <<https://doi.org/10.5007/%25x>>.

TORRES, Cláudio. A bíblia do marketing digital. 1ª edição. São Paulo: Novatec, 2009.

TRASK, Robert Lawrence. **Dicionário de Linguagem e Linguística**. Trad. e adap. De Rodolfo Ilari. São Paulo: Contexto, 2004.

VALADARES, Flavio Biasutti. Estrangeirismos: uma tese para variação e mudança linguística **Revista Científica Vozes dos Vales**, UFVJM, MG, Brasil, n. 6, p.1-26, 2014.

VALADARES, Flavio Biasutti; MOURA, Matheus Rodrigues. Internetês: neologismos gírios nas redes sociais. **Entretextos**, Londrina, v. 16, n. 2, p. 179-198, jul./dez., 2016.

VIEIRA, Nicks. **Poxa Crush** Disponível em: <https://letras2.com/poxa-crush-letra-nicks-vieira/2017> Acesso em: 1 nov. 2020

VOLOSHINOV, Valentin Nikoláievitch. **Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem**. São Paulo: Editora 34, 2017. ISBN 978-85-7326-661-0

ZILLES, Ana Maria S. Ainda os equívocos no combate aos estrangeirismos. In: FARACO, Carlos Alberto (Org.) **Estrangeirismos: guerras em torno da língua**. 3ª ed. São Paulo: Parábola, 2004, p. 143-161.