

**LÉXICO, MODA E MÍDIA:
O USO DE NEOLOGISMOS POR EMPRÉSTIMOS
NO VIDEOCLÍPE ME BEIJA, DE MANU GAVASSI**

Pauler Castorino Oliveira Barbosa (UFG)
pauler2009@hotmail.com

Vanessa Regina Duarte Xavier (UFG)
vrdxavier@gmail.com

RESUMO

Léxico, moda e mídia partilham de uma mesma propriedade, a renovação, pois sofrem constantes modificações para se manterem atualizados diante das mudanças socioculturais. Uma prova da renovação desta tríade pode ser observada no videoclipe *Me Beija* (2018), de Manu Gavassi, no qual avultam neologismos por empréstimos, os quais serão analisados nesta investigação. Nesse sentido, inventariamos um total de dezesseis (16) neologismos por empréstimos, conforme o aporte teórico levantado, que se constituiu sobretudo das discussões de Margarida Correia e Gladis Maria de Barcellos Almeida (2012), dentre outros teóricos relacionados ao assunto. Posteriormente ao inventário, realizaram-se discussões sobre léxico, moda e mídia, e como estas esferas relacionam-se no mundo contemporâneo, possibilitando, assim, uma visão de como a língua, a moda e a mídia interagem entre si, causando impactos culturais e econômicos na sociedade.

Palavras-chave: Língua Portuguesa. Léxico. Campo lexical. Mídia.

1. Palavras iniciais

O léxico, a moda do vestuário e a mídia são esferas distintas. No entanto, nota-se a sua inter-relação na sociedade. Nesse sentido, considera-se que a moda está inserida na mídia, seja através de revistas, desfiles televisionados ou exibidos via *internet*, *blogs* e/ou vídeos, como é o caso do *corpus* em questão. Por sua vez, o léxico da moda se representa nos diversos veículos midiáticos.

Assim, a presente investigação tem como *corpus* o videoclipe da cantora e compositora Manu Gavassi, intitulado *Me Beija* (2018), lançado em 30 de março de 2018 em seu canal da *Vevo* via *Youtube*, e que possui, até o presente momento¹², dois milhões, cento e dezesseis mil e trezentas e quarenta (2.116.340) visualizações. O vídeo faz referência à

¹²Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=66milhzU_1s>. Acesso em: 28-01-2019.

moda dos anos 2000, contendo lexias pertinentes ao léxico da referida área. À vista disso, pretende-se analisar nele o uso de lexias importadas de outros sistemas linguísticos, mais especificamente, dos neologismos por empréstimos, uma vez que eles aparecem em destaque no mesmo, causando indagações sobre as motivações para tal.

O videoclipe tematiza, ao longo dos seus três minutos e trinta e três segundos (3:33), indivíduos que estão cansados de se inspirar nas vestimentas dos anos 80 e 90, buscando, assim, inspirações na moda dos anos 2000. O vídeo remete a propagandas de vestuários, pois são destacados balões com lexias estrangeiras, nomeando as vestimentas.

A escolha deste *corpus* justifica-se pelo uso abundante de itens estrangeiros no léxico apresentado ao longo do videoclipe. Sabendo-se que os videoclipes estão constantemente presentes no cotidiano de jovens e adultos, acredita-se que o vídeo em questão possa ter contribuído para um enriquecimento lexical do seu público alvo no que se refere às importações linguísticas.

Intenta-se, com esta investigação, analisar os neologismos por empréstimos presentes no vídeo *Me Beija* (2018), sendo que, em específico, visa-se a: a) discutir a influência de outros idiomas no léxico da língua portuguesa (LP), a partir do clipe em estudo; b) discorrer sobre a inter-relação entre produções artísticas culturais e as tendências na moda, matizadas em seu léxico, com base em Gilles Lipovetsky (2009); e c) discutir como a cultura de massa transcende das mídias para o léxico da língua portuguesa.

O embasamento teórico desta pesquisa menciona Margarida Correia e Gladis Maria de Barcellos Almeida (2012), que discutem as importações lexicais na língua portuguesa; ii) Waldenyr Caldas, no que se refere à cultura de massa. Tendo como intuito classificar os neologismos em estrangeirismos ou empréstimos, foram utilizados os dicionários do tipo 4, aprovados por Brasil (2012), sendo eles as obras organizadas por Evanildo Cavalcante Bechara (2011), Francisco da Silva Borba (2011), Paulo Geiger (2011) e Antônio Houaiss e Mauro de Salles Villar (2011).

O percurso metodológico compôs-se de duas (2) etapas, quais sejam: a) inventário das lexias estrangeiras no videoclipe; e b) análise morfolexical dos dados obtidos. Desse modo, acredita-se que a presente investigação se mostra importante por salientar o diálogo entre léxico da moda e mídia na sociedade atual.

2. *Léxico, moda e mídia: algumas inter-relações*

Em um primeiro momento, este tópico visa a definir as diferentes áreas supracitadas, no sentido de divergir cada esfera uma da outra, para que, assim, possa ficar claro o que se entende por léxico, moda e mídia nesta investigação.

Inicialmente, conceitua-se léxico como o conjunto de lexemas que podem ser usados pelos falantes de uma língua, segundo Jacqueline Picoche (1977). De modo semelhante, Margarida Correia e Gladis Maria de Barcellos Almeida (2012), definem o léxico da seguinte maneira:

Léxico – conjunto virtual de todas as palavras de uma língua, isto é, o conjunto de todas as palavras da língua, as neológicas e as que caíram em desuso, as atestadas e aquelas que são possíveis tendo em conta os processos de construção de palavras disponíveis na língua. (CORREIA & ALMEIDA, 2012, p. 15)

Nessa perspectiva, Maria Tereza Camargo Biderman (2001), afirma que o léxico é perpetuado e reelaborado pelos falantes da língua, como observa-se abaixo:

O léxico de qualquer língua constitui um vasto universo de limites imprecisos e indefinidos. Abrange todo o universo conceptual dessa língua. Qualquer sistema léxico é a somatória de toda a experiência acumulada de uma sociedade e do acervo da sua cultura através das idades. Os membros dessa sociedade funcionam como sujeitos-agentes, no processo de perpetuação e reelaboração contínua do léxico da sua língua. (BIDERMAN, 2001, p. 178)

Assim, considera-se o léxico um conjunto de lexemas de determinada língua, podendo ser composto por unidades consolidadas no sistema linguístico ou não, que representa o acervo cultural de uma sociedade. Além disso, os falantes são os únicos indivíduos que têm o poder de determinar a parcela do léxico que vai ou não ser utilizada, conforme suas necessidades interacionais.

