

Globethics Repository

The logo for Globethics, featuring the word "Globethics" in white, sans-serif font centered within a solid blue rectangular background.

Influxo de vocábulos estrangeiros na comunicação empresarial [Influx of foreign words in business communication]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository.
More information on Globethics see <https://www.globethics.net>. Data and content policy
of Globethics Repository see <https://repository.globethics.net/pages/policy>.

Item Type	Article
Authors	Contieiro, Elza
Publisher	Espaço Ética Ltda.
Rights	Creative Commons Copyright (CC 2.5)
Download date	2026-07-11 15:29:01
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/233871

REVISTA
espaçoética

EDUCAÇÃO, GESTÃO E CONSUMO

SÃO PAULO, ANO I, N. 02, MAI./AGO. DE 2014



**O ser humano
é um capital que
pode ser gerido?**

**Influxo de vocábulos
estrangeiros na comunicação
empresarial**

Autor: Elza Contieiro

**Psicologia, ética e a teoria do
conhecimento moral**

Autor: Evandro O. Brito

**Consumo e educação:
articulação e representações**

Autor: Fernanda Elouise Budag

Influxo de vocábulos estrangeiros na comunicação empresarial

Elza Contieiro¹



Verificamos que a admissão de estrangeirismos no português brasileiro é cada vez mais recorrente. A ampla manifestação desse fenômeno linguístico pode ser evidenciada em diversos domínios sociais ligados à comunicação, sobretudo no mundo corporativo. O objetivo deste trabalho é perscrutar a forma como os estrangeirismos estão inseridos em contextos comunicativos empresariais.

Para estudar tal fenômeno linguístico, nos baseamos nos estudos de Alves (1988), Biderman (2001) e também na abordagem laboviana (LABOV, 1972). Trazemos alguns exemplos muito utilizados na linguagem empresarial, além de outros de anúncios encontrados em um corpus do blog Kibeloco. A análise desse corpus constatou que o influxo de vocábulos estrangeiros no português brasileiro é algo comum e intrínseco às trocas entre diferentes culturas. Por conseguinte, a dimensão social, dados históricos, culturais, entre outros, são fundamentais para a compreensão desses estrangeirismos em contextos específicos.

Introdução

O papel que o léxico exerce em nossas vidas é fundamental para compreendermos como os homens imprimem significados nas ferra-

¹ É mestre em Estudos Linguísticos pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e doutoranda do programa de pós-graduação em Linguística do Instituto de Estudos da Linguagem (IEL) da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp).

mentas que produzem, ou seja, como organizam seu mundo, formulando e reformulando os espaços discursivos, históricos e sociais por meio do conjunto de palavras que a língua possui, à disposição do usuário e que, tradicionalmente, definimos por léxico. Compreendemos que o universo lexical é um domínio “cuja aprendizagem jamais cessa, durante a vida toda do indivíduo, pois as realidades se modificam, as sociedades passam por mudanças de ordem social, cultural, política e tecnológica, o que naturalmente reflete no acervo lexical de um povo” (BIDERMAN, 2001, p. 180).

Por ser um componente aberto e dinâmico, o léxico permite a criação de novas palavras na língua, condição necessária para expressar categorias cognitivas que construímos no interior dos domínios sociais em que as ações da linguagem ocorrem, aos quais, no dizer de Marcuschi (2004, p. 269), “o léxico não pode ser pensado à margem da cognição social”.



Em tempos de globalização, a admissão de palavras estrangeiras no léxico da língua portuguesa é um fenômeno linguístico cada vez mais evidente, o que acaba causando certo incômodo para aquelas pessoas que ignoram a natureza constitutivamente heterogênea e dinâmica da língua. Ignoram, por exemplo, que uma língua não é estática, e que o português brasileiro se formou e ainda se forma de unidades lexicais provenientes de fontes diversas, e que não se pode evitar o influxo de palavras estrangeiras, principalmente por ser um dos grandes meios de renovação lexical de uma língua, sem mencionar o óbvio: a língua é viva e não há como evitarmos o seu processo de evolução.

