

*Edyta Jabłonka*Universidade Maria Curie-Skłodowska
de LublinESTRANGEIRISMOS E MODA
– EXEMPLOS DAS REVISTAS
E DAS PÁGINAS WEB PORTU-
GUESAS E POLACAS

INTRODUÇÃO

Com o presente trabalho, desejamos contribuir para o estudo das palavras estrangeiras no vocabulário contemporâneo relacionado com a moda. Como base do nosso estudo serviram os textos publicados na imprensa portuguesa e polaca ao longo do ano 2010, assim como as fontes electrónicas mais recentes possível, diferentes *sites* da Internet, as edições *online* das revistas de moda. Analisando o corpus constituído nesta base, tentaremos indicar as línguas que atualmente contribuem para o enriquecimento do vocabulário da moda.

Decidimos dividir o nosso estudo em duas partes. Podemos justificar esta divisão com a explicação seguinte: para estudarmos os estrangeirismos na moda, achamos conveniente apresentar a moda como fenómeno muito complexo, estudado por diferentes especialistas (vejam-se p.ex. as publicações de B. Rejakowa (2008, 2002, 2001, 2000), K. Ożóg (2002, 2001), R. Barthes (2005)). Por isso, na primeira parte, gostaríamos de apresentar a moda numa perspectiva teórica sócio-cultural, sublinhando a sua importância na história da humanidade. Queríamos realçar alguns aspetos da moda que são relevantes para o nosso estudo, nomeadamente o papel dos países tais como os Estados Unidos, a França e a Inglaterra. A sua influência no mundo da moda é inegável, por isso reflete-se também no léxico. Nesta parte introduzimos também alguns termos relacionados com o conceito de estrangeirismo, portanto, como esta temática é muito vasta, decidimos limitar-nos a um resumo conciso das definições mais importantes imprescindíveis para a nossa análise. Notemos que o domínio lexical ligado com a moda é particularmente rico e complexo. Tratando-se do vocabulário especializado, deve-se tomar em consideração o carácter específico dos textos relacionados com a moda.

Na segunda parte do nosso trabalho, apresentaremos os casos específicos do emprego dos vocábulos estrangeiros encontrados por nós nas fontes mencionadas. Para que o nosso trabalho tenha a estrutura mais lógica, decidimos introduzir uma divisão que nos tinha parecido mais justa, isto é, determinamos algumas áreas temáticas, relacionadas inseparavelmente com a moda. Escolhemos as áreas tais como: acessórios, cores, estilo, tecido, vestuário. Esta escolha pareceu-nos mais adequada porque encon-

trámos maior número de estrangeirismos exactamente nestas áreas. Terminaremos as nossas considerações com a conclusão na qual pretendemos resumir os resultados da nossa pesquisa e colocar algumas reflexões relacionadas com a matéria estudada ao longo deste estudo.

Depois desta breve apresentação dos nossos objetivos, passemos a uma descrição mais detalhada do fenómeno chamado moda.

1. BREVE HISTÓRIA DE MODA

A moda desde o princípio desperta grande interesse e faz parte inseparável da história da humanidade. Têm-se publicado vários estudos e tratados sobre a moda, dos quais escolhemos para os nossos fins a obra de François Boucher (2003). Este autor propõe a distinção de três fases na evolução da indumentária. Segundo esta divisão, a primeira fase abrange o período de tempo desde a Antiguidade até ao século XIV, a segunda, os séculos XIV–XIX, e a última, começa nos meados do século XIX. Todas estas fases são relacionadas com as condições sociais, o desenvolvimento da indústria, o progresso civilizacional. Com o decorrer do tempo, o vestuário começou a refletir a posição na sociedade. As classes mais altas da sociedade, como aristocracia ou nobreza, eram imitadas por outras, p.ex. pela alta burguesia. Nos séculos passados, os países tais como a Itália, a Espanha e depois a França e a Inglaterra mantinham a posição muito forte no mundo da moda. Com o aparecimento das revistas especializadas, a moda tem-se tornado mais internacional e, graças às transformações políticas, mais democrática. O progresso técnico facilitou o acesso aos bens de consumo, abriram-se as primeiras lojas de confecção em série, os costureiros começaram a ser conhecidos e criavam os seus ateliers de moda. A França ocupava a posição dominante, e as cidades tais como Paris e Londres eram centros importantes da moda. Nos anos 20 do século XX, surge um novo modelo do vestuário com os projetos inovadores de famosa Coco Chanel, que revoluciona a moda feminina. Depois da segunda guerra mundial, notam-se fortes influências norte-americanas e os Estados Unidos ganham a fama internacional com uma novidade na moda: *ready-to-wear* (pronto a vestir) – roupa de alta qualidade produzida em séries e em diferentes tamanhos. Notemos que sempre existe outro fenómeno muito importante, a *haute couture* (alta costura), que propõe os modelos sofisticados, luxuosos e caríssimos, cujas apresentações nos desfiles despertam grandes emoções no meio dos criadores de moda e dos jornalistas das revistas especializadas, assim como entre as clientes do mundo inteiro. Atualmente, a moda é internacional graças à existência de grandes redes de lojas presentes em vários países do mundo. É fácil encontrarmos as mesmas marcas e as mesmas lojas tanto na Polónia como em Portugal. A comunicação também facilita o desenvolvimento da moda: a televisão, a Internet, a imprensa, todos estes meios orientam o público e criam novas gerações de consumidores.

