

Estrangeirismo na Revista RG Vogue

Luisa Martins da Silva Falcão¹

RESUMO: O mercado da moda produz um conjunto de informações que orientam costumes e comportamentos e variam no tempo e na sociedade. A moda dita tendências, modifica o comportamento do indivíduo e condiciona sua língua. Adotar empréstimos lingüísticos, no mercado da moda, reafirmar o julgamento de determinados conceitos diante de uma sociedade. A língua estrangeira não é apenas a valoração do domínio de uma segunda língua, mas reflete diretamente na aquisição e incorporação de palavras ao léxico da moda, tornando-se essenciais a esse contexto.

PALAVRAS-CHAVE: moda, língua, comportamento

ABSTRACT: The fashion market produces a set of information that guide habits and behaviors and vary in time and in society. Fashion dictates trends, modifies the behavior of individual and restricts its language. Embrace linguistic loans, on the market of fashion, reaffirm the trial of certain concepts in the face of a society. The foreign language is not only the valuation of a second language, but reflects directly in the acquisition and the incorporation of words to the lexicon of fashion, becoming essential in this context.

KEY-WORDS: fashion, language, behavior

0. Introdução

A ascensão da língua inglesa foi naturalmente facilitada pelo Império Britânico quando este levou o inglês para diversas partes do mundo. Nos Estados Unidos, no período entre as duas guerras mundiais, fundações particulares financiavam intercâmbio entre os Estados Unidos e outros países, apoiando o ensino do inglês. A tecnologia gerada pelo esforço durante a guerra também resultou em inovações no campo de ensino de línguas. Se até meados dos anos 1940, o método predominante era a gramática e a tradução. A partir da segunda metade daquela década, começaram a ser desenvolvidas metodologias voltadas para a oralidade com o surgimento de laboratório de línguas e o enfoque centrado na pronúncia correta.

Diversos autores têm abordado a hegemonia alcançada pela língua inglesa no início do século 21 como consequência da ascensão dos Estados Unidos no período pós-guerra. Para David Crystal (1997) uma língua alcança status global genuinamente quando é reconhecida como instrumento de comunicação em todos os países. Um dos possíveis motivos pelos quais se tem visto cada vez mais estrangeirismos oriundos da língua inglesa usados no Brasil é a necessidade de uma língua universal, seja no campo da informática, da culinária ou da moda.

Foi durante o período entre 1898 e 1910 que os Estados Unidos estavam avançando na direção do ready-to-wear e da confecção. A indústria norte-americana desse setor estava cada vez mais forte, com as técnicas de produção em massa cada vez mais bem desenvolvidas e especializadas. A expansão comercial e a burguesia emergindo trouxeram um grupo que possuía condições de adquirir a roupa que antes era usada apenas pelos nobres. Diante dessa crescente igualdade entre classes sociais, os nobres irritados começaram a produzir mudanças

¹ Pós Graduanda em Revisão de Texto pelo Centro Universitário de Brasília – UniCeub

rápidas na vestimenta, pois a roupa era, e ainda é, como um espelho que reflete seu status social. Assim surgiu o sistema da moda.

Segundo Giulio Carlo Argan (1989), a moda é a presença, em determinado período histórico, de algumas formas expressivas não obrigatoriamente vinculadas a necessidades de caráter ético e social. Dependente muitas vezes apenas de uma efêmera necessidade de mudança que é capaz de determinar as mutações e variações indispensáveis à organização de alguns elementos estilísticos dentro de uma dada cultura.

Todo esse processo de hegemonia da língua inglesa, aliado ao processo de globalização, permite maior aproximação entre as culturas. Não se pretende optar pelo uso ou pela proibição dos empréstimos lingüísticos, mas observar o desempenho dos falantes da língua portuguesa e a contribuição dos empréstimos para tanto.

1. Neologismos por empréstimo: Estrangeirismo

A língua é dinâmica e se renova constantemente. Muitas palavras tornam-se arcaicas e deixam de ser usadas; outras mudam de significado ou adquirem novas acepções. A criação de neologismos é um dos instrumentos de renovação da língua. Todavia, apesar da renovação constante em seu léxico, a língua tem sua estrutura própria, sua gramática, sua maneira de expressar-se, seu paradigma culto, que devem ser observados.

Neologismo é um termo utilizado para classificar uma palavra nova que surge numa língua devido à necessidade de designar novas realidades - novos conhecimentos técnicos, objetos gerados pelo progresso científico e até por questões estilísticas e literárias, tornando a língua mais expressiva e rica. O neologismo pode ser criado na própria língua ou importado de uma língua estrangeira.

