

## Entre o global e o local: uma reflexão sobre os anglicismos no léxico da moda sustentável

*Between the global and local: a reflection on anglicisms in the lexicon of  
sustainable fashion*

Gabriela Andrade de Oliveira\*

Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, São José do Rio Preto, SP, Brasil

Vivian Orsi\*\*

Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, São José do Rio Preto, SP, Brasil

**Resumo:** O presente artigo contempla o léxico no âmbito da temática da *moda sustentável*, com especial atenção para a presença – ou ausência – de estrangeirismos, mais especificamente de anglicismos. Sabe-se que a moda possui um campo léxico bastante produtivo e que existe uma forte presença de estrangeirismos no léxico deste discurso, principalmente de anglicismos e galicismos, conforme podemos observar nos trabalhos de Farias (2016) e Orsi e Formigoni (2014), por exemplo. A moda sustentável é, por sua vez, um tema que nasce no interior desse campo e posiciona-se como um movimento global. Ao mesmo tempo em que é um tema interior a esse âmbito, ele não é puramente de especialidade, tendo em vista que existem blogs e movimentos dedicados a divulgar e conscientizar cidadãos-consumidores sobre os impactos negativos da moda. É nesse âmbito que esta pesquisa se insere. Nosso objetivo foi verificar se, nesse discurso: (i) o uso expressivo de anglicismos também está presente; (ii) a presença ou ausência de estrangeirismos confere ao movimento o estatuto de globalidade, inclusividade ou exclusividade. Confirmamos que o discurso da moda sustentável recorre à língua inglesa e, de maneira exclusiva, para torná-lo comum e global, referindo-se a conceitos, práticas e ideologias.

**Palavras-chave:** Léxico. Anglicismos. Moda sustentável.

**Abstract:** This article addresses the lexicon into the scope of sustainable fashion, with special attention to the presence - or absence - of anglicisms. It is known that fashion has a very productive lexical field and that there is a strong presence of foreign words in the lexicon of this discourse, mainly anglicisms, and gallicisms, as we can see in the works of Farias (2016) and Orsi and Formigoni (2014), for example. Sustainable fashion is, in turn, a theme that is born within the field of fashion and is often positioned as a global movement. While it is an interior theme in the field of fashion, it is not a pure specialty theme, given that there are blogs and movements dedicated to publicizing and raising awareness among consumers and citizens about the negative impacts of fashion. It is in this scope that this research is inserted. Our objectives are: (i) to verify if the use of Anglicisms is also expressive in sustainable fashion discourse; and (ii) to reflect on the lexicon studied by discussing the use – or the absence – of foreignness and its contribution to giving the movement the status of globality and inclusiveness, or exclusivity. We could confirm that the sustainable fashion discourse uses English to make it common and global, referring to concepts, practices and ideologies.

**Keywords:** Lexicon. Anglicisms. Sustainable fashion.

---

\* Doutoranda em Estudos Linguísticos, Instituto de Biociências, Letras e Ciências Exatas, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (IBILCE/UNESP), São José do Rio Preto, SP, Brasil; gabriela.oliveira@hotmail.com

\*\* Professor Assistente Doutor, Instituto de Biociências, Letras e Ciências Exatas, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (IBILCE/UNESP), São José do rio Preto, SP, Brasil; vivian.orsi@unesp.br

## 1 INTRODUÇÃO

Sabemos que a emergência de novos assuntos, de novos acontecimentos comuns a uma comunidade, ou de novos modos de vida demandam, muitas vezes, novos itens lexicais ou a popularização de termos especializados, que antes não eram necessários ou não faziam parte do vocabulário comum dos usuários de uma língua, mas que passam a ser imprescindíveis para nomear essas novas práticas, objetos e outros aspectos que esses temas inéditos introduzem na vida e no vocabulário corrente.

Biderman (1998, p. 88-92) esclarece o quanto a *palavra* é fundadora da realidade que nos circunda e como a capacidade de nomear e categorizar o mundo ao redor é específica da espécie humana, além de ser induzida pelos estímulos do meio ambiente. Ao longo do tempo, passamos por diversos processos de colonização e hibridação de culturas, de modo que hoje a sociedade contemporânea compartilha de muitos conceitos, mudanças e novas necessidades, mas também vive novas realidades que são particulares a uma comunidade e, para todas elas, surgem novos desafios, soluções e conceitos que precisam ser (re)nomeados.

A moda é um destes aspectos contemporâneos que permeia muitas mudanças de estilo de vida e se encontra, atualmente, intrinsecamente ligada à cultura da sociedade de consumo e da imagem. Atualmente é feita sob a dinâmica da novidade e da criação de vanguardas estéticas da aparência, tanto quanto renova as imagens, atualiza seu vocabulário para nomear essas novidades, seja por meio de neologismos ou pela retomada de itens lexicais que caíram em desuso ou foram ressignificados.

