

**NEOLOGISMOS COLETADOS EM TEXTOS
DE PERFIS DE *INSTAGRAM* SOBRE O DIA A DIA
DOS *INFLUENCERS* E *YOUTUBERS***

Ariane Cavalcanti Amora (UFMG)

arianeamora@gmail.com

Aderlande Pereira Ferraz (UFMG)

aderferraz@gmail.com

RESUMO

Esta proposta de comunicação, considerando a importância de se trabalhar o léxico do português em sala de aula, tem por objetivo analisar neologismos detectados em textos de *Influencers* nos veículos de imprensa chamados de “Site/Instagram” que conversam com o mesmo público comentando sobre o dia a dia de *Influencers* e *Youtubers*. Desse modo, tem-se um gênero textual que assimila e reproduz muito facilmente inovações lexicais, cujos tipos de criação dizem respeito à neologia formal, semântica e a de empréstimos. Tratando-se de um gênero que abarca diversos temas sociais, o corpus de análise se constituiu de expressivo número de neologismos resultantes de variados processos de formação de palavras. A metodologia de trabalho seguiu o critério lexicográfico para a identificação dos neologismos, a partir de um corpus de exclusão, composto pelos dicionários escolares tipo 4 (PNLD-Dicionários 2012). Visando ao desenvolvimento da competência lexical, foram adotados procedimentos metodológicos que favorecem a aplicação do estudo descritivo dos neologismos na sala de aula. Do corpus, citamos os seguintes exemplos: neologismo formal (socadona), neologismo semântico (catar [prestar atenção], habilitar [oferecer]), estrangeirismo (shippar, date). A fundamentação teórica, no âmbito da lexicologia, está apoiada Alves (1990) e em Ferraz (2020), na conceituação e delimitação da unidade lexical neológica; e em Ferraz (2010), na análise do corpus sob o enfoque do desenvolvimento da competência.

Palavras-chave:

Influencers. Neologia. Neologismos semânticos.

ABSTRACT

This communication proposal, considering the importance of working on the Portuguese lexicon in the classroom, aims to analyse neologisms detected in texts from *Influencers* on media platforms known as “Website/ Instagram” that engage with the same audience by commenting on the daily lives of *Influencers* and *Youtubers*. Thus, there is a textual genre that easily assimilates and reproduces lexical innovations, whose types of creation are related to formal neology, semantic neology, and borrowing. As a genre that encompasses various word formation processes. The working methodology followed the lexicographical criterion for identification of neologisms, based on an exclusion corpus composed of type 4 school dictionaries (PNLD-Dictionaries 2012). In order to develop lexical competence, methodological procedures were adopted that facilitate the application of descriptive neologism studies in the classroom. From the corpus, we cite the following examples: formal neologism (socadona), semantic neologism (catar[pay attention], habilitar[offer]), loanword

(shippar, date). The theoretical foundation, within the field of lexicology is based on Alves (1990) and Ferraz (2020), focusing on the conceptualization and delimitation of neological lexical units; and Ferraz (2010), in the analysis of the corpus from the perspective of lexical competence development.

Keywords:

neology, semantic neologism, influencers.

1. *Introdução*

A habilidade de renovação é uma das características essenciais de uma língua, pois ela está em fluxo contínuo. Nesse processo de movimento, além de variações e mudanças linguísticas, surgem novas palavras. Estas, conhecidas por neologismos, são o resultado de como a língua absorve e reflete a evolução de uma sociedade. Sendo assim, de maneira a atender às transformações socioeconômicas e culturais, surgem na língua novos termos ou novos significados para palavras já existentes. É um processo que se dá a partir da necessidade de se comunicar e expressar algo novo experienciado. À luz do pensamento de (Cf. FERRAZ, 2006),

Uma das características universais mais marcantes das línguas naturais é a mudança. Dada a dinamicidade da linguagem humana, podemos verificar o fenômeno da mudança se manifestando em todos os níveis linguísticos (fonológico, morfológico, sintático, semântico, pragmático), mas de forma mais evidente no nível lexical. [...] À medida que ocorrem mudanças sociais, a língua se adapta a essas mudanças e produz novas unidades léxicas. Um dos recursos de que se utilizam as línguas para a sua continuidade é a inovação lexical. (FERRAZ, 2006, p. 219)