Desta breve apresentação, podemos tirar uma conclusão importante. A moda é um fenómeno muito complexo, presente em vários aspetos da vida humana. É o espelho das transformações sociais, das mudanças do comportamento das pessoas. Por isso o léxico da moda constitui um campo de pesquisa muito rico e diversificado.

Tendo acabado a história da moda, passemos a outro conceito que constitui um ponto muito importante na presente pesquisa, o estudo do estrangeirismo.

2. ESTRANGEIRISMOS

Nas linhas que se seguem daremos algumas definições imprescindíveis para o estudo dos estrangeirismos. Contudo, não é fácil definir este fenómeno, por isso achamos conveniente apresentar diferentes pontos de vista e diferentes classificações, propostas pelos linguistas portugueses, polacos, brasileiros, ingleses, franceses e alemães. Começemos pelas palavras de Mattoso Câmara Jr. (1977: 111) que define os estrangeirismos como

(...) os empréstimos vocabulares (v.) não integrados na língua nacional, revelando-se estrangeiros nos fonemas, na flexão e até na grafia, ou os vocábulos nacionais empregados com a significação dos vocábulos estrangeiros de forma semelhante.

O conceito de estrangeirismo foi analisado também por W. Müller, que pergunta: em que é que se pode reconhecer que uma palavra é estrangeira no conjunto das línguas atuais ou o que é que dá a estas palavras o seu carácter específico de estrangeirismos? (Müller 1976: 211) Na opinião deste autor, o mais importante é analisar os traços da palavra estrangeira e não a sua função. Ele distingue os critérios do estrangeirismo, que são:

- a grafia em si mesma,
- a realização fónica,
- os meios de formação de palavras – sufixos e prefixos.

P. Garcez e A. M. Zilles propõem a definição seguinte: „o estrangeirismo é o emprego, na língua de uma comunidade, de elementos oriundos de outras línguas. (...) Trata-se de fenómeno constante no contato entre comunidades linguísticas, também chamado de empréstimo” (Garcez, Zilles 2004: 15).

O linguista português J. P. Machado diz que „temos estrangeirismos necessários (os que enriquecem a Língua Portuguesa), como os temos desnecessários, devidos sobretudo a ignorância ou a pedantismo” (Machado 1994: 8).

O polaco B. Walczak (1987) sublinha o valor comunicativo como critério mais importante para o emprego dos estrangeirismos, assim como a possibilidade do enriquecimento do léxico da língua importadora. Daí resulta o carácter internacional de muitas palavras do domínio da moda e a criação dos neologismos que contribuem para a renovação do vocabulário vernáculo. A moda é um fenómeno internacional e é natural que no seu acervo lexical apareçam várias palavras estrangeiras. Portanto, ao lermos as revistas ou as páginas da Internet, perguntamo-nos: realmente é preciso empregar o léxico de origem estrangeira? O seu uso não é artificial ou até poderia prejudicar a compreensão do texto?

Segundo I. Casanova, as importações „são puro fruto da moda” (Casanova 2010: 88), porque a sociedade portuguesa, usando uma palavra estrangeira, demonstra assim a sua cultura. Segundo a autora, „a língua está, pois, também dependente das modas e certos vocábulos caem em desgraça, enquanto outros são recebidos de braços abertos.