São muitos os autores que pontuam a ampla e necessária relação da moda com o léxico. Barthes (1967) já mostrava, por exemplo, a importância do vestuário expresso graficamente, ou seja, dos nomes dados aos itens de vestuário e de suas descrições nas revistas de moda. Para o autor “a importância do vestuário escrito confirma bem a existência de funções específicas da linguagem, que a imagem, seja qual for o seu desenvolvimento na sociedade contemporânea, não poderia transmitir” (Barthes, 1967, p. 25).

Lipovetsky (1989), ao abordar o surgimento da mídia especializada em moda, também demonstra que esse assunto se tornou digno de uma prolixa produção de texto e imagem. Segundo o autor:

Com os primeiros periódicos ilustrados de moda no final do Antigo Regime, o tratamento dado à moda muda; doravante, é regularmente descrita por ela mesma e oferecida ao olhar: *Le Magasin des modes françaises et anglaises*, que aparece de 1786 a 1789, tem por subtítulo: “Obra que dá um conhecimento exato e ágil dos trajes e adereços novos”. Sem dúvida, toda uma literatura crítica se manterá e até o século XX, fustigando os artificios e a alienação das consciências nas pseudo-necessidades, mas sem comparação com a amplitude sociológica e midiática da nova tendência “positiva” para fazer da moda um objeto a ser mostrado, analisado, registrado enquanto manifestação estética. Proliferação dos discursos de moda não apenas nas revistas especializadas, cada vez mais numerosas nos séculos XIX e XX, mas também entre os próprios escritores que, no decorrer do século XIX, fazem da moda um assunto digno de atenção e de consideração. (Lipovetsky, 1989, p. 84-85).

Lançando um olhar mais aprofundado sobre o léxico da moda, Farias (2016, p. 2) aponta como, além de constituir um campo fértil para os neologismos, também

é bastante receptivo aos estrangeirismos, com um número expressivo daqueles oriundos da língua inglesa (anglicismos), e é especificamente sobre este ponto que este trabalho recai, conforme mostraremos adiante.

Farias (2016, p. 2) mostra-nos o quanto a neologia por empréstimo constitui uma fonte de expansão lexical bastante rica no universo discursivo da moda. A autora ainda ressalta que, além de receptivo aos empréstimos, esse campo é especialmente acolhedor aos anglicismos e à língua francesa (galicismos). Os dados obtidos pela autora revelam essa alta absorção: de 850 termos constituintes do corpus da pesquisa, Farias (2016, p. 3) identificou 137 neologismos por empréstimo, dos quais 104 eram de origem inglesa, 30 de origem francesa e apenas 3 deles de outras origens, o que demonstra que o inglês se apresenta de forma expressiva na produção textual da moda em língua portuguesa, seguido da língua francesa, numa menor ocorrência.

Orsi e Formigoni (2014), por sua vez, analisam a presença de anglicismos no *fashionblog* italiano *The Blonde Salad*. As autoras trazem considerações importantes como o fato de que os estrangeirismos têm se tornado habituais nas revistas femininas e de moda, tendo entre suas funções a de produzir algum efeito naquele que lê, podendo, ainda, assentar o texto a certos níveis sociais, culturais e econômicos, imprimindo no leitor a sensação de superioridade, ao mesmo tempo em que seleciona o público que o lê. Apesar deste aspecto dos estrangeirismos nas revistas de moda, o trabalho evidencia que, no caso dos *fashionblogs*, grande parte dos anglicismos são utilizados não apenas por não existir um correspondente em italiano, mas também porque dialogam com a linguagem estabelecida pelos blogs de moda no mundo, permitindo ao leitor reconhecer o assunto e as peças do vestuário, mesmo desconhecendo a língua. As autoras ressaltam, ainda, que, com as novas tecnologias, o empréstimo linguístico deixou de ser exclusividade da elite e passou a abranger uma diversidade maior de classes.

Neste artigo, em um recorte temático, nosso objeto é a moda sustentável. Este é um tema que tem ganhado cada vez mais visibilidade e interesse global, já que os problemas relativos à sustentabilidade social e ambiental são um assunto urgente em todo o mundo e a moda é reconhecidamente um dos setores que mais poluem e que mais exploram mão de obra humana indevidamente. Sua indústria atual, especialmente as grandes varejistas, descentralizaram sua produção para diversos lugares do globo, geralmente para países asiáticos do chamado 'terceiro mundo', em busca de mão de obra barata e pouca restrição trabalhista.