Os neologismos decorrem de três processos: a neologia formal, a semântica e a neologia de empréstimos. A neologia formal, refere-se ao processo de construção de palavras pelas próprias regras do Os neologismos decorrem de três processos: a neologia formal, a semântica e a neologia de empréstimos. A neologia formal, refere-se ao processo de construção de palavras pelas próprias regras do sistema linguístico, seja em nível fonológico, morfológico ou sintático. O segundo processo, o semântico, trata-se da criação de um novo significado para uma forma lexical já existente, fazendo surgir, assim, um novo elemento: o neologismo semântico ou conceitual. O terceiro diz respeito às unidades léxicas que vêm de outro sistema linguístico, que passam a ter uso em outra língua. Esses são os três tipos de neologismos produzidos no português contemporâneo que pretendemos abordar.

Segundo Carvalho (1987, p. 23), “a maneira mais simples e econômica de surgimento de uma palavra não é através de construção e sim de mudança de sentido.” Ainda segundo a autora, “são conceitos novos, introduzindo novos hábitos, ou velhos hábitos vistos por um prisma diferente” (CARVALHO, 1987, p. 23).

2. Redes sociais

Considerando as mudanças linguísticas em uma sociedade, cabe analisar neologismos semânticos, formais e de empréstimos detectados em textos de youtubers, especialmente livros de ampla divulgação e em circulação entre muitos jovens, e de *Influencers*.

O *youtuber*, também conhecido como “personalidade do *YouTube*”, “celebridade do *YouTube*” ou criador de conteúdo do “*YouTube*”, é um tipo de celebridade e cinegrafista da internet que ganhou popularidade no site de compartilhamento de vídeos *YouTube*. Um *Influencer* é alguém capaz de influenciar pessoas através da sua produção de conteúdo nas redes sociais. Eles também são conhecidos como criadores de conteúdo de sucesso que conquistaram um público fiel e engajado. É inegável a forte influência social que o discurso das redes sociais exerce sobre os jovens em geral e, por ser extremamente atrativos e persuasivos, são caracterizados por estratégias que objetivam influenciar o comportamento dos adolescentes.

A partir dos exemplos retirados de textos produzidos por youtubers e *influencers* nos veículos de imprensa chamados de “site/Instagram de fofoca” que conversam com o mesmo público comentando sobre o dia a dia desses *youtubers* e *influencers*, percebe-se uma mudança semântica em algumas palavras já conhecidas pelos falantes, bem como a criação de outras sob a perspectiva formal e a adoção de estrangeirismos.

Esta comunicação, considerando a importância de se trabalhar o léxico do português em sala de aula, tem por objetivo analisar neologismos detectados em textos de *youtubers* e de *influencers*; e também apresentar uma proposta de trabalho com neologismos em sala de aula.

2.1. Instagram

No sentido de apresentar e discutir essas novas formações, este trabalho selecionou um corpus retirado de perfis do *Instagram* que têm

como público-alvo, majoritariamente, jovens e adolescentes. Tal escolha, se justifica, não só pela presença maciça dessa faixa etária no número de seguidores dos perfis escolhidos, mas, principalmente, porque suas publicações apresentam grande identificação com esse público, uma vez que, com certa frequência, os conteúdos postados são utilizados como fonte de informação e entretenimento entre os jovens.

O *Instagram* foi criado por Kevin Systrom e pelo brasileiro Mike Krieger em 2010. Em poucos meses, a rede social se tornou um dos aplicativos mais promissores da *AppStore*. Em apenas um ano, o Instagram já possuía dez milhões de usuários. Inicialmente, o aplicativo ganhou popularidade com um formato simples, que previa a publicação de imagens em proporção quadrada com uma seleção de filtros artísticos.

Em 2016, pressionado pelo crescimento do Snapchat, o Instagram lança os Stories, formato de publicação efêmera, com vídeos de até quinze segundos e que desaparecem após vinte e quatro horas. No Brasil, o Instagram é uma das redes sociais mais acessadas. Desde 2015, os brasileiros ocupam lugar de destaque nas estatísticas do aplicativo.

As redes sociais possuem farta produção textual embora muito pouco explorada didaticamente. A partir da utilização desse material diferenciado, que possui forte conexão com o universo presente no dia a dia dos jovens, objetivamos chamar atenção do ensino do léxico em sala de aula, transformando as aulas de português e tendo como objetivo final o desenvolvimento da competência lexical do aluno.

Os neologismos foram coletados nos textos de quatro “sites/Instagram de fofoca” sobre o dia a dia dos *influencers e youtubers*. Esses são *Portalpopline, Subcelebrities, Hugogloss e Gossipdodia*.