Em Portugal fala-se agora como nunca se falou em estar *in* ou ser muito *cool*, e em *glamour*.” (Casanova 2010: 89) V. Manziolillo (2002) observa que „o termo estrangeirismo (...) ainda apresenta identificação com vício de linguagem”.

Como podemos observar, o estrangeirismo pode ser considerado por um lado como elemento enriquecedor da língua importadora, por outro, pode ser visto como elemento nocivo, que dificulta a compreensão e a comunicação entre os membros de uma comunidade falante. Esperamos que os exemplos reunidos nesta comunicação comprovem a existência destas duas faces do estrangeirismo.

3. ESTRANGEIRISMOS NA MODA

Nesta parte da nossa comunicação gostávamos de apresentar o nosso corpus resultante da pesquisa nas revistas portuguesas tais como *Activa*, *Gente Nova*, *Elle*, e também polacas – *Twój Styl*, *Świat Kobiety*, *Gwiazdy Exclusive*. Tomámos em consideração diferentes *sites* da Internet tais como www.maxima.pt, www.lula.pl, www.figa.pl, www.wp.pl/kobieta, www.onet.pl/kobieta, nos quais se discutem os assuntos relacionados com a moda. Como já mencionámos, as palavras e as expressões encontradas são divididas em áreas temáticas.

É inegável que numerosas palavras do domínio da moda provêm das línguas estrangeiras modernas. Queríamos ainda acrescentar que no nosso trabalho o nosso objectivo é concentrar-nos nos vocábulos que evidentemente conservam as características de unidades lexicais estrangeiras. Repara-se que alguns possuem os seus equivalentes polacos e portugueses indicados por nós.

Passemos agora à apresentação dos nossos exemplos. Como primeiro, veja-se o conjunto de palavras relacionado com os acessórios. Neste grupo encontrámos as palavras francesas, inglesas e italianas tais como: *écharpe* – tipo de lenço; *leggings* – meias – calças; *bandelette* com pedras – uma peça de bijutaria usada para segurar o cabelo¹; „os *stiletto* são *mega fashion*” – os *stiletto* são os saltos muito altos e bastante finos, é também a designação de um tipo determinado de sapatos; reparemos ainda na expressão *mega fashion*, que significa que estes sapatos são o último grito de moda; *clutch* – um tipo de carteira.

Distinguimos os tecidos, fibras e materiais tais como: *chenille*, *chiffon*, *lurex*, *matté*, *nylon*, *spandex*, *stretch*, *tweed*. Neste grupo aparecem os nomes tanto ingleses como franceses, portanto, as palavras inglesas referem-se aos tecidos mais modernos e até às marcas registadas.

Nas nossas pesquisas encontrámos um grande número de palavras que decidimos incluir na área „estilo.” É um grupo onde predomina a língua inglesa: estar *in* – „losangos e xadrez vão estar *in*”, „todas elas estão *in*,” estar *out* – „essa saia está completamente *out*”. O uso das preposições inglesas serve para expressar que alguém ou algo está na moda ou já está fora de moda. As duas expressões seguintes exprimem a mesma ideia com as palavras *fashion* e *superfashion*: está *superfashion* – está na moda, está pouco *fashion* – não está muito na moda; *byé fashion*. Uma expressão

¹ Existe também uma forma aporuguesada „bandolete.”

polaca muito popular nos últimos tempos é *być trendy* – estar na moda. A palavra *look* é muito frequente em ambas as línguas – português e polaco: o *look* – „para completar o *look*”, „optou por um *look* mais casual”, „farta do teu *look*?”, „três *looks* diferentes”, o *look* surfista, enriqueça o seu *look*, *współczesny brytyjski look*, *look biznesowy*, *stylowy look*. Reparemos que esta palavra tem os seus equivalentes tanto em polaco como em português. mas parece muito mais moderna e sofisticada, por isso adaptou-se tão bem e tão rapidamente no vocabulário da moda.

O exemplo seguinte foi para nós bastante surpreendente:

swoje outfity wzbogaciły o kokardę zarówno polskie, jak i zagraniczne celebrytki.

