



**UNIVERSIDADE DA INTEGRAÇÃO INTERNACIONAL  
DA LUSOFONIA AFRO-BRASILEIRA  
INSTITUTO DE HUMANIDADES E LETRAS DOS MALÊS  
LICENCIATURA EM LETRAS - LÍNGUA PORTUGUESA**

**GEOVANDA ALVES MARTINS**

**A VARIAÇÃO LÉXICO SEMÂNTICA EM PRODUTOS DE BELEZA:  
O VOCABULÁRIO FEMININO**

**SÃO FRANCISCO DO CONDE**

**2023**

**GEOVANDA ALVES MARTINS**

**A VARIAÇÃO LÉXICO-SEMÂNTICA EM PRODUTOS DE BELEZA:  
O VOCABULÁRIO FEMININO NO BRASIL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Licenciatura em Letras - Língua Portuguesa, da Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira, como parte dos requisitos para conclusão do curso.

Orientador: Prof. Dr. Alexandre António Timbane.

Coorientadora: Prof.<sup>a</sup> M.<sup>a</sup> Maria José Alves.

**SÃO FRANCISCO DO CONDE**

**2023**

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira  
Sistema de Bibliotecas da Unilab  
Catalogação de Publicação na Fonte

M343v

Martins, Geovanda Alves.

A variação léxico semântica em produtos de beleza : o vocabulário feminino / Geovanda Alves Martins. - 2023.

68 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura em Letras - Língua Portuguesa) - Instituto de Humanidades e Letras dos Malês, Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira, 2023.

Orientador: Prof. Dr. Alexandre António Timbane.

Coorientadora: Prof.<sup>a</sup> M.<sup>a</sup> Maria José Alves.

1. Anúncios - Redação. 2. Língua portuguesa - Lexicografia. 3. Língua portuguesa - Neologismos. I. Título.

BA/UF/BSCM

CDD 469.2

**GEOVANDA ALVES MARTINS**

**A VARIAÇÃO LÉXICO-SEMÂNTICA EM PRODUTOS DE BELEZA:  
O VOCABULÁRIO FEMININO NO BRASIL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Licenciatura em Letras - Língua Portuguesa, da Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira.

Data da defesa: 03 de fevereiro 2023.

**BANCA EXAMINADORA**

**Prof. Dr. Alexandre António Timbane, Professor orientador**

*Alexandre António Timbane*

---

**Profa. Msc. Maria José Alves, Professora coorientadora**

Documento assinado digitalmente

**gov.br**

MARIA JOSE ALVES  
Data: 06/02/2023 12:21:34-0300  
Verifique em <https://verificador.itd.br>

---

**Prof. Dr. Rajabo Alfredo Mugabo Abdula, Professor examinador**

*Rajabo Alfredo Mugabo Abdula*

---

**Prof. Dr. Alexandre Cohn da Silveira, Professor examinador**

*Alexandre Cohn da Silveira*

---

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus e a Santa Maria mãe de Deus por acolher-me em seu colo a todo momento bom e ruim; nada seria possível sem o doce aconchego dos seus braços. Foram dias difíceis, pensei em desistir várias vezes, porém com a força divina fui vencendo as dificuldades diárias que nos amedrontam sempre.

Deus sempre foi e será minha rocha e fortaleza para sempre seguir em frente e nunca desistir dos meus objetivos.

Agradeço em especial a meus pais João e Teresa que sempre me apoiaram, a meus irmãos e sobrinhos que alegravam meus dias tristes.

Agradeço também ao meu orientador Alexandre António Timbane e a coorientadora Maria José Alves que me auxiliaram com dedicação e paciência.

Obrigada, Deus, por tudo que o Senhor me deu...

## RESUMO

A língua portuguesa nunca deixou de variar nem de mudar ao longo dos séculos. Significa que a língua natural e em uso procura variar e mudar à medida que a cultura e a sociedade se movimentam. O português falado no Brasil é resultado dessa variação que tem recebido influências de muitas outras línguas que estão em contato direto ou indiretamente. A presente pesquisa tem como objetivo analisar a variação lexical e semântica de unidades lexicais constantes em nomes de produtos de beleza feminina, buscando compreender a formação dessas unidades lexicais e seus correspondentes significados. Para tanto, foi necessário definir os conceitos de léxico, vocabulário, neologismo (ALVES, 2012; BIDERMAN, 1998), semântica (a partir da Teoria de Kempson, 1980), como também estudos da variação do português (COELHO, et al., 2015, LABOV, 2008, FARACO 2008), identificando os processos neológicos nos nomes desses produtos. Trata-se de pesquisa de campo e bibliográfica com leitura de artigos, livros, revistas e dissertações, além de pesquisa de campo com recolha de trinta e um nomes de produtos de beleza feminina para análise da formação lexical. Não foi necessário submeter a pesquisa à Comissão de Ética. Do material se identificou palavras que foram criadas para atrair o cliente, para chamar atenção ou ainda para precisar a especificidade do produto. Os nomes das cores mudaram. Os produtos receberam novos nomes de cores, anteriormente inexistentes. Os nomes dos produtos, suas características, a forma da embalagem, da garrafa, focam especificamente a mulher para que seja atraída. O tema da pesquisa é relevante porque busca compreender como os neologismos lexicais surgem e se expandem em produtos de beleza no Brasil. Da pesquisa se conclui que a maioria dos nomes analisados provém das línguas portuguesa, francesa e inglesa. A sua formação ocorre com a importação do nome apenas, mesmo daquele produto inteiramente brasileiro. O objetivo desses nomes de produtos escritos em línguas estrangeiras visa chamar atenção das consumidoras dos produtos e reveste-se da ideia de que, o que vem do exterior é o melhor produto. Conclui-se ainda que a língua varia à medida que a sociedade muda e varia a depender de vários fatores sociais. Da pesquisa se conclui que o vocabulário feminino é mais extenso do que dos homens, especialmente em produtos de beleza. Muitos dos nomes e cores de produtos de beleza não são conhecidos pelos homens e nem são conhecidos na África lusófona. A presença de empréstimos linguísticos

na nossa língua revela essa variabilidade permanente da língua e das suas variedades. Novos nomes, cores e produtos surgem à medida que a indústria de produtos de beleza feminina aumenta no Brasil e no mundo.

**Palavras-chave:** anúncios - redação; língua portuguesa - lexicografia; língua portuguesa - neologismos.

## ABSTRACT

The Portuguese language has never ceased to vary or change over the centuries. It means that natural and in-use language seeks to vary and change as culture and society move. The Portuguese spoken in Brazil is the result of this variation that has been influenced by many other languages that are in direct or indirect contact. This research aims to analyze the lexical and semantic variation of lexical units contained in the names of female beauty products, seeking to understand the formation of these lexical units and their corresponding meanings. Therefore, it was necessary to define the concepts of lexicon, vocabulary, neologism (ALVES, 2012; BIDERMAN, 2013), semantics (from Kempson's Theory, 1980), as well as studies of the variation of Portuguese (COELHO, et al., 2015, LABOV, 2008, FARACO, 2008), identifying the neological processes in the names of these products. It is field and bibliographical research with the reading of articles, books, magazines and dissertations, in addition to field research with the collection of thirty-one names of female beauty products for analysis of lexical formation. It was not necessary to submit the research to the Ethics Commission. From the material, words were identified that are created to attract the customer, to draw attention or even to specify the specificity of the product. The names of the colors changed. sa is relevant because it seeks to understand how lexical neologisms arise and expand in beauty products in Brazil. From the research it is concluded that most of the names analyzed come from portuguese, french and english. Its formation occurs with the importation of the name only, even of that entirely Brazilian product. The purpose of these product names written in foreign languages is to draw the attention of product consumers and covers the idea that what comes from abroad is the best product. It is also concluded that language varies as society changes and varies depending on various social factors. From the research it is concluded that the female vocabulary is more extensive than that of men, especially in beauty products. Many of the names and colors of beauty products are not known to men, nor are they known in Portuguese-speaking Africa. The presence of linguistic loans in our language reveals this permanent variability of the language and its varieties. New names, colors and products will emerge as the female beauty products industry grows in Brazil and worldwide.

**Keywords:** ads - copywriting; Portuguese language - lexicography; Portuguese language - neologisms.



## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1</b>	Nomes de empresas do Brasil fabricantes de produtos de beleza	43
<b>Quadro 2</b>	Análise dos nomes	46

## **LISTA DE ABREVIATURAS, SIGLAS E ACRÔNIMOS**

Abrev.: abreviatura

AM: Amazônia

Art.: Artigo

CPLP: Comunidade de Países de Língua Portuguesa

ES: Espírito Santo

LCV: Língua Cabo-Verdiana

LP: Língua Portuguesa

MS: Mato Grosso do Sul

p.: página

SC: Santa Catarina

TV: Televisão

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	12
<b>2</b>	<b>CAPÍTULO I: CONCEITOS BÁSICOS SOBRE A LÍNGUA E VARIAÇÃO</b>	15
2.1	A LÍNGUA COMO PARTE INTEGRANTE DA CULTURA	15
2.2	POLÍTICAS LINGUÍSTICAS NO BRASIL	17
2.3	A VARIAÇÃO LINGUÍSTICA NO PORTUGUÊS BRASILEIRO	20
<b>3</b>	<b>CAPÍTULO II: O ESTUDO DO LÉXICO E DO VOCABULÁRIO</b>	26
3.1	O LÉXICO: A FACE MAIS EVIDENTE DA LÍNGUA	26
3.2	O VOCABULÁRIO: A INDIVIDUALIZAÇÃO DA PALAVRA	29
3.3	O SENTIDO DAS PALAVRAS: A SEMÂNTICA	30
<b>4</b>	<b>CAPÍTULO III: A CRIATIVIDADE LEXICAL</b>	33
4.1	O CONCEITO DE NEOLOGISMO	33
4.2	NEOLOGISMOS LEXICAIS	36
4.3	ESTRANGEIRISMOS E EMPRÉSTIMOS LEXICAIS	37
<b>5</b>	<b>CAPÍTULO IV: METODOLOGIA E ANÁLISES</b>	41
5.1	OS PRODUTOS DE BELEZA	41
5.2	TIPOS DE PRODUTOS DE BELEZA	42
5.3	CARACTERÍSTICAS DA FORMAÇÃO DE NOMES	44
<b>6</b>	<b>CONCLUSÃO</b>	50
	<b>REFERÊNCIAS</b>	52
	<b>ANEXOS</b>	58

## 1 INTRODUÇÃO

Aprender e utilizar uma língua são privilégios do ser humano desde o seu nascimento. É que o ser humano é por excelência um ser comunicativo que utiliza a língua. A língua desempenha um papel importante em todas as sociedades. É com ela que se estabelecem parcerias, acordos e desacordos etc. Uma língua é fundamental para a expressão de ideias, de posições e é de suma importância para a transmissão da cultura. A língua portuguesa é a língua oficial do Brasil (de acordo com Constituição da República Federativa do Brasil, 1988, Art.13), mas ela não é falada da mesma maneira em todos os estados, em todas as cidades ou municípios. Mesmo fora do Brasil, isto é, na lusofonia, há variedades que são legítimas e que devem ser respeitadas.

A língua, de acordo com Saussure (2006, p.17), é entendida como "um produto social da faculdade de linguagem e um conjunto de convenções necessárias, adotadas pelo corpo social para permitir o exercício dessa faculdade nos indivíduos". É sempre dinâmica e muda constantemente motivada por fatores socioculturais e sociocognitivos (BAGNO, 2014). Assim, a língua é evolutiva, vive em constante mudança e se modifica conforme o andamento da sociedade; com essas modificações, novas palavras são criadas e começam a ser faladas no nosso dia a dia, a exemplos dos produtos de beleza que fazem parte dessa constante mudança.

A língua está em tudo, está no letreiro do ônibus, está no outdoor da publicidade, está no cartaz, está no noticiário da rádio, está na bula de remédios, nos livros, nos jornais, na TV, incluindo os produtos de beleza. A forma como o nome do produto é escolhido, o tamanho da letra, a cor das letras do nome do produto, a folha das instruções do uso, enfim em tudo. Então, é importante que seja estudada e compreendida de forma a produzir os efeitos esperados.

Uma palavra isolada tem um sentido, quando inserida numa frase ou num discurso ganha outros significados que só podem ser entendidos e interpretados no contexto da comunidade de fala. Por isso mesmo, a língua só faz sentido quando inserida na comunidade de fala. O estudo da língua em seu contexto social tem merecido espaço privilegiado por parte de linguistas com maior ênfase a partir dos anos 1960 com os trabalhos do linguista americano William Labov. A língua tem uma função social: a da comunicação, e ela só pode ser compreendida e interpretada dentro do contexto sociocultural.

É importante compreender que a língua não é um sistema uno, invariado, estático, mas, necessariamente, abriga um conjunto de variedades, variantes e dialetos. Todas as línguas são moldadas pelos contextos socioculturais e a sua variação e mudança dependem da forma como os usuários replicam o seu uso (SANTANA, TIMBANE, 2021). Todas as línguas faladas tendem a mudar com o tempo, desviando-se constantemente em relação à norma. Sendo assim, a norma não é apenas ou simplesmente um conjunto de formas linguísticas pré-estabelecidas, mas, também, um agregado de valores socioculturais usados por uma comunidade linguística (CA, TIMBANE, 2021).

O léxico é a face mais visível da língua, as palavras são as mais diversas à vista na produção do texto e do discurso. Os produtos de beleza feminina tendem a se proliferar na indústria nacional. Para a presente pesquisa se levanta a seguinte questão: qual o léxico presente nos produtos de beleza feminina e qual é o sentido que essas palavras carregam na formação do nome? A hipótese é a de que (i) os produtos de beleza feminina carregam neologismo lexicais; (ii) os nomes dos produtos apresentam significados novos que particularizam o vocabulário feminino e, (iii) o vocabulário feminino na área de beleza tende a se expandir devido ao surgimento de novos produtos.

A pesquisa tem por objetivo estudar a variação léxico-semântica de nomes de produtos de beleza feminina no Brasil. Como objetivo específico, a pesquisa visa (i) definir os conceitos de léxico, vocabulário, neologismo e semântica; (ii) analisar a variação lexical do português em produtos de beleza feminina; (iii) identificar processos neológicos nos nomes desses produtos e; (iv) destacar tais neologismos.