Os falantes estão constantemente criando e renovando o léxico. Basta observarmos o que aconteceu com a palavra de origem inglesa *backup*, que não só foi adaptada gráfica e fonologicamente, mas incorporou novas formações como “becapear”, que é produto de base vernácula do português, derivado do substantivo “becape”, ou ainda palavras como “merchã”, oriunda do mundo corporativo, uma redução vocabular do substantivo *merchandising* (ação de promoção comercial).

Assim como existem registros formais e informais no português brasileiro, sendo necessário saber diferenciá-los para uma melhor projeção social, assim deveria ser com os elementos oriundos de outras línguas. Pois, afinal, quem poderá impedir alguém, em um contexto corporativo, de emitir o seguinte enunciado: “Precisamos de mais recursos, mais verbas promocionais para fazermos uma grande ofensiva de merchã”.

Formações vocabulares estrangeiras estão nos mais variados usos sociais, basta observar os veículos de mídia eletrônica, a linguagem jornalística, publicitária, as redes sociais. Exemplo disso são palavras como “tuí-

tes”, mensagens decorrentes da ação de tuitar² e que surgem a partir do verbo *tweet*, da área da informática, transformando-se no português brasileiro, assim como tantas outras palavras, como “deletar”, “cheeseburger” (x-burger), “night” (sair na *night*), que se modificaram em português, seja semântica, seja morfossintaticamente, evidenciando assim a dinamicidade e a criatividade da língua.

Quando se trata da presença do inglês no léxico da língua portuguesa, há uma crença, por parte de alguns falantes, de que os vocábulos da língua inglesa irão se sobrepor e dominar o pensamento dos falantes de língua portuguesa, ou que estão “deletando” o nosso idioma, como se o inglês estivesse tomando o lugar do português, apagando a sua posição de língua nacional. Tal pensamento, do ponto de vista linguístico, não tem fundamento e apenas reina na cabeça de quem vê o fenômeno por outro viés que não o linguístico. A ideia de unidade linguística, que não considera os fatores de variação e mudança, é uma visão equivocada, calcada em bases de sustentação inconsistentes, pois esses elementos da língua inglesa são recorrentes apenas em universos muito específicos, como o universo do mundo corporativo, da moda, da economia, da informática. É certo que a língua muito se enriquece com esses elementos estrangeiros que entram para o seu acervo lexical. Assim sendo, o posicionamento de não aceitação apenas marca um discurso dos que recusam a novidade, daqueles que consideram que deveríamos utilizar apenas a palavra em português “apagar”, em vez de “deletar”, por exemplo.

2 Segundo o dicionário Aurélio, “tuitar” significa: 1. postar no Twitter comentários, informações, fotos etc. geralmente de caráter pessoal ou institucional; 2. acompanhar os fatos, ideias, informações etc. registrados por alguém em seu Twitter.

Atualmente, o inglês é a fonte de onde se origina a maior parte dos empréstimos lexicais absorvidos pelo português brasileiro. Isso fica evidenciado pela ampla manifestação de estrangeirismos lexicais nos canais midiáticos ligados à comunicação, sobretudo no universo corporativo. É muito comum numa fala trivial entre funcionários de uma empresa o emprego de palavras como: *deadline, workshop, feedback, merchandising, endomarketing, turnover, meeting* etc. No entanto, há uma pequena parcela de pessoas que se posiciona contra esses estrangeirismos corporativos, pois acham que podem trazer um comprometimento à comunicação empresarial, levando a mal-entendidos e à falta de exatidão daquilo que se pretende comunicar. Há ainda aqueles que acreditam que esses jargões são formas linguísticas das quais algumas pessoas fazem uso apenas para demonstrar o seu poder e *status* social pela fala.

Observando esse panorama, buscaremos fazer uma reflexão acerca dos vocábulos estrangeiros oriundos do inglês e inseridos no português brasileiro, mais especificamente aqueles que se encontram bastante arraigados ao jargão corporativo, como é o caso, por exemplo, da palavra *feedback*. Discutiremos também se certos vocábulos, como *workshop*, deveriam ser substituídos por palavras do nosso vernáculo, como a palavra oficina, uma vez que ela já faz parte do nosso acervo lexical. Afinal, esses elementos estrangeiros estariam contribuindo ou obstruindo a comunicação empresarial?

