

**Estilos e
mudanças
terminológicas
da moda no
Instagram da
Harper's Bazaar
*Brasil***

RESUMO

Objetiva-se investigar, neste estudo, vinte e três (23) neologismos terminológicos que designam os *estilos* da moda, inventariados no *Instagram* da revista *Harper's Bazaar Brasil* no primeiro semestre de 2019. Em particular, procura-se apurar os processos de formação de unidades terminológicas mais habituais no campo em questão. Para isso, embasa-se nas pesquisas de Alves (1988), Correia (1998), Cabré (1999a, 1999b), Bergamo (1998), entre outros que discorrem, respectivamente, sobre os neologismos nos domínios de especialidade e da moda. Como método, adotou-se um percurso quanti-qualitativo, tendo em vista que os termos foram arrolados e contabilizados nas legendas dos *posts* do periódico por intermédio do *software Wordsmith Tools*, versão 6.0, de Scott (2012), sendo este considerado um mecanismo de análise lexical por Fromm *et al.* (2020). Subsequentemente a isso, realizou-se a exploração dos resultados levantados. Em síntese, assinala-se que as criações terminológicas selecionadas são estrangeirismos, ou seja, itens adotados de outro sistema linguístico, a saber, o inglês norte-americano. Sob essa ótica, conclui-se que há na moda brasileira uma predileção por *estilos* oriundos de outros círculos socioculturais e, conseqüentemente, tal preferência é retratada em sua terminologia.

PALAVRAS-CHAVE: Terminologia. Neologismos. Moda. *Harper's Bazaar Brasil*.

1 Doutorando em Letras pelo Programa de Pós-Graduação em Filologia e Língua Portuguesa da Universidade de São Paulo (USP), e-mail: paulercastorino@usp.br.

2 Professora do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Linguagem (PPGEL), do Instituto de Estudos da Linguagem (IEL) da Universidade Federal de Catalão (UFCAT), e-mail: vrdxavier@gmail.com.

1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS SOB O LÉXICO DA MODA

Os domínios de especialidades evoluem constantemente por meio de novas concepções epistemológicas, novos produtos, dentre outros aspectos. Sob a ótica de Alves (2006), essa mudança é crescente e, igualmente, reflete-se no campo linguístico, porque acarreta novas unidades terminológicas, que são fundamentais para designar as criações nas áreas de especialidades. Sendo assim, tal transformação acontece devido à própria natureza do léxico, pois ele “recorta nossa percepção do mundo em seus aspectos naturais, biológicos, sociais e culturais” por intermédio da língua (BATISTA, 2011, p. 34).

Nessa perspectiva, o léxico nomeia determinada realidade por meio de suas unidades lexicais, especializadas ou não, alterando-se constantemente para representar a dinamicidade da língua em si, com a influência de diversos fatores, entre eles, o social. Semelhantemente, nota-se que a moda é um campo de especialidade que sofre constantes alterações, em especial, nos seus estilos, que surgem para alimentar o interesse dos usuários em determinadas tendências do mercado.

Para além do exposto, entende-se que a moda, igualmente, representa certos grupos sociais, principalmente a identidade dos indivíduos, uma vez que

o sentido da moda está nas vivências, nas representações e naquilo que orienta a relação das pessoas com as roupas, aprovando e desaprovando, emitindo juízos de valor. É assim que deve se dar a compreensão de seu sentido: como algo que sinaliza, que aponta cotidianamente direções, significados e instrumentos de julgamento para as roupas. E isso só é possível porque a roupa significa algo, e exatamente por significar algo ela pode ser usada como instrumento de mediação entre o indivíduo e o sentido que ela imprime em suas ações (BERGAMO, 1998, p. 139-140).

Em outros termos, por meio dos vestuários, adornos e estilos, os consumidores expressam suas personalidades e gostos. Orsi (2020a) argumenta que “a moda espelha a contínua mudança da época em que se insere e as roupas são usadas como um instrumento social para afirmar o *status* econômico e o próprio papel [do sujeito na] sociedade” (p. 13, *grifo da autora*). Nesse sentido, além de exprimir as identidades de seus usuários, a moda pode, simultaneamente, conferir valores ao homem, indicando a qual classe econômica ou grupo social ele pertence, por exemplo.

Desta feita, neste estudo, objetiva-se analisar os neologismos terminológicos que designam os estilos, arrolados nas legendas da revista *Harper's Bazaar Brasil*, entre 01 de janeiro de 2019 e 30 de junho de 2019, na rede social *Instagram*. Sobretudo, tem-se como intuito realizar uma investigação de cunho morfológico acerca dessas criações terminológicas. Para isso, pautar-nos-emos em Alves (1988), Correia (1998), entre outros que discorrem sobre essa temática.

O percurso metodológico adotado foi de caráter quanti-qualitativo, para tanto foram: *i*) selecionadas, sem o auxílio de ferramenta computacional, as legendas do periódico em questão no período pré-estabelecido; *ii*) coletados os possíveis neologismos a partir da *WordList* criada pelo programa *WordSmith Tools*, de Scott (2012); *iii*) confrontados os termos recolhidos em duas obras lexicográficas gerais de língua, o *Dicionário Eletrônico Houaiss*, organizado por Houaiss e Villar (2009), e o *Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa*, organizado por Ferreira (2010); além da obra terminográfica *Dicionário da moda*, de Sabino (2007); e, posteriormente, *iv*) discutidos os resultados, com vistas a identificar os processos morfológicos de criação dos neologismos em estudo.

Primeiramente, é preciso evidenciar que este estudo, trata-se de um recorte de nossa dissertação de mestrado, defendida na Universidade Federal de Goiás. Na pesquisa original, intitulada de *Neologismos da moda e consumo: inter-relações entre revistas de moda no Instagram e lojas de vestuário*, investigou-se esse e outros campos do léxico da moda, a exemplo dos *vestuários*, *cores*, *coleções*, dentre outros. Para tanto, foram realizadas entrevistas com proprietários de estabelecimentos especializados no assunto no município de Catalão-Goiás e foram aplicados questionários aos vendedores destes locais.

2. DESFILANDO ENTRE A TERMINOLOGIA, A NEOLOGIA E A MODA

Considera-se que a esfera da moda está para além dos vestuários, não se limitando apenas a tópicos relacionados ao seu objeto, uma vez que se concatena à história de um povo e sua cultura, bem como conflui com a identidade de cada sujeito. Postula-se isso em consonância com Palomino, ao destacar que:

Você enxergará melhor a moda se conseguir visualizar uma evolução. Pense no jeito que as pessoas se vestiam nos anos 70 e depois nos 80 e tente, ainda, achar um denominador para o que as pessoas usavam na década de 90. Essas mudanças é que são a moda. Ao acompanhar/retratar/simbolizar essas transformações, a moda serve como reflexo das sociedades à volta. É possível entender um grupo, um país, o mundo naquele período pela moda então praticada (2003, p. 14).

Dessa forma, esse domínio de especialidade pode ser concebido como um sistema representativo e simbólico que acompanha a história social, desde os primórdios até a contemporaneidade. Neste trabalho, o foco é no modo como a moda se manifesta na linguagem, especialmente na sua terminologia, pois “quando cada desfile é visto pela imprensa de moda, uma enxurrada de palavras procura identificar suas fontes e explicar o ‘gênio criativo’ do artista”, no caso, o estilista, conforme apontam Angus, Baudis e Woodcock (2014, p. 8). Em outros dizeres, assim que as vestimentas e acessórios são apresentados nos desfiles, os jornalistas de moda tendem a buscar os termos que nomeiam cada item.