A pesquisa é relevante porque busca compreender como os neologismos lexicais surgem e se expandem em produtos de beleza no Brasil. É relevante também porque constata a criatividade lexical na formação dos nomes de produtos da indústria da beleza feminina no Brasil. Serão alvo de análise, produtos fabricados e consumidos no Brasil. As mulheres estão sob constante pressão das indústrias de produtos de beleza o tempo todo. Se o léxico se renova o tempo todo, então esta pesquisa cumpre identificar a criatividade lexical que se sustenta na neologia.

A pesquisa inicia o primeiro capítulo definindo o que é língua e buscando debater os conceitos de política e planejamento linguístico. Ainda neste capítulo, a monografia apresenta discussões sobre a variação linguística do português brasileiro. Não é apenas o português brasileiro que varia. Todas as línguas em uso

tendem a variar e a mudar a depender das pressões internas ou externas à língua. O segundo capítulo discute os conceitos de léxico e vocabulário. Com apoio dos diversos teóricos (ABDULA, 2022; SILVEIRA et al., 2016; SANTANA, TIMBANE, 2022) foi possível compreender que o vocabulário se localiza no âmbito individual, enquanto o léxico está mais presente no coletivo, no abstrato. A língua é abstrata. O capítulo termina mostrando que as palavras carregam sentidos. As palavras são importantes no uso da língua. Mas o sentido é crucial na busca dos significados que em muitos momentos estão ligados à cultura. O terceiro capítulo fala da criatividade lexical. Nele se debate as interferências das línguas estrangeiras no português. Os empréstimos e os estrangeirismos são fundamentais para a dinamicidade da língua enquanto organismo vivo e mutável ao ritmo dos seus falantes. O quarto capítulo apresenta a metodologia e os métodos utilizados (a formação do corpus) e posteriormente analisa os dados da pesquisa. Esta pesquisa não necessitou ser submetida à Comissão de Ética porque os materiais coletados e analisados são de domínio público. A pesquisa termina apresentando as considerações finais e as referências utilizadas na pesquisa.

## 2 CAPÍTULO I: CONCEITOS BÁSICOS SOBRE A LÍNGUA E VARIAÇÃO

### 2.1 A LÍNGUA COMO PARTE INTEGRANTE DA CULTURA

Antes de mais nada é necessário definir o que é cultura. Para isso, citamos Santos (2009, p. 42) que define cultura como sendo "as maneiras pelas quais a realidade que se conhece é codificada por uma sociedade, através de palavras, ideias, doutrinas, teorias, práticas costumeiras e rituais". Quanto a seu estudo, "procura entender o sentido que fazem essas concepções e práticas para a sociedade que as vive, buscando seu desenvolvimento na história dessa sociedade e mostrando como a cultura se relaciona às forças sociais que movem a sociedade" (SANTOS, 2009, p.42).

A língua não se confunde, pois, com a linguagem. A língua faz parte da linguagem. A língua seria um produto histórico e ao mesmo tempo uma unidade idealizada, abstrata, heterogênea e mutável. A língua resulta de um processo evolutivo, de constante mudança que ocorre conforme o andamento da sociedade; permitindo modificações e criação de novas palavras. Esse processo é observável nas conversas cotidianas, nas vitrines e fachadas que se apresentam à nossa volta, nos rótulos de produtos que chegam aos nossos olhos.

De acordo com Terra (2002, p. 13, *apud* Almeida, 2010, p. 11), o "caráter social da língua é facilmente percebido quando levamos em conta que ela existe antes mesmo de nós nascermos: cada um de nós já encontra a língua formada e em funcionamento, pronta para ser usada", sendo, portanto, uma herança que passa de geração em geração por meio da oralidade ou dos sinais. Terra (2002, p.13, citado por Almeida, 2010, p. 11) lembra ainda que "mesmo quando deixarmos de existir, a língua subsistirá independente de nós".

Almeida (2010, p. 11) também orienta sobre a língua ao afirmar que ela "é exterior aos indivíduos", não podendo, portanto, ser criada ou modificada por apenas um desses indivíduos. "Ela só existe em decorrência de uma espécie de 'contrato coletivo' que se estabeleceu entre as pessoas ao qual todos aderiram" (ALMEIDA, 2010, p. 11). Essa é a "combinação" referida na definição de Saussure (2006).

Contiero e Ferraz (2014, p. 45) contribuem com esse estudo ao asseverar que

[...] a linguagem tem um caráter transformador na medida em que possibilita

ao homem modificar a sua existência e conferir-lhe sentido, graças à capacidade que tem de refletir sobre o seu próprio modo de agir nas interações em que se envolve. Essas interações com o mundo biossocial que o acolhe se dá, sobretudo, pela realização dos discursos, orais e escritos, os quais se materializam por meio das palavras que surgem, que desaparecem, que se constroem, que ressignificam.

Para Saussure (2006, p. 22), a língua é

um objeto bem definido no conjunto heteróclito dos fatos da linguagem. Pode-se localizá-la na porção determinada do circuito em que uma imagem auditiva vem associar-se a um conceito. Ela é parte social da linguagem, exterior ao indivíduo, que por si só não pode nem criá-la nem a modificar; ela não existe senão em virtude duma espécie de contrato estabelecido entre membros da comunidade. Por outro lado, o indivíduo tem necessidade de uma aprendizagem para conhecer-lhe o funcionamento; somente pouco a pouco a criança assimila. A língua é uma coisa de tal modo distinta que o homem privado do uso da fala conserva a língua, contanto que compreenda os signos vocais que ouve.

De acordo com Timbane, Santos, Alves (2017, p. 73) "cada palavra ganha significado dentro da cultura, significado esse que advém da cultura e das tradições". Por isso, é necessário que se elabore dicionários para cada variedade do português, já que nenhum dicionário consegue atender plenamente aos consulentes da lusofonia. Desta forma, orientam os autores, "[t]oda a variação/mudança é incentivada/motivada pela cultura, pela tradição, pelo desenvolvimento econômico, tecnológico e político que se apresenta em cada lugar geográfico".

Todo falante nativo é competente na sua língua. Chamamos de "competência" o "conhecimento linguístico que permite a fluência que caracteriza um falante-ouvinte na sua língua nativa" (ROSA, 2010, p.35). Por outro lado, o desempenho é o "uso linguístico do falante-ouvinte em situações concretas, isto é, aos enunciados que produz em sua língua nativa, bem como o que ele entende do que os outros disseram" (ROSA, 2010, p.35). Então o falante nativo não comete erros, até porque em contato regular, os falantes adultos de línguas diferentes podem passar a empregar o léxico retirado principalmente de uma das línguas em contato, em enunciados formados a partir de uma gramática comum.

A língua, distinta da fala, é um objeto que se pode estudar separadamente. Não falamos mais as línguas mortas, mas podemos muito bem assimilar-lhes o organismo linguístico. Não se pode a ciência da língua prescindir de outros elementos da linguagem como só se torna possível quando tais elementos não estão misturados. (SAUSSURE, 2006, p. 23)



Concordamos com Santos (2009) quando afirma que a Cultura é uma construção histórica, seja como concepção, seja como dimensão do processo social e a cultura mantém sua proximidade com as relações de poder. A língua subsidia a cultura para atribuir significados, para permitir a interpretação dos conceitos porque a cultura é um produto da história coletiva por cuja transformação e por cujos benefícios as forças sociais se defrontam.

Concluimos esta parte trazendo o professor Mattoso Câmara Jr. que explica que: 1) A língua é parte da cultura; 2) É, porém, parte autônoma, que se opõe ao resto da cultura; 3) Explica-se até certo ponto pela cultura e até certo ponto explica a cultura; 4) Tem não obstante uma individualidade própria, que deve ser estudada em si; 5) Apresenta um progresso que é o seu reajustamento incessante com a cultura; 6) É uma estrutura cultural modelo, que nos permite ver a estrutura menos nítida, imanente em outros aspectos da cultura. (CAMARA JR., 1955, p. 58-59).

## 2.2 POLÍTICAS LINGUÍSTICAS NO BRASIL

No Brasil se fala mais de 210 línguas, das quais 180 são de origem indígena, 30 de comunidades de imigrantes, e a língua Brasileira de sinais, sendo o português a única língua oficial, de acordo com a Constituição Federativa do Brasil de 1988 (Art. 13º).

De acordo com Silveira,

o direito de acesso linguístico a todas e a todos deve ser respeitado no plano de políticas públicas para a educação linguística dos indivíduos de uma comunidade, dado que isto faz parte dos princípios democráticos de acesso à educação e ao conhecimento. (SILVEIRA, 2021, p. 7074).

A decisão sobre o destino de uma língua é uma decisão política e não dos falantes. Podemos citar o exemplo de Cabo Verde que tem quase 99% da população que fala a Língua Cabo-verdiana (LCV). De acordo com Rodrigues (2021, p.116) "A LCV é a língua do quotidiano, utilizada em quase todas as situações informais. É a língua da cultura tradicional e é aquela em que o cabo-verdiano expressa os seus sentimentos e a sua individualidade". É uma língua padronizada com dicionários e gramáticas já produzidas e conhecidas pelo povo, mas a língua não é ainda oficial. Esta língua nem é ensinada na escola, mas há iniciativas

informais para o ensino. Rodrigues (2021, p.126) explica que

as aulas de LCV decorreram de forma informal, seguindo abordagem comunicacional, centrada na oralidade e vocabulário, sem currículo definido; as de LP, usando materiais das escolas públicas do país, seguiram abordagem mais tradicional, centrada no ensino de gramática.

Essa atitude não ocorre por vontade do povo, mas sim dos políticos que não fazem a vontade do povo, que não respeitam a comunidade linguística. Então, se a política linguística não respeita os direitos linguísticos e nem privilegia o potencial deste meio de comunicação vemos a violação clara da Declaração Universal dos Direitos Linguísticos de 1996.

A política linguística, de acordo com Cooper (1989, *apud* SEVERO, 2013, p. 451), está voltada "para uma prática de caráter estatal-legislativo, debruçando-se, por exemplo, sobre a cooficialização de línguas, a escolha de alfabeto para a representação gráfica de uma língua, a hierarquização formal das línguas (línguas de trabalho, oficiais, nacionais, por exemplo), entre outros."

Já o planejamento "tem focado a implementação das decisões sobre a língua através de estratégias (políticas), como as políticas educacionais, com vistas a influenciar o comportamento dos sujeitos em relação à aquisição e uso dos códigos linguísticos". Ter uma língua é um direito humano:

todos os seres humanos podem invocar os direitos e as liberdades proclamados na presente Declaração, sem distinção alguma, nomeadamente de raça, de cor, de sexo, de língua, de religião, de opinião política ou outra, de origem nacional ou social, de fortuna, de nascimento ou de qualquer outra situação (Declaração, Universal dos Direitos Humanos, 1948, Artigo 2º).

Por outro lado, a Declaração Universal dos Direitos Linguísticos (1996, Art. 9º) determina que "Todas as comunidades linguísticas têm direito a codificar, standardizar, preservar, desenvolver e promover o seu sistema linguístico, sem interferências induzidas ou forçadas".

Dessa discussão sobre direitos linguísticos, cabe refletir sobre o nosso português que chegou ao Brasil com a colonização e foi se transformando ao longo do tempo. "A variedade brasileira é resultado da mistura e da integração das línguas da família tupi-guarani, línguas africanas e outras línguas europeias, que compartilhavam o mesmo espaço geográfico." (TIMBANE, SANTOS, ALVES, 2017,

p. 81). De acordo com Alves (2017, p. 20) uma comunidade de língua é

o conjunto de falantes de uma determinada língua que compartilham o mesmo sistema, independentemente do território político administrativo. No caso do português, corresponde a todos os países da lusofonia ou Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP). Comunidade de fala nomeia o conjunto de falantes que compartilham uma mesma variedade e que, quase sempre, coincide com a noção de nação. Os falantes do português no Brasil constituem a comunidade de fala da variedade do português que usualmente conhecemos como português brasileiro.

A política linguística lida com questões normativas da língua. Por isso, Faraco (2008, *apud*, Silveira, 2016, p. 209) define norma linguística como "o conjunto de fatores linguísticos que caracterizam o modo como normalmente falam as pessoas", ou fenômenos linguísticos habituais compartilhados por determinada comunidade. Essa norma não pode ser ensinada como uma 'camisa de força' porque sabemos que uma língua é uma soma de normas. Muitas delas não são privilegiadas pelo Estado, mas uma só é escolhida por critérios não linguísticos.

A par dessas reflexões, torna-se importante destacar que as línguas não oficiais precisam ser reconhecidas e oficializadas para que a comunidade de fala tenha o direito de usar a sua língua. A esse respeito, a Declaração Universal dos Direitos Linguísticos (1996, Art. 16) preconiza que

todo membro de uma comunidade linguística tem direito a exprimir-se e a ser atendido na sua língua, nas suas relações com os serviços dos poderes públicos ou das divisões administrativas centrais, territoriais, locais e supraterritoriais aos quais pertence o território de que essa língua é própria.

Assim, algumas cidades brasileiras fizeram a oficialização da língua indígena **guarani** nos municípios de São Gabriel da Cachoeira (AM), **nheengatu**, **tukano** e **baniwa**, e variedades do **guarani** – **kaiowá**, **ñandeva** e **mbya** em Tacuru (MS). Por outro lado, as línguas de imigrantes também foram cooficializadas como por exemplo, a língua **pomerana** no município de Santa Maria de Jetibá (ES) e o município de Antônio Carlos (SC) que cooficializou a língua **hunsrückisch** (SEVERO, 2013).

No entanto, as línguas autóctones brasileiras tendem a desaparecer, especialmente as dos povos indígenas, pois pouco se faz em favor dessas línguas. As poucas línguas reconhecidas pelos governos municipais ocorreram graças à pressão de cientistas/pesquisadores e de organizações não governamentais ou da

sociedade civil. Os vereadores só agiram a partir de pressão social para que essas línguas fossem oficializadas nos locais onde são faladas. Este é um ganho muito importante.

Noutro viés, as **políticas linguísticas colonizadoras**, quer dizer, aquelas que privilegiam a oficialização e proteção das línguas europeias caminham para a globalização linguística. Essa ideia da **globalização linguística** contraria os princípios da ideologia africana em que a diversidade linguística é muito apreciada. Por isso, o conceito de língua em contexto africano é diferente do contexto europeu (TIMBANE, PANSAU, 2020). A África do Sul, de acordo com os autores, é um exemplo de uma política linguística baseada na **democracia linguística** ao oficializar e aplicar com base na Constituição de 1996, as 11 línguas faladas das quais 1 é de origem europeia (o inglês).