1. O uso de unidades lexicais estrangeiras na comunicação corporativa

Geralmente, o discurso desfavorável em relação aos itens lexicais estrangeiros em uso no português brasileiro perpassa pela asserção de que tais unidades lexicais podem descaracterizar a nossa língua, sendo assim

consideradas “profanas” ao sistema linguístico importador, na medida em que ameaçam a unidade linguística nacional, além de colocar o falante nativo em situações embaraçosas por não saber pronunciá-las “corretamente” ou por não compreendê-las. Ora, esse argumento é no mínimo questionável, pois nos traz a ideia de que todos compreendem qualquer variante de uma língua. Será que todo falante brasileiro é capaz de compreender plenamente todas as palavras da língua portuguesa? As unidades lexicais que aparecem nos contratos, nos receituários médicos, nas bulas de remédio, dentre outros contextos linguísticos, são de fácil compreensão para qualquer usuário de uma língua?

A compreensão ou não de uma língua ou de uma variedade dela “é um problema de escolaridade do cidadão e de frequência a discursos, e não de nacionalidade da língua ou de origem de um termo” (POSSENTI, 2006, p. 166). Ou seja, o que torna a comunicação e o entendimento possíveis não é o conhecimento da procedência de todas as palavras, algo inteiramente irrealizável, mas o conhecimento de mundo compartilhado entre o falante e o seu ouvinte.

Vivemos em um momento em que a comunicação empresarial é cada vez mais enfatizada como ferramenta primordial para se alcançar metas e trazer resultados, já que esses elementos dependem essencialmente de uma comunicação clara e objetiva. Até aí, nenhuma novidade, mas será que podemos afirmar que palavras como *business plan*, *merchandising*, *downsizing* estariam de fato comprometendo essa comunicação? Em que medida podemos falar da real necessidade de se utilizar ou não palavras estrangeiras em uma língua?

Primeiro, é preciso deixar claro que não existem leis que possam intervir na decisão dos falantes de usar ou não determinada forma linguística,

tanto na forma oral quanto na escrita, pois a língua, além do seu caráter público como fenômeno histórico-social, é também particular, um elemento constitutivo da individualidade do usuário da língua. Segundo, é um equívoco pensarmos que há uma avalanche de palavras oriundas do inglês que apenas confundem o usuário falante do português brasileiro. De acordo com Fiorin (2001, p. 115), "este é um falso problema porque o léxico é apreendido em função das experiências de vida e qualquer pessoa é capaz de apreender qualquer setor do vocabulário, se ele tiver algum sentido para ela".

Claro que não se pode negar que questões envolvendo o uso de palavras estrangeiras em outra língua sempre resvalam para uma dimensão discursiva e ideológica. A palavra estrangeira nem sempre adentra o nosso sistema linguístico para nomear um objeto ou conceito inexistente aqui.

Muitas vezes, serve para excluir, para se impor. É possível encontrar

peessoas que fazem questão

de utilizar certos jargões corporativos estrangeiros,

como *coffee-break*, em vez de intervalo, ou *meeting*, em

vez de reunião ou, ainda, criações lexicais como "merchã", apenas

para impressionar, sem se preocupar em verificar se quem as ouve tem o mes-

mo nível cultural, tanto do inglês quanto do conceito. No entanto, afirmar que

um usuário da língua é incapaz de entender certas palavras estrangei-

Meeting
coffee-break
turnover
tuite
workshop
deletar
postar
feedback
merchã
printar
deadline
becapear

ras utilizadas no português se constitui em um grande equívoco, pois a compreensão de qualquer variedade lexical estrangeira é uma questão de exposição, do significado que ela representa para o ouvinte. Nesse sentido, concordamos com Possenti (2001) ao dizer que:

[...] um camponês não compreenderá a palavra “printar”, por exemplo, mas é porque não usa computador, e não porque o termo vem do inglês ou porque ele é camponês. Certamente, no entanto, saberá o que é um “play off”, se for um torcedor que ouve jogos no rádio ou os vê pela TV (POSSENTI, 2001, p. 166).