Percebe-se, à luz de Barros (2004), que a renovação de qualquer setor ou elemento de um âmbito de especialidade acarreta, por consequência, uma mudança terminológica, porque “a cada nova invenção, a cada nova situação [...] surgiam novos termos correspondentes. O universo lexical das línguas transformou-se, ampliando-se substancialmente, o mesmo sucedendo com o conjunto terminológico que, aliás, cresceu em maior proporção” (p. 26). Isso também ocorre com a moda que, consoante Orsi (2020b), é “sazonal, isto é, [por estar] renovando-se a cada estação do ano, conseqüentemente seu léxico também passaria por renovação a cada estação” (p. 72).

A Terminologia pode ser compreendida como uma das disciplinas do Léxico que se revela polissêmica, tomando por base que

[...] o termo ‘Terminologia’ pode remeter a três sentidos por excelência: (i) em primeiro lugar, pode ser entendido como a matéria ou disciplina que se ocupa do estudo dos termos ou unidades terminológicas; (ii) por outro lado pode se referir à vertente aplicada dessa matéria, isto é, a prática da compilação, descrição, edição e normalização das unidades terminológicas, o que resulta, como produto final, nos dicionários, glossários, e outros produtos terminográficos e (iii) por último pode denominar o conjunto das unidades terminológicas de um âmbito especializado, tais como Botânica, Medicina, Química, entre outros (COSTA; CABRÉ; ZAVAGLIA, 2018, p. 165).

A Terminologia investiga, conceitual, morfológica e descritivamente, a linguagem de especialidade de diferentes âmbitos, além de ser o conjunto de termos de um dado ramo. De modo preciso, o presente estudo alicerça-se na Teoria Comunicativa da Terminologia (TCT), de Cabré (1999a):

Em linhas gerais, a teoria que propomos pretende dar conta dos termos como unidades singulares e ao mesmo tempo similares a outras unidades de comunicação dentro de um esquema global de representação da realidade, admitindo a variação conceitual e denominativa, e tendo em conta a dimensão textual e discursiva dos termos³ (CABRÉ, 1999a, p. 120).

Em síntese, a TCT de Cabré tem como principal objetivo descrever e explicar as unidades terminológicas “*in vivo*, ou seja, em seus contextos naturais de aparecimento: os textos especializados⁴”, segundo Guerrero Ramos (2017, p. 1393, *grifos da autora*). Por esse prisma, a autora destaca que os termos possuem um conceito delimitado em meio a uma situação, ao tempo que se assemelham às unidades lexicais da língua em geral, por conterem características fonológicas, morfológicas, sintáticas, semânticas e pragmáticas.

³ “En líneas generales, la teoría que proponemos pretende dar cuenta de los términos como unidades singulares y a la vez similares a otras unidades de comunicación dentro de un esquema global de representación de la realidad, admitiendo la variación conceptual y denominativa, y teniendo en cuenta la dimensión textual y discursiva de los términos” (CABRÉ, 1999a, p. 120).

⁴ “[...] *in vivo*, es decir, en sus contextos naturales de aparición: los textos especializados” GUERRERO RAMOS, 2017, p. 1393, *grifos da autora*).

Cabré (1999b) explica que o surgimento de um novo conceito em determinada especialidade motiva uma nova designação, singularmente um neologismo. Por esse viés, “a neologia, vista como uma forma de gerar novas designações, é obviamente necessária em campos especiais, nos quais o surgimento de novos conceitos implica uma constante atividade neológica⁵” (p. 203-204, tradução nossa). Elucida-se, então, de acordo com Alves e Maroneze (2018), que “*neologia e neologismo* são os termos que, tradicionalmente, em diversas línguas, têm sido usados para designar a criatividade no âmbito lexical: *neologia* designa o processo de criação e *neologismo* denomina o produto desse processo, a nova unidade lexical” (p. 05, *grifos dos autores*).

Finaliza-se este tópico, refletindo sobre a inter-relação entre os conceitos mencionados. Em primeiro plano, tem-se a moda enquanto um sistema, que representa o sujeito, a cultura e a história de um povo por intermédio dos vestuários, adornos e estilos. Atualmente, a moda é considerada uma área de especialidade, a qual, em nossa ótica, contempla uma terminologia própria, que é alterada constantemente pela sua própria sazonalidade, contribuindo, assim, para a renovação linguística do ramo.

3. A METODOLOGIA EM UM ESTUDO TERMINOLÓGICO SOBRE OS NEOLOGISMOS DA MODA

Toda investigação de cunho científico realiza um percurso metodológico e neste estudo não seria diferente, tendo em vista a adoção de procedimentos para a delimitação do tema, bem como para a seleção das publicações e dos termos, além da validação do *status* neológico dos itens inventariados e da sua análise.

Inicialmente, optou-se por analisar a terminologia da moda na *Harper's Bazaar Brasil*, doravante *HB*, por sua importância nesse campo, dado que esta revista surgiu em 1867 nos Estados Unidos e desde sempre abordou a temática da moda, como aponta Callan (2007). Nesse sentido, a longevidade e relevância do periódico foram critérios essenciais para a sua escolha enquanto *corpus*, uma vez que retrata a história e evolução da moda nos últimos cento e cinquenta e quatro (154) anos, perpassando por mudanças sociais, a exemplo da passagem do meio impresso para o digital, já que

Atualmente a *Bazaar* é publicada no universo da convergência midiática, fornecendo aos leitores diversas plataformas de conteúdo de Moda, sejam elas impressas ou digitais, por meio de reportagens escritas, ilustrações, fotografias, áudios e vídeos. As informações podem ser acessadas na revista impressa, publicada mensalmente, ou no ambiente *online*, sendo eles: a edição digital, o *site*, a *newsletter* quinzenal, o aplicativo e o *e-commerce Shop Bazaar* [...]; ou nas mídias sociais: *Facebook*, *Instagram*, *Pinterest*, *Twitter* e *YouTube*. Tanto a versão impressa quanto a digital da revista podem ser assinadas anualmente (ROBERTO, 2019, p. 135, *grifos da autora*).

⁵ “*Neology, seen as a way of creating new designations, is obviously necessary in special subject fields in which the emergence of new concepts entails constant neological activity*” (CABRÉ, 1999b, p. 203-204).

Nessa visão, acredita-se que uma revista de moda, quando inserida em um ambiente digital, demonstra-se mais propensa à renovação terminológica. Diz-se isso porque as redes sociais são flexíveis e dinâmicas, permitindo que tudo seja publicado com certa rapidez, incluindo-se as novidades do ramo em estudo.

Este trabalho atém-se ao *Instagram*, mídia social gratuita, disponível para *smartphones*, computadores e *tablets*, que tem como objetivo compartilhar arquivos fotográficos e videográficos de usuários, conforme Musse (2017). No caso, a seleção dos *posts* – publicações da rede – ocorreu sem o auxílio de ferramenta computacional, mediante capturas de tela, *prints*, e transcrição das legendas, no primeiro semestre de 2019.

Figura 1: Publicação da *HP* de 16 de janeiro de 2019



Fonte: (Instagram da @bazaarbr, 2019).