Partindo da definição de léxico, mostra-se necessário apresentar também o conceito de moda. Para Diana Crane (2006, p. 22), “as roupas, como artefatos, ‘criam’ comportamentos por sua capacidade de impor identidades sociais e permitir que as pessoas afirmem identidades sociais latentes”. Assim, como afirma a autora, a moda revela identidades dos indivíduos na sociedade, uma vez que a moda indica “como as pessoas, em diferentes épocas, veem sua posição nas estruturas sociais e negociam as fronteiras de status” (CRANE, 2006, p. 21), ou seja, a moda é capaz de denotar o *status* social dos sujeitos diferenciando-os socioeconomicamente. Douglas Kellner (2001) corrobora esta questão ao postular que:

A moda oferece modelos e material para a construção da identidade. As sociedades tradicionais tinham papéis sociais e códigos suntuários relativamente fixos, de tal modo que o traje e a aparência indicavam instantaneamente a classe social, a profissão e o status da pessoa. (KELLNER, 2001, p. 336)

Conforme o exposto acima, a moda define e revela as identidades dos sujeitos na sociedade, o que pode ser visto nos inúmeros estilos que a compõem. É o que se pode notar no uso da lexia *girlie*, que tem como conceito uma vestimenta de *menina ingênuo*, conforme Debora Busko (2018). Aprofundando-se a discussão sobre moda, partilha-se da afirmação de Douglas Kellner (2001) de que

A moda perpetua a personalidade inquieta e moderna, sempre à procura daquilo que é novo e admirado, enquanto foge do que é velho e ultrapassado. Moda e modernidade aliam-se para produzir personalidades modernas à cata de identidade em constantes renovações e atualizações de roupas, aparência, atitudes e estilos, com medo de estar desatualizadas e fora de moda. (KELLNER, 2001, p. 337)

Assim, para esta investigação, a moda será definida além da perspectiva de “construção de identidade” e de delimitação de classe e *status*, mas também será considerada pelo espectro da contínua renovação para manter-se viva e atualizada, podendo, assim, entrar em contato com outros ambientes sociais em busca de novidades, seja nas vestimentas, ou estilos.

Por fim, a última esfera a ser conceituada é a mídia, a qual possui um leque de acepções, sendo que a adotada neste trabalho refere-se a canais ou veículos de comunicação, como a internet e televisão, visto que videocliques são exibidos também em canais televisivos. De acordo com Douglas Kellner (2001, p. 317), “a identidade na sociedade contemporânea é cada vez mais mediada pela mídia que, com suas imagens, fornece moldes e ideais para a modelagem da identidade pessoal”. Em outras palavras, a mídia tem grande poder social, influenciando, assim, os processos de construção de identidade.

Em outro estudo, Douglas Kellner (2004, p. 5) disserta que as produções artístico-culturais que circulam na internet movimentam a venda de mercadorias, promovendo “espetáculos tecnologicamente ainda mais sofisticados para atender às expectativas do público”. Assim, a mídia mostra-se como uma grande vitrine para a venda de produtos, como ocorre com os videocliques, que são lançados nos grandes *sites* e canais de televisão, que têm a capacidade de impulsionar as vendas de músicas e produtos relacionados, como roupas, acessórios entre outros. A mídia, portanto, pode ser entendida como um veículo de comunicação que tem

como intuito propagar um produto pela sociedade, objetivando a sua identificação com este.

Após essas definições, mostra-se necessário apresentar a relação entre léxico, moda e mídia na sociedade. Dessa maneira, partilha-se da afirmativa de Margarida Correia e Gladis Maria de Barcellos Almeida (2012, p. 26) de que “É preciso não esquecer que, nos dias que correm, a internet [mídia] é uma fonte inesgotável de texto escrito [...]”. Em suma, esta mídia armazena inúmeros textos que tornam possíveis os estudos voltados para a língua, visto que está em constante renovação, assim como a moda, que se altera ao longo das estações, para, assim, manter-se atualizada e com *status* de novidade, modificando da mesma forma seu léxico.

Sabendo-se que o léxico é o conjunto de lexemas de uma língua, percebe-se que ele está presente nas mais diversas esferas sociais e midiáticas. Por sua vez, a moda e a mídia inter-relacionam-se na medida em que aquela depende desta para se promover e, assim, obter lucros diante da sociedade capitalista. Além disso, conforme expôs-se anteriormente, o léxico, a moda e a mídia correlacionam-se à identidade de um indivíduo na sociedade.

3. *Estrangeirismos e empréstimos: um breve percurso pelas importações linguísticas*

Neste tópico, intenciona-se apresentar como o léxico mostra-se presente na mídia e na moda, expondo quais processos são corriqueiros nessas esferas. Partilha-se, então, da compreensão de Margarida Correia e Gladis Maria de Barcellos Almeida (2012), que afirmam que os neologismos são frequentes nas mídias digitais, tendo em vista que elas têm como característica o fato de abrangerem as novidades sociais.

Portanto, confirma-se que a mídia, em uma de suas características, tem como foco abarcar as novidades socioculturais. O mesmo pode-se dizer da moda, que se renova sazonalmente, em seus vestuários e estilos e, conseqüentemente, em suas unidades lexicais.

Dado que os neologismos são frequentes no léxico midiático, mostra-se de suma importância definir os mesmos. Assim de acordo com Mário Vilela (1997, p. 40), os neologismos implicam uma novidade lexical na língua. À semelhança do que afirma o teórico, Maria Tereza Carmargo Biderman (2001, p. 203) caracteriza os itens neológicos como

“uma criação vocabular nova, incorporada à língua”.

