



University of
Texas Libraries



e-revist@s



Centro Universitário Santo Agostinho



revista fsa

www4.fsnet.com.br/revista

Rev. FSA, Teresina, v. 17, n. 8, art. 9, p. 187-207, ago. 2020

ISSN Impresso: 1806-6356 ISSN Eletrônico: 2317-2983

<http://dx.doi.org/10.12819/2020.17.8.9>

DOAJ DIRECTORY OF
OPEN ACCESS
JOURNALS

WZB
Wissenschaftszentrum Berlin
für Sozialforschung



MIAR



O Estrangeirismo na Atualidade e o Inglês: Palavras em Meio ao Processo de Cristalização no Português Brasileiro

Foreign Currency and English: Words Through the Crystallization Process in Brazilian Portuguese

Lidiany Pereira dos Santos

Doutora em Linguística pela Universidade Federal de São Carlos

Professora Assistente do Curso de Letras / Língua Portuguesa da Universidade Federal do Piauí, Campus de Picos

E-mail: lidianysantos1@yahoo.com.br

Matheus Igor Borges da Silva

Graduando do Curso de Letras / Língua Portuguesa da Universidade Federal do Piauí, Campus de Picos

E-mail: matheusjpriest@outlook.com

Endereço: Lidiany Pereira dos Santos

UFPI - Campus Senador Helvídio Nunes de Barros (CSHNB), Rua Cícero Duarte, nº 905, Bairro Junco CEP: 64 600-000, Picos /PI Brasil.

Endereço: Matheus Igor Borges da Silva

UFPI - Campus Senador Helvídio Nunes de Barros (CSHNB), Rua Cícero Duarte, nº 905, Bairro Junco CEP: 64 600-000, Picos /PI Brasil.

Editor-Chefe: Dr. Tonny Kerley de Alencar Rodrigues

Artigo recebido em 03/04/2020. Última versão recebida em 23/04/2020. Aprovado em 24/04/2020.

Avaliado pelo sistema Triple Review: a) Desk Review pelo Editor-Chefe; e b) Double Blind Review (avaliação cega por dois avaliadores da área).

Revisão: Gramatical, Normativa e de Formatação



RESUMO

Este trabalho pretende analisar o processo de cristalização de novos estrangeirismos advindos do inglês no português brasileiro, levando em conta alguns fatores que contribuem diretamente para tal. Dedicamos aqui um tópico para o impacto da globalização com relação à língua, abordando a influência do inglês neste sentido; em seguida, são feitas considerações sobre estrangeirismos em inglês que adentraram em nossa língua e já se cristalizaram. No que diz respeito ao processo de cristalização de novos estrangeirismos em inglês nos dias atuais, escolhemos para a análise três fatores determinantes: a disseminação dessas novas palavras, atrelada à intensidade de contato com elas, a utilidade das novas importações como elementos de praticidade e modernização da língua, e, por fim, a questão da aceitação, contrastando novos anglicismos úteis para o enriquecimento da língua com outros que se caracterizam como modismos. Quanto à metodologia utilizada nesta pesquisa, caracteriza-se como bibliográfica e qualitativa. Como resultado das observações, verificamos que a disseminação e intensidade de contato, bem como a sua utilidade com relação ao português brasileiro, e a aceitação dessas novas palavras contribuem fortemente para que os novos estrangeirismos advindos do inglês estejam em processo de cristalização em nossa língua.

Palavras-chave: Português Brasileiro. Estrangeirismo em Inglês. Processo de Cristalização.

ABSTRACT

This work intends to analyze the crystallization process of new foreignisms coming from English in Brazilian Portuguese, taking into account some factors that contribute directly to this. A topic is devoted here to the impact of globalization in relation to language, addressing the influence of English in this sense; then, considerations are made about foreignisms in English that have entered our language and have already crystallized. With regard to the process of crystallization of new foreignisms in English today, we chose three determining factors for analysis: the dissemination of these new words, linked to the intensity of contact with them, the usefulness of new imports as elements of practicality and modernization of the language, and, finally, the question of acceptance, contrasting new anglicisms useful for the enrichment of the language with others that are characterized as fads. As for the methodology used in this research, it is characterized as bibliographic and qualitative. As a result of the observations, we found that the dissemination and intensity of contact, as well as their usefulness in relation to Brazilian Portuguese, and the acceptance of these new words contribute strongly so that the new foreignisms coming from English are in a process of crystallization in our language.

Keywords: Brazilian Portuguese. Foreignism in English. Crystallization Process.

1 INTRODUÇÃO

Partindo do pressuposto de que a língua é algo mutável, tendo em vista sua dinamicidade no que diz respeito ao seu processo de formação e a continuidade das mudanças que acontecem com o passar do tempo, se faz possível pontuar uma série de fatores que contribuem para este processo, pois a língua recebe influências vindas de muitas vertentes e o léxico é atingido fortemente, como por exemplo, pela influência geográfica, política, econômica e tecnológica que permeia todo o processo histórico de formação de qualquer língua.

Um dos participantes para tais mudanças é o fenômeno do estrangeirismo, que é a adoção de elementos advindos de outras línguas em uma dada comunidade, tendo em vista o contato entre os povos que resulta em empréstimos linguísticos atrelados a determinantes sociais, comerciais e culturais.

Toda língua recebe influências e a nossa não foge à regra, já que o influxo de línguas estrangeiras está presente na história da formação do português, tendo em vista, por exemplo, as incorporações lexicais vindas do francês, do árabe, de línguas africanas e do inglês, sendo esta última de onde mais se absorvem empréstimos nos últimos tempos, tanto no que diz respeito às adaptações de palavras inglesas para nossa língua, também conhecidas como “aportuguesamentos”, quanto ao uso de termos em inglês inalterados em meio a frases em português.

O presente artigo objetiva falar sobre a influência da língua inglesa no português brasileiro, inicialmente discutindo sobre a participação do inglês no tocante à globalização da língua. O trabalho discute também sobre o processo de fixação de palavras inglesas em nossa língua, falando sobre palavras já incorporadas com o passar do tempo.