Claro está, portanto, que o Brasil precisa de políticas linguísticas sólidas que favoreçam a riqueza linguística. As línguas precisam de proteção e de revitalização por meio de ensino e uso. A língua é um **instrumento de poder** muito forte e presente no cotidiano e se relaciona com a comunidade que a fala. Precisa de proteção de toda a sociedade para que não desapareçam. Os estudos de Rodrigues (1993) mostram como as línguas indígenas estão desaparecendo por falta dessas políticas linguísticas sólidas, decisões importantes para fazer frente à variedade linguística presente no nosso país, discussão que será feita no tópico seguinte.

### 2.3 A VARIAÇÃO LINGUÍSTICA NO PORTUGUÊS BRASILEIRO

Existe uma língua portuguesa. Dentro dela se observa variedades e variantes que particularizam as realidades sociolinguísticas. A **Sociolinguística** é uma área da Linguística que "estuda a língua em seu uso real, levando em consideração as relações entre a estrutura linguística e os aspectos sociais e culturais da produção linguística." (CEZARIO, VOTRE, 2009, p.140). Esses autores avisam que nem tudo é variação, mesmo sabendo que a língua é maleável e em construção permanente.

Já foi afirmado anteriormente que a língua é evolutiva e está sempre em transformação. Isso ocorre ao ritmo em que se modifica a sociedade ou mesmo com o surgimento das tecnologias. As novas palavras são criadas pelos processos chamados de neológicos e passam a ser usadas em nosso cotidiano; vale destacar que os jovens são os que mais criam variações de palavras, principalmente no

mundo digital.

Conforme Tarallo (1997), nem tudo que varia sofre mudança, mas que toda mudança linguística pressupõe variação, uma vez que mudança é variação. O falante utiliza o sistema que lhe é oferecido pela comunidade para produzir novas palavras, novas sintaxes e semânticas. A norma-padrão nos parece uma Lei, na qual quem comete crime (erro) é imediatamente punido. A gramática normativa fica intacta no tempo, sem variar, atendendo a uma demanda específica da sociedade - a comunicação formal, profissional.

Um indivíduo não pode criar ou alterar a língua natural, mas pode utilizar modelos ou mecanismos previstos pelo sistema linguístico para provocar variação e mudança. Isso pode acontecer porque este indivíduo é um ser histórico e porque a língua pertence a sua historicidade. Isto quer dizer que a expressão que é usada pelo falante tem uma história que a precede.

De acordo com Coelho et al. (2015), a variação pode ser vista por dentro da língua ou pode ser vista por fora dela. A variação **vista por dentro** acolhe os aspectos lexicais, fonológicos, morfofonológicos, morfológicos, morfossintáticos, sintáticos e discursivos. A variação **vista por fora** acolhe aspectos geográficos ou regionais, sociais, e estilísticos, da fala e da escrita. (COELHO et al., 2015). Assim, a variação semântica ocorre quando uma mesma palavra pode ser empregada com o mesmo significado. Podemos citar o exemplo da palavra **banco**. Pode significar "instituição que se dedica a depósito e saque de dinheiro", "pode significar custear", pode significar "objeto que serve para sentar". Há, portanto, uma polissemia.

A sociolinguística tem por objeto de estudo os padrões de comportamento linguístico observáveis dentro de uma comunidade de fala e os formaliza analiticamente através de um sistema heterogêneo, constituído por unidades e regras variáveis. Esse modelo visa responder a questão central da mudança linguística a partir de dois princípios teóricos fundamentais: (I) o sistema linguístico que serve a uma comunidade heterogênea e plural deve ser também heterogêneo e plural para desempenhar plenamente as suas funções; rompendo-se assim a tradicional identificação entre funcionalidade e homogeneidade (II) os processos de mudanças que se verificam em uma comunidade, sendo que a mudança implica necessariamente variação, mas a variação não implica necessariamente mudança em curso (LABOV, 2008; WEINREICH, LABOV, HERZOG, 1968).

Silveira et al. (2016, p. 208) argumentam que "a norma padrão não é uma

variedade da língua, posto que é fixada artificialmente, resultado de um entrecruzamento de elementos "léxico-semânticos e ideológicos" arraigados desde o século XIX, com base em um padrão lusitano de escrita literária". Assim, os processos de mudanças contemporâneas que ocorreram na comunidade de fala são primordiais na sociolinguística.

Importante observar que **comunidade de fala** para esse modelo teórico metodológico não é entendida como um grupo de pessoas que falam exatamente igual, mas que compartilham traços linguísticos que distinguem seu grupo de outros; comunicam relativamente mais entre si do que com os outros e principalmente compartilham normas e atitudes diante do uso da linguagem (LABOV, 2008). Para os sociolinguistas, na comunidade de fala existirão formas linguísticas em variação, isto é, formas que estão em coocorrência (quando duas formas são usadas ao mesmo tempo) e em concorrência (quando duas formas concorrem). A sociolinguística variacionista é também denominada "Teoria da variação".

As formas em variação receberam o nome de "variantes linguísticas". Tarallo (1986, p. 08) afirma que "variantes linguísticas são diversas maneiras de se dizer a mesma coisa em um mesmo conceito e com o mesmo valor de verdade. A um conjunto de variantes dá-se o nome de variável linguística". Essas variáveis subdividem-se em variáveis linguísticas dependentes e independentes.

**Variável dependente** é o fenômeno em que se objetiva estudar, por exemplo, a aplicação da regra de concordância nominal; as variantes seriam então as formas que estão em competição: a presença ou ausência da regra de concordância nominal. O uso de uma ou outra variante é influenciado por fatores linguísticos (estruturais) ou sociais (extralinguísticos). Tais fatores constituem as variáveis explanatórias ou independentes. (COELHO et al., 2015).

Nesse sentido, a teoria da variação considera a língua em seu contexto sócio-cultural, uma vez que a explicação para a heterogeneidade que emerge dos usos linguísticos concretos podem ser encontrados em fatores externos ao sistema linguístico e não só nos fatores internos à língua. Portanto, como observou Mollica e Braga (2003, p.10), "ela parte do pressuposto de que toda variação é motivada, isto é, controlada por fatores de maneira que a heterogeneidade se delinea sistemática e previsível".

Os inúmeros atos de fala que se verificam numa comunidade são, indubitavelmente, variados. Pode-se afirmar que nenhuma língua se apresenta como

entidade homogênea. Ela é representada por um conjunto de variedades, segundo Marote e Ferro (1994), na obra "Didática da Língua Portuguesa", como:

a) variedades especiais ou dialetos geográficos, ex: o dialeto gaúcho, carioca, paranaense etc.;

b) variedades de classe social ou dialetos sociais, ex. a língua especial dos médicos, dos diferentes tipos de gíria etc.;

c) variedades de grupos de idades ou dialetos etários, ex. a linguagem infantil dos jovens etc.;

d) variedades de sexo ou dialetos masculino e feminino, ex. a linguagem específica das mulheres etc.;

e) as variações de gerações ou variedades diacrônicas. ex. o português arcaico etc.

A escola é um espaço que necessita promover discussão sobre "variação linguística". Essa discussão não pode ocorrer apenas no âmbito da disciplina de Língua Portuguesa. O debate deve se espalhar nas outras disciplinas curriculares. Deve, ainda, incluir as questões do preconceito linguístico que afeta jovens e adolescentes no ensino fundamental. Não há variedade linguística melhor ou pior, porque "nada na língua é por acaso" (BAGNO, 2007) e "não é errado falar assim" (BAGNO, 2009).

Fica evidente que o que existe por trás dessa ideia é um equívoco acerca das noções de certo e errado, já que a escola hoje não recebe apenas alunos provenientes das camadas mais beneficiadas da população. A democratização da escola, ainda que falsa, trouxe em seu interior outra clientela e com ela diferenças dialetais bastante acentuadas. Assim, os professores não ministram aulas só para aqueles que pertencem a um determinado grupo social. Representantes de outros grupos estão sentados nos bancos escolares e eles falam variedades regionais (BAGNO, 2014).

Logo, torna-se claro, também, que o professor precisa combater qualquer tipo de preconceito, sabendo lidar com os diversos saberes que se encontra na sala de aula, e valorizar cada um em suas peculiaridades individuais. O preconceito não pode persistir em sala de aula. A língua culta ou padrão não deve ser considerada a única forma de expressão do nosso idioma, principalmente pelo motivo de nossa nação ter sido construída a partir da mistura entre diversos povos, com variadas línguas.

Outro aspecto que corrobora nesse processo das variações e mudanças é a distância geográfica fazendo com que haja sotaques bem diferentes. Há casos em que a diferenciação regional interfere nas diferenças lexicais. Um exemplo disso são os variados nomes dados a certas coisas, de acordo com o estado ou cidade. A abóbora nos estados do Sul do país chama-se jerimum, no norte e nordeste; do mesmo modo, a mandioca (em São Paulo) recebe o nome de aipim, no Rio de Janeiro, e de macaxeira, nos estados do norte e nordeste. (BIZZOCCHI, 1997). Timbane, Santos, Alves (2017, p.75) explicam que

toda variação e mudança são incentivadas pela cultura, pela tradição, pelo desenvolvimento econômico e político que se apresenta em cada lugar geográfico. A língua é um sistema de signos que tem dentro de si um valor cultural. Os falantes identificam-se através da língua, do seu uso e, assim, eles veem a língua como um símbolo da sua identidade social.

A variação é uma característica comum de todas as línguas, pois, nenhuma língua se mantém estanca o tempo todo sem permitir variações e mudanças. A variação pode ocorrer em diferentes níveis da língua, tal como aponta Abdula (2022). Dessa maneira, é fato que a variação linguística consiste em um fenômeno presente no uso da Língua Portuguesa, ocorrendo por meio das variações históricas e regionais, tendo suas alterações feitas pelos próprios falantes.

As variantes são maneiras diferentes de falar a mesma coisa, no mesmo contexto e com o mesmo valor de verdade. Estas variantes, por sua vez, estão sempre competindo dentro da comunidade de fala a qual pertencem. Ou melhor, "numa mesma língua, um mesmo vocábulo pode ser pronunciado de formas diferentes, seja conforme o lugar – variação diatópica -, seja conforme a situação (mais formal ou mais informal) em que está falando - variação diafásica". (BELINE, 2003, p.121).

Concluindo a primeira parte afirmando que a existência de variedades não é motivo plausível para que haja preconceito linguístico. Pelo contrário. Dessa discussão, torna-se evidente que as formas não normatizadas pela política linguística também estão corretas; são as várias formas de comunicação. Não é pelo fato de não estarem impressas numa gramática que elas não são normatizadas pelos falantes. Falar "*os meninos canta*" está normatizado no seio dos falantes dessa variedade. Nada está errado nessa frase. Por isso o respeito é fundamental porque "a língua não pode servir para exclusão social" (BAGNO, 2009, p. 29).



Reconhecer a variedade do cidadão é o primeiro passo para uma democracia linguística.

### 3 CAPÍTULO II: O ESTUDO DO LÉXICO E DO VOCABULÁRIO

#### 3.1 O LÉXICO: A FACE MAIS EVIDENTE DA LÍNGUA

O léxico, de acordo com Abdula (2022), é responsável pelo transporte e armazenamento de valores culturais e pela visão que o povo tem sobre o mundo, então, o estudo da língua passará pelo estudo e compreensão dos fatores linguísticos e extralinguísticos dos falantes da língua. Para Biderman (2001, p. 178) se constitui como "um vasto universo de limites imprecisos e indefinidos", abrangendo "todo o universo conceptual dessa língua".

Indo além nesse processo de definição, Contiero e Ferraz (2014, p. 34) afirmam ser o léxico da língua um sistema aberto, em constante ampliação, que se expande "de acordo com as novas descobertas promovidas pelo homem, pelas mudanças nas relações dos grupos sociais ou conforme o seu contato com a natureza", resultando que constantemente ocorra a incorporação de novas palavras. O oposto disso é esclarecido por Biderman (2001, p. 203): "Só existe uma possibilidade para um sistema lexical se cristalizar: a morte da língua. Foi o que aconteceu ao latim. Se a língua, porém, continuar a existir como meio de comunicação oral (e também escrito), seu léxico se ampliará sempre" (BIDERMAN, 2001, p. 203).

O léxico de uma língua é "uma entidade abstrata que se obtém por acumulação: às palavras em uso por cada falante, no seio de uma dada comunidade de falantes, juntam-se as palavras em uso por outras comunidades linguísticas falantes da mesma língua; às palavras em uso na contemporaneidade, somam-se as que estiveram em uso em sincronias passadas, de que temos notícia pela documentação escrita e que, por vezes, ressurgem; aos dados da escrita, unem-se os dados da oralidade, quando é possível apreendê-la, dada a muito maior fluidez da oralidade face à escrita. (VILLALVA, SILVESTRE, 2014, p. 23).

Vilela (1995) contribui com essa definição ao orientar que

(...) léxico é o conjunto das palavras fundamentais, das palavras ideias duma língua; o vocabulário é o conjunto dos vocábulos realmente existentes num determinado lugar e num determinado tempo (...) tempo e lugar ocupados por uma comunidade linguística; o léxico é o geral, o social e o essencial; o vocabulário é o particular, o individual e o acessório (VILELA, 1995, p.13).

Para Contiero e Ferraz (2014, p. 45),

É certo que o léxico de uma língua nos diz muito a respeito da cultura de um povo, trazendo à tona suas formas de se organizar em sociedade, suas visões políticas, suas bandeiras ideológicas e maneiras específicas de interagir em contextos específicos. É por meio do léxico também que podemos avaliar o que os nossos antepassados vivenciaram e as mudanças ocorridas no tempo atual de nossa sociedade.

Ferraz (2008, p. 146) arremata afirmando que a evolução de uma sociedade, "bem como as transformações culturais (tradição, costume, moda, crença) propiciam mudanças no léxico, de vez que este está diretamente associado ao universo de pessoas e coisas".

[E]studar o léxico de uma língua é estudar a história e a cultura de quem utiliza essa língua. O acervo lexical de um povo é construído ao longo de sua história social, política, econômica, religiosa etc. Em cada época as palavras se modificam, se ajustam, se acoplam, são esquecidas, são lembradas, são criadas, ajustando sua fonética de acordo com a fala de determinada comunidade, diversificando o seu significado de acordo com a época vigente, sendo proibida e/ou permitida de acordo com a sociedade em que esteja inserida. Todos esses caminhos dão, aos estudos lexicológicos, a possibilidade de poder estudar as palavras de uma língua nas mais diversas perspectivas (ABBADE, 2012, p. 145).