3. Metodologia de Identificação do Neologismo

A metodologia seguiu o critério lexicográfico para a identificação dos neologismos, a partir de um corpus de exclusão os seguintes dicionários: o *Dicionário da língua portuguesa Evanildo Bechara* (2011); o *Dicionário Unesp do português contemporâneo* (2011), *O Novíssimo Aulete dicionário contemporâneo da língua portuguesa* (2011) e o *Dicionário Houaiss conciso* (2011).

4. Referencial teórico

O referencial teórico consiste em textos, livros e artigos que discutem os neologismos, no português brasileiro.

A fundamentação teórica, no âmbito da lexicologia, está apoiada Alves (1990) e em Ferraz (2020), na conceituação e delimitação da unidade lexical neológica; e em Ferraz (2010), na análise do corpus sob o enfoque do desenvolvimento da competência lexical.

Na obra *Neologismo – Criação Lexical*, de Alves (1990), a autora aborda os mecanismos do processo de formação de palavras novas, por meio de exemplos retirados da imprensa brasileira. Processos de formação como a derivação, a composição, o truncamento, o cruzamento lexical e a neologia semântica.

Em seu texto “Os neologismos no desenvolvimento lexical”, Ferraz (2008) cita Richards (1976), que em importante estudo sobre o que significa conhecer uma palavra, enfatiza que implica conhecer melhor, muitos dos diferentes sentidos a ela associados. O significado de uma unidade léxica pode ser visto, em termos de um amplo conceito, muito mais rico do que parece, a refletir-se como base sobre a qual um conjunto de sentidos agregam-se.

Na neologia de empréstimos, muitos são os enfoques na implantação de itens lexicais presentes na formação de novos vocábulos no português brasileiro. Concomitantemente com Alves (1988), empregamos o estrangeirismo para (...) designar termo ou expressão, sentidas como externas à língua portuguesa. O estrangeirismo que está se instalando é um verdadeiro neologismo e somente se tornará empréstimo quando não mais for sentido como estranho ao sistema da língua, mesmo que conserve a ortografia da língua de que procede (Cf. ALVES, 1988, p. 3).

5. Coletas

5.1. Neologismos por empréstimo: adaptados ao português

Exemplo: A gente já começa a fanficar! (Do inglês: *fanfiction*).

Significado: Fantasiar uma história.

Exemplo: Vocês shippam? (Do inglês: *relationship*).

Significado: Trata-se do ato de torcer pelo relacionamento amoroso de alguém, normalmente pessoas famosas, personagens de filmes, seriados etc.

Exemplo: Baixe o SupperApp Magalu, cadastre sua conta no Magalupay e siga as instruções!

Significados: Abreviação da palavra aplicativo, que vem do inglês, *application*.

Magazine Luiza, pagar.

5.2. *Neologismo formal*

Exemplo: Mega Festa que contará com transmissão ao vivo.

Classificação: Formação Sintagmática.

Exemplo: A pílula antirressaca que começou a ser vendida no Reino Unido.

Classificação: Derivação Prefixal ou Prefixação.

5.3. *Neologismo semântico*

Exemplos: Cata o look da nossa “Girl from Rio”.

Mas, gente catem só o valor do milho de pipoca!

Socorro! Catem o último tênis que o Alok adquiriu para sua coleção.

Significado: Prestem atenção, vejam.

Exemplo: A braba é o momento!

Significado: É a melhor de todas! Poderosa!

5.4. *Cruzamento Vocabular com Hibridismo*

Exemplo: Brazíndia!

Classificação: Cruzamento Vocabular com Hibridismo.

Exemplo: Numanice

Classificação: Cruzamento Vocabular com Híbridismo.

5.5. Expressão idiomática

Exemplo: Força na peruca, mamãe!

Significado: Não desanime! Não se deixe abater!

6. Proposta Pedagógica

Sendo assim, definiu-se uma metodologia de trabalho com o texto de acordo com a proposta de Dolz, Noverraz e Schnewly (2013), que foi nomeada de sequência didática (SD). Esta, segundo os autores, “é um conjunto de atividades escolares organizadas, de maneira sistemática, em torno de um gênero textual oral ou escrito” (DOLZ; NOVERRAZ; SCHNEUWLY, 2013, p. 82), com “a finalidade de ajudar o aluno a dominar melhor um gênero de texto, permitindo-lhe, assim, escrever ou falar de uma maneira mais adequada numa dada situação de comunicação.” (DOLZ; NOVERRAZ; SCHNEUWLY, 2013, p. 96).