Depois disso, situa-se o principal propósito do trabalho, abordando o processo de consolidação de novos empréstimos, sendo que foram escolhidos para a análise três determinantes fundamentais que permitem este presente processo, destacando a grande participação dos meios de comunicação (internet, televisão, revistas, rádio), de modo a considerar a disseminação de novos estrangeirismos em inglês, relacionando isso a aspectos de intensidade de contato com esses novos anglicismos, também questões de utilidade, e, por fim, a aceitação significativa por parte dos falantes, contrastando empréstimos úteis com efêmeros.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Língua inglesa e mundo globalizado: uma relação de influência

A influência econômica, comercial e política do colonialismo tem grande papel no que se refere à disseminação da cultura dos países, e, inevitavelmente, quanto maior é o influxo dentro dos aspectos acima citados, maior é essa disseminação, fazendo com que o mundo tenha significativos laços comunicativos, de modo a se configurar como uma aldeia global, pois, para Ianni (2001):

A noção de aldeia global é bem uma expressão da globalidade das ideias, padrões e valores socioculturais, imaginários. Pode ser vista como uma teoria da cultura mundial, entendida como cultura de massa, mercado de bens culturais, universo de signos e símbolos, linguagens e significados que povoam o modo pelo qual uns e outros situam-se no mundo, ou pensam, imaginam, sentem e agem. (IANNI, 2001, p. 119)

No que diz respeito à comunicação, no sentido linguístico em meio à globalização, o que se pode notar é a grande força da língua inglesa, que é dentre as mais influentes, a que possui maior alcance. Quando se fala sobre a propagação cultural, direcionando-se à questão da língua, o efeito da influência de poder das potências mundiais que se espalha por intermédio da comunicação entre os povos se torna inevitável, de um modo em que esses veículos influenciam, por exemplo, com a propaganda publicitária, de uma forma que as pessoas são atingidas de jeito já tão natural que nem percebem, por vezes, que estão em contato frequente com a língua inglesa, pois “é inegável que o inglês descola-se bastante de suas origens, lançando-se como uma espécie de jargão universal” (IANNI, 2001, p. 138).

A presença da língua inglesa é tão forte no Brasil que não faz tanta diferença se está escrito “*Super-Homem*”, ou “*Super-Man*”, pois a identificação tanto estética do personagem, quanto do próprio idioma não é problema para a grande maioria da população mundial. Ianni (2001, p. 138) diz que “quando se intensificam e generalizam as relações, os processos e as estruturas do capitalismo, o inglês com o qual se fala, escreve e pensa adquire novos significados, transforma-se na vulgata da mundialização”.

Os meios de comunicação atrelados aos avanços da tecnologia com o passar dos anos são de grande importância para um mundo cada vez mais globalizado. Com isso, o largo alcance das empresas de tecnologia, para citar um exemplo, age de modo a interligar diferentes nações, não só no âmbito da oferta capitalista, como na língua, fazendo com que se

disseminem termos de abrangência global. Exemplificando: suponhamos uma compra pela internet. Se um indivíduo no Brasil está à procura de um aparelho de som, querendo buscar um produto que seja compacto e de potência sonora mediana, vai se deparar em suas buscas por um “*HOME THEATER; 8 alto-falantes; USB*”. Se alguém procurar pelos mesmos requisitos na Itália também terá grandes chances de se deparar com a mesma terminologia nesse produto: “*HOME THEATER; 8 altoparlanti; USB*”. Vejamos nas seguintes imagens:

Figura 1 - Produto presente em um site brasileiro.



Fonte: Casas Bahia (2019).

Figura 2 - Produto presente em um site italiano.



Fonte: trovaprezzi.it (2019).

Isso acontece com muitos outros eletrônicos: *Smart TV's*, *Soundspeakers*, *headphones* ou o próprio *Mouse*, que já traz consigo atualmente o uso do *Mousepad*.

Além disso, é perceptível a influência do inglês nesse contato global, basta nos atentarmos aos nomes que se originaram a partir da internet, tornando-se meios de comunicação: *inbox*, *Facebook*, *like*, etc.; pois de forma inalterada esses termos são usados no mundo todo. Esse ambiente globalizado anda de mãos dadas à modernidade e ao progresso tecnológico, com a língua inglesa dominando a maior parte desta rede de comunicação global que aproxima diferentes povos mais facilmente a cada ano. Ianni (2001) sobre a modernização no mundo globalizado, fala que:

Aos poucos, ou de repente, conforme o caso, tudo se articula em um vasto e complexo todo moderno, modernizante, modernizado. E o signo por excelência da modernização parece ser a comunicação, a proliferação e generalização dos meios impressos e eletrônicos de comunicação, articulados em teias multimídia alcançando todo o mundo. (IANNI, 2001, p. 119)

Nossa língua sofre os efeitos dessa globalização, sendo que atualmente a presença do inglês como ferramenta de interligação com elementos dessa cultura globalizada cresce a cada dia que passa. No exemplo “Por que você não tenta mudar o *e-mail* de confirmação do *Facebook*? Assim você pode resgatar aquela conversa no *Messenger*.”, a naturalidade com que esses termos são encaixados em nossa fala se mostra cada vez mais presente a cada avanço nos meios de comunicação, a cada novidade apresentada pelas bilionárias empresas de internet que buscam a maior abrangência possível no alcance de mais e mais pessoas, interligando culturas de diferentes países com o uso de termos globais, e em inglês.

2.2 Uma língua cheia de importações: uma abordagem sobre termos do inglês já fixados com o passar do tempo

Atentando-se aqui para um português brasileiro já consolidado, vale lembrar que os estrangeirismos fazem parte do processo de evolução da língua, atuando quando uma dada comunidade adota determinado termo estrangeiro e o aceita como parte da língua com o passar do tempo. Define-se estrangeirismo como:

[...] o emprego, na língua de uma comunidade, de elementos oriundos de outras línguas. No caso brasileiro, posto simplesmente, seria o uso de palavras e expressões estrangeiras no português. Trata-se de fenômeno constante no contato entre comunidades linguísticas, também chamado de empréstimo. (GARCEZ; ZILLES, 2001, p.15).