Antunes (2012, p. 27) é outra autora que também esclarece sobre o léxico de uma língua:

numa definição mais geral, pode ser visto como o amplo repertório de palavras de uma língua, ou o conjunto de itens à disposição dos falantes para atender às suas necessidades de comunicação. Ao lado da gramática, mais especificamente junto à morfossintaxe e à fonologia, o léxico constitui o outro grande componente da língua. Se é verdade que não existe língua sem gramática, mas verdade ainda é que sem léxico não há língua. As palavras são a matéria-prima com que construímos nossas ações e linguagem.

E continua, ao fazer o que poderia ser definido como um maior esclarecimento, que serve ao propósito desse trabalho:

A linguagem intermedeia nossa relação com o mundo. No entanto, essa relação não se dá, diariamente; quer dizer, não se dá entre as palavras e as coisas. Essa relação se dá entre categorias cognitivas que construímos das coisas ao longo de nossa experiência e as palavras de que a língua vai dispor para expressar tais categorias. Quer dizer, as palavras são "a representação linguística" dessas categorias cognitivas que construímos e armazenamos (ANTUNES, 2012, p. 27-28).

Através do léxico se identifica uma determinada comunidade em seus aspectos socioculturais. Uma unidade lexical simples como *lobolo* ou *lovólo* não é reconhecida no Brasil ou em Portugal, ou seja, ela ocorre no contexto de Moçambique e representa um evento cultural moçambicano - a cerimônia tradicional de entrega do dote. (TIMBANE, 2016). As unidades lexicais *gol*, *escanteio*, *impedimento* não são reconhecidas em Angola, em Moçambique etc., pois elas fazem parte do português brasileiro. Assim, podemos afirmar que léxico "é o inventário das unidades significativas responsáveis pela conceituação e representação do universo empírico natural e do sociocultural produzido pela atividade dos homens em sociedade" (COELHO, 2008, p.14).

Dessa constatação, chega-se à palavra "lexicultura" que, de acordo com Timbane (2018), provém da junção das palavras "léxico" e "cultura". O autor explica:

Entendemos por "cultura" como o conjunto de padrões de comportamento, de conhecimento, de crença, da arte, da moral, da lei, dos costumes e de todos os outros hábitos e capacidades adquiridas pelo homem como membro da sociedade. Sendo assim, a cultura carrega consigo as suas especificidades, por isso que se pode notar a existência de significados e sentidos semânticos diferentes de uma comunidade linguística para outra.

É importante compreender que a língua só faz sentido dentro do contexto social. As palavras ganham sentidos pragmáticos mais profundos dentro do uso numa comunidade linguística.

Entendemos por **lexicultura** o conjunto de itens lexicais que caracterizam e especificam uma determinada comunidade linguística. Quer dizer, quando um falante pronuncia uma determinada palavra, nós identificamos como membro pertencente ao grupo "X" ou "Y". (TIMBANE, 2014, p. 46, grifo do autor).

Em outras palavras, continua Timbane (2014, p. 46-47, grifos do autor),

a lexicultura seria a identidade lexical de um indivíduo ou de uma comunidade linguística. Dividimos a lexicultura em duas partes: A **lexicultura geral**, aquele conjunto de itens lexicais que são identificados por toda comunidade linguística, neste caso, a comunidade lusófona. A **lexicultura específica** se refere ao conjunto de itens lexicais que caracterizam uma variedade ou variante específica, ou seja, pertence a um grupo restrito. Pertencem a este grupo os angolanismos, os brasileirismos, os moçambicanismos etc.

Há momentos da história da língua em que certas palavras deixam de

pertencer a um grupo linguístico específico e generalizam-se por toda comunidade, passando assim do específico para o geral. Essas unidades podem ser encontradas em dicionários brasileiros, portugueses e moçambicanos (se vier a surgir). Isso significa que as palavras podem passar da fase específica para a geral e vice-versa. Isso acontece porque a língua é sempre dinâmica e muda constantemente motivada por fatores socioculturais e sociocognitivos (BAGNO, 2014).

O léxico é construído pela comunidade e é armazenado na língua. Cabe a cada membro buscar o vocabulário que deseja para a construção do seu discurso. O léxico se renova a todo instante e procura se adaptar ao movimento sociocultural dos usuários da língua.

Villalva e Silvestre (2014, p. 23) acrescentam que é por meio do léxico também que podemos avaliar o que nossos antepassados vivenciaram e as mudanças ocorridas no tempo atual de nossa sociedade.

De modo geral, por léxico compreende-se todos os itens lexicais, com suas regras lexicais, que constituem a língua de uma comunidade linguística, mas que não se confunde com o vocabulário, que são duas concepções complementares, como veremos a seguir.

### 3.2 O VOCABULÁRIO: A INDIVIDUALIZAÇÃO DA PALAVRA

Se o léxico é o universo de todas as palavras que ocorrem numa língua, o vocabulário "exerce um papel crucial na veiculação do significado, que é, afinal de contas, o objeto da comunicação linguística." (BIDERMAN, 1996, p. 27). O vocabulário é o "conjunto factual de todos os vocábulos atestados num determinado registro linguístico, isto é, o conjunto fechado de todas as palavras que ocorrem de fato nesse discurso." (CORREIA, ALMEIDA, 2012, p.15).

O vocabulário é específico, pertence a um grupo mais restrito ou a um indivíduo, como por exemplo, o vocabulário de Mia Couto. Estudos de Timbane e Bomfim (2020), Timbane e Santos (2020) entre outros debatem como o vocabulário de Mia Couto é característica dele. Além dos escritores, os músicos também criam o vocabulário próprio da comunidade.

Os estudos de Santiago e Timbane (2022) discutem como as letras das músicas apresentam um vocabulário específico do artista. Os autores defendem que a música carrega elementos universais e, por isso mesmo, a língua "falada" nas

músicas pode chamar a atenção de qualquer ser humano. A música, enquanto uma produção, "é produto da ação criadora do ser humano inserido no meio social, com uma história e uma cultura que deverá, de alguma forma ser compreendida em todas as instâncias deste próprio mundo." (SANTIAGO e TIMBANE, 2022, p. 226).

Tal como o léxico, o vocabulário "está em perpétua mutação e movimento, acompanhando as mudanças socioculturais, nenhum dicionário conseguirá registrar fidedignamente esse acervo, pois as unidades complexas encontram-se em estágios diferentes de cristalização." (BIDERMAN, 1996, p.34). O léxico, de acordo com a autora, é o conjunto abstrato das unidades lexicais da língua; vocabulário é o conjunto das realizações discursivas dessas mesmas unidades.

A título de reforço, Biderman (1996, p.32), define que o léxico é o conjunto abstrato das unidades da língua e vocabulário é o conjunto das realizações discursivas dessas mesmas unidades. Para a autora, o léxico é constituído por todos os elementos lexicais da língua, criados de forma abstrata pelos falantes. A palavra equivale à ocorrência, à forma por oposição a vocábulo (unidade abstrata da língua). Sob a perspectiva da ecolinguística, o léxico é "o inventário de rótulos que os membros da Comunidade criaram para os aspectos do MA [meio ambiente] que consideraram relevantes no processo de sua adaptação a ele e dele a si mesmos, bem como deles uns com os outros." (COUTO, 2007, p. 188)

### 3.3 O SENTIDO DAS PALAVRAS: A SEMÂNTICA

Para esse debate, iniciamos citando Kempson (1980) que afirma ser todas as linguagens dependentes de palavras e sentenças dotadas de significado: cada palavra e cada sentença está convencionalmente associada a pelo menos um significado. Por isso mesmo a teoria semântica deve ser capaz de atribuir a cada palavra e sentença o significado (ou significados) que lhe é associado nessa linguagem.

Segundo Cançado e Godoy (2012), semântica é o estudo do significado das línguas, e seu objeto de estudo é a menção das sentenças e das palavras isoladas de seu contexto. De acordo com Biderman (1996, p. 27), "o vocabulário exerce um papel crucial na veiculação do significado, que é, afinal de contas, o objeto da comunicação linguística." A significação é o ponto de partida e o ponto de chegada de toda a atividade linguística, pelo que é incontornável o lugar nuclear da semântica

na gramática das línguas naturais. Enquanto módulo da gramática, a semântica envolve o conhecimento intuitivo do significado das palavras de uma língua das regras que presidem a construção de predicções e dos mecanismos que garantem e sequencialização de enunciados no plano discursivo/ textual. A explicação desse conhecimento é feita no âmbito semântico enquanto disciplina linguística, que assim se ocupa da descrição do significado das palavras das frases e do texto (LOPES; RIO-TORTO, 2007).

Greimas (1973, p.17, grifos na origem) define *significante*, "os elementos ou os grupos de elementos que possibilitam a aparição da significação ao nível da percepção, e que são reconhecidos, nesse exato momento, como exteriores ao homem". Já o *significado*, é "a significação ou as significações que são recobertas pelo significante e manifestadas graças à sua existência" (GREIMAS, 1973, p.17, grifos na origem). Damos o nome de *conjunto significante* a "união do significante e do significado".

Kempson (1980, p.188) defende "uma teoria semântica baseada na verdade que especifique formas lógicas a partir das quais se possam deduzir todas as inferências relevantes à verdade analítica, e isso nos proporciona um ponto de contato real com o trabalho que vem sendo realizado no campo da lógica formal." Como afirma Cançado (2008, p.19), a semântica não pode ser estudada somente como a interpretação de um sistema abstrato, mas também tem que ser estudada como um sistema que interage com outros sistemas. Santana e Timbane (2022, p.145) reconhecem que "A língua é dinâmica e pode variar e mudar à medida que a sociedade muda".

De acordo com (REY-DEBOVE, 1984, p. 60),

A semântica lexical representa ao mesmo tempo o essencial da semântica e seu domínio mais confuso, verdadeiro terror dos lingüistas. O estudo do sentido das palavras está com efeito tão tradicionalmente comprometido com os debates filosóficos, psicológicos e literários, que parece difícil abordá-lo em bases científicas.

Entretanto, em todas as línguas, "as palavras podem ser organizadas de modo a formar sentenças e o significado dessas sentenças depende do significado das palavras nelas contidas. Entretanto, não se trata de um simples processo de acumulação" (CANÇADO, 2008, p. 19); há casos em que a ordem das palavras mudará o significado, e há outros em que tal não ocorre.

Avançando nessa discussão, Rey-Debove, argumenta que

A primeira reação salutar dos lingüistas consistiu em negar que existam palavras com significado determinado fora da frase contextual que as contém, e que é a única a permitir a manifestação do sentido (o sentido duma palavra é o seu emprego). Se uma palavra é empregada sozinha, é que essa palavra é por si só uma frase, como Vem! ou Garçom'. Se uma só palavra pode funcionar como uma frase, é porque o contexto situacional vem saturar ora o sujeito ("Tu queres vir?"), ora o predicado ("Garçom, traga a conta"). Por isso o turista estrangeiro pode fazer-se compreender com um "pequeno léxico prático" sem conhecer uma só regra de gramática (ao passo que uma competência gramatical sem léxico exclui absolutamente toda comunicação) (REY-DEBOVE, 1984, p. 61).

Da discussão sobre o sentido das palavras afiança:

Certamente era necessário mostrar que as palavras não têm significado transcendental que viesse de outro lugar senão do discurso: ou do mundo das essências, ou da história, ou da própria forma material delas. Alude-se aqui ao "realismo antigo", à "prova pela etimologia" e à "magia das palavras". Não obstante, se se pode falar da palavra como unidade de língua e não como ocorrência particular na fala, não é preciso dizer que se pode e que se deve falar do significado duma palavra nos mesmos termos. Cada um de nós é capaz de evocar o sentido de cão, morrer, feliz, nunca... sem recorrer a uma frase particular (REY-DEBOVE, 1984, p. 61).

Cançado (2008, p. 19) esclarece que "uma teoria semântica deve não só apreender a natureza exata da relação entre o significado de palavras e o significado de sentenças, mas deve ser capaz de enunciar de que modo essa relação depende da ordem das palavras".

Ilari (2000) explica que a possibilidade de falar das sentenças de uma língua nessa mesma língua, quebrando os limites entre linguagem e metalinguagem é um traço inerente às línguas naturais, que as torna internamente contraditórias (ILARI, 2000, p. 117). É na língua que buscamos os significados conectados com a cultura. É a sociedade que molda a cultura e a semântica é construída em paralelo a uma sintaxe recursiva (a cada regra sintática corresponde uma regra semântica) tornando-se, ela própria, recursiva. (ILARI, 2000; GREIMAS, 1973).



## 4 CAPÍTULO III: A CRIATIVIDADE LEXICAL

### 4.1 O CONCEITO DE NEOLOGISMO

O léxico de uma língua viva está constantemente se inovando. A criatividade lexical como parte responsável pela riqueza imediata da língua se mantém permanentemente ativa permitindo a vitalidade da língua. A criação e a renovação linguística não surgiram hoje. A formação de LP é resultado dessa dinâmica, que aconteceu com o latim na Europa, fato que contribuiu na formação de diversas línguas românicas.

Segundo Timbane (2013), a palavra "neologismo" foi definida em 1735 numa fábula, e sua formação era composta por duas palavras gregas: **neos** e **logos**, que significam "novas" e "palavras", respectivamente. A obra *La Créativité Lexicale*, de Louis Guilbert, publicada em 1975, é referência indispensável nos estudos neológicos com especial enfoque para criação de palavras, de ideias e/ou de sentidos novos.

O linguista Guilbert iniciou os seus estudos analisando o vocabulário técnico de formação de palavras e percebeu que a língua permitia a manipulação de palavras criando "novidade". O estudioso apoiou-se em trabalhos de Gramática Gerativista Aplicada defendida pelo linguista soviético Saumjan, que sustentava a existência de duas formas de criação ou geração: a geração de palavras e a geração de frases.

