

**A PRESENÇA E USO DO ANGLICISMO:
UMA ANÁLISE NA REVISTA ELETRÔNICA CAPRICHÔ**

Raquel França Freitas (UENF)

raquelfreitas@hotmail.com

Sonia Maria da Fonseca Souza (UENF)

soniafon1@hotmail.com

Luciano Neves Reis (UENF)

lucianonevesreis@uol.com.br

Cristiano Manhães de Oliveira (UENF)

cristianomoliveira@gmail.com

Eliana Crispim França Luquetti (UENF)

elinafff@gmail.com

RESUMO

Este trabalho tem por objetivo demonstrar a importância da língua inglesa para a redação da Revista eletrônica CAPRICHÔ, através de uma análise linguística presente no mês de agosto na seção de moda, escolha essa definida levando-se em consideração uma maior concentração lexical de palavras inglesas nesse ramo. Para tornar possível esta pesquisa, o corpus teórico foi sustentado por Carlos Alberto Faraco (2002), Scalzo (2004). A apuração foi de base qualitativa, fundamentada na revisão bibliográfica. Evidencia-se na análise o uso decorrente de palavras provenientes da língua inglesa, portanto caracterizadas como empréstimos linguísticos. Essas competências permitem, dentre as várias contribuições possíveis, a reflexão sobre o anglicismo. Dessa forma, pretende-se constatar o papel relevante dos anglicismos na linguagem jornalística em questão.

Palavras-chave:

Anglicismo. Análise linguística. Linguagem jornalística.

ABSTRACT

This paper aims to demonstrate the importance of the English language for the drafting of the CAPRICHÔ electronic magazine, through a linguistic analysis present in the fashion section in August, choosing this one taking into consideration a higher lexical concentration of English words in this section. branch. To make this research possible, the theoretical corpus was supported by Carlos Alberto Faraco (2002), Marcos Bagno (2001). The assessment was qualitative, based on the literature review. The analysis shows the use of words from the English language, therefore characterized as language loans. These competences allow, among the various possible contributions, the reflection on Anglicism. Then, it is intended to verify the relevant role of Anglicisms in the journalistic language in question.

Keywords:

Anglicism. Journalistic language. Linguistic analysis.

1. Introdução

O presente trabalho parte da ideia de investigar e analisar o uso de palavras provenientes da língua inglesa presentes na redação da Revista eletrônica *Capricho* e como essa escolha lexical influencia na circulação da revista e o impacto que isso gera para seu público leitor, problematizado na questão: qual a intenção e como se dá o processo de uso dos vocábulos de língua inglesa da redação das publicações da revista eletrônica *Capricho*?

A partir desse questionamento, surge o seguinte objetivo geral: demonstrar a importância do anglicismo e como se dá a utilização desses léxicos na redação da revista *Capricho*. A partir desse propósito, os seguintes objetivos específicos se tornaram relevantes, tais como: 1) caracterizar o uso dos anglicismos; 2) demonstrar como se dá a redação da revista *Capricho* e seu impacto para a sociedade; 3) analisar a escolha do vocabulário para a composição da revista à luz da Linguística.

A linha metodológica deste trabalho é de base bibliográfica, mas que na segunda fase, realiza-se uma análise linguística nas publicações referentes ao mês de agosto de 2019, especificamente na seção “moda”, visto que esse ramo contempla de modo significativo a língua inglesa e suas influências culturais. Dentre os autores que fundamentaram esta pesquisa, destacaram-se Carlos Alberto Faraco (2002) e Scalzo (2004). A justificativa deste estudo reside no fato de contemplar a língua inglesa através de seu uso comum na elaboração da escrita da revista, a fim de afirmar sua importância para a sociedade.

O desenvolvimento deste trabalho inicia-se com considerações sobre o uso do anglicismo e suas definições. Na sequência, discorre-se a revista eletrônica *Capricho*, bem como seus impactos sociais. Posteriormente, demonstra-se uma análise na revista *Capricho*, apontando as ocorrências lexicais feitas na língua inglesa.

Por fim, as considerações finais que discorre sobre os objetivos alcançados, declarando que o anglicismo promove credibilidade à escrita da revista, afinal, é notória que a influência linguística que a língua inglesa promove está cada vez mais forte e presente na língua portuguesa.

