

**A NEOLOGIA DE EMPRÉSTIMOS  
NO PORTUGUÊS BRASILEIRO:  
ABORDAGEM PEDAGÓGICA SOBRE HIBRIDISMOS**

*Aderlande Pereira Ferraz (UFMG)*  
[aderferraz@ufmg.br](mailto:aderferraz@ufmg.br)

A importação de itens lexicais de outras línguas, os quais se podem apresentar adaptados ou não à nova língua, constitui o processo da neologia de empréstimos. O contato linguístico desencadeia este processo na medida em que cresce o interesse pelo uso de palavras de uma língua estrangeira de prestígio. O prestígio social de uma língua está vinculado em geral à influência científica, tecnológica, comercial, cultural etc., que esta exerce no cenário regional ou universal em que se projeta. A par das diferentes etapas pelas quais se desenvolve a neologia por empréstimo, interessa-nos a primeira fase do processo, em que o elemento lexical importado é sentido como um estrangeirismo, e, por essa razão, um neologismo. O objetivo da comunicação é refletir sobre os neologismos por formação híbrida, resultantes da aproximação do português com outras línguas, os quais são estruturados pela combinação de um elemento próprio (ou integrado) com outro de origem estrangeira. Metodologicamente, como *corpus* de análise, contou-se com um banco de neologismos extraídos de textos publicitários, veiculados na mídia eletrônica. Para a abordagem pedagógica, adotou-se a seleção dos casos envolvendo o português e o inglês, dos quais foram analisados hibridismos com diferentes estruturas, em alguns processos de formação de palavras com elementos lexicais de ambas as línguas. Do ponto de vista teórico, o trabalho está apoiado em Estornell Pons (2012), em Ferraz (2019, 2010), e em Gerding, Cañete & Adam (2018).

Palavras-chave:  
Hibridismo. Neologia. Publicidade.