Outfit em polaco significa *wyposażenie, ekwipunek, strój, ubiór* (equipagem, roupa, vestuário); mas também pode designar o aspecto físico das personagens num jogo de computador (*wygląd postaci w grze*). Podemos então supor que se trata simplesmente das peças de vestuário que foram decoradas com laços. Usando a palavra inglesa com a terminação polaca, o autor do texto pretende, na nossa opinião, dar um toque moderno na sua linguagem referindo-se ao vocabulário relacionado também com a informática.

O uso de algumas palavras causa dificuldades aos autores dos textos sobre a moda: *dresscode na podróż służbową, dress code*. No caso deste estrangeirismo, reparámos na hesitação quanto à grafia da palavra. Na Internet existem duas grafias desta palavra e até encontrámos uma grafia com hífen (*dress-code*). Em inglês escrevemos duas palavras separadamente. Citemos ainda o *lookbook* – trata-se de uma apresentação das novas coleções que as marcas preparam para informar os clientes sobre as novas tendências (p.ex. o *lookbook* da Zara, o *lookbook* da H&M) Várias vezes as palavras estrangeiras são usadas para determinar o estilo de vestir: estilo *hippie chic* – estilo que se refere aos anos 70 misturado com peças elegantes, estilo *avant-garde* – estilo muito moderno, *w stylu garden* – trata-se da roupa às flores e com motivos de plantas, *makiżaż w stylu pin-up girl* – maquilhagem no estilo dos anos 40 do século XX, *styl country* – estilo de proveniência americana, onde domina a roupa de ganga e acessórios de cowboy, *styl casual Friday* – a moda relacionada com o fim de uma semana de trabalho e o início do fim-de semana, quando os empregados podem vestir a roupa menos formal, mas sempre elegante, *styl preppy* – podemos definir desta maneira o estilo clássico desportivo americano, que exige o uso de roupa cómoda, de corte simples, que prefere as cores tais como branco e azul, *street moda, street fashion* – a moda da rua, *styl city* – o estilo da cidade, *styl vintage* – a mistura da roupa moderna e antiga.

No vocabulário da moda aparecem também as expressões relacionadas com os fenómenos sociais novos, entre os quais se encontra *ciuchowe swap-party*, o que designa um tipo de festa durante a qual as mulheres costumam trocar entre elas peças de roupa de que já não precisam ou não gostam. Encontrámos também uma nova expressão relacionada com os novos comportamentos sociais: carregar o bebé no *sling* – num lenço amarrado dum modo especial em volta do pescoço onde os bebés ficam mais perto das mães.

Existem numerosos exemplos de frases com muitos estrangeirismos acumulados, o que às vezes até pode parecer estranho:

- Leopardos em grande presença, mosaicos artísticos e flores dão continuação à “*vintage mania*”. Em *looks* completos ou em detalhes, estão em oposição ao *clean* excessivo.²
- os lenços vem sendo um *hit* no mundo *fashion*;
- *kolor jest in style*;
- as jóias para este Inverno assumem linhas mais *clean* ou elaboradas;
- a volta *Tie-Dye*³ será o responsável por deixar nossos *looks* muito mais coloridos;
- o novo *glamour* mais jovem e *rock'n roll*;
- *mieszanie gatunków jeune fille en fleur z chłopczycą i sexy girl*.

A compreensão da última frase pode ser dificultada para quem não falar francês, pois a expressão *jeune fille en fleur* significa „uma rapariga jovem, uma adolescente”. Portanto, o conhecimento da língua francesa diminui constantemente na Polónia e duvidamos que as leitoras consigam perceber facilmente de que falam as autoras desta frase.

Algumas palavras referem-se ao mundo da moda e determinam as pessoas e os lugares ligados com a moda: *modelka size plus* – modelo que não é muito magra; *backstage pokazu mody* – os bastidores do desfile de moda (em polaco podia ser usada a palavra *kulisy*); *tailoring* – trata-se do uso dos fatos masculinos na moda feminina; *shopping* em destaque – compras em destaque; *prints* – estampados.

Citemos ainda alguns exemplos que encontramos no vocabulário do vestuário:

- *skinny jeans* – calças de ganga muito justas;
- uma camisa *print animal* – camisa com motivos animais;
- o *LBD (Little Black Dress)* – o vestido preto e em geral curto; em polaco é usado o termo *mała czarna*;
- *trench coat* – tipo de casaco;
- calças *jeans* – calças de ganga, *push-up*, *shorts*, *twin-set*, *smoking*.