Guilbert, por sua vez, chegou à conclusão de que a criatividade, segundo um modelo funcional, se processa por meio da estrutura da frase e a criatividade segundo a reprodução social (individual ou coletiva), que se verifica numa determinada época histórica (TIMBANE, 2013). Neologismo é definido como uma unidade do léxico, palavra, lexia ou sintagma, cuja forma significante ou a relação significante-significado não estava realizada no estágio imediatamente anterior de um determinado sistema linguístico. (TIMBANE, COELHO, 2018). Assim, neologismo constitui uma unidade lexical de criação recente, uma acepção nova que se atribui a uma palavra já existente ou, então, um termo recentemente emprestado a um outro código linguístico.

Há três tipos de neologia: (i) a **neologia formal**: neologismos criados por meio de derivação, composição, siglas, redução de palavras ou pela articulação de

uma ou diversas sílabas que possuem um valor significativo inédito; (ii) a **neologia semântica**: neologismo criados pela atribuição de um novo significado a um mesmo segmento fonológico; (iii) a **neologia por empréstimo**: neologismos que resultam da adoção de um lexema estrangeiro. (TIMBANE, COELHO, 2018).

Ao ser criado, o neologismo pode ser integrado ou não ao sistema da língua. Esta integração obedece a critérios ortográficos, fonológicos e morfossintáticos desse idioma. A criação e a renovação linguística não surgiram hoje. A formação de LP é resultado dessa dinâmica, que aconteceu com o latim na Europa, fato que contribuiu na formação de diversas línguas românicas.

Hoje temos uma gama de estudos que se desenvolvem com propriedade sobre esta questão. No Brasil, pode-se citar os trabalhos de Barbosa (1989), de Biderman (1996, 1998), Carvalho (2009), Alves (2017), entre muitos outros. Quando se fala em neologismos, o estudo pode ter a vertente lexical, a vertente morfossintática, a vertente semântica, a vertente pragmática e a vertente fonética/fonológica.

Os neologismos podem provir de criações dentro da língua (possibilitando criações dentro da língua) e de importação vindas de outras línguas. Sablayrolles (2006) as designa matriz externa. Para o presente estudo, interessa o estudo dos neologismos lexicais (formação de palavras) e semânticos (sentido ou significado da palavra). O léxico de uma língua, segundo Biderman (1998, p. 91), "constitui uma forma de registrar o conhecimento do universo. Ao dar nomes aos referentes, o homem os classifica simultaneamente". Exemplo de alguns neologismos que surgiram na arena política: **patriotário** (pessoa fanática ou alopada da ideologia da direita brasileira), **gado** (simpatizante do presidente Bolsonaro), melancia (pessoa que se identifica com ideias da esquerda e da direita no Brasil), **panelaço** (manifestação barulhenta feita batendo em painéis ou objetos), **sentar o dedo** (digitar likes na rede social), **QG** (parte frontal do quartel general onde se reúnem manifestantes da direita), **chiqueirinho** (espaço onde o presidente Bolsonaro se encontrava com simpatizantes para fazer declarações ou responder perguntas), **bolsonarismo** (ideologia da direita), **bolsonarização**, **bolsofonia**, **olavismo** entre outras. Além dessas, a palavra **LGBTQIAP+** é também nova, portanto, é um neologismo.

Na atualidade, observa-se a chegada de muitas palavras e expressões advindas da língua inglesa, muitas delas da área da informática, tais como

*backupear, clicar, customizar, deletar, inicializar, renderizar, escanear, logar, plugar* (BIDERMAN, 2001). Além dessas temos *shopping milk-shake, outdoor, notebook, big brother, pop star, lan house, miss, stress, login, selfie pendrive, design*, entre várias outras que a cada dia se integram à nossa língua. Os exemplos apresentados mostram claramente que a língua é dinâmica, variando e mudando ao longo do tempo, impulsionada pelas variáveis sociais e linguísticas. As palavras referidas não são mais sentidas como estrangeiras no português do Brasil. São palavras que já se integraram de tal forma que nos levam a concluir que elas são palavras da LP, mas de origem inglesa.

Paralelamente a essa reflexão, ninguém mais pensa que a palavra "futebol" provém do inglês, a palavra "sutiã", do francês, ou ainda, que as palavras "capivara" ou "abacaxi" provêm de línguas indígenas. Ninguém mais imagina que as siglas *aids, laser, radar, ipod* vieram do inglês e significam *Acquired Immune Deficiency Syndrome, Light Amplification by Stimulated Emission of Radiation, Radio Detecting and Ranging Incorporated Portable On Demand*, respectivamente (TIMBANE, 2014). Isso acontece porque as palavras se integraram à língua deixando de ser estrangeiras, passando a pertencer ao nosso léxico. Esse processo de integração é natural em todas as línguas vivas, não causa estragos à nossa língua. Parece evidente que "a língua ao receber palavras estrangeiras não se desvirtua. Pelo contrário, a aquisição de novos conceitos e modos de expressão venham de onde vierem só enriquece" (FERREIRA, 2008, p. 292). É importante acrescentar que "nem todas as palavras que vão sendo criadas, mesmo pelos escritores, passam a pertencer ao patrimônio da língua" (FERREIRA, 2008, p. 293).

Os estudos da neologia na atualidade mostram que o conceito de neologismo apresentado em vários estudos publicados no Brasil e no mundo merece ser discutido cada vez mais. Isso significa que precisamos enquadrar as realidades teóricas da realidade cultural de cada comunidade linguística. Entendemos que o neologismo não é antigo e que ganhou novos valores semânticos, morfológicos, fonéticos, fonológicos, sintáticos, pragmáticos etc.

De acordo com Bechara (2019, p. 376), as atividades dos falantes no comércio da vida em sociedade favorecem a criação de palavras para atender às necessidades culturais, científicas e da comunicação de um modo geral. As palavras que vêm ao encontro dessas necessidades renovadoras chamam-se neologismos, que têm do lado oposto ao movimento criador, os arcaísmos, representados por

palavras e expressões que, por diversas razões, saem de uso e acabam esquecidas por uma comunidade linguística, embora possam permanecer em comunidades mais conservadoras, lembrados em formações deles originados. Os neologismos ou criações novas penetram na língua por diversos caminhos.

O primeiro deles é mediante utilização da prata da casa, isto é, dos elementos (palavras, prefixos, sufixos) já existentes no idioma, quer no significado usual, quer por mudança do significado, o que já é um modo de revitalizar o léxico da língua. Entre os procedimentos formais temos, assim, composição (prefixal e sufixal). Outra fonte de revitalização lexical são os empréstimos linguísticos, isto é, palavras e elementos gramaticais (prefixos, preposições), ordem de palavras tomadas por empréstimos de outra comunidade linguística dentro da mesma língua histórica (regionalismo, nomenclatura técnica e gírias) ou de outras línguas estrangeiras-inclusive grego e latim, que são incorporados ao léxico da língua comum e exemplar. De todos esses procedimentos de revitalização do léxico, merecem atenção especial para a gramática a composição e a derivação, tendo em vista a regularidade e sistematicidade com que operam na criação de novas palavras.

#### 4.2 NEOLOGISMOS LEXICAIS

Timbane e Rocha (2020, p. 13) alertam que "Os neologismos vindos de outras línguas são vistos como "maldosos" por parte de pessoas com pouco conhecimento sobre o fenômeno". No entanto, já ficou claro que a criação lexical está intimamente ligada à realidade sociocultural e não tem como se dissociar dela. O fenômeno "estrangeirismo" ocorre em todas as línguas do mundo, pois não existe uma cultura homogênea. Toda cultura é resultado de culturas, de línguas e hábitos.

Em estudo sobre a presença de neologismos lexicais na formação de nomes comerciais, Alves (2017, p. 96) considera reconhecer "uma criatividade patente nas formações de nomes ao juntar elementos da língua portuguesa que aparecem nas produções inéditas", ficando evidente também "que existe grande presença de termos estrangeiros como *stores*, *showrooms* e *barber shops*, [...] revelando a apropriação de aspectos linguísticos de outros povos".

A formação de novas palavras ocorre de forma natural em línguas vivas, até porque a criação do termo é elaborada por uma classe privilegiada que detém não apenas o poder econômico, mas também o saber e o direito de nomear o objeto.

Esta camada social, de acordo com Carvalho (2009, p. 74), "exerce a função de normalizar a produção, designar os objetos e divulgá-los através de nomes patenteados."

Não se pode perder de vista o fato de que a língua inglesa está potencialmente presente na propaganda, quer dizer, na indústria de consumo. O inglês, de acordo com Crystal (2005) pode ser relativamente estável em seu status mundial, mas por certo não o está em seu caráter linguístico. A presença do inglês em produtos industrializados os torna mais atrativos. Os neologismos lexicais buscam essa relação permanente porque

Todas as línguas expressam a identidade das pessoas que a falam, mas para aqueles que formam uma parte pequena de uma grande comunidade o papel da língua é especialmente importante. Eles querem ver sua língua tratada com respeito pela cultura dominante; querem oportunidades de usar a língua em público e vê-la valorizada. Seria intelectualmente desonesto se orgulhar das conquistas da própria língua e negar a mesma oportunidade às outras. (CRYSTAL, 2005, p.138).

#### 4.3 ESTRANGEIRISMOS E EMPRÉSTIMOS LEXICAIS

Garcez e Zilles (2001, p. 15) definem 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". Esses autores alertam tratar-se de um fenômeno recorrente que emerge do contato entre comunidades linguísticas, que recebe também o nome de empréstimo.

Conforme Garcez e Zilles (2001, p. 15), essa "noção de estrangeirismo, contudo, confere ao empréstimo uma suspeita de identidade alienígena, carregada de valores simbólicos relacionados aos falantes da língua que origina o empréstimo".

Alves (2017, p. 35, grifos da origem) contribui com essa definição ao afirmar que o estrangeirismo

ocorre quando utilizamos na comunicação palavras originadas em outras línguas, especialmente quando essas não possuem um termo equivalente na língua de emprego, como por exemplo, *jeans*, *milk-shake* e *internet*. O estrangeirismo conserva os traços originais da língua de origem, enquanto que empréstimo sofre alguma adaptação na grafia, na pronúncia, ou no significado.

## Segundo os autores citados, Garcez e Zilles (2001)

diferentes grupos em uma comunidade podem atribuir valores diversos às identidades ligadas aos falantes de outras línguas. Então, os valores associados a um estrangeirismo podem muitas vezes ser conflitantes dentro da comunidade que faz o empréstimo. Por exemplo, os falantes do português brasileiro, tendo em mente a representação que fazem de certos falantes de inglês, associam a eles e, por extensão, à língua inglesa, valores que vão desde dinamismo progressista, consumo e comodidade, avanço tecnológico e poder vigoroso, valores aos quais desejam se associar, até conservadorismo retrógrado, grosseria, artificialidade insensível e poder nocivo, valores que desejam combater (GARCEZ & ZILLES, 2001, p. 15-16).

A noção de estrangeirismo faz do contato linguístico uma arena propícia ao desenvolvimento de certos episódios da vida social da linguagem em que posições políticas e sociais conflitantes, de difícil tratamento direto e aberto, vêm a público no debate sobre os comportamentos linguísticos dos grupos que disputam o controle e a distribuição de recursos na comunidade. Embora o debate em si seja movido, no fundo, pelas posições políticas e sociais dos diferentes grupos, ele trata, na superfície, de questões linguísticas, de modo que a arena de discussão se torna também terreno fértil para a produção de discursos superficiais e equivocados sobre a natureza da linguagem, sobre o uso prestigioso e "correto" da língua da comunidade e sobre a própria vida social da linguagem. (GARCEZ & ZILLES, 2001, p. 16).

O propósito dessa movimentação ideológica é estabelecer o que é legítimo na língua da comunidade, na língua do poder - a variedade linguística idealizada, simbolicamente associada ao exercício do poder - e, em última análise, identificar quem fala com legitimidade a língua da comunidade e, por fim, quem está apto a exercer o poder dentro dela e em seu nome (GARCEZ & ZILLES, 2001, p.16-17).

## De acordo com Abdula (2014, p. 43)

As línguas podem emprestar vocábulos que elas não têm e adaptá-los à sua realidade. O que ele sugere é que se tome maior atenção às línguas ameaçadas de extinção, pois, de acordo com suas palavras, das cerca de seis mil línguas no mundo, é provável que aproximadamente metade delas desapareçam no decurso deste século – em média uma língua morre a cada duas semanas. E esse é um problema na real, e não os empréstimos que têm acontecido vindos principalmente do inglês.

O estrangeirismo é uma "palavra ou expressão estrangeira us. num texto em vernáculo, tomada como tal e não incorporada ao léxico da língua receptora; peregrinismo, xenismo." (HOUAISS, VILLAR, 2009, p.839). É importante destacar que antes de o estrangeirismo se tornar um empréstimo e assim tornar parte de outro léxico, primeiramente ele passa por um processo de estranheza. O empréstimo é a "incorporação ao léxico de uma língua de um termo pertencente a outra língua

[Dá-se por diferentes processos, tais como a reprodução do termo sem alteração de pronúncia e/ou grafia (*know-how*), ou com adaptação fonológica e ortográfica (*garçom, futebol*)]" (HOUAISS; VILLAR, 2009, p. 743).

Considerando que uma das formas de ampliação do acervo lexical se dá pela neologia por empréstimos, percebe-se necessário reconhecer que há um trajeto percorrido pelas palavras para que elas passem a ser chamadas de empréstimos ou estrangeirismos. Como se dá essa diferenciação? Houaiss e Villar (2009) trazem acepções que nos permitem destacar, a partir de seu conceito, que a diferença principal é a incorporação ao léxico, ao afirmar que enquanto o empréstimo já faz parte da língua, o estrangeirismo continua como elemento estranho. Também pensam dessa maneira autores como Freitas, Ramilo e Soalheiro (2005).

Para esses autores, estrangeirismos "são palavras provenientes de línguas estrangeiras que não estão integradas no léxico do português, sendo empregadas na nossa língua" (FREITAS; RAMILO; SOALHEIRO (2005, p. 37). Quando há a adoção e a adaptação dessas palavras de línguas estrangeiras ao português, elas perdem esse caráter, recebendo uma nova identidade, e conseqüentemente uma nova designação, passando a se chamar empréstimo, sendo, "a forma mais produtiva de renovação lexical na língua portuguesa, em sua vertente brasileira" (CARVALHO, 2009, p. 37). A autora chama de empréstimo externo ou cultural aquele que é resultado de contatos políticos, sociais, comerciais e até militares entre povos, sempre com dominação de algum deles.