Com efeito, a linguagem serve tanto para incluir quanto para excluir, a depender do referencial que tomamos. E é preciso evidenciar isso, mostrar que pelo uso da linguagem, com ou sem estrangeirismos, “demarcamos quem é de dentro ou de fora do nosso círculo de interlocução, de dentro ou de fora dos grupos sociais aos quais queremos nos associar ou dos quais queremos nos diferenciar” (GARCEZ; ZILLES, 2001, p. 31).

Outra questão para refletirmos diz respeito à própria história do nosso país. O Brasil importou os serviços públicos nas áreas de transporte e comunicação da Inglaterra quando ela estava no auge do poder econômico e industrial, sem falar do esporte, entre os quais, o futebol, o pôquer e o bilhar. No entanto, mudanças políticas e econômicas na segunda metade do século XX colocaram os Estados Unidos em uma posição hegemônica como o país que mais se desenvolveu nos setores da indústria, da ciência e da tecnologia. A industrialização tardia do Brasil causou uma dependência tecnológica e econômica, fazendo

com que as relações culturais entre esses dois países se estreitassem, por inúmeras razões, mas principalmente pela tecnologia de ponta das sociedades de consumo.

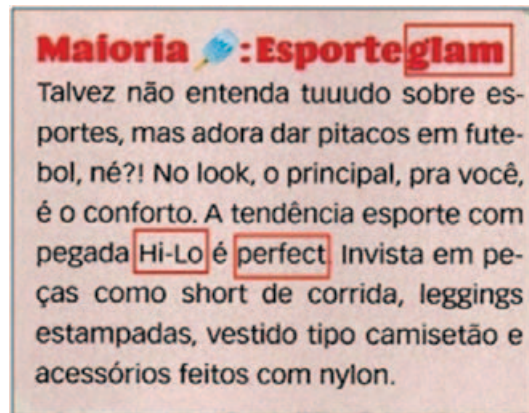
A entrada de elementos estrangeiros referentes às ciências e à tecnologia no português do Brasil é maior que a de todas as outras áreas, o que mostra que esse fenômeno da língua é, antes de tudo, um fenômeno sociolinguístico, inteiramente atrelado à nomeação de novas tecnologias, produtos e também ao prestígio de que goza a língua inglesa.

Alves (1988), em seus estudos sobre os empréstimos de palavras na imprensa política, já comprovava que os termos técnicos são, sobretudo, de origem inglesa, o que atesta o poder econômico e tecnológico exercido pelos Estados Unidos. Evidentemente essa questão está relacionada com o aspecto econômico, que, por sua vez, está diretamente ligado ao prestígio, pois é consabido que quanto mais poderosa for a economia de um país, maior será a influência de sua língua. E isso se estende também à influência "científica, tecnológica, comercial, cultural etc. que esta exerce no cenário regional ou universal em que se projeta" (FERRAZ, 2010, p. 271).

Essa influência se dá através da importação de bens de consumo, da expansão das multinacionais, das músicas, dos modismos e dos programas da TV, especialmente da TV a cabo. Os jovens de hoje, por exemplo, percebem que há línguas de maior prestígio social e, por isso, preferem utilizar certos estrangeirismos que trazem um valor de superioridade, excentricidade.

O enunciado "A tendência esporte com pegada *Hi-Lo*³ é *perfect*", retirado de uma revista juvenil, exemplifica isso.

3 "Hi significa alto e Lo, baixo, é uma elegante e sofisticada tendência que é um mix de peças baratas com caras". Disponível em: <<http://blogs.atrevida.com.br/superatres/estilo-hi-lo-voce-conhece-2.html#sthash.xgBrTfil.dpuf>>.