2. O uso do anglicismo

O anglicismo é um fenômeno linguístico muito corriqueiro pelos

falantes de língua portuguesa, que é o uso de palavras originárias da língua inglesa inseridas no vocabulário de uma outra língua. É importante destacar que esse fenômeno é muito importante para o enriquecimento de uma língua, uma vez que é uma forma de adicionar novos vocábulos. Porém, nem todos pensam dessa forma.

No final da década de 90, a língua inglesa ganhou um peso muito grande em questões econômicas, especialmente. Com isso, foi considerada como “língua mundial”. O Deputado Aldo Rebelo (Projeto de Lei 1676/99) e outro da Deputada Jussara Cony (Projeto de Lei nº 65/2000) queriam legislar sobre o uso de estrangeirismos, mais especificamente o uso lexical das palavras de Língua Inglesa (LI), julgando excessivos no Brasil. No ponto de vista do deputado, esse uso decorrente estaria afetando o patrimônio cultural brasileiro. Com essa imposição, geraram várias reações opostas ao projeto e acarretando muitos debates na mídia, culminando em uma publicação de uma revista temática e do livro *Estrangeirismos: guerras em torno da língua*, fruto do trabalho do linguista Carlos Alberto Faraco (2001). Nessa obra, vários linguistas discutiram à luz da Linguística, uma concepção inovadora de língua, rica em diversidades linguísticas.

Sabe-se que a LI é uma língua de prestígio, presente em todo o mundo em diversos âmbitos, vista como a língua de sucesso. Segundo Massimo Fanfani (2002, p. 219), a LI está cada vez mais universal, a saber, se colocando num lugar de simplificação com o intuito de ajudar ainda mais a comunicação entre todos.

Segundo Pergnier (1989), há quatro formas de classificar os anglicismos. O primeiro é o Anglicismo ocasional, que consiste no uso de termos que já possuem correspondentes em sua língua materna. O segundo é o Anglicismo de uso frequente e habitual, que são aqueles que já são integrados na língua receptora, pelo fato de não haver termos correspondentes na língua materna. Já o terceiro é o Anglicismo de uso frequente, mas que ainda há termos correspondentes na língua primária, e mesmo assim há uma preferência pela escolha da LI. Por fim, há o Anglicismo decalque, que é a versão literal do léxico estrangeiro, ou seja, há uma adaptação quando chega na língua materna.

Dessa forma, compreende-se que o Anglicismo é um fenômeno usual pelos falantes de língua portuguesa, e estão por toda parte, seja nos nomes das lojas, nas conversas cotidianas, no ramo da moda e no ramo jornalístico.

3. Revista capricho e seu impacto social

A Revista Capricho (RC) é um veículo de informações brasileiras, que antes era circulada por meio impresso, mas atualmente tem suas publicações no meio eletrônico. É uma revista direcionada pela Editora Abril. Segundo Gruszynsk e Chassot (2006), a RC teve sua primeira publicação no dia 18 de junho de 1952, vendendo cerca de 26 mil exemplares. Primeiramente, foi uma revista que publicava somente fotonovelas, com isso, despertou mais interesse no público feminino.

Ainda, nesse mesmo momento, a identidade da mulher estava mudando e sua visão na sociedade também, com isso, seus interesses não se bastavam mais em apenas lar e família. Nessa perspectiva, as revistas tinham que mudar seu perfil, pois os perfis dos leitores também estavam em mudança (SCALZO, 2004).

Em 1982 a RC sofreu uma grande repaginada, mudando seu perfil editorial e deixando as fotonovelas como encartes. Conforme diz Scalzo (2004, p. 90), “Capricho teve que passar pela primeira mudança radical para se manter no mercado, enquanto muitos títulos desapareceram porque insistiram em continuar usando a mesma fórmula”. A mudança foi radical, pois mudou seu logotipo, voltou a ser distribuída mensalmente e mudou também seu público leitor.

Com todas essas mudanças, a RC se dedicou a produzir conteúdos voltados para o público adolescente, que até então era um campo inexplorado. Houve essa mudança, pois essas revistas dependem de produtos comerciais, ou seja, necessitam de uma circulação eficaz.