Os neologismos foram coletados das legendas, a exemplo da exposta em vermelho na figura acima. Resumidamente, a legenda é caracterizada por ser um “texto breve, objetivo, cujo enunciado predomina a frase nominal, que serve para acrescentar informações à imagem publicada ou ratifica a informação dada visualmente” (COSTA, 2014, p. 156).

Em ocasião posterior, esses textos descritivos foram colocados em um arquivo, para que, mais adiante, o programa *WordSmith Tools* de Scott (2012) criasse uma lista com todos os itens lexicais empregados nos textos. Fromm *et al.* consideram que

o WST surgiu em 1996 e ‘é um conjunto de programas integrados’, definido por seu criador, Scott, como um *software* de análise lexical. Publicado pela *Oxford University Press*, o WST oferece várias funções, dentre elas, visualização dos dados de *corpora*, criação de listas de palavras, de linhas de concordâncias em forma de visualização vertical, a partir de nódulos (palavras de buscas), e de palavras-chave, entre outras (2020, p. 1196-1197, *grifos dos autores*).

Para a realização desta investigação, lançou-se mão de duas ferramentas computacionais, a saber, a *WordList*, que produz uma lista de itens lexicais juntamente com suas ocorrências no *corpus*, como se observa na Figura 2:

Figura 2: *WordList* enquanto ferramenta de obtenção de dados para análise

| N | Word | Freq. | % | Texts | % Lemmas | Set |
|-------|-------------|-------|---|--------|----------|-----|
| 2.222 | CIRCULARES | 1 | 1 | 100,0% | | |
| 2.223 | CÍRCULO | 1 | 1 | 100,0% | | |
| 2.224 | CIRELLI | 1 | 1 | 100,0% | | |
| 2.225 | CÍRICO | 1 | 1 | 100,0% | | |
| 2.226 | CIRURGIA | 1 | 1 | 100,0% | | |
| 2.227 | CIRURGIÃO | 1 | 1 | 100,0% | | |
| 2.228 | CIRÚRGICA | 1 | 1 | 100,0% | | |
| 2.229 | CIS | 1 | 1 | 100,0% | | |
| 2.230 | CISNE | 1 | 1 | 100,0% | | |
| 2.231 | CISNES | 1 | 1 | 100,0% | | |
| 2.232 | CITAR | 1 | 1 | 100,0% | | |
| 2.233 | CÍTRICAS | 1 | 1 | 100,0% | | |
| 2.234 | CÍTRICOS | 1 | 1 | 100,0% | | |
| 2.235 | CITRINO | 1 | 1 | 100,0% | | |
| 2.236 | CITY | 5 | 1 | 100,0% | | |
| 2.237 | CIVIL | 2 | 1 | 100,0% | | |
| 2.238 | CIVILIZAÇÃO | 3 | 1 | 100,0% | | |
| 2.239 | CJFASHION | 1 | 1 | 100,0% | | |
| 2.240 | CJMARES | 4 | 1 | 100,0% | | |
| 2.241 | CLA | 1 | 1 | 100,0% | | |
| 2.242 | CLÃ | 4 | 1 | 100,0% | | |
| 2.243 | CLAESSENS | 1 | 1 | 100,0% | | |
| 2.244 | CLARA | 1 | 1 | 100,0% | | |
| 2.245 | CLARAMENTE | 1 | 1 | 100,0% | | |
| 2.246 | CLARAS | 2 | 1 | 100,0% | | |
| 2.247 | CLARE | 2 | 1 | 100,0% | | |
| 2.248 | CLAREAR | 1 | 1 | 100,0% | | |

Fonte: Elaborada pelos autores.

De modo similar, manuseou-se o *Concord*, uma ferramenta geradora de linhas de concordância, pois ela revela o contexto de uso dos termos, bem como apresenta as combinações deles com outros. A Figura 3 ilustra este artifício:

Figura 3: *Concord* enquanto ferramenta de suporte de análise terminológica

| N | Concordance | Set | Tag | Word # | Set | Tag | Word # | Set | Tag | Word # | Set | Tag | Word # | File | Date | % |
|---|--|-------|-------|--------|-----|-----|--------|--------------------------|--------------------------|--------|-----|-----|--------|------|------|---|
| 1 | o tema praiano no inverno: o estilo City Surfer faz sucesso, e a Bazaar te | 90.85 | 5.2 | 10 | 3 | 10 | 0 | 10 | Versão word: 2019/out/11 | 93% | | | | | | |
| 2 | pelo seu personagem em "Sex and the City", como Carrie Bradshaw. | 66.38 | 3.8 | 89 | 2 | 87 | 0 | 73 | Versão word: 2019/out/11 | 68% | | | | | | |
| 3 | que é tema do editorial "Sport in the City", que recheia as páginas da | 358 | 19 | 83 | 0 | 11 | 0 | 0% | Versão word: 2019/out/11 | 0% | | | | | | |
| 4 | - se casou com Big em "Sex and The City", com um vestido de Vivienne | 13.88 | 82 | 77 | 1 | 20 | 0 | 15 | Versão word: 2019/out/11 | 14% | | | | | | |
| 5 | o lançamento do projeto "Unlock Your City", com direção criativa de | 25.30 | 1.462 | 1 | 42 | 0 | 28 | Versão word: 2019/out/11 | 26% | | | | | | | |

Fonte: Elaborada pelos autores.

Nas imagens anteriores, destacou-se o termo *city*, desde sua ocorrência na lista de palavras até as respectivas combinações nas linhas de concordância. Fez-se isso para elucidar o processo metodológico pelo qual este trabalho passou, visto que cada unidade foi obtida e sistematizada por meio desse passo a passo.

Em seguida, amparamo-nos em Alves *et al.* (2006, p. 2), os quais consideram “neológicas as unidades lexicais que não estão incluídas em um *corpus* de exclusão, ou seja, um conjunto de dicionários da língua”. Por isso, os neologismos terminológicos coletados foram consultados em obras lexicográficas e terminográficas já mencionadas anteriormente. Assim, caso o termo estivesse dicionarizado, não seria considerado uma unidade terminológica inédita na língua, em oposto a esta situação, tratou-o como um item neológico.

Por fim, realizou-se a análise morfológica e semântica dos neologismos levantados, como será exposto na próxima seção. Destaca-se, que, particularmente, para este texto, optou-se por criar fichas terminológicas para os neologismos analisados o que ocorreu por uma questão de sistematização dos dados, uma vez que elas apresentam informações relevantes acerca dos termos coletados. Ademais, acentua-se que o registro terminológico contempla: *i*) o termo em letras maiúsculas e em negrito; *ii*) a frequência dele no *corpus*; *iii*) a conceituação da unidade neológica, elaborada a partir do contexto de ocorrência do item e/ou por intermédio de referenciais teóricos; *iv*) um excerto retirado das legendas investigada; e, para finalizar *v*) a esquerda, uma figura que elucida o estilo argumentado.

4. EXAMINANDO OS NEOLOGISMOS TERMINOLÓGICOS E OS ESTILOS DA MODA

A unidade lexical *estilo* é originária do latim *stilus*, item esse importado do grego *stizlin*. Nesse ambiente, a lexia faz menção a um objeto pontiagudo, sendo que, na Roma Antiga, o *stilus* era uma espécie de caneta que os romanos usavam para escrever, segundo Braga (2014). Ainda sob a ótica desse autor, “o *stilus* era um prolongamento do braço e da própria mão, dando-nos assim a ideia de uma total subjetividade, pois nada é mais pessoal do que a letra de uma pessoa, e mais pessoal ainda a sua própria assinatura” (2014, p. 36).