(Revista *Atrevida*, 2012, p. 29)

É preciso salientar que o domínio do funcionamento do modo como determinada língua recebe de outras línguas elementos que a modificam é um campo do estudo da linguagem complexo, na medida em que resvala para um funcionamento da língua que toca em questões não apenas relacionadas às terminologias especializadas, mas em campos que dependem da imagem que o falante tem da língua do outro, de seu país e de seu modo de vida. De acordo com Barros (2004), são quatro os campos semânticos em que os vocábulos de língua inglesa aparecem:

novidade, modernidade, avanço, desenvolvimento (nas áreas das ciências “duras” e da alta tecnologia); rentabilidade, eficiência, precisão, competitividade (nas áreas tecnológicas, econômicas, financeiras e esportivas); conforto, ruptura das tradições, rebeldia (na música, nos comportamentos da juventude); simplicidade, rapidez, economia de tempo (no campo da culinária e da moda) (BARROS, 2004, p. 213).

Portanto, não é possível pensar o fenômeno linguístico do estrangeirismo dissociado dos componentes sociolinguísticos, pois são esses compo-

mentes que irão contribuir para a integração ou rejeição da unidade lexical estrangeira. Verificamos, então, que o influxo de palavras estrangeiras numa dada língua depende da aceitação, da avaliação dos usuários da língua, e o prestígio que o idioma inglês assumiu no Brasil ao longo do século XX mostra que fatores socioculturais explicam a frequência desses elementos estrangeiros na língua portuguesa.

O léxico de uma língua tem a capacidade de identificar características de um grupo social. Na verdade, é por intermédio do léxico que reatualizamos os conhecimentos de uma sociedade, já que ele “é um dos pontos em que mais claramente se percebe a intimidade das relações entre língua e cultura” (FARACO, 1991, p. 25). Sendo o léxico constituído de todas as palavras que uma língua possui, a palavra adquire um papel fundamental nas relações sociais. Na próxima seção, faremos uma breve reflexão acerca da palavra, por um prisma da filosofia da linguagem.

2. A palavra sob uma perspectiva filosófica

Desde que viemos ao mundo, vamos apreendendo os objetos que nos rodeiam pelos usos que fazemos das palavras e, assim, vamos construindo nossa bagagem linguística. O estudo da palavra sob diversos ângulos não se confinou apenas às discussões suscitadas pela linguística, pois o interesse sobre a origem, o emprego e o sentido das palavras remonta à Antiguidade Clássica. Por volta do século IV, na Índia, o mais conhecido dos gramáticos hindus, Panini, ao definir uma sintaxe para a língua sânscrita durante o seu projeto de organizá-la segundo os preceitos de uma distinção entre a língua falada pelo povo de sua época e a língua utilizada pela literatura, definiu elementos significativos da língua como palavras reais (as *lexias*) e as palavras fictícias (os morfemas), sendo de grande importância para os estudos lexicais.

No Ocidente, alguns filósofos trouxeram importantes reflexões envolvendo as relações entre a palavra e o ser. Em sua obra *Crátilo*, Platão apresenta dois pontos de vista baseados em escolas de pensamentos distintos: o dos naturalistas, que sustentavam a ideia de que há uma relação intrínseca entre o som e o sentido, evidenciando uma preocupação de relacionar ideia e forma; e o dos convencionalistas, que sustentavam ser uma relação puramente arbitrária, ou seja, segundo convenções estabelecidas pelo próprio homem (ULLMANN, 1964).

O interesse em investigar a relação pensamento e palavra era a marca predominante na perspectiva da tradição filosófica clássica. É como se as palavras pudessem ser associadas diretamente aos objetos aos quais se referem em um sistema de correspondência estável e imediato. O filósofo Wittgenstein mencionava essas questões em sua obra *As investigações filosóficas*, quando resumiu a teoria referencial do significado, a qual critica, na seguinte fórmula: “as palavras da linguagem denominam objetos – frases são ligações de tais denominações. Nesta imagem da linguagem encontramos as raízes da ideia: cada palavra tem uma significação. Esta significação é agregada à palavra. É o objeto que a palavra substitui” (WITTGENSTEIN, 1999, p. 27).