O que pretendemos discutir é sobre a incorporação de alguns termos em inglês que já estão fixados em nossa língua, abordando tanto aqueles que foram absorvidos de modo a serem adaptados ou “aportuguesados”, quanto aqueles que adentraram em nosso português sem sofrer alterações em sua forma.

A adoção de termos advindos do inglês, os conhecidos “anglicismos”, permeiam a história da língua portuguesa do Brasil. Muita gente desconhece qual é a origem de termos que são usados frequentemente, como por exemplo, palavras já incorporadas como *sinuca*, *futebol*, *esporte*, ou seja, que foram aportuguesadas do inglês. A língua vem se adaptando, se enriquecendo e dando continuidade ao processo de evolução, sendo que isso tem relação com

a participação dos muitos empréstimos adotados pelo português brasileiro. Segundo Garcez e Zilles (2001):

No português, língua de tantas invasões em cinco continentes, invadida e invasora, o que seria puro? No português brasileiro, língua de tantas gentes, termos tão triviais como cupim e caipira, camundongo e bunda, alguns até emblemáticos da identidade nacional brasileira, não têm *pedigree* latino ou lusitano, mas sim indígena e africano, respectivamente. (GARCEZ; ZILLES, 2001, p. 20)

O inglês acaba por ser uma língua global e há tempos faz parte do nosso léxico com uma gama de termos que parecem tão familiares para a maioria dos falantes que nem levantam qualquer suspeita de que são empréstimos adaptados ao português. No que se refere às importações advindas do inglês e a esta influência, Garcez e Zilles (2001) pontuam:

O inglês é claramente língua estrangeira. Remete a estrangeiro também o fato de que, se o inglês é hoje a tal *língua franca* do contato internacional, isso se deve ao sucesso da empresa imperial britânica e norte-americana, da qual o Brasil sempre foi cliente servil. (GARCEZ; ZILLES, 2001, p. 21).

Existem palavras que já passaram pelo processo de fixação a ponto de encaixarem naturalmente em meio a frases em português. Nota-se a diferença com o passar dos anos de muitos estrangeirismos que já se fixaram no português brasileiro e adentraram na língua sem sofrer alteração gráfica, em contrapartida de como se fez há tempos atrás nos termos absorvidos que foram citados acima (sinuca, futebol, esporte...)

Palavras como *e-mail*, *notebook*, *Air Bag*, *diet* ou *HD* (inclusive siglas, neste caso, Hard Disk), fazem parte de nosso cotidiano de forma tão natural e há um bom tempo, que terminam por demonstrar que a preocupação em adaptar as palavras inglesas para deixá-las mais familiares e preservar as características de nossa língua se torna algo direcionado aos puristas resistentes, pois “note-se que grande parte dos estrangeirismos são percebidos porque conservam sua identidade estrangeira na grafia, mesmo depois de incorporação à fonologia da língua, como no caso de *software*, dito *sófter* ou *sófiter*” (GARCEZ; ZILLES, 2001, p. 23-24).

É comum, justamente por conta dos avanços tecnológicos e da “aldeia global”, que os elementos do cenário tecnológico tenham “entrado” em nossa sociedade com suas formas inalteradas, participando tão fortemente do nosso cotidiano que a incorporação acabou por ser inevitável, por exemplo, em nomes de aparelhos já usuais como *notebooks*, *home theaters*, *pen drives*, *mouses* ou o próprio *PC* (*personal computer*). Estes estrangeirismos já cristalizaram em nosso léxico e não sofreram alterações na grafia. Alguns desses exemplos estão presentes na imagem abaixo:

Figura 3 - Alguns itens de informática do cotidiano que não sofreram alteração na grafia dos nomes.



Fonte: Casas Bahia (2019).

A praticidade em incorporar elementos inalterados é algo que evidencia a influência da língua inglesa em nosso português, pois se prolifera a cada dia e está presente de modo enfático e natural em nosso cotidiano, fazendo com que o processo de cristalização de estrangeirismos advindos do inglês em nosso léxico continue ativo e crescente, como se percebe nos dias atuais, visto que a participação dos meios de comunicação contemporâneos é um dos grandes contribuintes para a manutenção deste processo, em meio a um mundo cada vez mais globalizado.

Vejamos, a seguir, o que estamos denominamos de “processo de cristalização” do português brasileiro.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

3.1 O estrangeirismo na atualidade e o inglês: palavras em meio ao processo de cristalização no português brasileiro

Antes de iniciarmos o aprofundamento nas análises principais, faz-se importante dizer que a pesquisa é bibliográfica de cunho qualitativo e o *corpus* foi construído a partir de palavras estrangeiras usadas na televisão, no rádio, no comércio eletrônico (*e-commerce*) e na internet (redes sociais como Facebook, Instagram, YouTube e WhatsApp).

As mudanças sempre fazem parte de qualquer língua e a nossa é permeada por elas, sendo que o objeto de estudo desta pesquisa, o estrangeirismo, é um dos elementos determinantes para a continuidade desse processo de mutação, enriquecendo a língua e absorvendo influências de outras culturas. Com relação ao caráter mutável da língua, Faraco (2005) argumenta que:

Em outras palavras, as línguas humanas não constituem realidades estáticas; ao contrário, sua configuração estrutural se altera continuamente no tempo. E é essa dinâmica que constitui o objeto de estudo da linguística histórica. (FARACO, 2005, p. 14).

O objetivo do nosso estudo é aprofundar-se na presença de novos estrangeirismos em inglês na atualidade, atentando-se aos termos que estão adentrando em nossa língua de modo a estarem em meio ao processo de cristalização, de fato. Sendo assim, faz-se importante analisar os novos estrangeirismos levando em consideração alguns fatores que contribuem para o ingresso desses elementos “alienígenas” em nosso português. Aqui serão abordados três aspectos fundamentais dos novos termos: a disseminação atrelada à intensidade de contato; a utilidade e, por fim, **a aceitação desses**, para que possamos compreender como essas novas palavras advindas do inglês estão aos poucos se incorporando no português brasileiro.