Para melhor clareza no que se refere aos neologismos, expõe-se a fala de Margarida Correia e Gladis Maria de Barcellos Almeida (2012, p. 23-24): “os neologismos podem constituir palavras formalmente novas, palavras preexistentes que adquirem um novo significado, ou, ainda, palavras que passam a ocorrer em registros linguísticos nos quais não costumavam ocorrer”. Acerca do assunto, Maria Tereza Camargo Biderman (2001, p. 207) pontua que os itens neológicos quando criados são lançados à “corrente vital da evolução da língua”, ou seja, depois de gerado ou importado, o neologismo passa a integrar o léxico de determinada sociedade, podendo, assim, solidificar-se como parte integrante da língua importadora ou cair em desuso.

Ante o exposto, ressalta-se que Margarida Correia e Gladis Maria de Barcellos Almeida (2012, p. 24), apresentam dois (2) tipos de neologismos: o *formal* e o *semântico*. O primeiro ocorre “quando o neologismo apresenta uma forma não atestada no estágio anterior do registro de língua”, ou seja, acontece quando o lexema ainda não consta no léxico de determinado sistema linguístico. O segundo refere-se a “uma nova associação significado-significante, isto é, uma palavra já existente adquire uma nova acepção”; em outros dizeres, o item lexical já se encontra incorporado ao léxico da língua com uma acepção, no entanto, a unidade recebe um novo sentido.

Com base no exposto, para esta investigação, importam-nos apenas os neologismos *formais*, visto que são os mais comuns no léxico midiático bem como no léxico da moda. Estes decorrem de bases da própria língua ou não, como é o caso dos empréstimos e estrangeirismos.

Assim, quando se observa o léxico da moda, nota-se a utilização de inúmeras lexias estrangeiras. Segundo Antônio José Sandmann (1997, p. 72), “Quando culturas e línguas estão em contato, é natural que aconteça o intercâmbio, devendo ser realçado que a cultura de uma comunidade e, conseqüentemente, a língua podem exercer mais influência do que receber”. Nesse sentido, acredita-se que as influências socioculturais intervêm principalmente no léxico de uma língua, nesse caso, importando lexemas de outras comunidades linguísticas, o que se intitula de neologismos por empréstimos.

Grande parte dos teóricos diferem os neologismos por empréstimos em dois (2) tipos, sendo eles: estrangeirismos e empréstimos. Em consonância com Claudia Aparecida Ferreira Gonçalves et al. (2011, p.

2), classifica-se estrangeirismo como “o emprego de palavras que se originam de outra língua estrangeira e não possuem uma palavra correspondente a ela na nossa língua”. No entanto, discorda-se desta última parte da concepção, que afirma que ele ocorre quando não há lexia equivalente na língua adotante, visto que existem casos de adoções por questões de prestígio na língua portuguesa, por exemplo, *stylist* para *estilista*. Ainda segundo as autoras (2011, p. 2), o processo do empréstimo ocorre quando o item estrangeiro já faz parte do sistema linguístico importador, estando sujeito a modificações linguísticas.

Para melhor compreensão dos dois (2) subtipos de neologismos supracitados, compartilha-se da assertiva de Margarida Correia e Gladis Maria de Barcellos Almeida (2012), que definem de forma sucinta os estrangeirismos e empréstimos:

A gramática tradicional portuguesa estabelece uma distinção entre “estrangeirismo” e “empréstimo”. De acordo com esta distinção, “estrangeirismo” denota uma unidade importada de outra língua que não sofreu quaisquer adaptações à língua de chegada, ao passo que “empréstimo” denota uma palavra estrangeira que se adaptou ao sistema linguístico de acolhimento, ou seja, no nosso caso, que foi aportuguesada. (CORREIA & ALMEIDA, 2012, p. 71)

As conceituações acima apontam o estrangeirismo como a unidade léxica adotada de outro sistema linguístico sem alteração em sua forma, ao contrário do empréstimo, que se designa pela incorporação do item lexical estrangeiro ao léxico da língua, sujeitando-se a alterações em sua forma.

Conforme a assertiva de Margarida Correia e Gladis Maria de Barcellos Almeida (2012, p. 70), as importações linguísticas são um “fenômeno tão natural como a própria existência de línguas diferentes”. Destarte, acredita-se que as importações linguísticas ocorrem há tempos através do contato sociocultural, no entanto, pressupõe-se que as importações são maiores no mundo contemporâneo, visto que com o avanço da tecnologia e das diversas mídias, tornou-se mais fácil a interação entre os mais variados ambientes socioculturais.

4. Metodologia

Para o desenvolvimento desta investigação, utilizou-se a metodologia proposta por Margarida Correia e Gladis Maria de Barcellos Almeida (2012), a qual será apresentada a seguir. Primeiramente, as autoras dissertam sobre a importância de delimitar um *corpus* conforme o estudo

pretendido, neste caso, o objeto de análise desta pesquisa são os neologismos por empréstimos presentes no videoclipe da cantora e compositora Manu Gavassi, *Me Beija* (2018). No que se refere à organização das lexias extraídas no *corpus*, utilizou-se a ficha elaborada pelas autoras contendo a) Forma lematizada do item neológico; b) Contexto, ou seja, abonação; c) Fonte e data.