Segundo o filósofo, essa concepção de palavra seria insuficiente para explicar a totalidade dos fenômenos linguísticos, pois o que se conhece por “palavra” pode desempenhar diferentes funções e abarcar diversas identidades. Wittgenstein critica essa teoria referencialista ao demonstrar, por meio de outros exemplos, que nem todas as palavras são nomes de objetos, e que, portanto, não se pode elucidar o significado de uma palavra apontando para o objeto ao qual se refere. E é em um desses exemplos que ele fundamenta a sua teoria da linguagem, abarcando, para explicá-la, o conceito de “uso”:

Pense agora no seguinte emprego da linguagem: mando alguém fazer compras. Dou-lhe um pedaço de papel, no qual estão os signos: “cinco maçãs vermelhas”. Ele leva o papel ao negociante; este abre o caixote sobre o qual encontra-se o signo “maçãs”; depois, procura numa tabela a palavra “vermelho” e encontra na frente desta um modelo da cor; a seguir, enuncia a série dos numerais – suponho que a saiba de cor – até a palavra “cinco” e a cada numeral tira do caixote uma maçã da cor do modelo. – Assim, e de modo semelhante, se opera com palavras. – “Mas como ele sabe onde e como procurar a palavra ‘vermelho’, e o que vai fazer com a palavra ‘cinco’?” Ora, suponho que ele aja como eu descrevi. [...] Mas qual é a significação da palavra “cinco”? De tal significação nada foi falado aqui; apenas, de como a palavra “cinco” é usada (WITTGENSTEIN, 1999, p. 28).

Este exemplo de Wittgenstein ilustra bem a limitação que os conceitos trazem ao imprimir uma essência cognoscível à natureza das palavras, pois, como definir a palavra “cinco” se não for através das ocorrências, da relação de uso que a palavra “cinco” imprime com o seu objeto, no caso do exemplo, “maçãs”? Como bem cita Fann (1999):

Tal pergunta tem sentido tão somente quando se supõe que a palavra “cinco” desempenha a mesma função (ou pertence à mesma categoria) que “maçãs” e “vermelho” [...] A tendência a perguntar pelo significado de uma palavra, inclusive quando

seu uso está claro, surge do “conceito filosófico de significado” que repousa em uma ideia primitiva acerca de como funciona a linguagem (FANN, 1999, p. 85-86).

Se o que melhor define o significado de uma palavra só pode ser dado no uso que se faz dessa palavra, então cabe observar melhor os fenômenos da língua em toda a sua dimensão verbal heterogênea, constitutivamente social e discursiva. Para tanto, é preciso reservar um espaço de reflexão acerca do funcionamento das palavras, pois é a partir desse funcionamento que geramos significação e não por meio de palavras dadas como “prontas”, de palavras que parecem “ter seus sentidos fixados, tal como etiquetas em pedras” (ANTUNES, 2012, p. 2).

3. Influxo de vocábulos estrangeiros em contextos comunicativos

Vivemos num mundo cada vez mais dinâmico, onde as relações sociais estão cada vez mais suscetíveis às trocas culturais, fazendo emergir novas palavras desses contextos comunicativos, trazendo consigo novos sentidos a partir da morfologia do português enquanto processo de criatividade/trabalho sobre a língua. Nesse aspecto, os vocábulos estrangeiros são altamente eficazes. Basta observar como alguns estrangeirismos de língua inglesa são empregados no sistema lexical do português do Brasil com outro funcionamento a partir de um trabalho dos falantes em modos de significar bem peculiares. Observamos esses tipos de transformação, como vistos nas figuras 1, 2, 3 e 4, na pronúncia de alguns exemplos entre tantos encontrados em um *corpus* do blog

Kibeloco⁴: site como *sait*; shopping como *chopem*, Trident como *Traid* e Yorkshire como *okchai*.