Uma outra forma de neologismos é aquela que corresponde à adoção de palavras de origem estrangeira por se considerar que é a palavra exata para designar aquela realidade, por exemplo: **glamour, closet, high society, playboy, black-tie, shopping, hobby, design**. São os estrangeirismos - uns mantêm a grafia original, outros adquiriram imagem, forma portuguesa: **jóquei, clube, futebol**. A partir destes, podem construir-se outros neologismos, como por exemplo: **hamburgueria** (hamburger), **pizzaria** (pizza).

Segundo Alves (2002) o elemento estrangeiro, empregado em outro sistema lingüístico, é sentido como externo ao vernáculo dessa língua. É então denominado estrangeirismo, ou seja, ainda não faz parte do acervo lexical do idioma. Uma vez que o mundo tenha se tornado globalizado, os produtos, os processos tecnológicos, a moda exigem a utilização de termos e de vocabulários de compreensão também global.

2. Estrangeirismo na Revista RG Vogue

2.1. Origem dos dados e da publicação

Luis Carta, fundador da revista Vogue nos Estados Unidos, lançou em maio de 1975 a Vogue Brasil. A revista apresentou um design moderno e avançado, além de uma maneira nova e singular de mostrar a moda e revelar tendências nacionais e internacionais.

O Jornal *The New York Times* publicou que 2000 foi o ano da moda brasileira. O estilismo nacional vive um momento bastante afirmativo no que diz respeito à identidade,

criatividade, profissionalização e reconhecimento, tanto no país como fora dele. O estabelecimento de um calendário de moda no país para dar uniformidade a iniciativas antes isoladas, a valorização da moda como negócio, a evolução do setor têxtil e a qualidade inquestionável da matéria-prima nacional também têm contribuído para a projeção interna e externa dos estilistas brasileiros.

A partir de então, a história da moda no Brasil nunca mais foi a mesma e os nossos criadores passaram a ter repercussão na imprensa especializada do mundo inteiro. Os criadores nacionais passaram a acreditar no fôlego da identidade brasileira para transpor fronteiras. Nesse contexto, a língua da moda começa também a ditar regras.

2.2. Critérios de Seleção

É absolutamente funcional o processo adaptativo dos empréstimos. Eles se submetem imediatamente às regras fonológicas do português: é evidente que fonemas se omitem, se substituem (por acomodação ao sistema fonológico português ou por atribuição da pronúncia portuguesa à grafia original), ou se introduzem, mas nenhum falante precisa dominar a fonologia do inglês para se fazer entendido no uso destes.

A pesquisa está sustentada na ideologia da comunicação da revista RG Vogue ao usar estrangeirismos vindos da língua inglesa. Para o presente estudo utilizou-se a análise dos editoriais das publicações da RG Vogue no período de dezembro de 2009 a março de 2010, a fim de se identificar a presença de empréstimos lingüísticos.

Para fazer a análise, o primeiro passo foi a extração dos termos estrangeiros de origem inglesa contidos nas matérias, notas e reportagens destas revistas. Em seguida, fez-se uma substituição vernacular dos estrangeirismos para a língua portuguesa. Assim, observa-se que o discurso torna-se elemento de disseminação de valores e de ideologias de uma sociedade, de modo que a sociedade passa a adotar a influência estrangeira.

2.3. Análise de dados

Como entidade social, a língua é definida como um conjunto de regras fonológicas, morfológicas, sintáticas e semânticas que determinam o emprego dos sons, das formas e relações sintáticas, necessárias para a produção dos significados.

Em sua edição de número 92, de março de 2010, a revista RG Vogue apresenta os estrangeirismos:

2.3.1. “... de **nerd** oprimida se tornou a mulher mais **cool** do mundo. De quebra, ainda virou queridinha da cena **fashion** e grito de independência para milhões...”

A palavra *nerd* significa um indivíduo muito inteligente. E *cool* é legal. A palavra *Fashion* virou realmente moda no Brasil. Quando se quer dizer que algo está na última moda e que é moderno. Assim, as palavras estrangeiras podem ser substituídas por aquelas já existentes na língua portuguesa. A frase reescrita ficaria: “... de inteligente oprimida se tornou a mulher mais legal do mundo. De quebra, ainda virou queridinha da moda e grito de independência para milhões...”

2.3.2. “... a estilista Helena Linhaes vai emprestar um pouco de seu estilo paulistano **cool** ao figurino da cantora. Mas se no **backstage** a Paulicéia impera, em cena a banda promete um **mix** de Brasil total...”