Seja por sua urgência, ou pela ocorrência de acontecimentos desastrosos envolvendo a indústria da moda, tais como crimes industriais e ambientais ou exploração de trabalhadores, o tema tem sido levado a uma crescente popularidade. Hoje é possível observar sua emergência e repercussão, o que tem resultado em uma produção textual bastante vasta em torno do assunto que circula, principalmente, na web.

Berlim (2012) deixa bastante evidente como a questão tem se tornado cada vez mais pungente para o campo da moda, apresentando uma série de exemplos do empenho que tem sido feito em direção à sustentabilidade. Os exemplos que a autora traz abrangem desde iniciativas sustentáveis de semanas de moda já consolidadas ao redor do mundo, até a criação de novos eventos dedicados especificamente à sustentabilidade, além de feiras de negócios, projetos acadêmicos, programas de pós-graduação, marcas e estilistas engajados no tema, iniciativas de grandes corporações,

projetos independentes, ONGs e ações da sociedade civil: todos empenhados na promoção da moda sustentável.

No Brasil, é possível notar uma variedade crescente de eventos voltados à proposta, entre eles o *Brasil Eco Fashion Week*, o *Rio Ethical Fashion*, a *Semana Fashion Revolution* e o *Fórum Fashion Revolution*, os dois últimos promovidos pela ONG *Fashion Revolution*.

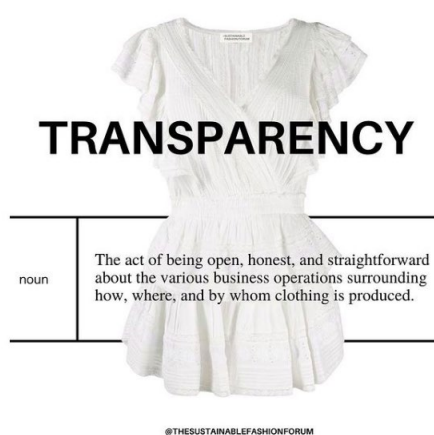
Ademais, um dado que chama a atenção para o crescimento do interesse na moda sustentável foi o crescimento da denominada *Semana Fashion Revolution* no Brasil, ação anteriormente denominada *Fashion Revolution Day*, que se estendeu de um dia para uma semana. A ação é impulsionada pela já citada ONG global *Fashion Revolution*, que, no Brasil, está estabelecida há cinco anos como *Instituto Fashion Revolution Brasil* e tem se dedicado à conscientização sobre os impactos socioambientais do setor da moda, à celebração das pessoas por trás da produção das roupas, ao incentivo à transparência por parte da indústria e ao fomento da sustentabilidade, de acordo com dados do site da própria ONG. Ainda segundo informações disponíveis no site da ONG, em 2016, foram realizados apenas 54 eventos da *Semana Fashion Revolution* pelo Brasil; já em 2017, foram 255 eventos; em 2018, a *Semana* envolveu 23 mil pessoas em 47 cidades do Brasil, contou com mais de 400 voluntários e 38 embaixadores do movimento em universidades, todos comprometidos com a organização de 733 eventos que aconteceram em diversas cidades brasileiras, o que representa um aumento considerável do interesse no assunto.

Sobre a moda sustentável, é preciso destacar, ainda, que tanto ‘moda’, quanto ‘sustentabilidade’ são termos polissêmicos que, individualmente, evocam uma série de complexidades e significados. Como coloca Berlim (2012, p. 26) “moda é um conceito multifacetado e multidisciplinar”, diz respeito, por um lado, a um fenômeno relativo à efemeridade das aparências e à construção cultural da identidade e, por outro, trata-se de uma indústria grande e poderosa – a terceira maior do mundo. É multifacetado no sentido de ser um fenômeno constituído dos mais diversos olhares possíveis, que se interligam e podem ser interdependentes, como, por exemplo, o da sociologia, da antropologia e, mais recentemente, da economia, uma vez que se trata, segundo a autora, da discussão de um mercado global que move a poderosa indústria têxtil. Nesse sentido, falar de moda significa referir-se a uma extensa cadeia de trabalhadores distribuídos em funções diversas em todo o mundo, que vão de lavradores a *top-models*. Por outro lado, o caráter multidisciplinar da moda decorre, ainda segundo a autora, da complexidade de seu campo de estudo, que pode envolver desde disciplinas capazes de dar conta de seus produtos e de seu processo produtivo – como agricultura, química, design, tecnologia têxtil, modelagem, desenho, gestão e logística, entre outros – até aquelas que tratam do cunho social, do desejo, do consumo, da linguagem e das tendências – como história, psicologia, semiótica, artes e comunicação.