Figura 1



Figura 2



Figura 3



Figura 4

De acordo com Alves (1988), o item lexical estrangeiro que adentra o nosso sistema linguístico tende a adaptar-se fonologicamente ao nosso idioma. É o caso da palavra inglesa *snooker*, um empréstimo adaptado fonologicamente ao português que se transformou em "sinuca", com a sílaba inicial "si".

A aceitação ou não da palavra estrangeira é inteiramente determinada por fatores sociais, de modo que os falantes de uma comunidade linguística, imbuídos de seus valores e de suas concepções de mundo, a tornam uma forma prestigiada ou não, resistindo ou não ao seu uso. Para melhor compreender isso, é necessário observar componentes sociolinguísticos, tais como classe social, gênero, faixa etária, pois eles explicam em muito o dinamismo do estrangeirismo à medida que favorecem a incorporação e a estabilidade da unidade lexical estrangeira.

4 Disponível em: <<http://kibeloco.com.br/categoria/pracas-do-braziu/>>.

Na visão de Labov (1972), determinadas formas linguísticas refletem categorias da estrutura social. A forma como as pessoas se utilizam da língua é altamente influenciada pelas pressões sociais, apesar de, na verdade, fatores tanto linguísticos como sociais contribuírem para os processos de variação e mudança:

A ocorrência de variantes está geralmente correlacionada aos aspectos do ambiente interno, embora não seja exatamente previsível por esses, e também pelos aspectos externos ao falante e à situação: estilo contextual, *status* social, mobilidade social, etnia, gênero e faixa etária (LABOV, 1972, p. 18, tradução nossa).

É importante destacar que falantes compartilham atitudes e valores semelhantes em relação à língua, visto que a comunidade de fala é mais bem definida como um grupo que compartilha as mesmas normas em relação à língua (LABOV, 1972).

Geralmente, valores positivos são relacionados ao grupo de prestígio, cuja fala é dominante nas esferas sociais, sendo que o nível que o falante tem em relação a determinada variável está vinculado à classificação dos elementos variantes da língua diante da avaliação social a que está suscetível. Além de valores conscientes no que diz respeito à língua, os membros de uma comunidade de fala compartilham, sem que tomem consciência disso, aspectos fundamentais do sistema linguístico – suas regras gramaticais.

Isso quer dizer que o processo de inovação do léxico se dá pela incorporação de novas unidades que surgem nos atos de fala, por meio de variados processos de formação de palavras novas, os neologismos lexicais,

gerando mudanças, novidade no sistema linguístico de uma língua. Essa renovação no código de comunicação de uma determinada comunidade linguística está alicerçada no pressuposto de que as línguas se renovam permanentemente, inovando-se com a inclusão de palavras novas que surgem em virtude de uma necessidade específica de nomeação.

Tais fatos nos levam a considerar que o enriquecimento do léxico com formas novas é resultado de mudanças ao nível lexical que se materializam por meio da fala, no âmbito das mudanças sociais. Assim, as unidades neológicas devem ser observadas, sobretudo, nas relações que se instituem nas estruturas sociais, pois o neologismo é, como assevera Carvalho (1984, p. 9-10), um "ato e fato social" que, quando incorporado ao vocabulário do usuário da língua, este torna-se cúmplice do mundo em que atua, participe da expansão das áreas de conhecimento científico e tecnológico de sua época, instaurador dos valores grupalmente compartilhados, claramente observáveis a cada transformação social e cultural.



Considerações finais

Nossa pergunta inicial era se os elementos estrangeiros estariam contribuindo ou obstruindo a comunicação empresarial. Refletimos sobre o papel do léxico na criação de novas palavras na língua, condição necessária para expressar categorias cognitivas que construímos no interior dos domínios sociais em que as ações da linguagem ocorrem. Verificamos que é o âmbito da esfera social que circunscreve e motiva as mudanças no léxico de uma língua.

Chegamos à conclusão de que pedir um *follow-up*, em vez de dizer que vai retomar uma conversa sobre determinado projeto, não é o que irá determinar o sucesso das ações organizacionais. Ao falarmos em comunicação, principalmente no meio corporativo, entendemos que o fundamental é se fazer entender de forma objetiva. E não é porque utilizamos determinado jargão estrangeiro que estamos deixando de ser claros ou precisos. Isso pode ocorrer com qualquer palavra da língua portuguesa, uma vez que é impossível ter o domínio total de todo o léxico de uma língua.