Na denominação das cores repara-se numa novidade – a cor *camel*. *Camel* – a cor bege-castanha, muito na moda ultimamente, assim como a cor *nude*, a cor muito clara, como a pele humana.

Reparemos que praticamente todas as palavras aqui enumeradas provêm do inglês, o que demonstra a importância desta língua no léxico da moda.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Achamos que das nossas considerações podemos tirar a conclusão seguinte: a influência das palavras estrangeiras no vocabulário relacionado com a moda é notável e abrange diferentes áreas da moda. As línguas estrangeiras que predominam em todas as fontes analisadas, tanto na imprensa como na Internet, são sem dúvida o inglês e o francês. Reparámos nalgumas contribuições do italiano, embora não seja a influência tão notável como no caso do inglês, que, com certeza absoluta, ganhou a posição

² www.maxima.xl.pt/Moda/ModaDetalhe/tabid/307/itemId/1696/Default.aspx

³ Técnica de tingimento em degradê artesanal; e foi uma das marcas dos jovens dos anos 70. Essa técnica também foi muito utilizada pelos os hippies nas décadas 60 e 70, as estampas eram fundamentais para os jovens que lutavam pela liberdade de expressão:

(www.andreasantana.com/2009/01/no-caminho-do-tie-dye-e-dos-lenos.html).

mais forte no vocabulário da moda. O inglês tem maior impacto nas outras línguas graças ao seu *status* de língua de prestígio científico e técnico, e a sua importância reflete-se também no vocabulário da moda. Muitas vezes o emprego dos estrangeirismos não é necessário, trata-se antes das tentativas da modernização do léxico, para que os leitores tenham a impressão de estarem mais perto do mundo da moda, o mundo muito atraente e bonito. Outra razão do emprego dos estrangeirismos podia ser a seguinte: a tradução destas palavras é insuficiente nem precisa. No vocabulário da moda, que muda constantemente e que se expande no mundo muito rapidamente graças aos novos meios de comunicação, os usuários importadores colocam os termos estrangeiros para preencher as lacunas existentes nas línguas vernáculas. Durante a leitura dos textos sobre a moda repara-se na influência muito forte das línguas estrangeiras. Basta observar agora se estas palavras vão adaptar-se ou não ao polaco ou ao português.

BIBLIOGRAFIA

- BARTHES Roland, 2005, *System mody*, Kraków: Wyd. UJ.
- BOUCHER François, 2003, *Historia mody*, Warszawa: Wyd. Arkady.
- CÂMARA Mattoso Jr, 1977, *Dicionário de linguística e gramática*, Petrópolis: Vozes.
- CASANOVA Isabel, 2006, *A língua no fio da navalha*, Lisboa: Universidade Católica Editora.
- FALCAO Luisa Martins da Silva, *Estrangeirismos na revista RG Vogue*, em formato PDF, disponível em www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/diaadia/diadia/modules/.../visit.php?cid (20.07.2010).
- GARCEZ Pedro M., ZILLES, Ana Maria S., 2004, *Estrangeirismos – Desejos e Ameaças*, (in:) *Estrangeirismos – guerras em torno à língua*, Faraco, Carlos Alberto (org.), São Paulo: Parábola.
- GOIS Miguel Ventura Santos, *Estrangeirismo na comunicação da revista Vogue Brasil*, em formato PDF, disponível em: www.filologia.org.br/.../Estrangeirismo%20na%20comunicação%20da%20revista%20Vog (25.06.2010).
- GUILBERT Louis, 1975, *La créativité lexicale*. Paris: Librairie Larousse.
- HAUGEN Einar, 1950, *The analysis of linguistic borrowing*, *Language* 26/2, 210–231.
- HUBER Ricardo Correia Lima, 2007, Para um estudo da neologia por empréstimos e estrangeirismos na língua falada, (in:) *Estudos Linguísticos XXXVI* (1), janeiro-abril, 97–106.
- KIRKNESS Alan, 1979, Sobre a lexicologia e lexicografia das palavras estrangeiras, (in:) *Problemas da Lexicologia e Lexicografia*, trad. e introd. Mário Vilela, Coleção ideologia e informação, Porto: Livraria Civização, 225–241.
- LANGACKER Ronald W., 1972, *A linguagem e a sua estrutura*, trad. Gilda Maria Corrêa de Azevedo, Petrópolis: Vozes.
- MACHADO José Pedro, 1994, *Estrangeirismos na Língua Portuguesa*, Lisboa: Ed. Notícias.
- MANZOLILLO Vito, 2002, *A guerra do estrangeirismo*, disponível na página: <http://www.filologia.org.br/revista/artigo/7%2822%2908.htm> (10.08.2010).
- MÜLLER Wolfgang, 1976, Conceito de estrangeirismo e dicionário de estrangeirismos, (in:) *Problemas da Lexicologia e Lexicografia*, trad. e introd. Mário Vilela, Coleção ideologia e informação, Porto: Livraria Civização, 225–241.
- OŻÓG Kazimierz, 2001, *Polszczyzna przelomu XX i XXI wieku. Wybrane zagadnienia*, Rzeszów: Fraza.
- OŻÓG Kazimierz, 2002, *Mody w języku a mody kulturowe*, (in:) *Moda jako problem lingwistyczny*, Krystyna Wojtczuk (red.), Siedlce: Wyd. Akademii Podlaskiej.