Diante do apresentado, interpreta-se que o estilo está ligado à subjetividade. Outra informação relevante acerca desta unidade é o seu caráter polissêmico, visto que se relaciona a diversas situações, não se restringindo apenas à moda. Por exemplo, tem-se o estilo na Literatura associado ao “aspecto formal duma obra literária, levando-se em conta o tratamento dispensado à língua como meio de expressão”; nas Artes Plásticas é usado como um “conjunto de elementos capazes de imprimir diferentes graus de valor às criações artísticas, pelo emprego dos meios apropriados de expressão, tendo em vista determinados padrões estéticos”, consoante as entradas do dicionário de Ferreira (2010).

Por sua vez, neste estudo, adota-se a concepção de estilo em vigor no campo da moda, a qual entende que

Uma pessoa com estilo utiliza da moda para expressar suas opiniões, seus ideais, sua personalidade, comunicar-se. Acredito que uma forma fácil de explicar essa apropriação que o estilo faz da moda seria a seguinte: Um indivíduo com sua bagagem cultural, suas opiniões e

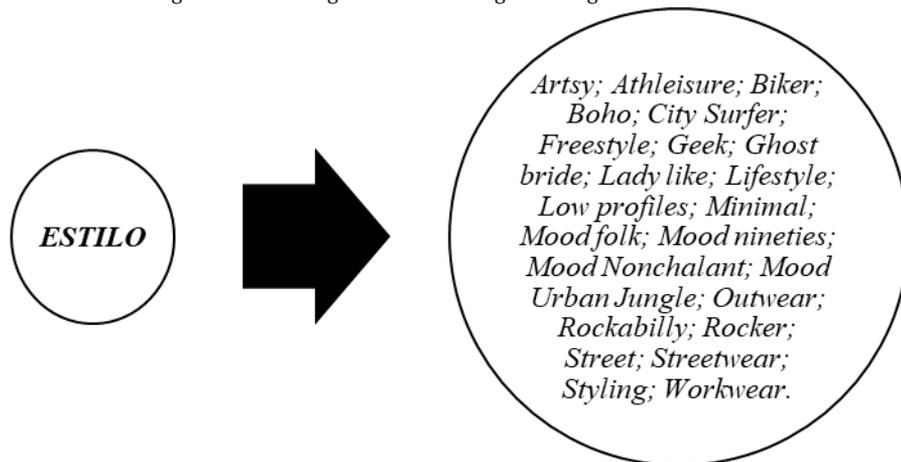
modo de ver as coisas definidos utiliza-se das roupas e acessórios, frequente lugares e adota características de comportamento que estão na moda para comunicar-se, entretanto, trata-se de uma adaptação de tudo isso à sua própria pessoa, ou seja, ele vai se moldando conforme a moda vai mudando, mas, nunca muda seu estilo (PEREIRA, 2012, p. 29).

O estilo será definido, aqui, a partir de dois aspectos: o primeiro, que condiz com as identidades dos sujeitos, que são intransferíveis, ou seja, são os gostos pessoais de cada um, enquanto o segundo corresponde ao conjunto de vestimentas e/ou marcos sociais que definem uma certa época, grupo e/ou expressão (SABINO, 2007). Nesse viés, “a roupa representa, inclusive, pelo estilo, uma época, uma fase da história, ao mesmo tempo que representa o homem em busca de si mesmo através da identificação, assumida pela roupa” (MONTEIRO, s/d, p. 7).

Os neologismos coletados das legendas das publicações *online* da revista estão estruturados em um campo lexical, local esse em que as unidades terminológicas se encontram “em um campo com mútua dependência, ou seja, elas adquirem uma determinação conceitual a partir da estrutura do todo”, enquanto “o significado de cada palavra vai depender do significado de suas vizinhas conceituais”, conforme apontam Jesus e Abbade (2017, p. 1929). Desta forma, um campo lexical engloba os termos que se aproximam conceitualmente, a exemplo das unidades investigadas, posto que todas se relacionam à moda, o *macrocampo* deste estudo, enquanto o estilo trata-se de *microcampo*, que integra temas mais específicos nesta esfera.

Assim, analisam-se, a partir desse momento, os neologismos terminológicos que nomearam os estilos da moda no primeiro semestre de 2019, na revista *Harper's Bazaar Brasil*, na rede social *Instagram*. Vale destacar que foram inventariadas vinte e três (23) unidades terminológicas neológicas, visualizadas na imagem da Figura 4:

Figura 4: Os neologismos terminológicos designadores de estilos



Fonte: Elaborada pelos autores.

Alves (2001) observa que as unidades terminológicas dos domínios de especialidades são criadas por processos semelhantes aos que formam as unidades lexicais da língua geral. Os termos coletados e dispostos na imagem foram formados por uma mesma tipologia, a saber, a neologia *formal*, que ocorre “quando o neologismo apresenta uma forma não atestada no estágio anterior do registo de língua (ex.: derivados e compostos novos, palavras de origem estrangeira)” (CORREIA, 1998, p. 61). Como se pode notar na Figura 4, todos os termos reunidos nesta investigação são *estrangeirismos*. Segundo Alves (1988),

Utilizaremos estrangeirismo para designar termo ou expressão sentidos como externos à língua portuguesa. O estrangeirismo que está se instalando é um verdadeiro neologismo e somente se tornará empréstimo quando não mais for sentido como estranho ao sistema da língua, mesmo que conserve a ortografia da língua de que procede (ALVES, 1988, p. 3).

Dessa maneira, o estrangeirismo é o termo recém-adotado e, por consequência, não consta em dicionários de língua geral do idioma que o importa, como é o caso dos neologismos analisados. Nos próximos parágrafos, ocorrerá a apresentação mais detalhada desses estrangeirismos⁶. Enfatiza-se o uso de fichas para examinar os termos, totalizando vinte e três (23) registros, conforme demonstra-se no Quadro 1:

Quadro 1: Ficha terminológica do termo *Artsy*⁷

| | | |
|--|-------------------|--|
|  | ARTSY | |
| | Processo | Estrangeirismo |
| | Frequência | 8 |
| | Definição | Termo oriundo do inglês, que pode ser traduzido como <i>artístico</i> , compreende-se o estilo que simboliza a arte por meio das padronagens, em outros dizeres, das estampas. |
| | Abonação | “@kikasimonsen é um dos destaques da #bazaarabril, com sua coleção de #inverno2019 que tem pegada <i>artsy</i> como marca registrada” (HB, 2019, 4 de abril, <i>grifo nosso</i>). |

Fonte: Elaborado pelos autores.

⁶ Evidencia-se que a análise completa do campo *estilos*, além de outras estruturas, pode ser conferida em Barbosa (2021).

⁷ As imagens foram retiradas das publicações analisadas e/ou do site da própria *Harper's Bazaar Brasil*, disponível em: <https://harpersbazaar.uol.com.br/>.