As autoras afirmam que, após definir o modo de extração das lexias no objeto de estudo, deve ocorrer a definição do *corpus* de exclusão, que consiste em um conjunto de manuais que servirão para a averiguação do *status* dos itens coletados como empréstimos ou estrangeirismos. Sendo assim, Margarida Correia e Gladis Maria de Barcellos Almeida (2012, p. 26) afirmam que o “*corpus* de exclusão é constituído por um conjunto de dicionários gerais da língua recentes, que se consideram representativos do estado atual do léxico da língua em causa”. Assim, este será o procedimento efetuado, considerando-se o que Anderlande Pereira Ferraz (2010) pontua a respeito da classificação dos itens nas categorias de empréstimo e estrangeirismo, a saber:

O critério da comprovação sistemática da aparição de unidades lexicais numa seleção de dicionários de língua faz com que as unidades que não estejam dicionarizadas sejam consideradas neologismos lexicográficos. É sabido que tal critério se ressentir de maior precisão pelo fato de os dicionários não se atualizarem com mais frequência e, além disso, um dicionário jamais poderá conter todas as palavras de uma língua. Entretanto, talvez por ser menos subjetivo, esse é o critério mais usual entre aqueles que trabalham com neologismos. (FERRAZ, 2010, p. 68)

Portanto, conforme o exposto, a utilização de dicionários como *corpus* de exclusão vem sendo adotada há tempos como metodologia de classificação de itens neológicos por lexicólogos. Visto que as obras lexicográficas tentam abarcar uma parte do sistema linguístico em uso em determinada época, delimitou-se a consulta a quatro (4) dicionários, sendo eles os do *Tipo 4*, indicados por Brasil (2012), que são destinados ao ensino médio. A escolha deu-se devido à classificação mencionada, pelo seu rigor, pelo significativo número de entradas e pela qualidade das definições, salientada no trecho a seguir:

Como obras de referência, esses dicionários reúnem grande número de informações sobre cada palavra registrada. Para além da ortografia, da divisão silábica, da definição de uma ou mais acepções e dos exemplos de uso, presentes em obras dos quatro tipos, os dicionários de tipo 4 registram o maior número possível de acepções, associadas à classificação gramatical correspondente. Em sua maioria, indicam sinônimos, antônimos e parônimos. Também assinalam a pronúncia padrão de palavras que suscitem dúvidas [...]. (BRASIL, 2012, p. 35)

À vista disso, a escolha por estas obras lexicográficas ocorreu pelas qualidades apontadas acima, ao que Margarida Correia e Gladis Maria de Barcellos Almeida (2012, p. 26) denominam *critério lexicográfico*. Desta maneira, apresentam-se, a seguir, as obras indicadas em Brasil (2012) que serão utilizadas como *corpus* de exclusão nesta investigação: *Dicionário da Língua Portuguesa Evanildo Bechara*, organizado por Evanildo Cavalcante Bechara (2011), com cinquenta e uma mil e duzentas e dez (51.210) entradas; *Dicionário UNESP do Português Contemporâneo*, organizado por Francisco da Silva Borba (2011), que contém cinquenta e oito mil e duzentas e trinta e sete (58.237) entradas; *Novíssimo Aulete: Dicionário Contemporâneo da Língua Portuguesa*, organizado por Paulo Geiger (2011), que abarca setenta e cinco mil e setecentas e cinquenta e seis (75.756) entradas; e, por fim, *Dicionário Houaiss Conciso*, organizado por Antônio Houaiss e Mauro de Salles Villar (2011), que tem quarenta e uma mil e duzentas e quarenta e três (41.243) entradas.

A consulta a estes dicionários serviu como parâmetro para a classificação dos itens como estrangeirismo ou empréstimo, sendo que, se a unidade lexical neológica fez-se presente em três ou nas quatro obras consultadas, integrou a segunda categoria, pois, se acredita que o maior número de registros nos dicionários indica que a lexia já se mostra frequente no léxico de um idioma. Do contrário, a sua ausência ou o registro em uma ou duas das obras lexicográficas consultadas ocasionará a sua classificação como estrangeirismo, porque pode tratar-se de um uso lexical transitório, que não se fixou definitivamente na língua importadora.

De acordo com Margarida Correia e Gladis Maria de Barcellos Almeida (2012),

De todos os neologismos produzidos no nível da fala, apenas alguns passarão para o sistema linguístico, isto é, para a língua. Em geral, essa passagem é certificada socialmente pela inserção nos dicionários gerais de língua, razão pela qual eles são usados normalmente para a constituição dos corpora de exclusão [...]. (CORREIA & ALMEIDA, 2012, p. 25)

Após a escolha do *corpus* de exclusão, segundo Margarida Correia e Gladis Maria de Barcellos Almeida (2012, p. 27-28), deveria ser definida a maneira de extração das lexias no objeto de estudo, que poderia ocorrer de duas (2) formas, a primeira manualmente, em que “serão recolhidas todas as unidades sentidas como novas pela pessoa que se ocupará da extração”, enquanto a segunda utiliza-se de “métodos (semi)automáticos”, por meio de um “programa informático [que] detectará todas as sequências de caracteres não reconhecidas a partir de uma base

de dados morfológicos”. Optou-se, neste trabalho, pela extração manual das lexias no *corpus*, visto ser este relativamente curto. Margarida Correia e Gladis Maria de Barcellos Almeida (2012) explicam que o cotejo deve levar em conta os seguintes aspectos:

Para cada unidade, deve-se verificar se a sua forma está registrada, se a categoria morfossintática é a mesma que se encontra registrada no dicionário, se o significado detectado corresponde aos registrados lexicograficamente, se as combinatórias da palavra correspondem às registradas; enfim, importa verificar os diferentes aspectos da unidade lexical que podem constituir novidade. (CORREIA & ALMEIDA, 2012, p. 28)

Em suma, o percurso metodológico desta investigação constituiu-se no apresentado neste tópico, enquanto a próxima etapa deve assentar-se nas discussões dos resultados obtidos, em que se mostra necessário cotejar os dados no *corpus* de exclusão, além de observar a relação entre os neologismos por empréstimos e aspectos socioculturais contemporâneos.

5. Neologismos por empréstimos: o léxico da moda na mídia

O presente tópico tem como intuito apresentar os dados obtidos na extração das lexias no *corpus* analisado. Assim, subsequentemente à sua exposição, pretende-se fazer uma discussão acerca dos resultados e da classificação dos neologismos em estrangeirismos ou empréstimos.