O público leitor dessa época era composto por jovens entre 15 e 29 anos, que se interessassem por temáticas como moda, beleza e comportamento. Porém, em 1985 houve outra mudança. A revista agora se dirigia ao público de garotas entre 15 e 22 anos, sendo “a revista da gatinha”. Scalzo (2004), que na época fazia parte da equipe jornalística da revista, acrescentou:

Nada mais adequado. À época, a expressão era uma das mais usadas pelos garotos para definir as adolescentes de sua mesma idade. O conteúdo editorial foi inteiramente modificado e o foco deslocou-se das donas de casapara o público feminino entre 15 e 20 anos. (SCALZO, 2004, p. 91)

No ano de 2005, a revista capricho deu uma outra repaginada, trabalhando então com temas mais autênticos. Seu *slogan* era “Seja diferente! Seja você!”. Dessa forma era uma maneira de agregar todos os tipos

de beleza, não somente aqueles que eram considerados padrões.

Em 2015 a Revista Capricho deixou seu meio impresso e se incluiu somente à forma eletrônica, sendo considerada uma revista *on-line teen* brasileira. O site ainda mantém os mesmos temas, como moda, comportamento, beleza e notícias de famosos. Ainda é uma revista voltada para o público adolescente.

4. Análise linguística

Para o desenvolvimento do código fonte foi utilizado a linguagem Python (PYTHON; 2019), além das bibliotecas *Beautiful Soup*, *Scrapy* e *Pyenchantcapazes* de coletar os léxicos presentes nas postagens realizadas pela RC. Como foi checado, é uma revista rica no uso de anglicismos em toda sua composição, por isso, para tornar mais viável essa pesquisa, selecionamos apenas as postagens referentes ao mês de agosto do ano de 2019, mais precisamente na seção sobre assuntos de “moda”.

A *world wide web* (rede mundial de computadores), ou simplesmente web, contém vários tipos de informação de origens diferentes, onde os dados estão disponíveis em vários formatos e interfaces (SIRISURIYA, 2015).

Numa pesquisa acadêmica, muitas vezes pode ser necessários coletar dados de vários sites, que por sua vez podem disponibilizar os dados em vários formatos, além disso, mesmo quando a pesquisa é realizada em somente um site, os dados podem estar distribuídos em múltiplas páginas ou seções. Além disso, a maioria dos sites não disponibilizam um forma de salvar os seus dados (PENMAN *et al.*; 2009).

Muitas vezes a opção disponível é copiar e colar manualmente os dados, o que se trata de uma tarefa além de tediosa e cansativa, ainda pode estar sujeita a erros. Web Scraping é uma técnica para que pode resolver esse problema, que permite a de dados não estruturados de múltiplos sites, armazenando os mesmos em uma planilha ou banco de dados (SIRISURIYA, 2015).

Web Scraping também conhecido como *web data extraction*, *web data scraping*, *web harvesting* ou *screen scraping* é uma forma de *data mining* (mineração de dados), que pode ser definido como um processo para extração de dados de *web sites* e convertê-los em estruturas de dados

como por exemplos planilhas, bancos de dados ou arquivos *CSV* (*comma separated values* / valores separados por ponto e vírgula), (SIRISURIYA, 2015).

A Fig. 1 a seguir representa os passos utilizados para a metodologia dessa pesquisa:

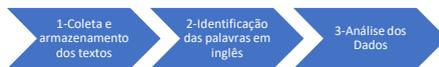


Figura 1 – Metodologia da pesquisa, Fonte (Os Autores; 2019)

É pertinente dizer que a moda é algo interessante, não somente pela beleza e situação de prestígio que lhe é atribuída, mas também a língua que dela faz uso. Vale ressaltar que a moda não é pertencimento do mundo burguês, mas moda é aquilo que faz parte da sociedade, do mundo. Segundo Castilho (2009, p. 43), o corpo “constitui-se uma das possibilidades de integração com o mundo”, assim, pode-se agregar ao que é definido por moda.