Quadro 2: Ficha terminológica do termo *Biker*

| | | |
|---|-------------------|--|
|  | BIKER | |
| | Processo | Estrangeirismo |
| | Frequência | 6 |
| | Definição | Tal anglicismo denomina o sujeito e/ou comunidade que “possui uma identidade com a motocicleta e que adota a sua cultura, ou parte dela, como um estilo de vida e assim se identifica”, segundo Oltramari e Naujorks (2020, p. 2). No campo da moda, trata-se dos indivíduos que fazem uso de itens do vestuário que se assemelham às vestimentas dos motociclistas. |
| | Abonação | “Looks perfeitos para a onda <i>biker</i> que toma conta da moda, como vimos no #inverno2019 de @reinaldolourenco, entre outros grandes nomes do mercado” (HB, 2019, 18 de fevereiro, <i>grifo nosso</i>). |

Fonte: Elaborado pelos autores.

Quadro 3: Ficha terminológica do termo *Boho*

| | | |
|--|-------------------|--|
|  | BOHO | |
| | Processo | Estrangeirismo |
| | Frequência | 7 |
| | Definição | Unidade terminológica do inglês concernente ao estilo <i>hippie</i> , mas com um tom mais sofisticado e considerado chique neste domínio de especialidade. Além disso, o termo é uma contração da unidade <i>bohemian</i> . |
| | Abonação | “O estilo <i>boho</i> aparece repaginado e volta a ser desejo! O clássico jeans é a base perfeita para inúmeras produções. Abuse de acessórios com fibras e tramas naturais, e invista em joias coloridas” (HB, 2019, 30 de junho, <i>grifo nosso</i>). |

Fonte: Elaborado pelos autores.

Quadro 4: Ficha terminológica do termo *Freestyle*

| | | |
|---|-------------------|---|
|  | FREESTYLE | |
| | Processo | Estrangeirismo |
| | Frequência | 1 |
| | Definição | Do inglês ao português, o termo ficaria como <i>estilo livre</i> , o que caracteriza bem o conceito desta tendência, dado que ela permite que o sujeito “brinque” com as roupas que estão em alta na estação. |
| | Abonação | “A ideia de <i>freestyle</i> conduz o #inverno2019 da Emporio @armani. Vestir-se sem regras pré-estabelecidas, misturando alfaiataria, esportivo e brilhos” (HB, 2019, 21 de fevereiro, <i>grifo nosso</i>). |

Fonte: Elaborado pelos autores.

Quadro 5: Ficha terminológica do termo *Geek*

| | | |
|--|-------------------|---|
|  | GEEK | |
| | Processo | Estrangeirismo |
| | Frequência | 2 |
| | Definição | O equivalente linguístico de <i>geek</i> no português é <i>nerd</i> , unidade essa tida como pejorativa há décadas por nomear aquele sujeito socialmente excluído (CORREA; CASTRO, 2019). Na contemporaneidade o termo, segundo as autoras mencionadas, ampliou-se, pois designa as pessoas atentas à cultura pop em geral, o que se transfere às indumentárias que utilizam de estampas, cores, entre outros aspectos de personagens de histórias em quadrinhos e/ou elementos do <i>pop art</i> . |
| | Abonação | “Com nomes poderosos na passarela como @gigihadid, @kaiagerber e @adutakech, a estilista italiana mostrou o melhor da sua moda com pegada <i>geek</i> nas estampas estilo <i>pop art</i> , e não deixou de fora o utilitário nas saias com múltiplos bolsos e nas ótimas mochilas da temporada” (HB, 2019, 13 de janeiro, <i>grifo nosso</i>). |

Fonte: Elaborado pelos autores.

Quadro 6: Ficha terminológica do termo *Minimal*

| | | |
|---|-------------------|---|
|  | MINIMAL | |
| | Processo | Estrangeirismo |
| | Frequência | 1 |
| | Definição | No português, o termo ficaria como <i>mínimo</i> ou <i>minimalista</i> , a saber, ele titula a peça mais básica, geralmente, de coloração neutra. E, com um uso reduzido de acessórios. |
| | Abonação | “Do dia até a noite, a combinação de branco e dourado é pura sofisticação. #bazaarama o combo, ainda mais nas produções <i>minimal!</i> ” (HB, 2019, 15 de abril, <i>grifo nosso</i>). |

Fonte: Elaborado pelos autores.

Quadro 7: Ficha terminológica do termo *Outwear*

| | | |
|--|-------------------|--|
|  | OUTWEAR | |
| | Processo | Estrangeirismo |
| | Frequência | 2 |
| | Definição | Uma tradução para esse termo seria <i>de fora da roupa</i> , tratando-se, assim, do estilo de deixar a lingerie à mostra na vestimenta ou sobre ela. |
| | Abonação | “O <i>outwear</i> é tendência que veio para ficar, e usar a lingerie à mostra está em alta mesmo nos dias mais frios” (HB, 2019, 2 de abril, <i>grifo nosso</i>). |

Fonte: Elaborado pelos autores.

Quadro 8: Ficha terminológica do termo *Workwear*

| | | |
|---|-------------------|--|
|  | WORKWEAR | |
| | Processo | Estrangeirismo |
| | Frequência | 2 |
| | Definição | Parafrazeando o site <i>Black Boots</i> (2019), o referido anglicismo conceitua o estilo que preza pela combinação de roupas e adornos, comumente adotados em ambientes de trabalho, mas que, igualmente, podem ser usados em situações informais, tendo em perspectiva que são confortáveis e modernos. |
| | Abonação | “A marca construiu um imaginário de mulheres poderosas, que não abrem mão da feminidade e nem do glamour. <i>Workwear</i> para a mulher moderna, com casacos e vestes repletos de bolsos” (<i>HB</i> , 2019, 21 de fevereiro, <i>grifo nosso</i>). |

Fonte: Elaborado pelos autores.

Em concordância com Ciampa (1999), a moda transmuta-se, semelhantemente ao corpo social e os sujeitos que vivem nele. Por isso, na perspectiva deste autor, os itens da moda (vestimentas, acessórios e estilos) são elementos que estão intrinsecamente ligados à identidade dos indivíduos. Ainda sobre a concepção do estudioso, a identidade é aludida a uma metamorfose, porque ela está em constante reconstrução, ou seja, o homem está continuamente em um processo de reformulação do seu *Eu* interior e exterior.

Pensando nisso, percebe-se, por intermédio dos neologismos terminológicos apresentados nas fichas, uma variedade de estilos, os quais existem para atender às diferentes personalidades vigentes. De outra forma, parecemos que o conceito de estilo está inerentemente relacionado à concepção de identidade, uma vez que

o estilo é mais do que uma maneira de se vestir: é um modo de ser, de viver de agir. São suas escolhas particulares, suas preferências, desejos, humores e até mesmo suas fantasias. Estilos são modos, não as modas e os modismos. A moda é uma proposta da indústria. O estilo é uma escolha pessoal. Embora possa parecer estranho, na verdade o estilo não tem muito a ver com a moda. Ela passa, o estilo permanece (KALIL, 2004, p. 11).

Em síntese, o excerto apresentado indica que quando um sujeito adere a um estilo, ele realiza uma predileção particular, ou seja, expõe seus gostos e transmite sua identidade. Segundo Kalil (2004), a moda é passageira, dado que é efêmera, mas os estilos são fixos, tendo em vista

que fazem parte da história do indivíduo. Embacher (1999) complementa tal pensamento ao afirmar que os estilos são capazes de exprimir as personalidades do homem contemporâneo por “expressar o que ele está sendo e o que ele é-sem-estar-sendo, coerente com o movimento contínuo de concretização que lhe permite ser o representante de si, com autonomia, na busca da mesmidade” (EMBACHER, 1999, p. 97).