- REJAKOWA Bożena, 2000, Współczesne zapożyczenia z zakresu mody, (in:) *Język polski. Współczesność. Historia*, Władysława Książek-Bryłowa & Henryka Duda (red.), Lublin: Wyd. Uniwersytetu M. Curie-Skłodowskiej, 105–117.
- REJAKOWA Bożena, 2001, Związki frazeologiczne w tekstach o modzie (in:) *Nowa frazeologia w nowej Europie. Słowo. Tekst. Czas VI., Tezy referatów międzynarodowej konferencji naukowej*, Michaił Aleksiejenko, Walerij Mokijenko & Harry Walter (red.), Szczecin: Greifswald, 112.
- REJAKOWA Bożena, 2002, *Neofrazeologizm, neosemantyzm i slogan reklamowy w tekstach o modzie* (in:) *Słowo. Tekst. Czas VI. Nowa frazeologia w nowej Europie*, Michaił Aleksiejenko, Walerij Mokijenko & Harry Walter (red.), Szczecin: Greifswald, 316–321.
- REJAKOWA Bożena, 2008, *Kulturowe aspekty języka mody*, Lublin: Wyd. UMCS.
- WALCZAK Bogdan, 1987, *Między snobizmem i modą, a potrzebami języka*, Poznań: Wyd. Poznańskie.
- WOJTCZAK Krystyna (red.), 2002, *Moda jako problem lingwistyczny*, Siedlce: Wyd. Akademii Podlaskiej.

Summary

Borrowings and fashion – examples from Portuguese and Polish magazines and web sites

The main objective of this following paper is to present the loan words from Portuguese and Polish fashion magazines and websites. We are trying to describe the main characteristics of the vocabulary of fashion, with particular emphasis on loan words. Analyzing the women's press articles and websites, we find a variety of borrowings, primarily from English. There are many words which have already integrated with Portuguese and Polish language well in the material we gathered. On the other hand there are words which are in the first phase of adoption as well as those which are used only once mostly because of their style. There are some cases where loan words are very difficult for readers.

Streszczenie

Wyrazy obcego pochodzenia i moda – przykłady z portugalskich i polskich czasopism i stron internetowych

Niniejsze opracowanie za główny cel stawia sobie charakterystykę słownictwa mody ze szczególnym uwzględnieniem wyrazów obcych. Zawiera krótki opis historii mody oraz przedstawia różnorodne definicje zapożyczeń, m.in. wg językoznawców portugalskich, polskich i angielskich. Analizując artykuły z prasy kobiecej oraz strony internetowe poświęcone modzie, odkrywamy dużą liczbę zapożyczeń, pochodzących głównie z języka angielskiego. Próbujemy odpowiedzieć na pytanie, jaką funkcję pełnią one w tekstach i czy są w nich potrzebne, czy też raczej stanowią element przejściowej mody językowej. Zauważamy też, że wiele z nich może być niezrozumiałych dla polskiego i portugalskiego czytelnika.