3.2 A disseminação de novos estrangeirismos em inglês e a intensidade de uso: a contribuição dos meios de comunicação

Nos dias atuais, nota-se que a influência dos meios de comunicação, principalmente a internet, vem fornecendo uma nova safra de palavras inglesas que vão gradativamente adentrando em nosso cotidiano, levando em conta a maior familiarização que as gerações mais recentes têm com o acesso à tecnologia da informação. Ianni (2001), acerca dos avanços da modernidade, diz que:

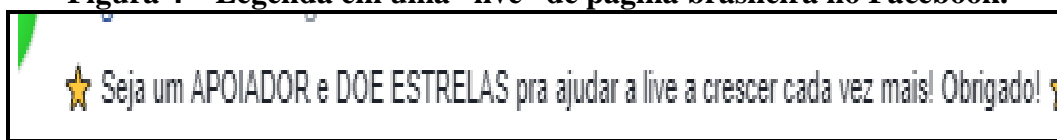
Tudo se globaliza e virtualiza, como se as coisas, as gentes e as ideias se transfigurassem pela magia da eletrônica. A onda modernizante não para nunca, espalhando-se pelos mais remotos e recônditos cantos e recantos dos modos de vida e trabalho, das relações sociais, das objetividades, subjetividades, imaginários e afetividades. (IANNI, 2001, p. 123)

A internet atua como o disseminador mais prático na atualidade no que diz respeito aos estrangeirismos, como já foram mais fortes a TV, os jornais e as revistas nesse sentido há alguns anos. Mas, apesar de a inclusão *on-line* ser o maior propagador da influência do inglês hoje em dia, os veículos tradicionais também atuam nesse ambiente, visto que buscam acompanhar o crescimento e a modernização do alcance às pessoas. Rocha, Araújo e Júnior (2014), sobre as novas vias de comunicação e seu alcance, afirmam o seguinte:

Amplamente difundidas no século XXI, as novas mídias surgem com o intuito de agregar ainda mais valor à comunicação. Internet, celular e televisão digital são exemplos de tecnologias que avançam dia após dia, seduzindo cada vez mais o consumidor. (ROCHA; ARAÚJO; JÚNIOR, 2014, p. 152)

Em um mundo que está mais conectado do que nunca, é fácil nos depararmos com termos que ficam a cada dia mais familiares à língua, visto que só em exemplificar alguns meios de redes sociais populares se torna notável a língua mais influente já em ver que seus nomes são escritos em inglês (ex; Snapchat, Line). O cotidiano da sociedade atual pode ser associado, levando em conta a grande quantidade de usuários desses serviços a redes sociais como Facebook, WhatsApp, Instagram e Twitter, nas quais a popularização no uso de palavras que vêm do inglês só aumenta, devido ao largo alcance destes meios. Muito comum é ouvir atualmente a frase: “Vocês viram meu *Stories* no Instagram hoje?”. Ou “Gente, hoje à noite irei fazer uma *live* no Facebook, assistam. ”. A imagem a seguir mostra um exemplo:

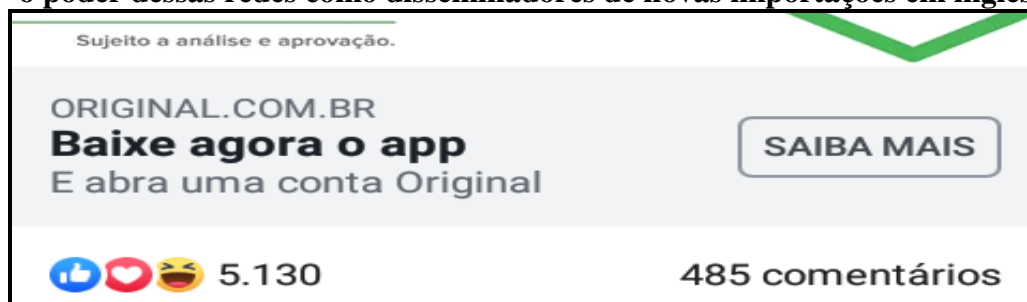
Figura 4 – Legenda em uma “live” de página brasileira no Facebook.



Fonte: Facebook (2019).

Existe uma grande frequência atualmente no uso de termos ligados às redes sociais, levando em conta que são meios de comunicação globais e a influência do inglês só se fortalece. Aos poucos se fala *post* em lugar de postagem, se diz *app* ao invés de aplicativo, e em rara oportunidade se verá alguém no Brasil falando que tirou um *autorretrato* e postou no Instagram, já que a palavra *selfie* é a denominação global propagada pelas redes sociais. Vejamos o seguinte exemplo visto na rede social Facebook:

Figura 5 - Uso de “App” em vez de “aplicativo” na rede social Facebook, na qual destaca-se, inclusive, o número de usuários que reagiram ao anúncio (5.130), reforçando o poder dessas redes como disseminadores de novas importações em inglês



Fonte: Facebook (2019).