Consoante Correia (1998), “um mesmo neologismo pode evidenciar, ao mesmo tempo, tipos de novidade diferentes, o que acontece com frequência” (p. 61). Em outras palavras, determinadas unidades terminológicas são formadas por diferentes processos simultaneamente, como é o caso de *athleisure*, que chega à língua portuguesa por intermédio do processo de *cruzamento vocabular por entranhamento lexical*, ao passo que, paralelamente, é classificado como um estrangeirismo.

De acordo com Gonçalves (2020, p. 659), o cruzamento vocabular por entranhamento lexical “consiste na fusão de duas palavras pela interposição de uma à outra”, sendo que “do ponto de vista fonológico, as duas palavras-matrizes são literalmente superpostas, de modo que um ou vários segmentos são compartilhados”. Nessa ótica, as unidades terminológicas fundem-se para formar um novo conceito, mas, a partir dessa junção, nota-se uma mútua conexão entre as estruturas ao compartilharem aspectos morfossintáticos e morfofonológicos.

Vê-se isso em *athleisure*, termo proveniente do inglês, criado a partir de duas lexias diferentes, *athletic*, de atleta, e *leisure*, de lazer. Aqui, é notório que a primeira palavra sofreu perda em sua estrutura, mas se concatenou com outra, compartilhando, assim, segmentos morfológicos e fonológicos.

Quadro 9: Ficha do termo *Athleisure*

| | | |
|---|-------------------|--|
|  | ATHLEISURE | |
| | Processo | Cruzamento vocabular por entranhamento lexical e estrangeirismo |
| | Frequência | 4 |
| | Definição | O termo nomeia o estilo que flerta com as vestimentas de estética atlética com acessórios básicos. Sendo assim, refere-se a um conjunto prático, moderno e confortável, que pode ser usado tanto no período do dia quanto à noite. |
| | Abonação | “A marca é mestre em misturar o <i>athleisure</i> com uma alfaiataria elegante, garantindo conforto até nos pés, com rasteirinhas e botas perfeitas para enfrentar os dias de chuva” (HB, 2019, 10 de fevereiro, <i>grifo nosso</i>). |

Fonte: Elaborado pelos autores.

Outro processo encontrado nas legendas analisadas foi a *composição sintagmática*, definida por Barros como um *termo complexo*, dado que é formado por “um grupo de lexemas e morfemas gramaticais (palavras nocionais e gramaticais) não ligados por hífen” (2007, p. 399), mas que emitem um conceito único. Rio-Torto (2017, p. 17) discorre sobre esse processo, ao afirmar que são “unidades lexicais, isto é, unidades capazes de funcionarem como núcleos lexicais em sintaxe, e são caracterizadas pela atomicidade sintática, tendo, portanto, as propriedades essenciais para a definição de palavras”.

Baseia-se nas autoras referidas para definir a composição sintagmática como a combinatória de unidades lexicais especializadas ou não, cujo sentido não resulta da somatória de seus significados. Um exemplo desse processo seria *city* (cidade) e *surfer* (surfista), lexias independentes, que, quando são postas na sequência *city surfer*, referem-se a um estilo de roupa despojado, dentre outras características, evidenciadas no Quadro 10:

Quadro 10: Ficha terminológica do termo *City surfer*

| CITY SURFER | | |
|--|-------------------|---|
|  | Processo | Composição sintagmática e estrangeirismo |
| | Frequência | 1 |
| | Definição | Estilo <i>surfista da cidade</i> para o <i>mix</i> de vestuários com temática praiana e tons coloridos com outras típicas do inverno. |
| | Abonação | “De maneira divertida e inusitada, os fashionistas acharam um jeito de inserir o tema praiano no inverno: o estilo <i>City Surfer</i> faz sucesso, e a Bazaar te ensina como usar e abusar do visual nesta temporada, com as fotos do @fashionsnoops” (HB, 2019, 17 de junho, <i>grifos nossos</i>). |

Fonte: Elaborado pelos autores.

Quadro 11: Ficha terminológica do termo *Ghost bride*

| | | |
|---|--------------------|--|
|  | GHOST BRIDE | |
| | Processo | Composição sintagmática e estrangeirismo |
| | Frequência | 1 |
| | Definição | Importado da língua inglesa, este termo pode ser traduzido como <i>noiva fantasma</i> . Por sua vez, o neologismo alude ao emprego de acessórios e/ou vestimentas lúdicas, que façam referência ao <i>Halloween/Dia das Bruxas</i> , em vestidos de casamento. |
| | Abonação | “Bom dia em clima de Halloween! O Dia das Bruxas é o tema da coleção de #resort2020 da @moschino, que aconteceu na noite de ontem, em Los Angeles. E o mood chegou até ao vestido de noiva, com a ‘ghost bride’ de @itsjeremyscott. Spooky!” (HB, 2019, 08 de junho, <i>grifos nossos</i>). |

Fonte: Elaborado pelos autores.

Quadro 12: Ficha terminológica do termo *Lady like*

| | | |
|--|-------------------|--|
|  | LADY LIKE | |
| | Processo | Composição sintagmática e estrangeirismo |
| | Frequência | 1 |
| | Definição | Na revista, o anglicismo designa um estilo mais romântico e feminino. Vale destacar que no português, a unidade neológica pode ter como equivalente linguístico a composição sintagmática <i>como uma dama</i> , segundo Pereira e Baccelli (2011). Além disso, para essas autoras, o item terminológico conceitua o estilo que preza por vestes mais delicadas e que contenham um aspecto mais <i>vintage</i> . |
| | Abonação | “Começando romântica e de estilo <i>lady like</i> , os cetins florais ganham destaque e, como todo ser vivo a selva amazônica, se movimenta com os tules e sedas que ganham babados e plissados” (HB, 2019, 26 de março, <i>grifos nossos</i>). |

Fonte: Elaborado pelos autores.

Quadro 13: Ficha terminológica do termo *Low profiles*

| | | |
|---|---------------------|--|
|  | LOW PROFILES | |
| | Processo | Composição sintagmática e estrangeirismo |
| | Frequência | 2 |
| | Definição | Esta composição sintagmática, proveniente do inglês, tange a um estilo de itens da moda mais básicos e/ou discretos e, conseqüentemente, mais delicados. |
| | Abonação | “Festa de noivado na sua agenda? Se você é a noiva, saiba que também pode usar branco nesta ocasião, que pede modelos mais <i>low profiles</i> , mas igualmente suaves, que são a cara o #verao2019” (HB, 2019, 16 de janeiro, <i>grifos nossos</i>). |

Fonte: Elaborado pelos autores.

Neste exemplo, salienta-se que os nomes dos estilos foram formados pelos processos supramencionados, sendo os estrangeirismos em maior quantidade, com vinte e três (23) casos, com a composição sintagmática em oito (8) deles. De modo exíguo, teve-se um (1) cruzamento vocabular por entranhamento lexical.

Por esse ângulo, registra-se que os neologismos analisados são estrangeirismos, sobretudo provenientes do inglês norte-americano. Isso está intrinsecamente relacionado ao fato de os Estados Unidos serem uma grande potência econômica e cultural, destacando-se como influenciadora da moda desde o final da Segunda Guerra Mundial (1939-1945), tomando por base que esta nação começou a produzir e a criar as suas próprias peças e estilos quando Paris encontrava-se afetada por causa da guerra e, conseqüentemente, não conseguia exportar seus itens para outros continentes (PROBERT, 1989).