Não se trata também de afirmar que as palavras estrangeiras são desnecessárias porque existem palavras correspondentes para elas no português. É preciso deixar claro que quando um estrangeirismo adentra o sistema de uma língua, ele se inscreve num universo de sentidos que lhe atribui um valor específico. Assim, *brother* não é "irmão", mas "amigo" no português brasileiro.

Vimos que o influxo de palavras estrangeiras numa dada língua é um fenômeno inevitável, e até mesmo esperado nos intercâmbios linguísticos entre diferentes línguas, visto que novas palavras surgem desses contextos comunicativos. Vimos também que o prestígio que o idioma inglês assumiu no Brasil ao longo do século XX mostra que fatores socio-

culturais explicam a frequência desses elementos estrangeiros na língua portuguesa brasileira.

Por fim, concluímos, neste breve estudo, que se faz necessário observar os domínios sociais pelas quais as pessoas transitam, bem como as redes culturais, tecnológicas, pois são esses âmbitos que circunscrevem e motivam a criação de novas palavras no português brasileiro, sobretudo aquelas que se originam de outros sistemas linguísticos.

Referências bibliográficas

ALVES, I. M. Empréstimos lexicais na imprensa política brasileira. *Alfa*, v. 32, p. 1-14, 1988.

ANTUNES, I. *O território das palavras: estudo do léxico em sala de aula*. São Paulo: Parábola, 2012.

BARROS, D. L. P. de. Uso dos termos estrangeiros no português do Brasil: imagem do outro e de sua língua. In: CORTINA; A.; MARCHEZAN, R. C. (Org.). *Razões e sensibilidades: a semiótica em foco*. 1. ed. Araraquara: Laboratório Editoria FCL/Unesp, 2004, v. 1, p. 203-221.

BIDERMAN, M. T. C. Fundamentos da lexicologia. In: _____. *Teoria linguística: teoria lexical e linguística computacional*. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

CARVALHO, N. *O que é neologismo*. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1984.

FANN, K. T. *El concepto de filosofía en Wittgenstein*. Madri: Tecnos, 1999.

FARACO, C. A. *Linguística histórica*. São Paulo: Ática, 1991.

FERRAZ, A. P. Publicidade: a linguagem da inovação lexical. In: ALVES, I. M. (Org.). *Neologia e neologismos em diferentes perspectivas*. São Paulo: Paulistana, 2010.

FIORIN, J. L. Considerações em torno do projeto de Lei n. 1676/99. In:

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

GARCEZ, P. M.; ZILLES, A. M. S. *Estrangeirismos – desejos e ameaças*. In: _____. *Estrangeirismos: guerras em torno da língua*. São Paulo: Parábola, 2001, p. 15-36.

LABOV, W. *Sociolinguistic patterns*. Filadélfia: University of Pennsylvania Press, 1972.

MARCUSCHI, L. A. O léxico: lista, rede ou cognição social. In: NEGRI, L. et al. (Org.). *Sentido e significação: em torno da obra de Rodolfo Ilari*. São Paulo: Contexto, 2004, p. 263-284.

POSSENTI, S. A questão dos estrangeirismos. In: FARACO, C. A. (Org.) *Estrangeirismos: guerras em torno da língua*. 3. ed. São Paulo: Parábola, 2001.

_____. Sobre o ensino de português na escola. In: GERALDI, J. W. (Org.). *O texto na sala de aula: leitura e produção*. 4. ed. São Paulo: Ática, 2006, p. 32-38.

ULLMANN, S. *Semântica: uma introdução à ciência do significado*. Trad. J. A. O. Mateus. 4. ed. Lisboa: C. Gulbekian, 1964.

WITTGENSTEIN, L. *Investigações filosóficas*. Trad. J. C. Bruni. São Paulo: Nova Cultural, 1999.

Imagens: www.freeimages.com