No que se refere à disseminação de palavras já popularmente escritas em inglês, a internet tem papel importante. Castells (2003), sobre o poder de propagação da Internet, afirma que:

Assim como a difusão da máquina impressora no Ocidente criou o que MacLuhan chamou de a “Galáxia de Gutenberg”, ingressamos agora num novo mundo de comunicação: a Galáxia da Internet. O uso da Internet como sistema de comunicação e forma de organização explodiu nos últimos anos do segundo milênio. (CASTELLS, 2003, p.8)

No âmbito de propagação, a televisão, que apesar de conviver com o crescimento do alcance e influência da internet, não pretende ficar para trás no que diz respeito à modernização e mutação que a linguagem sofre com o passar do tempo, na verdade, sendo um veículo que atravessa gerações, não deixa de se adaptar no decorrer dos avanços do mundo moderno e participa também do ambiente de inclusão de novos empréstimos advindos da língua inglesa, uma vez que sua influência e abrangência contribui fortemente para tal. A PBM (Pesquisa Brasileira de Mídia) 2015 afirma que “a televisão segue como meio de comunicação predominante, que o brasileiro já gasta cinco horas do seu dia conectado à internet e que os jornais são os veículos mais confiáveis”. (PBM, 2015, p. 7)

Para exemplificar, usemos a área esportiva dos canais de televisão, tanto fechada (TV a cabo) como aberta. Um elemento estrangeiro em nossa língua propagado pela mídia esportiva da TV, do rádio e da Internet, e esse possivelmente o mais recente a iniciar sua popularização (ao menos até a escrita deste trabalho), é o VAR, que é o termo global (já se falou aqui sobre a influência da língua inglesa em um mundo globalizado) que significa *Video Assistant Referee* (*Árbitro Assistente de Vídeo*). Vejamos o exemplo a seguir:

Figura 6 - A disseminação de novos estrangeirismos através da televisão, com o emprego do termo “VAR”.



Fonte: YouTube (2019).

Os meios de comunicação sempre tiveram grande participação ao longo da história no que diz respeito à introdução de novas palavras estrangeiras em nossa língua, atuando como disseminadores, de modo que os estrangeirismos fossem se infiltrando cada vez mais ao cotidiano das pessoas. Segundo Ianni (2001, p. 119), “em decorrência das tecnologias

oriundas da eletrônica e da informática, os meios de comunicação adquirem maiores recursos, mais dinamismos, alcances muito mais distantes”. Na atualidade, esses veículos, agora mais avançados e acessíveis, permitem que o mundo globalizado se conecte ainda mais, fazendo com que o contato com o inglês, a língua global, se torne ainda mais frequente, propiciando a adoção destes novos termos estrangeiros. Sendo assim, a disseminação de novos estrangeirismos se faz fundamental para o processo de cristalização desses termos no português brasileiro, visto que, quanto maior o alcance e a propagação dessas palavras, mais fácil se torna sua fixação.

Arelada à disseminação de novos estrangeirismos em inglês está a intensidade de contato com estas novas palavras. Quando se fala nisto, um componente para análise é o tempo de contato a que as pessoas destinam atualmente para o uso de recursos de internet (redes sociais, plataformas de vídeo, blogs). No que se refere ao público infantil, considerando o fato de que as crianças hoje em dia têm um acesso muito fácil à internet e sua linguagem, o tempo de se entreter com brinquedos, assistir TV ou brincar na rua vai sendo aos poucos substituído por mais acesso à internet.

Esse contato, levando em conta as palavras estrangeiras que permeiam a internet, pode facilmente incorporar no vocabulário de uma criança, visto que elas estão em processo de aprendizagem da língua por toda a infância. Por isso a influência de termos já muito comuns a este ambiente como *live*, *like* (“dê um *like* no vídeo! ”), *tablet*, *thumbnail*, *wiew*, *vlog*¹, *unboxing*, *peppa pig*, *gamer* ou *streamer*, é algo que naturalmente adentra o vocabulário, tendo em vista o intenso tempo de contato, atingindo os falantes desde muito jovens. Corrêa (2018, p. 43) diz que “a pesquisa “Geração YouTube: um mapeamento realizado sobre o consumo e a produção infantil de vídeos para crianças de zero a 12 anos – Brasil 2005-2016” aponta um crescimento expressivo no consumo de YouTube por crianças pequenas”.

Aqui um exemplo em imagem do conteúdo *unboxing* que, atrelado ao tempo de contato que as crianças acabam tendo com relação a isso, se configura como fator de intensidade na fixação de novos estrangeirismos:

¹ Vlog é a abreviação de **videoblog** (vídeo + blog), um **tipo de blog em que os conteúdos predominantes são os vídeos**. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/vlog/>> Acesso em: 15 de maio de 2019.

Figura 7 - Crianças passam horas por dia consumindo o conteúdo “unboxing”, de modo que isso atua como fator de intensidade de contato com esse novo anglicismo.



Fonte: YouTube (2019).

No que se refere ao público juvenil e adulto, além de os mesmos aspectos de tempo de contato com a citada plataforma de vídeos acima e sua gama de palavras estrangeiras vindas do inglês, a influência do tempo dedicado a redes sociais, como Facebook, Instagram e WhatsApp contribui para a adoção de termos muito usuais globalmente, contribuindo para uma maior naturalidade no convívio e no uso de novos estrangeirismos como *direct*, *Stories*, *print* ou *gif*. Segundo a pesquisa da Hootsuite da We Are Social, de 2018, o Brasil está em terceiro lugar no ranking de tempo de uso diário de internet, com 9 horas e 14 minutos.

No que concerne a meios tradicionais que também permitem o contato com novas palavras em inglês, a TV tem papel fundamental, pois o tempo que os brasileiros, de modo geral, dedicam a este meio contribui para que tenham muitas oportunidades de conviver com novos estrangeirismos disseminados por este veículo. De acordo com a PBM (2015, p. 15) “os brasileiros assistem à televisão, em média, 4h31 por dia, de 2ª a 6ª-feira, e 4h14 nos finais de semana, sendo que a maior parte deles o faz todos os dias da semana (73%)”.

Além do tempo, outro elemento que contribui para a absorção de estrangeirismos atualmente é o volume de contato com eles, o qual pode ser analisado com base na quantidade de possibilidades e meios no que se refere ao uso dos recursos e à intensidade na convivência com novos termos estrangeiros. Um exemplo é a propaganda em meio aos intervalos de programação, sendo que, se considerarmos que existem programas extensos, novelas e jornais também compridos que possuem muitas pausas nas quais se encaixam essas propagandas, temos que pontuar que com tantos avanços tecnológicos na questão de ofertas de novos produtos em meio a uma economia globalizada, na qual as maiores empresas do mundo buscam sempre ampliar horizontes, existe uma grande frequência no contato com essa propaganda, repleta de produtos como *tablets*, *All In Ones*, *smartphones* ou *Smart TVs* em *Full HD*.