Na atualidade, a globalização, mediada pela Internet, fez com que a nação norte-americana difundisse mais ainda seus produtos, não sendo diferente em relação aos da moda. Orsi (2016), por exemplo, destaca que as revistas internacionais de moda tendem a priorizar o uso de unidades lexicais estrangeiras para dissertar sobre os produtos dessa indústria, o que indica que tal língua é tida como franca nesse domínio.

Silva (2010) assevera que

Usamos unidades estrangeiras por vários motivos, como, por exemplo, por necessidade, quando não temos nem o referente nem seu nome; por escolha, quando percebemos o termo estrangeiro mais representativo de um conceito que queremos exprimir; por ideologia, quando pertencemos a um grupo que faz uso constante do estrangeirismo para mostrar sua marca (SILVA, 2010, p. 310).

Percebe-se que isso também pode estar relacionado a uma padronização terminológica, considerando-se que a *HB no Instagram* tende a cobrir os eventos da área em tempo real, ou seja, conforme as tendências são apresentadas em desfiles, editoriais, lançamentos de coleções etc. Portanto, a tiragem importa os termos para suas publicações, quando são divulgados pelas grandes marcas. Por isso, acredita-se que há uma padronização desses termos, devido à própria dinamicidade da rede social, que permite postagens contínuas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Elucidou-se, ao longo deste estudo, que os domínios de especialidades perpassam por modificações continuamente, promovendo inovações tanto no campo da moda quanto na língua, principalmente em sua terminologia, a qual tem como função nomear suas novidades. Um exemplo disso é a própria moda, que partilha de um fluxo temporário, levando em consideração sua contínua renovação, dado que ela lança tendências bimestral, trimestral e semestralmente, mudanças essas que são sentidas pelo léxico.

Assim, a partir do estudo bibliográfico, foi possível retomar conceitos basilares desta investigação, sendo eles: *a)* a Terminologia, disciplina do léxico que estuda as unidades terminológicas dos âmbitos de especialidades; *b)* a Neologia, ramo da linguística que estuda as criações lexicais, especializadas ou não, presentes no espaço-linguístico-social; e, por último, *c)* a moda, esfera que trata das vestimentas, acessórios e estilos disponíveis no meio social, mas que, simultaneamente, simboliza as identidades de uma comunidade ou de seus indivíduos.

Nesse viés, observou-se uma confluência entre estas concepções, pois a moda contém uma essência efêmera e, como resultado, isso se reflete em sua terminologia por intermédio de neologismos. Estas transfigurações sobretudo são simbolizadas nos estilos, que no âmbito dos vestuários vinculam-se às identidades dos sujeitos, exprimindo diferentes personalidades, em estreita conexão com a conjuntura social, histórica e cultural.

Isto é perceptível mediante a análise do *corpus* levantado, no caso, as legendas da revista de moda *Harper's Bazaar Brasil no Instagram*. Nelas, foram inventariados vinte e três (23) neologismos terminológicos, os quais nomeavam diferentes estilos na moda. No que concerne aos processos mais frequentes, salienta-se o uso de *estrangeirismos* em todos os neologismos, ou seja, eles foram importados de outro sistema linguístico, especialmente do inglês norte-americano. Alguns destes termos chegaram à língua portuguesa simultaneamente como estrangeirismos, mas, também, sob outros recursos linguísticos, como *composições sintagmáticas*, em oito (8) casos, e *cruzamento vocabular por entranhamento lexical*, com uma (1) ocorrência.

Outro ponto a ser frisado é como o léxico reflete o extralinguístico, dado que os gostos e personalidades dos sujeitos não são materializados apenas por meio de objetos, mas, igualmente, por artifícios lexicais e terminológicos, como foi possível notar diante desta exposição. Hall (2016, p. 18) já interpretava que pela

linguagem “fazemos uso de signos e símbolos – sejam eles sonoros, escritos, imagens eletrônicas, notas musicais e até objetos – para significar ou representar para outros indivíduos nossos conceitos, ideias e sentimentos”.

Logo, conclui-se que o campo lexical *estilo* partilha de inovações terminológicas, seja pela mutabilidade da moda, que se mostra efêmera, trazendo constantemente novidades para os seus usuários e/ou em razão de os sujeitos estarem em constante reconstrução de seu *Eu* interior, ou seja, as identidades têm caráter de metamorfose, mudando frequentemente, especialmente mediante aos itens da moda. Então, evidencia-se que o léxico irá representar a fluidez da moda e de seus estilos, os quais impactam as identidades e a língua em uso pelos sujeitos.

Styles and fashion terminology changes on *Harper's Bazaar Brazil Instagram*

ABSTRACT

The objective of this study is to investigate twenty-three (23) terminological neologisms that designate fashion styles, inventoried in *Harper's Bazaar Brazil* magazine's *Instagram* in the first half of 2019. Particularity, it's intended to investigate the processes of formation of the most common terminological units in the fashion area. For this, it's based on the research of Alves (1988), Correia (1998), Cabré (1999a, 1999b), Bergamo (1998), among others that discuss, respectively, neologisms in the domains of specialty and fashion. As a method, a quantitative-qualitative route was adopted, considering that the terms were listed and counted in the captions of the journal's posts through the software *Wordsmith Tools*, version 6.0, by Scott (2012), which is considered as mechanism of lexical analysis by Fromm *et al.* (2020); after that, the surveyed results were explored. In summary, it's noted that the terminological creations listed in the lexical structure are foreignisms, in other words, items adopted from another linguistic system, namely, North American English. From this perspective, it's concluded that there is in Brazilian fashion a predilection for styles from other sociocultural circles and, consequently, such preference is felt in its terminology.

KEYWORDS: Terminology. Neologisms. Fashion. *Harper's Bazaar Brazil*.

REFERÊNCIAS:

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

ALVES, I. M. Neologia e tecnoletos. *In*: OLIVEIRA, A. M. P. P. de; ISQUERDO, A. N. (Orgs.). **As ciências do léxico**: lexicologia, lexicografia e terminologia. Campo Grande: Ed. UFMS, 2001. p. 25-31.

ALVES, I. M. A renovação lexical nos domínios de especialidade. **Ciência e Cultura**, São Paulo, v. 58, n. 2, p. 32-34, 2006.

ALVES, I. M. *et al.* Uma Metodologia Semi-Automática para Detecção de Neologismos do Português Brasileiro. *In*: IV Workshop in Information and Human Language Technology, 4., 2006. Ribeirão Preto. **Anais [...]**. Ribeirão Preto: IBERAMIA/SBIA/SBRN, 2006. p. 1-4.

ALVES, I. M.; MARONEZE, B. Neologia: histórico e perspectivas. **GTLex**, Uberlândia, vol. 4, n. 1, p. 05-32, 2018.

ANGUS, E.; BAUDIS, M.; WOODCOCK, P. **Dicionário de moda**. Tradução de Gabriela Erbetta, Julia Debase, Júlia Gouveia. São Paulo: Publifolha, 2015.

BARBOSA, P. C. O. **Neologismos da moda e consumo**: inter-relações entre revistas de moda no Instagram e lojas de vestuário. 2021. 250 f. Dissertação (Mestrado em Estudos da Linguagem) – Universidade Federal de Goiás, Catalão. 2021.