Uma observação a respeito do ramo da moda, é uso frequentes de palavras provenientes de outra língua, especialmente, o uso de anglicismos. Pois é muito comum nesse ramo, agregar outras culturas, seja nas cores, nos modelos e na escolha lexical. Isso acontece devido a necessidade de acrescentar novos valores para instrumentos que geralmente são pouco conhecidos dentro de uma outra cultura que faz o uso desses empréstimos lexicais. De acordo com Carvalho (1989),

A ampliação do léxico, pelo empréstimo, é o resultado não propriamente de uma inovação, mas de uma adoção que é a adequação da língua como saber linguístico à sua própria superação e tem como determinante fins culturais, estéticos e funcionais. (CARVALHO, 1989, p. 24)

A respeito do léxico da moda, podemos notar que é algo dinâmico e demonstra uma relação importante com o uso de estrangeirismos.

As revistas femininas têm se tornado um veículo rico em anglicismos, com o intuito de transmitir ao leitor uma sensação de poder, de ascensão social, cultural e econômica. Para Aroni (2007), o anglicismo é capaz de transmitir maior expressividade ao público, e ainda, pode parecer superior e esnobe, além de ter o poder de chamar a atenção do leitor.

A seguir, tem-se a tabela com os vocábulos recolhidos da RC apontando sua frequência de aparições:

Vocábulo	Frequência
Look	2
Post	18
Shared	18
By	18
On	19
As	3
Looks	1
Taking	1
Off	1
Her	1
Heels	1
The	3
Red	2
Carpet	1
Is	1
Monday	1
That's	1
All	1
We	1
Applaud	1
Hunt	1
Secret	3
Fashion	3
Show	3
Reboot	1
Jeans	1
Tiedye	1

Após a coleta de dados, observa-se que as palavras “*post*” e “*shared*” apareceram com mais frequência. Uma vez que são palavras corriqueiras no mundo virtual, já que a primeira se refere à publicação e a segunda a algo que foi compartilhado. Esse fato ocorreu devido a revista ser eletrônica, ou seja, esses termos fazem parte desse tipo de mídia.

Além dessas palavras, as preposições “*by*” e “*on*” apareceram com bastante frequência. Sabe-se que as preposições são comuns, pelo fato delas aparecerem também em outras expressões, além disso, o uso da preposição “*by*” é comum pelos falantes de língua portuguesa, quando querem se referir a algo feito por alguém, no mesmo sentido da preposição “*por*”.

5. Considerações finais

Sendo assim, após as análises feitas e o levantamento bibliográfico-

co, observa-se um uso frequente de palavras provenientes da língua inglesa, visto que só se tratavam das postagens referentes ao mês de agosto.

Nesse sentido, pode-se constatar que os anglicismos fazem parte da composição da RC, isso porque os anglicismos fazem parte da vida de seu público leitor, fazendo assim, uma aproximação com eles.

Pode-se constatar que a globalização interfere nessa inserção de novas palavras, já que o mundo está mais conectado. Tratando-se de uma revista voltada para o público jovem, torna-se ainda mais comum o uso de anglicismos e palavras que fazem parte do mundo virtual.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARONI, F. *Anglicismi in una rivista di elettronica*. Tese de Doutorado: Laurea in Lingue e culture moderne, Università degli Studi di Sassari. Sassari: 2007.

CARVALHO, N. I. São Paulo: Ática, 1989

CASTILHO, K. *Moda e linguagem*. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2009

FARACO, C. A. (Org.). *Estrangeirismos: guerras em torno da língua*. São Paulo: Parábola, 2001.

PENMAN, R. B.; Baldwin, T.; Martinez, D. *Web scraping made simple with site scraper*, 2009.

PERGNIER, M. *Les anglicismes*. Paris: PUF, 1989.

PYTHON (2019). Disponível em: www.python.org. Acesso em: 29 de setembro de 2019.

REBELO, A. *A globalização da língua*. Linguagem: Cultura e Transformação, 2001. Disponível em: <http://www.comciencia.br/reportagens/linguagem/ling09.htm>. Acesso em 20 de outubro de 2019.

SIRISURIYA, D. S. *A comparative study on web scraping*, 2015.

SCALZO, M. *Jornalismo de revista*. São Paulo: Contexto, 2004.