Para um público seletivo, a revista abusa de estrangeirismos. Inicialmente, o uso destes representava apenas a necessidade de se utilizar um vocábulo estrangeiro pela falta de equivalente na língua portuguesa. Por exemplo, substituindo os estrangeirismos, tem-se: “... a estilista Helena Linhares vai emprestar um pouco de seu estilo paulistano legal ao figurino da cantora. Mas se nos bastidores a Paulicéia impera, em cena a banda promete uma mistura de Brasil total...” A palavra *backstage* já tem uma conotação própria, no mundo da moda, não é apenas bastidor. Hoje as palavras estrangeiras passaram a ser empregadas como recursos de afirmação de identidade cultural.

2.3.3. “...Impossível não notar a chegada de Beth Ditto. Pra começar, são, no mínimo, 100 quilos, mais **make** carregado e roupas absurdas...”

A palavra *make* tornou-se sinônimo de maquiagem. A frase ficaria: “... Impossível não notar a chegada de Beth Ditto. Para começar, são, no mínimo, 100 quilos, mais uma maquiagem carregada e roupas absurdas...”

2.3.4. “.....Matheus Mazzafera foi de Karl Lagerfeld, com Thalyta Pugliesi a tiracolo, vestida no mesmo **look** e pentenado com que desfilou na couture da Chanel...”

O emprego da palavra portuguesa equivalente a *look* – visual – provavelmente não teria o mesmo efeito na frase citada e nem agradaria ao público leitor da revista: “... Matheus Mazzafera foi de Karl Lagerfeld, com Thalyta Pugliesi a tiracolo, vestida no mesmo visual e penteado com que desfilou na couture da Chanel...”

2.3.5. “...Mirela Santos acreditou no calor humano e desfilou um modelo, digamos inusitado. Na frente, um tubinho de pérolas **fake**, meio Iemanjá. De costas, absolutamente nada...”

O vocábulo falso agora é *fake*. “... Mirela Santos acreditou no calor humano e desfilou um modelo, digamos inusitado. Na frente, um tubinho de pérolas falsas, meio Iemanjá. De costas, absolutamente nada...”

Como se observa, apesar de ser possível reescrever tais frases empregando-se apenas a língua portuguesa, não se consegue o resultado obtido pela utilização de empréstimo. A palavra estrangeira, quando utilizada pela revista RG Vogue, além de parecer mais sofisticada, acaba tornando-se um ícone em relação ao seu significado. A língua voltada para o consumo da moda reflete uma visão de mundo vinculada a aceitação dos valores impostos pelos centros de moda internacionais.

3. Conclusão

O contato com outras nações e línguas leva ao empréstimo de novas palavras e expressões que, por sua vez, podem ser empregadas com frequência e passar ao uso geral, estabelecendo seu lugar no sistema lexical da língua receptora. Alguns empréstimos, ao contrário, podem desaparecer depois de algum período de transição. Mas, de qualquer forma, nenhuma língua está inteiramente livre dos empréstimos porque nenhuma nação vive em completo e total isolamento. Ocorre o fenômeno do empréstimo a partir do momento em que se introduzem objetos ou conceitos designados na língua estrangeira, ou como recurso ao termo estrangeiro em referência a um significado já denominado na sua própria língua. O empréstimo é, portanto, uma palavra de origem estrangeira empregada num contexto nacional.

A revista RG Vogue, como referência de moda, faz uso dos vocábulos de língua estrangeiras por necessidade, para representar uma sofisticação e identificação com outras

culturas. No mercado da moda essa prática é muito usual e faz parte de um pré-requisito para os centros de moda do mundo. As pessoas, ao usarem termos estrangeiros, buscam um ideal considerado como superior. Devemos conceber que o Brasil é um país onde todos falam uma língua heterogênea, com variações dos mais diversos tipos, que devem ser pesquisadas, analisadas e entendidas como contribuições para a riqueza da própria língua.

Para o linguísta Marcos Bagno (2004) os estrangeirismos contribuem no nível mais superficial da língua, que é o léxico, o vocabulário. As estruturas sintáticas e morfológicas da língua não sofrem alteração. Os estrangeirismos não têm a força destruidora que os puristas e ‘defensores’ da língua lhes atribuem.

4. Referências Bibliográficas

ARGAN, C. G. *Arte Moderna*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

BAGNO, M. *Estrangeirismos: guerra em torno da língua*. São Paulo: Parábola, 2004.

COUTINHO, I. L. *Pontos de gramática histórica*. 5.ed. Rio de Janeiro, Liv. Acadêmica, 1962

CRYSTAL, D. *English as a global language*. United Kingdom: Cambridge University Press, 1997.

SILVA, F. L. M. ; HERONILDES, M. M. *O Direito à Fala: a questão do preconceito lingüístico*. Edição 1. Florianópolis. SC. Insular. 2000.