BARROS, L. A. **Curso básico de Terminologia**. São Paulo: Edusp, 2004.

BARROS, L. A. Estruturas morfossintáticas e léxico-semânticas dos termos da Dermatologia. *In*: ISQUERDO, A. N.; ALVES, I. M. (Orgs.). **As ciências do léxico**: lexicologia, lexicografia e terminologia. Campo Grande: UFMS/ São Paulo: Humanitas, 2007, p. 397-407, 2001. p. 25-31.

BATISTA, R. de O. **A palavra e a sentença**: estudo introdutório. São Paulo: Parábola Editorial, 2011.

BERGAMO, A. O campo da moda. **Revista de antropologia**, São Paulo, v. 41, n.2, 137-184, 1998.

BLACK BOOTS. Workwear: a tendência de usar roupas ‘de trabalho’ que chegou nas ruas. **Black Boots**, 2019. Disponível em: <https://blog.blackboots.com.br/workwear-a-tendencia-deusar-roupas-de-trabalho-que-chegou-nas-ruas/>. Acesso em: 26 mar. 2020.

BRAGA, J. Histórias: estilo e moda. **Dobras**, São Paulo, v. 7, n. 16, p. 36-38, 2014.

CABRÉ, M. T. **La terminología**: Representación y comunicación. Elementos para una teoría de base comunicativa y otros artículos. Barcelona: Institut Universitari de Lingüística Aplicada/Universitat Pompeu Fabra. Sèrie Monografies 3, 1999a.

CABRÉ, M. T. **Terminology**: theory, methods, and applications. Translated by Janet Ann De Cesaris. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 1999b.

CALLAN, G. O'H. **Enciclopédia da moda de 1840 à década de 90**. Tradução de Glória Maria de Mello Carvalho e Maria Ignez França. São Paulo: Companhia de Letras, 2007.

CIAMPA, A. da C. Prefácio. *In*: EMBACHER, A. **Moda e identidade**: a construção de um estilo próprio. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 1999. p. 9-11.

CORREA, M. D. O.; CASTRO, M. Nerd fashion: consumo de heróis e vilões, tendência ou paixão? **Dobras**, São Paulo, v. 12, n. 26, p. 167-182, 2019.

CORREIA, M. Neologia e Terminologia. *In*: MATEUS, M. H.; CORREIA, M. **Terminologia**: questões teóricas, métodos e projectos. Lisboa: Publicações Europa-América, 1998. p. 59-74.

COSTA, L. A.; CABRÉ, M. T.; ZAVAGLIA, C. A variação terminológica denominativa na Lexicografia no Brasil: pressupostos para se estabelecer as bases teórico metodológicas para o Dicionário de Lexicografia Brasileira. *In*: PONTES, A. L. *et al.* (Orgs.). **Perspectivas em Lexicografia e Terminologia**. Fortaleza: EdUECE, 2018. p. 162-199.

COSTA, S. R. **Dicionário de gêneros textuais**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2014.

EMBACHER, A. **Moda e identidade**: a construção de um estilo próprio. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 1999.

FERREIRA, A. B. de H. **Dicionário Aurélio da língua portuguesa**. Curitiba: Positivo, 2010.

FROMM, G. *et al.* Wordsmith Tools e Sketch Engine: um estudo analítico-comparativo para pesquisas científicas com uso de corpora. **Revista de Estudos da Linguagem**, v. 28, n. 3, p. 1191-1248, 2020.

GONÇALVES, C. A. Uma análise construcional das (de) formações lexicais com os nomes do atual chefe do executivo. **Gragoatá**, Niterói, v.25, n. 52, p. 648-687, 2020.

GUERRERO RAMOS, G. Nuevas orientaciones de la terminología y de la neología en el ámbito de la semántica léxica. **RILCE**, v. 33, n. 3, p. 1385-1415, 2017.

HALL, S. **Cultura e representação**. Tradução de Daniel Miranda e William Oliveira. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2016.

HOUAISS, A.; VILLAR, M. de S. **Dicionário eletrônico Houaiss versão 3.0**. Editora Objetiva, 2009.

INSTAGRAM: **Harper's Bazaar Brasil @bazaarbr**. Disponível em: <https://www.instagram.com/bazaarbr/?hl=pt-br>. Acesso em 07 ago. 2019.

JESUS, C. C. C. de; ABBADE, C. M. de S. Entre fidalgos e vaqueiros: os campos lexicais na obra de um aristocrata feirense. **Cadernos do CNLF**, Rio de Janeiro, v. 21, n. 3, p. 1919-1932, 2017.

KALIL, G. **Chic**: um guia básico de moda e estilo. São Paulo: Editora Senac, 2004.

MONTEIRO, G. **A metalinguagem das roupas**. Disponível em: <http://bocc.ufp.pt/pag/monteiro-gilson-roupas.pdf>. Acesso em: 17 abr. 2021. p. 1-11.

MUSSE, M. F. **Narrativas fotográficas no instagram**: autorrepresentação, identidades e novas sociabilidades. Florianópolis: Insular, 2017.

OLTRAMARI, L. C.; NAUJORKS, C. J. Identidade sobre rodas: um ensaio sobre a cultura biker custom. **INTERthesis**, Florianópolis, v. 17, p. 01-14, 2020.

ORSI, V. Neologismos sedutores: o poder de atração dos anglicismos em seções de moda de revistas femininas. In: 3º Congresso Internacional de Moda e Design – CIMODE, 3., 2016, **Anais [...]**. Buenos Aires: Universidade do Minho, 2016, p. 85-92.

ORSI, V. O léxico da moda no universo português e brasileiro: um estudo comparativo. **Revista (Con)Textos Linguísticos**, Vitória, v. 14, n. 29, p. 13-28, 2020a.

ORSI, V. A Estação: considerações sobre a moda e seu léxico no século XIX no Brasil. **Revista Linguagem em Foco**, v.12, n.3,p. 67-88, 2020b.

PALOMINO, E. **A moda**. São Paulo: Publifolha, 2003.

PEREIRA, F. F. L. **Do estilo na literatura e artes plásticas ao estilo em moda**. 2012. 65 f. Monografia (Especialização em Estética e Gestão de Moda) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

PEREIRA, V. B.; BACCELLI, L. E. A. Vívian Burmann para Riachuelo coleção “be a lady”. *In: XV Encontro Latino Americano de Iniciação Científica e XI Encontro Latino Americano de Pós-Graduação – Universidade do Vale do Paraíba, 15., 2011, Anais[...]*. São José dos Campos: Universidade do Vale do Paraíba, 2011, p. 1-4.

RIO-TORTO, G. Composição, afixação, sintagmação. *In: SEIJAS, J. P. Processos morfológicos: zonas de interferência*. Espanha: Universidade de Santiago de Compostela, Servicio de Publicaciones e Intercambio Científico, 2017. p. 11-47.

ROBERTO, C. M. P. **A evolução da imagem de Moda**: análise dos meios de comunicação nas revistas Harper’s Bazaar e Vogue. 2019. 336 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade de Évora, Évora. 2019.

SABINO, M. **Dicionário da moda**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

SCOTT, M. **WordSmith Tools**: version 6.0. Oxford: Oxford University Press, 2012.

SILVA, M. C. P. da. O ‘glamour’ das palavras inglesas na língua portuguesa. *In: BARROS, L. A.; ISQUERDO, A. N. O léxico em foco: múltiplos olhares*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010. p. 305 – 322.