Antes de apresentar os dados, mostra-se, ainda, necessário distinguir o que é lexia e lexema, tendo como intuito demonstrar com clareza os itens que foram coletados no videoclipe *Me Beija* (2018). Para tanto, baseia-se em Maria Tereza Camargo Biderman (2001) que diz que os linguistas designam o termo *lexema* para referir-se à “unidade léxica abstrata da língua”, ou seja, a palavra propriamente dita, sem flexões. Para a autora (2001, p. 169), os lexemas estão presentes nos discursos em sua forma canônica ou flexionada, sendo esta a maneira mais frequente no contexto linguístico. Nesse sentido, a autora pontua que a “essas formas que aparecem no discurso daremos o nome de *lexia*”.

Portanto, o *lexema* é a palavra não flexionada sintaticamente na língua portuguesa, assim como os lemas em obras lexicográficas, como exemplifica o verbo *cantar*, conforme Maria Tereza Camargo Biderman (2001, p. 169). Em contrapartida, ainda à esteira da autora, no discurso esta unidade léxica poderia aparecer como *cantei*, *cantamos*, *cantávamos* entre outros. Neste caso, nota-se a flexão da palavra devido aos diferentes contextos de uso, o que caracteriza tais formas como *lexias*.

Após a conceituação dada acima, julga-se necessário apresentar as lexias extraídas do vídeo *Me Beija* (2018), de Manu Gavassi na tabela abaixo, baseada na ficha citada por Margarida Correia e Gladis Maria de Barcellos Almeida (2012), as quais foram grifadas nas abonações para melhor compreensão:

Lexias	Abonação
<i>Bitches</i>	“Fur, fur, fur, fur, fur, fur, fake fur, bitches ”.
<i>Book</i>	“Manu’s Book ”.
<i>Bug</i>	“Então prepare-se agora para o bug, bug, bug ...”.
<i>Cowboy</i>	“Chapéu de cowboy se joga garota! Sem medo de ser feliz”.
<i>Fake</i>	“Fur, fur, fur, fur, fur, fur, fake fur, bitches”.
<i>Fur</i>	“ Fur, fur, fur, fur, fur, fur, fur , fake fur, bitches”.
<i>Inspired</i>	“Paris Hilton inspired ”.
<i>Jeans</i>	“Já fizeram todas as versões possíveis das roupas de seus pais? ... Jeans de cintura alta? ... Joker? ...”.
<i>Joker</i>	“Já fizeram todas as versões possíveis das roupas de seus pais? ... Jeans de cintura alta? ... Joker ? ...”.
<i>Look</i>	“ Look total jeans com boina”.
<i>Piercing</i>	“Sutiã metalizado piercing no umbigo short jeans curto [...]”.
<i>Plastic</i>	“ Plastic! Plastic! ”.
<i>Plush</i>	“conjunto de moletom plush ”.
<i>Short</i>	“Sutiã metalizado piercing no umbigo short jeans curto [...]”.
<i>Sutiã</i>	“ Sutiã metalizado piercing no umbigo short jeans curto [...]”.

Tabela 1 – Os neologismos por empréstimo no videoclipe *Me Beija* (2018), de Manu Gavassi.

A tabela contém a lexia em sua primeira coluna e na segunda o contexto de uso no discurso. Foram inventariadas dezesseis (16) lexias no *corpus* investigado. Posteriormente à extração manual das lexias, partiu-se para o seu cotejo no *corpus* de exclusão.

Primeiramente, convém apresentar quais lexias não foram registradas nas obras lexicográficas selecionadas, ganhando assim o *status* de estrangeirismos, quais sejam: *bitches*, *fake*, *fur*, *inspired*, *joker*, *look* e *plastic*. Portanto, as oito (8) lexias supracitadas são vistas como unidades neológicas na língua portuguesa. No entanto, ressalta-se que, com o passar do tempo, elas podem tornar-se parte do léxico do português em sua variedade brasileira ou não. O que irá demandar a adoção ou a não-adoção será a necessidade dos falantes de língua portuguesa nas situações de interação diversas.

Faz-se necessário, ainda, demonstrar os empréstimos, ou seja, as lexias estrangeiras que contêm definições nos dicionários de língua, a saber: *bug*, *jeans*, *piercing*, *short* e *sutiã*. Nesse caso, nota-se que as cinco

(5) lexias expostas transcenderam o uso no discurso para a constituição do sistema linguístico, especialmente do seu léxico, como atesta o seu registro em obras lexicográficas gerais de língua portuguesa.

Mostra-se importante apresentar três (3) lexias que tiveram uma análise diferenciada, por sua ausência ou presença no *corpus* de exclusão, sendo elas: *book*, *cowboy* e *plush*. Destaca-se, primeiramente, a lexia *plush*, que não obteve definição nas obras lexicográficas de Evanildo Cavalcante Bechara (2011), Francisco da Silva Borba (2011) e Antônio Houaiss e Mauro de Salles Villar (2011), mas na organizada por Paulo Geiger (2011) constituiu entrada. Nesse sentido, pode-se dizer que o item está começando a ser adotado pelos falantes da língua portuguesa, mas que, no entanto, para se perpetuar como um empréstimo deve fazer-se presente em mais dicionários da língua. Há que se levar em conta também a grandiosidade da nomenclatura da obra de Paulo Geiger (2011), pois a produção abarca setenta e cinco mil e setecentas e cinquenta e seis (75.756) entradas, sendo a maior dentre os dicionários analisados, podendo, assim, conter mais unidades léxicas da língua portuguesa. Em vista disso, considera-se a lexia *plush* como um estrangeirismo, por sua ausência nos outros dicionários consultados.

Em contrapartida, a lexia *cowboy* foi registrada em três (3) das obras consultadas, sendo elas as de Evanildo Cavalcante Bechara (2011), Francisco da Silva Borba (2011) e Paulo Geiger (2011). Neste caso, considera-se tal item um empréstimo. É preciso considerar que a produção de Antônio Houaiss e Mauro de Salles Villar (2011), em que se ausentou, é a que possui a menor nomenclatura, tendo em vista os dicionários consultados.