7. Proposta de Atividade em Sala de Aula

7.1. Apresentação da Situação

Descrição detalhada para os alunos da atividade que irão desenvolver. Nessa etapa, os alunos são incentivados a acessar, em grupos, os sites/ Instagram que eles usarão para pesquisar os neologismos.

7.2. Produção Inicial

Após a análise dos perfis, os alunos vão se passar por *youtubers* ou *influencers* famosos, e, cada grupo irá produzir seu próprio texto. O professor irá pedir aos alunos que anotem todas as palavras novas, que não souberem o significado, ou que nunca tenham visto em outros textos.

7.3. Módulos (1,2,...N)

É nesse momento que as palavras anotadas pelos alunos serão usadas para que eles pesquisem seus significados nos dicionários, ou até mesmo conferir se elas estão registradas neles. O professor deve lembrá-los que, caso alguma palavra ou palavras não estejam registradas nos dicionários, essas são “Os neologismos”, ou seja, são formações novas criadas com o objetivo de inovar, nomear, exprimir conceitos e ideias. Explicar que, nesses textos, é muito comum encontrar estrangeirismos e neologismos semânticos.

Perguntar se, por acaso, eles encontraram alguma palavra que está no dicionário, só que com outro significado. Pedir que anotem todas as palavras que tenham um significado diferente do que está dicionarizado e, os estrangeirismos encontrados.

7.4. Produção final

Neste momento, os alunos colocarão em prática tudo o que foi discutido e aprendido sobre neologismos nos sites/perfis de Instagram com os exercícios realizados em sala de aula. Eles serão convidados a se passar por um *youtuber* ou *influencer* e, assim, individualmente, produzir um texto usando os neologismos aprendidos.

8. Considerações finais

É inegável a forte influência social que o discurso das redes sociais exerce sobre os jovens em geral, e, especialmente os discursos dos *youtubers* e dos *influencers* por serem extremamente atrativos e persuasivos são caracterizados por estratégias que objetivam influenciar o comportamento dos adolescentes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Iêda Maria. *Empréstimos lexicais na imprensa política brasileira*. São Paulo: Alfa, 1988.

_____. *Neologismo: criação lexical*. São Paulo: Ática, 1990.

CARVALHO, Nelly. *Empréstimos Linguísticos*. São Paulo: Ática, 1989.

DOLZ, Joaquim; NOVERRAZ, Michèle; SCHNEUWLY, Bernard. Sequências didáticas para o oral e a escrita: apresentação de um procedimento. In: SCHNEUWLY, B; DOLZ, J. e colaboradores. *Gêneros orais e escritos na escola*. Tradução e organização de Roxane Rojo e Glaís Sales Cordeiro. 3. ed. Campinas: Mercado de Letras, 2013. p. 81-108

FERRAZ, Aderlande P. A inovação lexical e a dimensão social da língua. In: SEABRA, M.C.C. de (Org.). *O léxico em estudo*. Belo Horizonte: UFMG-FALE, 2006.

_____. Os neologismos no desenvolvimento da competência lexical. In: HENRIQUES, C.C.; SIMÕES, D. (Orgs). *Língua portuguesa, educação e mudança*. Rio de Janeiro: Europa, 2008.

_____. Publicidade: A linguagem da inovação lexical. In: ALVES, I.M. *Neologia e neologismos em diferentes perspectivas*. São Paulo: Paulistana, 2010.

_____. Do observatório de neologia para a sala de aula: contribuição para o ensino do léxico. In: CARDOSO, E. de A. *et al. Os estudos lexicais em diferentes perspectivas. V. VIII. Homenagem a Ieda Maria Alves*. São Paulo: FFLCH/USP, 2020.

RICHARDS, Jack. Croft. *The role of vocabulary teaching*. Tesol Quarterly, 1976.

Outras fontes:

<https://instagram.com/hugogloss?ingrid=YumMyMTA2M2Y=> Acessos em 5/07/2022 e 1/08/2022.

<https://instagram.com/subcelebrities?igshid=YmMyMTA2M2Y=> Acessos em 5/07/2022 e 1/08/2022.

<https://instagram.com/portalphopline?igshid=YmMyMTA2M2Y=> Acesso em 5/07/2022.