Na busca de clareza em relação ao assunto, Timbane (2013) observa que o estrangeirismo se dá quando há emprego de palavras que se originam de outra língua conservando as características originais, tais como a pronúncia e a grafia. Ou seja, esse processo ocorre quando utilizamos na comunicação palavras originadas em outras línguas, especialmente quando essas não possuem um termo equivalente na língua de emprego, como por exemplo, *jeans, milk-shake e internet*.

O estrangeirismo conserva os traços originais da língua de origem, enquanto empréstimo sofre alguma adaptação na grafia, na pronúncia, ou no significado. São exemplos de empréstimos as palavras eslaide (*slide*), sanduiche (*sandwich*, xampu (*shampoo*) e surfe (*surf*). Esta integração segue as normas da língua alvo, neste caso da língua portuguesa. Por exemplo, no caso dos verbos de palavras estrangeiras, todos são colocados na primeira conjugação terminando em -ar, por isso temos, "escanear", "printar", "deletar", "surfear" entre outras. Com isso, pretende-

se afirmar que a integração não é caótica e desorganizada. Segue as normas estabelecidas pelo sistema linguístico.

Ao explicar o processo de integração de estrangeirismos, Timbane (2012, p.8) lembra que "alguns estrangeirismos, logo que entram na língua, conseguem manter suas características de proveniência, mas outros mudam transformando-se em empréstimos." Para Freitas, Ramilo e Soalheiro, o empréstimo segue três fases:

a) **Na primeira fase**, há adaptação fonética imediata, adaptação morfossintática imediata. Monossemia: manutenção de um dos significados da língua de origem, grafia da língua de origem e por fim hesitação nos tipos gráficos. **Na segunda fase**, há aprofundamento da adaptação fonética e morfossintática, possibilidade de formação de novas palavras por composição e prefixação tendo como base estrangeirismo, aparecimento de formas gráficas em alternativa às da língua de origem. Finalmente, **na terceira fase**, há estabilização fonológica: fixação do acento. Plena integração morfossintática: fixação do gênero e das formas de singular e plural. Integração no sistema morfológico da língua: possibilidade de derivação, polissemia: tendência para a extensão do significado de forma original (FREITAS; RAMILO; SOALHEIRO, 2005, p. 37-49). De acordo com Abdula (2014, p. 41)

há dois tipos de empréstimo linguístico no campo lexical. O primeiro caso seria quando o vocábulo incorporado em uma língua é reconhecido como um vocábulo estrangeiro, ou seja, os falantes percebem que determinado item lexical é originário de outra língua. Já o segundo tipo seria a completa incorporação do item lexical à língua que o está recebendo de modo que não há o reconhecimento da palavra como um vocábulo emprestado de outra língua"

Importante destacar, conforme Carvalho (2009) que embasa os estudos de Alves (2017, p. 36),

a partir do momento em que objetos, conceitos e situações são nomeados em língua estrangeira esse empréstimo já se transfere para outra cultura. Os objetos introduzidos trazem também o próprio nome, não constituindo uma criação, mas acomodação, adaptação de um elemento novo. Seus falantes resistem no primeiro momento devido a dificuldades de pronúncia e transcrição, optando pelo "calque" ou tradução literal, como fiberglass, que nesse caso, suaviza a origem estranha do termo.



## 5 CAPÍTULO IV: METODOLOGIA E ANÁLISES

A presente monografia foi desenvolvida lançando mão da pesquisa qualitativa. Este tipo de pesquisa é de caráter descritivo, pois se preocupa em descrever os fenômenos por meio dos significados que o ambiente manifesta. Trata-se de uma pesquisa que busca analisar dados sem recurso a valores numéricos. Em geral, os resultados de uma pesquisa qualitativa "são expressos na forma de transcrição de entrevistas, em narrativas, declarações, fotografias, desenhos, documentos, diários pessoais, dentre outras formas de coleta de dados e informações" (BOGDAN *apud* TRIVIÑOS, 1987, p. 100).

Por outro lado, trata-se de uma pesquisa de campo porque nos deslocamos para salões de beleza, para shoppings, para farmácias a fim de identificar esses produtos de beleza feminina. Também recorreremos aos sites de venda de produtos de beleza para melhor observar a formação desses nomes. Os critérios da seleção foram: ser produto destinado a mulheres, ter sido fabricado no Brasil e possuir um nome formado sob perspectiva neológica.

A escolha desses produtos se justifica pela proliferação de produtos de beleza movimentando a economia brasileira, tal como se vê no quadro 1.

Utilizou-se também a pesquisa bibliográfica uma vez que foi necessário trazer os fundamentos teóricos na monografia. A revisão bibliográfica ou fundamentação teórica se baseou na leitura de artigos, livros, revistas e dissertações. Já a pesquisa de campo foi realizada a partir da categorização de trinta e um (31) nomes de produtos de beleza feminina, com análise da formação lexical dos nomes desses produtos que foram recolhidos em sites da internet e catálogo de revistas, não tendo sido necessário submeter a pesquisa à Comissão de Ética, haja vista se valer de material disponibilizado em sites e de domínio público.

### 5.1 OS PRODUTOS DE BELEZA

Várias são as histórias que tratam da origem dos produtos de beleza. Um que chama atenção por discorrer sobre o surgimento e evolução dos cosméticos com o título "A fascinante história dos cosméticos" afirma que

Os primeiros cosméticos de que se tem notícia datam de 30 mil anos atrás,

na era pré-histórica, quando os homens das cavernas tatuavam, pintavam ou encobriram seu corpo com misturas feitas de cascas de árvores, seiva de folhas esmagadas e orvalho. Na Mesopotâmia, um dos berços da civilização, arqueólogos também encontraram placas de argila onde havia instruções sobre higiene corporal, o que indica como as pessoas já davam importância para esse tipo de coisa naquela época.

Por volta de 1800 d.C. o médico grego Claudius Galen, realizou pesquisas sobre a manipulação de fórmulas cosméticas, iniciando a era galênica dos produtos químicos- farmacêuticos. Inclusive, foi Claudius Galen quem desenvolveu um produto chamado *Unguentum Refrigerans*, baseado em cera de abelha e bórax, e que hoje é mundialmente conhecido como *Cold cream*. (DE BEM, Sumred, 2022)

Assim, após a Revolução Industrial surgiram novas matérias-primas e o mercado de cosméticos foi se fortalecendo e crescendo o número de consumidoras, pois eram as mulheres que compravam os cosméticos. Dessa forma, com o passar do tempo e com os avanços tecnológicos esses produtos passaram por inovações e os homens também passaram a cuidar da sua higiene pessoal e ir em busca dos produtos de beleza.

## 5.2 TIPOS DE PRODUTOS DE BELEZA

De acordo com o Jornal Valor Econômico, em 2023 o Brasil lidera o ranking de exportação de produtos de beleza (DINO, 2023) e em 2022, de acordo com a Revista Exame foi considerado o terceiro maior mercado de beleza e cuidados pessoais do mundo, atrás apenas de EUA e Japão.

Os números nos colocam apenas atrás de Estados Unidos e Japão no ranking dos consumidores globais de beleza. Em relatório anual, a Abihpec (Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos) lista os motivos que explicam a efervescência, que vão desde o aumento da expectativa de vida - que traria a necessidade de "conservar uma impressão de juventude" - à entrada das mulheres no mercado de trabalho. E muita gente estaria ganhando com isso. No mundo das tinturas, cremes para cabelo, filtros solares e maquiagens, a produção é pulverizada. Mas embora as micro e pequenas empresas respondem por 98,9% das indústrias, as gigantes do setor abocanham, sozinhas, uma generosa fatia do mercado. Juntas, as cinco maiores companhias respondem por metade das vendas no Brasil. (AYRES, Exame, 2022)

Este mercado industrial movimentava milhões de reais por ano, até porque a mulher está mais empoderada buscando a sua afirmação e identidade próprias. As principais empresas de produtos de beleza são:

- (i) **Natura:** com o lucro líquido de R\$ 215 milhões esta empresa tende a

crescer 14,5%;

(ii) **Unilever**; a empresa movimenta cerca de 100 milhões de Euros tendo a tendência de crescer 10,7% Ao ano;

(iii) **Avon**: é de origem americana que chega a 61,6 milhões de dólares;

(iv) **P&G** é uma empresa de produtos de beleza que cresce bastante, com 7,2%;

(v) **O Boticário** acolhe as marcas **Eudora**, **Skingen** (cuidados com a pele) e **Berenice**.

Além destas marcas, existem muitas outras marcas; e além destas empresas, existem outras tantas empresas, conforme o quadro a seguir:

**Quadro 1** - Nomes de empresas no Brasil fabricantes de produtos de beleza

NOME DA EMPRESA	CARACTERÍSTICAS / MARKETING
<i>Agilise Cosméticos</i>	São produtos para cuidar dos cabelos. É muito mais que um tratamento. Cuidar dos cabelos não é simples. Com tantos traços, fios e estilos, encontrar a melhor maneira de emoldurar cada rosto é algo complexo.
<i>Amend Cosméticos</i>	Desenvolve e oferece produtos de beleza inovadores de forma sustentável e socialmente rentável, buscando excelência e bem estar atuando com respeito e valorização das pessoas. Possui vários produtos para cabelos, tratamento capilar, coloração, finalização, transformação entre outras possibilidades.
<i>Beox Professional</i>	A marca BEOX Professional vem desde 2005 ganhando mercado e logo ficou mundialmente conhecida com sua linha completa de cosméticos profissionais subdividida em dezesseis linhas de produtos, cada uma com sua finalidade específica. A BEOX Professional busca inovação, qualidade em matéria prima, tecnologia e destaque visual. BEOX pode ser encontrada em diversos salões de beleza de todo Brasil e no exterior como EUA, Colômbia, Equador, Chile, Polônia, Itália, França, UAE, Qatar, Jordânia entre outros.
<i>Brazil Cosmetics</i>	Presente em mais de 60 países, está há 15 anos fazendo história no mercado de cosméticos ao lado de grandes parceiros.
<i>Dompel</i>	Fundada em 1980, a Dompel se tornou a maior fabricante de móveis e acessórios para salão de beleza da América Latina, somando esforços para a construção de uma trajetória em bases sólidas. Localizado em Caxias do Sul, na Serra Gaúcha. Desenvolve, produz e entrega produtos de qualidade, detectando as necessidades do mercado.
<i>Embelleze</i>	É fabricante e vendedora de diversas marcas para cabelos (tinta e cuidado com cabelos) e fabrica produtos para cabeleireiro, barbeiro, depilação e manicure.
<i>Griffus Cosméticos</i>	Nascida em 1979, valoriza a beleza dos consumidores com produtos inovadores. Há mais de 30 anos, a empresa investe em pesquisas e em novas tecnologias para desenvolver cosméticos de alta qualidade para o tratamento eficaz de todos os tipos de cabelo.
<i>Nazca Cosméticos</i>	Surgiu no Peru e foi instalada no Brasil e se dedica em fabricar produtos para bebês e adultos (óleo do corpo, loções etc.).
<i>Sweethair</i>	Tem produtos de alta performance e tecnologia inovadora que tratam a pele profundamente, garantindo um aspecto rejuvenescido, iluminado e uniforme.
<i>Three Therapy</i>	É uma marca internacional de cosméticos com mais de 6 anos que está revolucionando o mercado através principalmente, da linha PANTOVIN que traz um conceito de tratamento natural que acelera o crescimento dos fios, fortalece e aumenta o volume dos fios, nutre de dentro para fora, reduz drasticamente a queda e dá muito mais brilho e maciez.
<i>Truss</i>	Fabrica linha completa de tratamento capilar altamente sofisticada para os mais

<i>Professional</i>	renomados profissionais cabeleireiros e pode ser encontrada nos melhores salões de beleza do mundo.
<i>Vidal Life</i>	É uma indústria de cosméticos fundada em 2001 fabrica produtos de beleza e de saúde.
<i>Vitta Gold</i>	Fabrica produtos para os tratamentos capilares profissionais de excelência que transformam a vida das mulheres por meio de serviços profissionais e soluções de beleza.
<i>The body shop</i>	Marca criada pela empresária Anita Roddick que defendia a beleza como uma fonte de felicidade e energia.
<i>Simple Organic</i>	Foi a primeira marca de clean beauty do Brasil.
<i>Negra Rosa</i>	Criada por Rosangela José da Silva, visando desenvolver produtos sob o olhar de uma mulher negra para outras mulheres negras.
<i>Linha Bruna Tavares</i>	Criada por Bruna Tavares revolucionou o mercado de cosméticos brasileiro.
<i>Care Natural Beauty</i>	Cria produtos de beleza natural, ciência e tecnologia.
<i>Flô Biocosméticos</i>	Leva beleza e cuidado para a pele através de plantas medicinais cultivadas de forma sustentável.
<i>Divas Bllack</i>	Criado por Rosane Terragno, uma marca de maquiagem dedicada a realçar a beleza da pele negra.
<i>GE Beauty</i>	Criada por Camila Coutinho.
<i>Bioart Biocosmetics</i>	Criada por Soraia Zonta, maquiagem ecológica, produtos para saúde capilar e skincare para todas as etapas da rotina de pele.
<i>Alchi + Four Elements</i>	Criada por Luíza Detanico, proporciona produtos com grande concentração de ativos naturais e veganos.

Fonte: Oliveira (2022).

Como se pode observar, a formação dos nomes destas empresas de produtos de beleza feminina são provenientes de composições de nomes em português + inglês ou vice-versa. A maior parte de empresas de produtos de beleza foram criadas por mulheres. As mulheres conhecem as suas preocupações e necessidades.

### 5.3 CARACTERÍSTICAS DA FORMAÇÃO DE NOMES

Para Alves (2017, p. 46), "o nome assume a função de porta-voz, ele comunica e conecta pessoas e empresas, estabelecendo uma relação na qual as missões e os valores da empresa são associados a princípios e ideologias individuais e coletivas."

Estudos que embasaram Alves (2017) levam-na a afirmar que em se tratando de nomes comerciais, seus proprietários "acreditam que ter um estabelecimento com nome em inglês interfere na venda, induzindo o cliente a comprar mais, pois acreditam que adotando uma nomeação em inglês estão atrelando às suas lojas maior reputação e credibilidade" (ALVES, 2017, p. 49). Outra afirmação relacionada

é "A escolha de palavras estrangeiras é feita para chamar mais atenção dos clientes (nacionais e estrangeiros) porque a vitrine não é apenas aquela da rua" (ALVES, 2017, p. 89).