O último caso refere-se à lexia *book*, que apareceu em dois (2) dicionários, o de Evanildo Cavalcante Bechara (2011) e o de Paulo Geiger (2011). Neste caso, considera-se o item como um estrangeirismo, obedecendo ao critério adotado nesta investigação. Além disso, essa lexia foi registrada com sentido divergente do empregado no *corpus*, pois Evanildo Cavalcante Bechara (2011, p. 349), a define como “Espécie de álbum de fotos para a apresentação de modelos a agências” e Paulo Geiger (2011, p. 233) como “Álbum onde são expostos desenhos, fotos, resumos de trabalhos de determinado profissional (manequim, modelo, desenhista, fotógrafo), para serem apresentados a pessoas ou empresas interessadas em contratá-lo”; em contrapartida, no *corpus* analisado, a lexia faz

uma referência ao “livro do arraso¹³”, em tradução livre, do filme *Meninas Malvadas* de 2004, conforme afirma o site *Quem* (2018).

Neste caso, observa-se o que Aldo Luiz Bizzocchi (1997, p. 59) denomina de *empréstimo de significante*, que ocorre “quando a língua [...] toma emprestado um significante [...] atribuindo-lhe um novo significado [...]”. Em outras palavras, esse processo ocorre quando uma determinada língua adota uma unidade de outro sistema linguístico e atribui-lhe um novo sentido, como nota-se nas acepções da lexia *book* nos dicionários mencionados.

Assim, afirma-se, diante dos dados expostos, que o léxico presente em *Me Beija* (2018), contém dez (10) estrangeirismos seguidos de seis (6) empréstimos, nesse sentido, nota-se que *corpus* investigado é composto em sua maioria por anglicismos, unidades oriundas do inglês, sendo quinze (15) casos, enquanto, em menor escala por galicismos, itens originários do francês, com uma (1) ocorrência.

Margarida Correia e Gladis Maria de Barcellos Almeida (2012) ressaltam, ainda, que a principal língua exportadora na sociedade contemporânea é o inglês, cujos empréstimos a outras línguas são denominados de anglicismos. Tal influência também se faz sentir no léxico da moda, materializado nas mais variadas mídias, como no *corpus* analisado, na referência à cultura norte-americana, por meio da menção a artistas como Britney Spears, Paris Hilton, ao filme *Meninas Malvadas* etc.

Para Margarida Correia e Gladis Maria de Barcellos Almeida (2012), a adoção de lexias estrangeiras sempre foi “um fator de inovação lexical”, sendo ainda mais comuns no léxico midiático, bem como no da moda, visto que esta última está inserida na mídia. Assim, partilha-se da opinião das autoras de que “num mundo globalizado como aquele e que vivemos e em que, graças aos meios de comunicação que possuímos, nos encontramos em contato direto com comunidades falantes de outras línguas” (CORREIA & ALMEIDA, 2012, p. 69). Nesse sentido, observa-se, no *corpus* analisado, que a moda e as diversas mídias sofrem influência do mundo globalizado, o que se matiza no léxico, tendo em vista as referências à cultura pop dos anos 2000, presentes no videoclipe de Manu Gavassi.

¹³ “Livro do arraso” ou *Burn Book* é uma espécie de diário que aparece no filme *Meninas Malvadas* (2004), destinando-se a revelar aspectos ruins dos personagens e disseminar fofocas sobre os mesmos na obra cinematográfica.

Em síntese, a análise apresentada teve como intuito verificar como o léxico renova-se frente aos novos contextos socioculturais, incorporando em seu acervo algumas unidades lexicais, enquanto outras ainda não estão inseridas plenamente, podendo ter um uso transitório, e outras, ainda, parecem caminhar rumo à integração à língua importadora, uma vez que das dezesseis lexias do *corpus*, dez foram classificadas como estrangeirismos e apenas seis como empréstimos. A pesquisa verificou que quinze delas eram anglicismos, em contraste com apenas um galicismo.

Portanto, verifica-se que o léxico do videoclipe analisado demonstra que as questões socioculturais se fazem notar nos usos da língua, principalmente em mídias como a internet, que buscam constantemente o novo.

6. A cultura da moda na mídia: como a cultura de massa pode influenciar o léxico contemporâneo?

Como visto anteriormente, o léxico é o conjunto de lexias de uma língua, sendo que com a apresentação dos estrangeirismos e empréstimos extraídos do videoclipe *Me Beija* (2018), de Manu Gavassi, nota-se que o sistema linguístico permite influências de outras sociedades e de suas línguas, por conseguinte. Por isso, visa-se, neste tópico, a discutir sobre como se dá a relação entre a cultura da moda e a mídia, e como a esfera midiática pode influenciar o léxico contemporâneo.

Em um primeiro momento, intenciona-se explicar o conceito de cultura, em específico de cultura de massa, embasando-se em teóricos que debatem o referido tema. Para tanto, apresenta-se a assertiva de Gilles Lipovetsky (2009, p. 244) de que “A cultura de massa é uma cultura do consumo, inteiramente fabricada para o prazer imediato e a recreação do espírito, devendo-se sua sedução em parte à simplicidade que manifesta”. Em outros dizeres, a cultura de massa tem como foco o consumo, o prazer instantâneo e o lazer humano, o que se nota no *corpus* investigado, pois ele tem esse intuito de promover o consumo dos itens mencionados na música *Me Beija* (2018) e, assim, propiciar um prazer momentâneo e rápido para os indivíduos consumidores. Seguindo essa perspectiva, Waldenyr Caldas (2008) afirma:

A cultura de massa está presente em quase tudo o que realizamos no nosso cotidiano. Desde o momento em que iniciamos nosso dia, ao acordarmos pela manhã, até nos prepararmos novamente para dormir, estamos envolvidos por uma grande cadeia de consumo. Seja ele material, visual, auditivo, ou de

outra ordem. (CALDAS, 2008, p. 95)

Nesse sentido, percebe-se que a sociedade está imersa na cultura de massa, que se faz presente o dia a dia dos indivíduos. À vista disso, Waldenyr Caldas (2008, p. 101) salienta que a cultura de massa tem como principal objetivo o lucro. Em suas palavras,