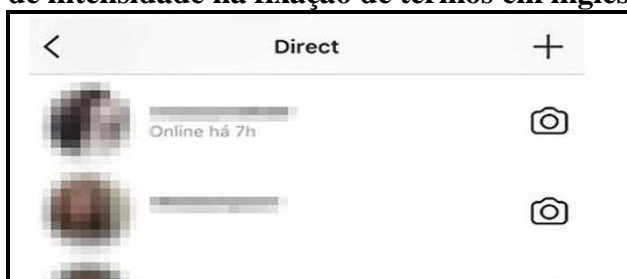
Segundo Lara (2014):

A propaganda no Brasil se alicerça na grande quantidade e variedade de veículos de mídia e de anunciantes. Dados recentes divulgados pela consultoria de mídia ZenithOptimedia, subsidiária do grupo Publicis, mostram que o país deve superar a França neste ano e se tornar o sexto maior mercado de publicidade do mundo. (LARA, 2014, p. 40)

Agora, voltando para a questão do tempo de uso da internet na atualidade, é justamente o público mais jovem, crianças, adolescentes e adultos abaixo dos 30 anos que possui maior contato e familiaridade com essa conectividade, utilizando os mais diversos recursos da internet em uma sociedade bastante globalizada nos dias de hoje. Segundo a PBM (2015, p. 50), “entre as redes sociais e os programas de trocas de mensagens instantâneas mais usadas (1º + 2º + 3º lugares), estão o Facebook (83%), o Whatsapp (58%), o Youtube (17%), o Instagram (12%) e o Google+ (8%)”.

Atentando-se para as redes sociais, que ocupam grande parte do tempo na internet da maioria dos usuários, esses meios de interação disseminam também muitos termos de origem inglesa que vão tendo mais espaço na nossa fala (e também escrita, no que se refere a esse ambiente), sendo que a quantidade de redes usadas, de páginas seguidas (vale para todas as principais redes) reflete no número de postagens vistas, de um modo em que isso, atrelado ao tempo dedicado, aumenta a frequência no convívio e no uso de termos estrangeiros corriqueiramente hoje em dia nessas redes como *stories*, *feed* de notícias, *direct*, *block*, *add*, *live*, etc. Vejamos um exemplo:

Figura 8 - A presença da palavra "Direct" em páginas do Instagram de brasileiros, sendo essa rede uma das múltiplas possibilidades de contato que contribuem como fator de intensidade na fixação de termos em inglês.



Fonte: Google Imagens (2019).

3.3 Cristalização de estrangeirismos e utilidade: as novas importações como meios de praticidade e modernização da língua.

Nesse tópico, o nosso objetivo é discutir acerca da utilidade dos novos estrangeirismos na atualidade, pontuando motivos que levam as pessoas a usarem palavras vindas do inglês em lugar do português, levando em consideração aspectos como praticidade, modernização e

a maior familiarização da língua em um mundo cada vez mais conectado, destacando como a utilidade dos novos anglicismos influencia em seu processo de fixação no português brasileiro. Dividimos em 02 (duas) categorias para o melhor entendimento. Vejamos.

3.3.1 Os novos estrangeirismos e a praticidade

No que se refere aos termos em inglês que começam a adentrar em nossa língua na atualidade, esta praticidade continua sendo um dos mais fortes fatores para uma consolidação, de fato. Além da influência do inglês já ser um grande estímulo para o uso frequente de estrangeirismos em tempos de tecnologia avançada (e que avança a cada dia), em que conectividade e acessibilidade se tornam perceptíveis na influência da praticidade em casos como: “Você viu a *live* que o fulano fez sábado? ”, em que poderia ser usada a expressão “*transmissão ao vivo*” em lugar de “*live*”, mas ela é cada vez menos empregada pelos falantes que têm acesso a estes veículos de comunicação pela internet, e estes não são poucos, pois para Castells (2003, p. 8), “a Internet é um meio de comunicação que permite, pela primeira vez, a comunicação de muitos com muitos, num momento escolhido, em escala global” .

A seguir, a exemplo de outra imagem mostrada anteriormente sobre o mesmo vocábulo, mais um caso do uso da palavra *live*, mas nesta parte do trabalho, ilustrando sua utilidade como novo estrangeirismo prático substituindo uma expressão em português mais extensa sem alterar significado, proporcionando uma espécie de poupança de esforço:

Figura 9 - O frequente emprego da palavra "live" no lugar de "transmissão ao vivo" na rede social Facebook.



Fonte: Facebook (2019).

Esta “economia” na fala e na escrita não é uma questão de preguiça das gerações mais recentes, mas de uma língua mutável que não é isenta de influências, a qual se enriquece a cada dia. Vejamos o fragmento abaixo sobre estrangeirismos e o enriquecimento da língua portuguesa:

É bom lembrar que a língua portuguesa sempre foi acolhedora de palavras novas. A presença de palavras de origem estrangeira no português contemporâneo de nenhuma forma empobrece a língua; muito ao contrário, as palavras emprestadas de outras línguas contribuem para enriquecer a língua portuguesa. (SCHMITZ, 2001, apud SCHMITZ, 1988, p. 4-5)

3.3.2 Adaptação da língua em um mundo conectado

Claro que nossa língua poderia muito bem resistir às influências e bloquear a entrada de tantos termos estrangeiros, baseando-se nos princípios mais puristas da língua, porém os próprios efeitos da globalização que atingem inevitavelmente a escrita e a fala, e com mais força a cada dia que passa, fazem com que os falantes se adaptem naturalmente às mudanças, sendo que a absorção de palavras estrangeiras se torna um processo automático, tendo em vista o alcance da língua inglesa. Para Faraco (2005, p. 27), “a mudança é uma constante nas línguas”, sendo que também “não afeta a plenitude estrutural e o potencial semiótico das línguas”.