A esse respeito, também Timbane (2012, p. 12) já observava essa motivação:

Motivada pelo prestígio, uma palavra será utilizada, como empréstimo, da língua "A" pela língua "B", não porque a palavra emprestada tenha falta de equivalente na língua "B", mas porque os falantes de "B" consideram a língua "A" como tendo maior estatuto e prestígio (TIMBANE, 2012, p. 12).

A criação dos nomes de produtos de beleza feminina demonstra a criatividade lexical presente nesta área específica. Por exemplo, nas cores dos esmaltes: *esmalte nudes*, *esmalte renda*, *esmalte cintilante*, *esmalte glitter*, *esmalte fosco*, *esmalte incolor*, *esmalte cremoso*, *esmalte base*, *esmalte de tratamento*, *esmalte de cobertura*, *esmalte vitamínico*, entre outros. Como se pode ver estes nomes são sugestivos, ou seja, buscam transmitir através do nome propriedades atreladas aos produtos que nomeiam. Mostram como a neologia está presente no vocabulário feminino e busca particularizar e especificar o produto. Este fenômeno visa buscar exclusividade e fazer com que o cliente seja específico nas suas escolhas.

Outro exemplo em que se pode identificar entre os produtos de beleza feminina foi com relação aos tipos de batons. Por exemplo, existe o *batom face*, *batom líquido*, *batom make B*, *batom intense*. Com relação às cores, estes produtos podem ser identificados como: *nude*, *rosé*, *marsala*, *vinho*, *coral*, *perolado*, *mate-vinho*, *vermelho*, *rosadolé*, *marrom*. Estas cores especificam e particularizam a tonalidade tanto dos lábios quanto da pele. Por isso é importante compreender que este vocabulário é frequente entre mulheres. Os produtos industrializados de produtos de beleza são criados com minuciosidades, resultando de pesquisas que seus pesquisadores e criadores fazem.

Para o caso de cores de pó compacto, foram identificadas diversas cores que podem observados: *bronze*, *tropical*, *bege claro*, *bege médio*, *porcelana*, *bege escuro*, *mate real*, *quente*, *neutro*, *frio*, *caramelo*, *mel*, *amêndoa*, *terracota*, *marrom escuro*, *cacau*, *chocolate*, *rosado*, entre outras. Desta forma, observa-se que as empresas de produtos de beleza feminina criam e recriam nomes novos (neologismos) como forma de se aproximar dos desejos dos clientes. Tudo isso resulta de uma pesquisa prévia que é feita em diferentes etnias, culturas e tradições.

Há gostos variados e a criatividade lexical de cores de *pó compacto* está muito presente, acompanhando essa diversidade de gostos. A pesquisa mostra que estes nomes são frequentemente mais conhecidos por mulheres do que pelos homens. Assim como os gostos são diversos, pode-se concluir que o vocabulário feminino é necessariamente diferente do masculino, já que buscam conhecer e se antecipar a essas realidades distintas, buscando falar a língua desse público.

Outro produto de beleza a analisar é o *blush*. Esse é um cosmético que serve para colorir as bochechas em vários tons, ou os lábios. A palavra *blush* vem da língua inglesa, sendo, portanto, um empréstimo lexical. Ele é aplicado como um pó, creme ou líquido. Vale salientar que *blush* (em inglês) ou *rouge* (em francês) é um produto de maquiagem usado para realçar ou dar colorido às maçãs do rosto (bochechas), conferindo uma aparência saudável e corrigindo certas irregularidades da face. Ele pode ser encontrado em várias cores: *masceleite, marrontini, alaranjada, lavanda, coral, rosa queimado suave, pêssego, cerejetin, castanho, marrom bege médio, marrom rosado, rosita, ameixa, malvíssima, pink hit*, entre outros que são presentes em diversos produtos. Nestes nomes se observa que os nomes de frutas e sementes fazem parte de cores.

Os dados até agora explorados permitem observar que a noção de cor evoluiu e alcançou outros patamares da complexidade conceitual. Esta estratégia linguística é fundamental para também constatar a dinamicidade da língua. Como já afirmado, a língua utilizada nesse universo da beleza se mostra em permanente evolução, criando novos referentes, novas situações, características de uma língua viva e em constante evolução. O quadro a seguir ilustra outros nomes identificados em produtos de beleza feminina.

**Quadro 2** - Dos produtos analisados, suas características e origem do nome

	<b>NOME DO PRODUTO</b>	<b>FUNÇÃO /CARACTERÍSTICAS</b>	<b>ORIGEM DO NOME</b>
1	Base Matte Vult	Uniformizar a textura e o tom da pele com acabamento super mate	Língua Inglesa
2	Blush intenso - O Boticário	Realçar as cores das maçãs do rosto, deixando a pele corada e com aspectos saudáveis	Língua Inglesa
3	Crioterápico gel redutor de celulite Abelha Rainha	Previne a formação de celulite	Língua Portuguesa
4	Perfume Ideale A'gua de Cheiro	Perfume Chipre compartilhável	Língua Portuguesa
5	Máscara capilar Bio Extratus	Promove hidratação, nutrição e reparação profunda para os cabelos	Mistura de palavra da LP e Inglesa
6	Protetor solar - Bioart	Protetor solar	Língua Portuguesa

7	Hidratante corporal EKOS CASTANHA - Natura	Hidratação da pele	Língua Portuguesa
8	Pó facial Boca Rosa Beauty	Finalização de maquiagem	Língua Portuguesa e Inglesa
9	Batom Lápis Bruna Tavares Max Lip	Hidrata os lábios	Nome formado por palavras da LP e Inglesa
10	Iluminador em pó Mari Maria	Ilumina as principais parte do rosto	Língua Portuguesa
11	Máscara para cílios Contém 1g	Alonga os cílios	Língua Portuguesa
12	Eudora Glam Palette Metallic	Paleta de cores para sombras	Língua Inglesa
13	Delineador	Contorno dos olhos	Língua Portuguesa
14	Esmalte Impala	Embeleza as unhas	Língua Portuguesa
15	Colônia Aire Jequiti	Fragrância, elegância	Língua Portuguesa
16	Lipbalm batom Ellas Candy	Bálsamo labial que hidrata e protege os lábios	Língua Portuguesa
17	Corretivo Líquido Aviva Jequiti	Corrige as imperfeições do rosto	Língua Portuguesa
18	Água Micelar Matte Sensi	Removedor de maquiagem	Nome formado por palavras da LP e Inglesa
19	Esmalte Dailus	Esmaltação das unhas	Nome formado por palavras da LP e Inglesa
20	Gel corporal Duo glitter yes cosmetics	Iluminador corporal	Nome formado por palavras da LP e inglesa
21	Ativador de tons Violine - Maribel	Máscara hidratante para reavivar a cor e o brilho dos cabelos amenizando os tons grisalhos hidratando e nutrindo os fios	Nome formado por palavras da LP e Francesa
22	Primer facial Koloss	Preparação da pele antes da maquiagem	Nome formado por palavras da Língua Alemã e Inglesa
23	OX condicionador	Condiciona os cabelos	Língua Portuguesa
24	Sérum facial clareador Max Love	Trata a pele auxiliando no seu clareamento	Nome formado por palavras da LP e Inglesa
25	Creme facial de arroz Max Love	Proporciona uma pele macia, hidratada e protegida das agressões externas	Nome formado por palavras da LP e Inglesa
26	Toalhas Umedecidas - água micelar Fenzza	Limpeza facial	Língua Portuguesa
27	Argila amarela	Revitaliza peles cansadas	Língua Portuguesa
28	Gel Vitamina C Soft Skin- Bella Femme	Hidratação e proteção da pele promovendo luminosidade devolvendo brilho natural da pele	Nome formado por palavras da LP, Francesa (femme) e Italiana (bella)
29	Gloss labial glam da UNI	Efeito de volume aos lábios	Abreviatura
30	Deo colônia Luzes Racco	Fragrância e intensidade	Língua Portuguesa
31	Henna Pó Surya Brasil	Coloração natural e tratamento cosmético capilar	Nome formado por palavras da LP, Asiática e Indiana

Fonte: Dados da pesquisa.

A formação de nomes de produtos de beleza feminina é proveniente das línguas portuguesa, francesa, inglesa e italiana. Não há caso de nomes formados por outras línguas que não sejam de origem europeia. Os nomes são chamativos e curiosos. Isso serve para atrair ou chamar atenção dos clientes. O tamanho e as cores das letras, o tipo de garrafa ou embalagem, tudo isso é utilizado para atrair clientes.

Analisando os dados desta pesquisa se observa que este vocabulário não ocorre em toda a CPLP. Quer dizer, são nomes, cores e produtos que ocorrem ou surgem no português brasileiro. Fica claro que a indústria brasileira de produtos de beleza contribui fortemente na criação de novas unidades lexicais. Por exemplo, chocolate, pera, maçã, ameixa, pêsego não são mais apenas nomes de frutas. Para os produtos de beleza são nomes de cores. O aroma dessas frutas está presente no produto. Significa que o valor semântico do nome dessas frutas evoluiu e ganhou novos significados. O nome da fruta tende a ser nome de uma cor de uma tendência. Isso é neologismo léxico-semântico. A palavra ganha outros novos valores que anteriormente não tinha. Neste caso o nome foi atribuído por razões comerciais. Pessoas que gostam dessas frutas podem ser atraídas por esses produtos de beleza. Em muitos momentos os compradores desses produtos são atraídos pela característica da fruta, embora o produto não seja comestível.

Este aspecto está intimamente ligado à "correlação entre significantes e significados" discutidos com pormenor por Greimas. Greimas (1973, p.18) afirma que os "significantes pertencentes a uma mesma ordem sensorial podem servir para a constituição de conjuntos significantes autônomos". Por outro lado, os "significantes de natureza sensorial diferente podem recobrir um conjunto idêntico, ou pelo menos, equivalente: é o caso da língua oral e a língua escrita" (GREIMAS, 1973, p.18). Por fim, Greimas (1973, p.18) diz que "Vários significantes podem interferir num só processo global de significação, como a fala e o gesto".

Por isso não é por acaso que a criatividade lexical dos produtos de beleza resulta de uma pesquisa, de um estudo prévio que parte das intenções, dos desejos, dos gostos das mulheres para culminar na decisão do nome, do objeto a ser nomeado. Por vezes, ocorre a tradução de nomes de outras línguas para a portuguesa mudando de significado ou de referente. A tradução pode ser de maior ou menor exatidão, mas o nome deve dar o "ar de estrangeiro". Muitas consumidoras compram apenas porque o nome faz referência a um nome ou lugar



estrangeiro. Isso chama atenção para a consumidora. É mais fácil comprar um produto com o nome "Paris Best" do que um nome como "Brasília Best". Não é por acaso que muitos nomes de produtos de beleza feminina recebem nomes estrangeiros.

Há uma relação psíquica entre o nome do produto e o imaginário do fruto e do seu sabor. Tudo isso é associado para a tomada de decisão se o cliente compra ou não. Esta questão está ligada ao *marketing*. Há pesquisadores que investem na pesquisa para identificar as tendências de frutas preferidas das mulheres e é a partir dos resultados dessas pesquisas que se atribui os nomes dos produtos. Não é por acaso que Kempson (1980, p.188) analisa que "em domínio da verdade lógica, se for expandido, o objetivo de escrever uma lógica com complexidade suficiente para todos os acarretamentos de sentenças de uma linguagem natural tornar-se-á cada vez mais realista".

## 6 CONCLUSÃO

A pesquisa realizada que deu origem a esse trabalho de conclusão de curso partiu da observação das palavras que nomeiam os produtos de beleza do universo feminino pela constatação da diversidade criativa presente na criação desses nomes estampados nos rótulos das embalagens também chamativas desses produtos.

Foi possível constatar a partir das análises que a maioria das formações desses nomes ocorre com a importação do nome apenas, mesmo daquele produto inteiramente brasileiro. Objetivamente, a pesquisa teve por objetivo analisar a variação léxico-semântica dos produtos de beleza feminina no Brasil. Como objetivo específico a pesquisa visou a definir os conceitos de léxico, vocabulário, neologismo e semântica, analisar a variação lexical do português do português em produtos de beleza feminina, identificar os processos de neologismos nos produtos de beleza feminina, destacar os neologismos presentes nos nomes desses produtos de beleza.

A pesquisa é considerada relevante porque busca compreender como os neologismos lexicais surgem e se expandem em produtos de beleza no Brasil. Também porque estuda a criatividade lexical na formação dos nomes de produtos de beleza feminina no Brasil. Foram alvo de análise, produtos fabricados e/ou consumidos no Brasil. Percebeu-se que constantemente as mulheres estão sob certa "pressão", bombardeadas com as novidades da indústria de produtos de beleza que prometem beleza e cuidados exclusivos.

Do problema da pesquisa constatou-se que o léxico é a face mais visível da língua. É dele que emanam as novidades mais diversas. As palavras são as mais diversas à vista na produção do texto e discurso, diante dos produtos de beleza feminina que tendem a se proliferar, inclusive na indústria nacional, conduzindo a perceber o léxico presente nesses produtos de beleza feminina e o sentido que essas palavras carregam e entregam.

A constatação da pesquisa é de que os produtos de beleza feminina carregam neologismos lexicais e os nomes dos produtos apresentam significados novos que particularizam o vocabulário feminino. Da pesquisa se conclui que a maioria dos nomes analisados provém das línguas portuguesa, francesa e inglesa, e a sua formação ocorre com a importação do nome, mesmo daquele produto inteiramente brasileiro.

É passível de observação que os nomes dos produtos escritos em línguas estrangeiras visam chamar atenção das consumidoras dos produtos e reveste-se da ideia de que o que vem do exterior é o melhor produto. A ampliação do léxico, pelo empréstimo, é resultado não propriamente de uma inovação, mas de uma adoção que é adequação da língua como saber linguístico à sua própria superação e tem, como um determinante, fins culturais, estéticos e funcionais (CARVALHO, 2009). Conclui-se ainda que a língua varia à medida que a sociedade muda e varia a depender de vários fatores sociais. A presença de empréstimos linguísticos (de luxo ou necessário) revela a relevância dessas línguas na arena econômica e tecnológica para além dessa variabilidade permanente da língua portuguesa.