[...] a cultura de massa consiste na produção industrial de um universo muito grande de produtos que abrangem setores como a moda, o lazer no seu sentido mais amplo, incluindo os esportes, o cinema, a imprensa escrita e falada, os espetáculos públicos, a literatura, a música, enfim, um número muito grande de eventos e produtos que influenciam e caracterizam o estilo de vida do homem contemporâneo do meio urbano industrial. (CALDAS, 2008, p. 97)

Assim, observa-se que a cultura de massa se faz presente em muitas esferas e, dentre elas, a moda, tematizada no *corpus* em estudo. Nota-se, pois, que ela estimula o consumo exacerbado, uma vez que as indústrias criam novos produtos para o grande público, ávido pelo sempre novo, o que se faz presente em grandes áreas, como a moda, a mídia, a música, a alimentação entre outras.

Dessa maneira, o videoclipe analisado pode enquadrar-se como um produto da cultura de massa, pois seu intuito é promover uma obra musical, impulsionando, assim, as vendas de músicas e produtos que a artista menciona ao longo do videoclipe, ao mesmo tempo em que promove-se a imagem da cantora na mídia, visto que inúmeros *sites* divulgaram a estreia da obra audiovisual na época do seu lançamento.

Gilles Lipovetsky (2009, p. 248) assevera que “a cultura de massa está imersa na moda”, pois a esfera da moda gravita em torno do que o autor chama de “figuras de charme”, que, em outras palavras, concerne às personalidades da mídia. Consequentemente, ao longo dos anos, nota-se que inúmeros artistas estiveram em voga no mundo midiático, tendo seus passos noticiados, seja na vida pessoal ou profissional. Isso possibilitou que a sociedade sempre observasse as atitudes e *looks* de seus ídolos e astros preferidos, intencionando incorporar, parcial ou inteiramente, seus estilos e atitudes. A esse respeito, o autor enfatiza:

Descreveu-se muitas vezes o luxo e a vida frívola das estrelas: mansões suntuosas, galas, recepções mundanas, amores efêmeros, vida de prazeres, toaletes excêntricas. Sublinhou-se igualmente seu papel nos fenômenos de moda [...]. (*Idem, ibidem*)

Tendo em vista o *corpus* analisado, notam-se inúmeras referências à cultura pop norte-americana. Em nota à *Universal Music*, a cantora Manu Gavassi afirmou que o videoclipe reuniu dois mundos que ela ama,

a moda e a música. Além disso, a artista disse que todos que viveram os anos 2000 iriam identificar-se com o conteúdo do clipe. Nesse sentido, partilha-se da assertiva de Gilles Lipovetsky (2009, p. 248) de que “as estrelas [através da mídia] despertaram comportamentos miméticos em massa, imitou-se amplamente sua maquiagem dos olhos e dos lábios, suas mímicas e posturas [...]”.

Em continuidade ao exposto acima, descreve-se uma cena do videoclipe *Me Beija* (2018) que faz claras referências a Britney Spears, artista que fez muito sucesso no final dos anos 90 e que permanece bastante popular atualmente. O vídeo também faz alusão à capa da revista *Rolling Stone* de 1999, em que a cantora pop Britney Spears está deitada em uma cama rosa segurando um telefone em seu ouvido esquerdo, enquanto sua mão direita segura um Teletubies roxo, entretanto, no vídeo, em vez da artista está o influenciador Rafael Uccman.

Nota-se, então, que *Me Beija* (2018) traz alusões à cultura de massa do final dos anos 90 e início dos anos 2000. Assim, acredita-se que a mídia daquele momento socio-histórico influenciou toda uma geração, sendo que o mesmo acontece na sociedade contemporânea. Sendo assim, confirma-se que é “cada vez mais através da mídia que somos informados sobre o curso do mundo, é ela que nos passa os dados novos capazes de adaptar-nos ao nosso meio cambiante” (LIPOVETSKY, 2009, p. 263). Dessa maneira, crê-se que o vídeo de *Me Beija* (2018), além de entreter e promover a música, também pode influenciar toda uma geração, principalmente a presente.

Após este percurso em que se definiu a cultura de massa e em que se discutiu sobre como ela se faz presente na mídia, em específico no *corpus* investigado, mostra-se necessário discutir como ocorre a influência da mídia e da moda no léxico contemporâneo. Nesse sentido, adota-se a perspectiva de David Crystal (2005, p. 94) de que “O vocabulário novo também tem entrado nas línguas que estão *on-line*, tendo origem principalmente no uso global do inglês”. Seguindo esta vertente, acredita-se que o léxico da moda exposto no clipe pode ser adotado pelos admiradores da artista como uma forma de prestígio social, conforme Kanavillil Rajagopalan (2003).

Sobre o papel de artistas pop na difusão lexical de um idioma, David Crystal (2005, p. 29) destaca que “Grandes públicos para cantores pop se tornaram coisa rotineira no cenário mundial a partir da década de 1960. Nenhuma outra fonte, sozinha, espalhou a língua inglesa pela ju-

ventude mundial de maneira tão rápida e universal”.

Depreende-se, assim, que é comum que as personalidades artísticas adotem elementos culturais norte-americanos para se manterem a par do que agrada ao grande público. Além disso, sendo a moda constitutiva das identidades na sociedade, torna-se temática constante em produções artístico-culturais, como o clipe em questão. Por sua vez, as mídias têm o potencial de difundir o léxico contemporâneo, por se fazerem presente no cotidiano dos indivíduos.

Para finalizar, apoia-se nos dizeres de Kanavillil Rajagopalan (2005), quando disserta que, no mundo globalizado, devido à facilidade e velocidade de circulação da tecnologia e das mídias em geral, há uma maior interação entre diversas culturas e povos, a qual pode ser percebida principalmente no léxico de uma língua, assim como se observou nos dados extraídos do clipe de *Me Beija* (2018).