A questão da adaptação se relaciona a um cotidiano que é permeado pelo fácil acesso à informação, à tecnologia e a influências em qualquer momento. Obviamente, a adoção de estrangeirismos não é um fenômeno que ocorre da noite para o dia, tendo em vista que existem muitos contribuintes que participam do processo de cristalização de uma palavra estrangeira em nossa língua.

Quando se fala em adaptação a uma língua mais modernizada, no que se refere a estrangeirismos e uma sociedade global conectada (ou *on-line*), o que vem à tona também é a questão da inclusão, pois levando em consideração a influência da internet e seus recursos de comunicação social para nosso dia a dia, cada vez menor é a resistência em se adaptar a uma linguagem que se permite ser influenciada, não falando só dos falantes mais jovens, mas de toda uma comunidade, independentemente da idade, que vive de forma participativa em contato com conectividade da internet. Segundo Bagno (apud Yaguello, 2001, p. 68), “A língua se encontra, assim, permanentemente rejuvenescida e não envelhecida, ao passo que seus falantes, inexoravelmente, envelhecem”.

Retomaremos o exemplo “Você viu a *live* que fulano fez sábado? ”. Atualmente, não se trata de uma questão de abolir o uso de “*transmissão ao vivo*”, visto que encontramos essa expressão com muita frequência há muito tempo na televisão, seja em transmissões esportivas ou cobertura de eventos. Mas o contexto em que se popularizou a palavra “*live*” para se referir à “*transmissão ao vivo*” é justamente o ambiente da internet, em plataformas dedicadas a vídeos e redes sociais com recursos de transmissão, como YouTube e Facebook, ou como já

se usa bastante por aqui, os recursos de “*live streaming*”. Além disso, não é exclusividade do Brasil essa convivência com novas palavras estrangeiras, visto que é um fenômeno global de disseminação, levando em conta que a língua dos países que distribuem esses serviços é a inglesa.

3.4 A aceitação de novos estrangeirismos: empréstimos úteis e a questão dos modismos e exageros.

Será destacada nessa parte, a aceitação de novos estrangeirismos levando em consideração o contraste entre estrangeirismo útil e modismo, falando sobre os determinantes que fazem com que uma palavra venha a se fixar, ou seja, ser aceita, e não se configure só como algo efêmero.

A questão dos estrangeirismos suscita uma discussão fundamental no que se refere ao ingresso de uma palavra na língua, sendo que a entrada de termos estrangeiros precisa ter aceitação, configurando uma aprovação significativa a algo que integre a língua como elemento pertinente a determinado contexto. Para isso, são feitas algumas considerações sobre estrangeirismos úteis, de fato, e a questão dos modismos, já que atualmente existe uma grande frequência no emprego de palavras importadas, sendo que umas mostram potencial de fixação e outras não.

O universo atual de redes sociais na internet é o principal celeiro para o uso de palavras estrangeiras que soam mais como um exagero do que como algo útil para o processo de mudança e adaptações na língua. Um aspecto a se considerar é que o emprego de termos estrangeiros, muito mais como modismo ou imediatismos, impulsionados por contextos específicos em popularidade momentânea, tem majoritária ocorrência com o público jovem, o qual está ainda mais intensamente em contato com a internet.

O objetivo aqui não é fazer uma crítica ao uso de neologismos estrangeiros que chegam e depois são deixados de lado, mas discutir sobre o fato de existirem termos que não “pegam”, ou seja, não se consolidam com o passar do tempo, pois “alguns usuários exageram” e “existem muitos casos de exageros ou abusos” (SCHMITZ, 2001, p. 90).

Falando sobre o emprego de palavras estrangeiras visivelmente desnecessárias atualmente, o que se percebe ao observar a participação do público nas redes sociais, por exemplo, em sessões de comentários, nas “*timelines*”, como são chamadas as postagens ao longo do tempo em páginas individuais nessas redes, e na escrita das próprias mensagens instantâneas que os usuários mandam entre si. O que configura tantos exageros é o uso de

palavras em inglês que substituem palavras fundamentais que não necessitam de qualquer adaptação ou substituição, como por exemplo, na frase extraída de uma rede social: “Hoje foi dia de *bad*² por aqui.” Nesse caso, *bad* substitui *tristeza*, como se a palavra *tristeza* tivesse perdido tanta importância a ponto de precisar de uma substituição. Isso também ocorre no exemplo abaixo:

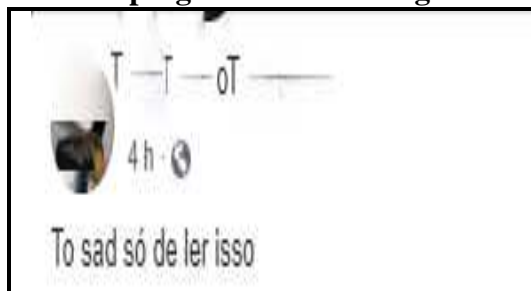
Figura 10 - Substituição da palavra "tristeza" por "bad", que se configura mais como modismo do que como estrangeirismo útil ao português brasileiro, uma vez que a palavra "tristeza" não está caindo em desuso.



Fonte: Facebook (2019).

Outro caso se encontra em *sad*, também se referindo à tristeza. Vejamos mais um:

Figura 11 - Emprego de "sad" no lugar de "triste".



Fonte: Facebook (2019).

Além disso, um outro aspecto a pontuar é que o uso de termos estrangeiros pode significar também uma intenção por parte de muitos falantes de “prestigiar” um outro vocabulário, no caso, empregando palavras em inglês em postagens nas redes sociais usando as famigeradas *hashtags* que acompanham textos publicados em português, usando termos como “*#blessed*” no lugar de “*#abençoado(a)*”, “*#faith*” no lugar de “*#fé*” ou “*#god*” substituindo “*#Deus*” e muitos outros exemplos de palavras em inglês que não se encaixam nem tanto como estrangeirismos, porém como traduções exageradas de termos usuais e

² A tradução literal de *bad* é *mau*. Porém, no contexto de redes sociais, a palavra é utilizada para se referir à *tristeza*.

fundamentais em português para o inglês, sem potencial de consolidação como empréstimo estrangeiro útil. É uma situação que ocorre porque, segundo Garcez e Zilles (2001, p. 19) “membros equacionam o que é estrangeiro com qualidade, com prestígio”. Isso acontece no exemplo a seguir:

Figura 12 – O uso de “#blessed” substituindo “#abençoada”.