## REFERÊNCIAS

- ABBADE, Celina Márcia de Souza. Lexicologia Social: a lexicografia e a teoria dos campos lexicais. In: ISQUERDO, Aparecida Negri; SEABRA, Maria Cândida (Org.). **As ciências do léxico: lexicologia, lexicografia, terminologia**. Vol.VI. Campo Grande: Ed.UFMS, 2012. p.141-161.
- ABDULA, Rajabo Alfredo Mugabo. **Marcas de influência do echúwabo no português de Moçambique: a questão dos verbos nas redes sociais**. 117f. 2014. Dissertação. Faculdade de Ciências e Letras. Universidade Estadual Paulista, Araraquara-SP, 2014.
- ABDULA, Rajabo Alfredo Mugabo. Língua, cultura e noção de variação no ensino da língua portuguesa em Moçambique. in: NHAMPOCA, Ezra Alberto Chambal; LANGA, David Alberto Seth; TIMBANE, Alexandre António Timbane (Org.). **Descrição linguística, educação e cultura em contextos pós-coloniais**. Belém: Home, 2022. p.124-135.
- ALMEIDA, Veridiana. **Fundamentos e Metodologia do Ensino de Língua Portuguesa**. Curitiba: Fael, 2010.
- ALVES, Maria José. **A formação de nomes comerciais nas cidades de Palmas (Tocantins) e de Catalão (Goiás): questões de identidade linguística e cultural**. 143f. 2017. Dissertação. Mestrado em Estudos da Linguagem, Universidade Federal de Goiás, Catalão, 2017.
- ANTUNES, Irandé. **O território das palavras: estudo do léxico em sala de aula**. São Paulo: Parábola Editorial, 2012.
- ASSEMBLEIA GERAL DA ONU. **Declaração Universal dos Direitos Humanos**. "Nações Unidas", 217 (III) A, 1948, Paris, art. 1, Disponível em: <http://www.un.org/en/universal-declaration-human-rights/>. Acesso em: 6 out. 2022.
- AYRES, Marcela. As 5 maiores empresas de beleza no Brasil. **Exame**: São Paulo, 2022. Disponível em: <https://exame.com/negocios/as-5-maiores-empresas-de-beleza-no-brasil/>. Acesso em: 20 nov. 2022.
- BAGNO, Marcos. **Nada na língua é por acaso: por uma pedagogia da variação linguística**. São Paulo: Parábola, 2007.
- BAGNO, Marcos. **Não é errado falar assim: em defesa do português brasileiro**. São Paulo: Parábola, 2009.
- BAGNO, Marcos. **Língua, linguagem, linguística: pondo os pingos nos ii**. São Paulo: Parábola, 2014.
- BECHARA, Evanildo. **Nova gramática portuguesa**. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira Participações S/A, 2019.
- BELINE, Ronald. A variação linguística. In: FIORIN, José Luiz et al. (Org.).

**Introdução à linguística:** objetos teóricos I. São Paulo: São Paulo, 2003. p.121-140.

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

BIDERMAN, Maria Tereza Camargo. Léxico e vocabulário fundamental. **ALFA:** Revista de Linguística, v. 40, 1996 - Estudos lexicológicos e lexicográficos Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/107739>.

BIDERMAN, Maria Tereza Camargo. Dimensões da palavra. **Filologia e linguística portuguesa.** n. 2, 1998. p. 81-118.

BIDERMAN, Maria Tereza Camargo. **Teoria Linguística:** (teoria lexical e linguística computacional). 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

BIZZOCCHI, A. **Léxico e ideologia na Europa Ocidental.** São Paulo: Annablume Editora, 1997.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil.** Brasília: Câmara dos Deputados, 1988.

CÁ, Segunda; TIMBANE, Alexandre António. A variação léxico-semântica e o ensino do português guineense. **Revista Internacional em Língua Portuguesa,** vol.39, p.129-152, 2021.

CAMARA JR, Joaquim Mattoso. Língua e cultura. **Revista Letras.** Vol.4, 1955, p. 51-59. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/letras/article/view/20046/13227>. Acesso: 11 jan 2023.

CANÇADO, Márcia. **Manual de semântica:** noções básicas e exercícios. 2. ed. Belo Horizonte: UFMG, 2008.

CANÇADO, Márcia; GODOY, Luísa. Representação lexical de classes verbais do PB. **Alfa,** São Paulo, vol. 56, nº 1, p.109-135, 2012.

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

CEZARIO, Maria Maura; VOTRE, Sebastião. Sociolinguística. In: MARTELOTTA, Mário Eduardo et al. (Org.). **Manual de linguística.** São Paulo: Contexto, 2009, p.141-156.

COELHO, Braz José. Dicionários – estrutura e tipologia. In: COELHO, Braz José. **Linguagem** – lexicologia e ensino de português. Catalão: Modelo, 2008. p. 13-43.

COELHO, Izete Lehmkuhl et al. **Para conhecer sociolinguística.** São Paulo: Contexto, 2015.

CONTIERO, Elza; FERRAZ, Aderlande Pereira. A neologia de empréstimos no LDP: uma abordagem a partir dos atos discursivos. In: SIMÕES, Darcilia & OSÓRIO, Paulo (Orgs.). **Léxico**: Investigação e Ensino. Rio de Janeiro: Dialogarts, 2014.

CORREIA, Margarita; ALMEIDA, Gladis Maria de Barcellos. **Neologia em português**. São Paulo: Parábola Editorial, 2012.

COUTO, Hildo Honório do. **Ecolinguística**: estudo das relações entre língua e meio ambiente. Brasília: Thesaurus, 2007.

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

DE BEM, Artur. A Fascinante História dos Cosméticos. **Sumred**, 2022. Disponível em: <https://sumred.com.br/a-fascinante-historia-dos-cosmeticos/>. Acesso em: 10 out. 2022.

DINO. Brasil lidera ranking de exportação de produtos de beleza. **Valor Econômico**: São Paulo, 2023. Disponível em: <https://valor.globo.com/patrocinado/dino/noticia/2023/02/07/brasil-lidera-ranking-de-exportacao-de-produtos-de-beleza.ghtml>. Acesso em: fev. 2023.

FERRAZ, Aderlande Pereira. Os neologismos no desenvolvimento da competência lexical. In: HENRIQUES, Claudio Cezar; SIMÕES, Darcilia. (Org.). **Língua Portuguesa, Educação e Mudança**. Rio de Janeiro: Europa, 2008. p. 146-162.

FREITAS, Tiago; RAMILO, Maria Celeste; SOALHEIRO, Elisabete. O processo de interação dos estrangeirismos no português europeu. In: MATEUS, Maria Helena Mira; NASCIMENTO, Fernanda Bacelar do. (Org.). **A língua portuguesa em mudança**. Lisboa: Caminho, 2005, p. 37-49.

GARCEZ, Pedro M.; ZILLES, Ana Maria S. Estrangeirismos: desejos e ameaças. In: FARACO, Carlos Alberto (Org.). **Estrangeirismos**: guerras em torno da língua. 3ª ed. São Paulo: Parábola, 2001. p. 15-36.

GREIMAS, Algirdas Julien. **Semântica estrutural**. São Paulo: Cultrix/Ed. da USP, 1973.

GUILBERT, Louis. **La créativité lexicale**. Paris: Larousse, 1975.

HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro Salles. **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

ILARI, Rodolfo. Semântica e pragmática: duas formas de descrever e explicar os fenômenos da significação. **Revista de Estudos da Linguagem**, Belo Horizonte, v. 9, n. 1, p. 110-115, 2000.

KEMPSON, Ruth M. **Teoria semântica**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1980.

LABOV, William. **Padrões sociolinguísticos**. São Paulo: Parábola, 2008.

LOPES, Ana Cristina Macário; Graça, RIO-TORTO. **Semântica**. Lisboa: Caminho, 2007.

MAROTE, João Teodoro D'Olim; FERRO, Glaucia D'olim Marote. **Didática da língua portuguesa**. São Paulo: Ática, 1994.

MOLLICA, Maria Cecília; BRAGA, Maria Luiza (Org.). **Introdução à sociolingüística: o tratamento da variação**. São Paulo: Contexto, 2003.

OLIVEIRA, Danielly. 10 marcas de beleza criadas por mulheres que você tem que conhecer. **Magenta**. 14 mar. 2022.

REY-DEBOVE, Josette. Léxico e dicionário. In: BIDERMAN, Maria Tereza Camargo (Org.). **Alfa: revista de linguística**. São Paulo: UNESP, vol.28, n.1, p.45-69, 1984. RODRIGUES / 1993

RODRIGUES, Aryon D. Línguas em perigo de extinção no Brasil. **D.E.L.T.A.**, vol. 30 especial, p.447-463, 2014. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/delta/article/view/22448/16301>. Acesso em: 22 abr. 2022.

RODRIGUES, Luis Felipe Martins. A política e planificação linguística na integração de imigrantes em Cabo Verde. **Njinga & Sepé: Revista Internacional de Culturas, Línguas Africanas e Brasileiras**. São Francisco do Conde (BA), v.1, nº 2, p.115-130, jul./dez. 2021.

ROSA, Maria Carlota. **Introdução à (bio)linguística: linguagem e mente**. São Paulo: Contexto, 2010.

SABLAYROLLES, Jean-François. La néologie aujourd'hui. In: GRUAZ, C. **À la recherche du mot: de la langue au discours**. Limoges: Lambert-Lucas, 2006.

SANTANA, Yuran Fernandes Domingos; TIMBANE, Alexandre António. Evidências sociolingüísticas da variedade angolana do português e o combate ao preconceito linguístico. In: TIMBANE, Alexandre António; SASSUCO, Daniel Peres; UNDOLO, Márcio (Org.). **O português de/em Angola: peculiaridades linguísticas e a diversidade no ensino**. São Paulo: Opção, 2021. p. 55-80.

SANTANA, Yuran Fernandes Domingos; TIMBANE, Alexandre António. A criatividade e a variação léxico-semântica do português guineense. in: NHAMPOCA, Ezra Alberto Chambal; LANGA, David Alberto Seth; TIMBANE, Alexandre António (Org.). **Descrição linguística, educação e cultura em contextos pós-coloniais**. Belém: Home, 2022. p.136-147.

SANTIAGO, Paloma Virgens; TIMBANE, Alexandre António. O ritmo musical RAP como mecanismo de protesto no ensino guineense e brasileiro. **Njinga & Sepé: Revista Internacional de Culturas, Línguas Africanas e Brasileiras**. São Francisco do Conde (BA), vol.2, nº 1, p.225-246, jan./jun. 2022.

SANTOS, José Luiz dos. **O que é cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2009.

SAUSSURE, Ferdinand de. **Curso de linguística geral**. São Paulo: Cultrix, 2006.

SEVERO, Cristine Gorski. Política(s) linguística(s) e questões de poder. **Revista Alfa**, São Paulo, vol. 57, nº2, p. 451-473, 2013.

SILVEIRA, Alexandre Cohn da et al. "Em terreno minado: incoerências e conflitos ideológicos nos dizeres científicos e midiáticos sobre a norma do português brasileiro". In: FREITAG, Raquel Meister Ko.; SEVERO, Cristine Gorski; GORSKI, Edair Maria. (Org.). **Sociolinguística e política linguística: olhares contemporâneos**. São Paulo: Blucher, 2016. p.205-224.

SILVEIRA, Alexandre Cohn da. Políticas linguísticas para a pandemia: um olhar para os contextos de Angola, Brasil, Moçambique e Timor-Leste. **Dialnet.unirioja.es.**, p. 7072-7085, 2021.

TARALLO, Fernando. **A pesquisa Sociolinguística**. 2.ed. São Paulo: Ática, 1986.

TARALLO, Fernando. *A Pesquisa Sociolinguística*. São Paulo: Ática, 1997.

TIMBANE, A.A. **A variação e a mudança lexical da Língua Portuguesa em Moçambique**. 318f. 2013. Tese de Doutorado. Faculdade de Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista, Araraquara-SP, 2013.

TIMBANE, Alexandre António. A lexicultura no português de Moçambique. **Linguagem: Estudos e Pesquisas**, Goiânia, v. 18, n. 2, p.43-59, jul./dez. 2014.

TIMBANE, Alexandre António; SANTOS, Ivonete da Silva; ALVES, Maria José; "Os caminhos da variação léxico-semântica no Brasil, em Portugal e em Moçambique", p. 73 -90. In: PAULA, Maria Helena de; SANTOS, Márcia Pereira dos.; PERES, Selma Martines. (Org.). **Perspectivas em estudos da linguagem**. São Paulo: Blucher, 2017, p.73-89.

TIMBANE, Alexandre António; COELHO, Dayanny Marins. A expansão lexical em produtos alimentícios industrializados no português brasileiro. **Confluência**: Rio de Janeiro n. 54, p. 222-243, 1.º semestre, 2018.

TIMBANE, Alexandre António; BOMFIM, Barbara Oliveira. A cultura africana na obra *Terra sonâmbula* de Mia Couto e a proposta metodológica para o ensino da literatura. **Contraponto**: Revista do Departamento de História e do Programa de Pós-Graduação em História do Brasil da UFPI. Teresina, v. 9, n. 2, p. 637-658, jun./dez. 2020.

TIMBANE, Alexandre António; ROCHA, Fabiana Ferreira. Criatividade Lexical do Português Brasileiro na Imprensa Escrita Catalana. **Signum: Estudos Da Linguagem**, vol. 23, nº3, p.10–27, 2020.

TIMBANE, Alexandre António; SANTOS, Ivonete da Silva. Terra sonâmbula: a (re)construção da identidade do ser africano a partir da língua portuguesa. **Revista Jangada**. nr. 16, p.298-320, jun/dez, 2020.



TIMBANE, Alexandre António; PANSAU, Tamba. A política linguística na África e situação das línguas autóctones na educação: uma análise crítica das Constituições. **Revista Digital de Políticas Linguísticas**. Ano 12, Vol.12, oct. 2020.

TRIVIÑOS, Augusto N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

UNESCO. **Declaração Universal dos Direitos Linguísticos**, Barcelona, 1996.

VILELA, Mário. **Léxico e gramática**. Coimbra: Almedina, 1995.

VILLALVA, Alina; SILVESTRE, João Paulo. **Introdução ao estudo do léxico**: descrição e análise do Português. Petrópolis, RJ : Vozes, 2014.

WEINREICH, Uriel; LABOV, William; HERZOG, Marvin. Empirical Foundations for a Theory of Language Change. In: LEHMANN, W. P. et al. (eds.). **Directions for Historical Linguistic**. Austin/Texas, 1968. p. 95-195.

**ANEXOS**

















Enviar mensagem





**R\$15,00**

**HENNA MAKIAJ**