7. Palavras finais

Este estudo teve como intuito investigar como ocorre a relação entre léxico, moda e mídia no mundo contemporâneo, tendo como objeto o videoclipe *Me Beija* (2018), de Manu Gavassi. Deste modo, ao analisar o vídeo, notou-se o uso de lexias estrangeiras em momentos que apareciam itens relacionados à moda dos anos 2000, razão pela qual ele constituiu o *corpus* desta investigação. Em face disso, acredita-se que esse estudo se mostra relevante aos estudos lexicais da língua portuguesa, principalmente os voltados para a sua interação com a moda e as mídias.

Discutiui-se, ainda, sobre como a cultura de massa interfere na moda e no universo midiático, sendo que estas duas esferas influenciam o léxico da língua portuguesa, devido ao prestígio vinculado ao uso de anglicismos. Assim, a moda faz-se presente na mídia e vice-versa e ambas influenciam o léxico da língua, convergindo a inter-relação da língua portuguesa, em sua variedade brasileira, com outras culturas e outros sistemas linguísticos.

Ademais, o presente estudo demonstrou como a cultura de massa se faz presente no cotidiano do homem contemporâneo, assim como as esferas supracitadas se inserem nessa cultura de consumo, pois se vive em um mundo em que o contato com outros ambientes socioculturais estão a um olhar ou um clique, e o universo do consumo utiliza-se de estratégias que chamam a atenção de seus consumidores, o que nota-se no cli-

pe analisado, que partilha de referências e lexis norte-americanas com o intuito de chamar atenção para o seu produto, sua música.

Por fim, destaca-se que em tempos de construções de muros para a delimitação territorial, política e econômica, sobretudo de grandes nações, a língua revela-se uma importante ponte que une as comunidades linguísticas através de suas inter-relações. Acredita-se, então, que o léxico, a moda e a mídia sempre estarão em constantes renovações quebrando barreiras, sejam elas socioeconômicas, socioculturais e ou linguísticas, unificando, de certa maneira, o mundo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BECHARA, Evanildo Cavalcante. *Dicionário da língua portuguesa Evanildo Bechara*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2011.

BIDERMAN, Maria Tereza Camargo. *Teoria linguística: teoria lexical e linguística computacional*. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

BIZZOCCHI, Aldo Luiz. *Léxico e ideologia na Europa Ocidental*. São Paulo: Annablume, 1997.

BORBA, Francisco da Silva. *Dicionário Unesp do português contemporâneo*. Curitiba: Piá, 2011.

BRASIL. *Com direito à palavra: dicionários em sala de aula*. Brasília: MEC, 2012.

BUSKO, Debora. Estilo Girlie. *Dicas de mulher*, [s/d.]. Disponível em: <https://www.dicasdemulher.com.br/estilo-girlie/?utm_medium=busca&utm_campaign=listagem>. Acesso em: 16-08-2018.

CALDAS, Waldenyr. *Cultura de massa e política de comunicações*. São Paulo: Global, 1991.

COM referências dos anos 2000, Manu Gavassi lança clipe de “Me beija” (2018). *Quem Online*, 2018. Disponível em: <<https://revistaquem.globo.com/QUEM-News/noticia/2018/03/manu-gavassi-lanca-clipe-de-me-beija-com-referencias-dos-anos-2000.html>>. Acesso em: 31-01-2019.

CORREIA, Margarida; ALMEIDA, Gládis Maria de Barcellos. *Neologia em português*. São Paulo: Parábola, 2012.

CRANE, Diana. *A moda e o seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas*. Trad.: Cristina Coimbra. São Paulo: Senac São Paulo, 2006.

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

FERRAZ, Anderlande Pereira. Neologismos semânticos na publicidade impressa: uma abordagem cognitivista. In: ISQUERDO, Aparecida Negri; FINATTO, Maria José Bocomy. *As ciências do léxico: lexicologia, lexicografia e terminologia*. Porto Alegre: UFRGS, 2010, p. 65-79.

GEIGER, Paulo. (Org.). *Novíssimo Aulete dicionário contemporâneo da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Lexikon, 2011.

GONÇALVES, Claudia Aparecida Ferreira; FERREIRA, Daniella Campos; CUNHA, Júlia Maria de Jesus; RODRIGUES, Regina Ferreira Terra; RODRIGUES, Vera Lucia Rocha. *O uso de estrangeirismos na língua portuguesa*. Lisboa: Revela, 2011.

HOUAISS, Antônio (Org.); VILLAR, Mauro de Salles (Ed.). *Dicionário Houaiss conciso*. São Paulo: Moderna, 2011.

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Trad.: Ivone Castilho Benedetti. Bauru: EDUSC, 2001.

_____. *A cultura da mídia e o triunfo do espetáculo*. Trad.: Rosemary Duarte. *Libero*, vol. 6, n. 11, p. 4-15, 2004.

LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e o seu destino nas sociedades modernas*. Trad.: Maria Lucia Machado. São Paulo: Cia. das Letras, 2009.

MANU Gavassi acaba de lançar o clipe da música “Me Beija (2018)”, com referências a ícones pop dos anos 2000. *Universal Music*, 2018. Disponível em: <<https://www.universalmusic.com.br/2018/04/03/manu-gavassi-acaba-de-lancar-o-clipe-da-musica-me-beija-com-referencias-a-icone-pop-dos-anos-2000>>. Acesso em: 23-08-2018.

ME BEIJA (2018). [s.l.; s.n.], 2018. 1 vídeo (3:33). Publicado pelo canal Manu Gavassi. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=66miIhzU_1s>. Acesso em: 02-08-2018.

PICOCHÉ, Jacqueline. *Précis de lexicologie française: l'étude et l'enseignement du vocabulaire*. Paris: Nathan Université, 1977.

Círculo Fluminense de Estudos Filológicos e Linguísticos

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

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

VILELA, Mario. O léxico do português: perspectiva geral. *Filologia e Linguística Portuguesa*, n. 1, p. 31-50, 1997. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/flp/article/view/59644/62740>>. Acesso em: 31-01-2019.