Fonte: Facebook (2019).

Bem diferente é o caso dos usos de “live”, “selfie”, “smartphone”, “smart TV”, “print”, “bug”, “VAR”, dentre outros, pois são novos estrangeirismos que têm grande disseminação entre os falantes, estão intensamente participando de nosso cotidiano e se configuram como elementos úteis ao léxico do português, tendo um grau de aceitação significativa, uma vez que não são usados por um público restrito e, na verdade, independem de idade, classe social, profissão, etc.

Muitos outros exemplos de usos exagerados existem nesse universo, porém o que se faz aqui não é uma reprovação ao emprego desnecessário de palavras em inglês nesse ambiente, mas sim citar um exemplo de que nem tudo que é alienígena à língua portuguesa carrega potencial de consolidação como estrangeirismo útil a uma quantidade significativa de falantes em uma comunidade. O objetivo nesta parte foi somente pontuar que existem empréstimos que são pertinentes ao uso na língua dependendo do contexto, da necessidade e de sua contribuição útil para acrescentar à fala e escrita dos brasileiros, como já estão sendo os exemplos citados no parágrafo anterior. Na contramão, ocorrem casos que não configuram necessidade de mudança ou adaptação, mostrando-se como um simples exagero que não contribui para o enriquecimento do léxico da língua, pouco tendo a possibilidade de serem aceitos, de modo significativo pelos falantes, como estrangeirismo pertinente em processo de fixação.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho foi destacada a intensa participação do fenômeno estrangeirismo no português brasileiro, buscando realizar um aprofundamento acerca do processo de cristalização de novos estrangeirismos na língua e seus fatores de fixação, tendo em vista que a incorporação de uma palavra estrangeira em uma língua é algo que necessita de tempo para se consolidar como termo disseminado, intenso, útil e aceito no uso dos falantes, em alguns casos mais tempo, outros menos.

Dessa forma, buscou-se abordar alguns fatores determinantes para a cristalização de novos estrangeirismos em inglês em nossa língua, tendo em vista a importância de se analisar um elemento tão comum no léxico do português brasileiro e que se mostra cada vez mais presente no que concerne à atualidade. Além disso, chamar a atenção também para o uso “exagerado” dos vocábulos em inglês diante de circunstâncias em que são desnecessárias essas expressões, haja vista que existem as palavras em língua portuguesa, como exemplificamos em *bad* e *sad* em vez de triste ou tristeza.

REFERÊNCIAS

- BAGNO, M. Cassandra, Fênix e outros mitos. In: FARACO, Carlos Alberto (Org.). **Estrangeirismos: guerras em torno da língua**. 2ª ed. São Paulo: Parábola, 2001.
- CASTELLS, M. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**; tradução Maria Luiza X. de A. Borges; revisão Paulo Vaz. – Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- CORRÊA, L. Influenciadores Mirins No Youtube Brasil e o Impacto Mercadológico. In: TIC KIDS ONLINE BRASIL 2017. **Pesquisa sobre o uso da internet por crianças e adolescentes no Brasil 2017**. Coordenação do Ponto BR, [editor]. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2018.
- FARACO, C. A (Org.). **Estrangeirismos: guerras em torno da língua**. 2ª ed. São Paulo: Parábola, 2001.
- FARACO, C. A. **Linguística histórica: uma introdução ao estudo da história das línguas**. — São Paulo: Parábola, 2005.
- GARCEZ, P. M.; ZILLES, A. M. S. Estrangeirismos: desejos e ameaças. In: FARACO, Carlos Alberto (Org.). **Estrangeirismos: guerras em torno da língua**. 2ª ed. São Paulo: Parábola, 2001.
- IANNI, O. **Teorias da globalização**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

LARA, L. Os Desafios da Publicidade Brasileira na Era do Conhecimento. In: Ministério das Relações Exteriores. **Textos do Brasil**. Brasília: Coordenação de Divulgação, 2014.

PBM 2015: **hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. – Brasília: Secom, 2014.

ROCHA, L. V; ARAÚJO, V; JÚNIOR, R. G. S. **Espiral do Silêncio e Mídias Sociais**: a participação da opinião pública no Twitter. In: SOUZA, Rose Maria Vidal de; MELO, José Marques de; MORAIS, Osvando J. de (Org.). Teorias da Comunicação: Correntes de Pensamento e Metodologia de Ensino. São Paulo: Intercom, 2014.

SCHMITZ, J. R. **A língua portuguesa e os estrangeirismos**, D.O. Leitura. São Paulo, 7 de dezembro de 1988.

SCHMITZ, J. R. O Projeto de Lei nº 1676/99 na imprensa de São Paulo. In: FARACO, Carlos Alberto (Org.). **Estrangeirismos**: guerras em torno da língua. 2ª ed. São Paulo: Parábola, 2001.

Como Referenciar este Artigo, conforme ABNT:

SANTOS, L. P; SILVA, M. I. B. O Estrangeirismo na Atualidade e o Inglês: Palavras em Meio ao Processo de Cristalização no Português Brasileiro. **Rev. FSA**, Teresina, v.17, n. 8, art. 9, p. 187-207, ago. 2020.

Contribuição dos Autores	L. P. Santos	M. I. B. Silva
1) concepção e planejamento.	X	X
2) análise e interpretação dos dados.	X	X
3) elaboração do rascunho ou na revisão crítica do conteúdo.	X	X
4) participação na aprovação da versão final do manuscrito.	X	X