A noção de sustentabilidade, por sua vez, de acordo com Jatobá, Cidade e Vargas (2009, p. 48), também não se constitui como uma noção de sentido único, neutro ou imutável. As visões que hoje se propagam largamente sobre sustentabilidade, segundo os autores, adquiriram significados diversos ao longo do tempo, que variam de acordo com a dinâmica social, econômica e política que rege as relações entre sociedade e natureza. Portanto, a ideia que se tem hoje de sustentabilidade, para os autores, é proveniente de diferentes perspectivas do ambientalismo.

Paralelamente a isso, é possível notar um esforço em torno da organização e definição dos termos e conceitos da moda sustentável, por meio da criação de dicionários e glossários informais, produzidos por blogs, institutos, marcas, entre outros atores sociais engajados no tema, demonstrando que muitas definições ainda estão em aberto e passam por um processo de familiarização com o público em geral para além dos usuários especializados, o que evidencia também a relevância dos estudos lexicais a respeito do tema.

Um exemplo bastante relevante é a iniciativa do perfil *@thesustainablefashionforum*, na rede social *Instagram*, que passou a divulgar verbetes com os principais termos da moda sustentável, sua definição e classe gramatical, conforme segue abaixo:



Fonte: Página *@thesustainablefashionforum* no *Instagram*<sup>1</sup>.

Figura 1 – Verbetes *transparency*.

No Brasil também ocorrem diversas iniciativas semelhantes. Um exemplo é a iniciativa do *Fashion Revolution Brasil* (Fashion Revolution Brasil, 2020), também realizada por meio da rede social *Instagram*, que convida as pessoas a darem sua definição de ‘transparência’. Abaixo seguem as duas imagens que compõem a mesma postagem (o usuário utiliza uma seta do lado direito da imagem para passar à imagem seguinte da mesma publicação). A primeira traz uma definição como exemplo e a segunda deixa em branco o espaço para a definição para o próprio leitor refletir sobre o que acredita ser ‘transparência’:

<sup>1</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CG00rhHHoSH>.



Fonte: Página do Fashion Revolution Brasil (@fash\_rev\_brasil) no Instagram<sup>2</sup>.

Figura 2 – Definição e espaço para a definição de ‘transparência’.

Alguns fatores que viemos pontuando até aqui nos chamaram a atenção para a produção deste trabalho, tais como a recorrência de anglicismos no campo da moda, a emergência da moda sustentável aliada a uma profusão de novos termos relativos a este assunto e o fato de que a moda sustentável se constitui como um discurso global e local simultaneamente – uma vez que aborda assuntos de interesse global, mas precisa ser compreendido localmente por todos aqueles envolvidos na extensa cadeia produtiva da moda. Posto isto, perguntamo-nos se, no âmbito da moda sustentável, seria possível encontrar a mesma receptividade aos anglicismos como foi observado em outros trabalhos sobre o léxico da moda; ou se, ao contrário, os anglicismos seriam mais raros em textos sobre moda sustentável, e características particulares da língua portuguesa, variante brasileira, seriam mais evidentes.

Buscando dar conta desses questionamentos, analisamos 34 textos sobre moda sustentável: alguns oriundos de meios de comunicação declaradamente dedicados ao tema; e, a fim de criar uma contraposição, outros extraídos do site da revista *Vogue Brasil*, uma revista de moda internacional, de grande renome e presente em diversos países. Para a análise, incorremos, primeiramente, em uma análise de conteúdo, investigando a existência de termos estrangeiros. Posteriormente, utilizamos parte do *The Sustainable Fashion Glossary*, um glossário de termos da moda sustentável, como material de consulta para conferência da existência ou não dos termos selecionados, e sobre o qual trataremos mais adiante. A coleta e o tratamento dos dados foram feitos de forma manual e deixaremos mais claro como se deu a investigação na seção 3, voltada para a metodologia e a discussão dos resultados.

A análise mostrou que anglicismos também são recorrentes no discurso da moda sustentável e que sua ocorrência é mais baixa quanto mais local e engajada no tema for a mídia que produziu o texto, havendo aqueles textos que não apresentaram uma ocorrência sequer. Além disso, ficou evidente que, assim como nos *fashionblogs*, os termos estrangeiros não parecem ser utilizados apenas para imprimir um ar de modernidade, sofisticação e/ou exclusividade no texto e em quem o lê, mas sim, para imprimir um tom de globalidade no discurso, de algo que integra a todos por meio de uma língua considerada franca, que é o inglês. Além disso, a investigação evidenciou que a maioria dos itens encontrados neste tipo de vocabulário diz respeito mais às

<sup>2</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B9CT-BEB9kR>.

práticas e conceitos de moda e sustentabilidade do que à nomeação de itens do vestuário, de cores, acessórios, texturas, cortes de tecidos, por exemplo, levando-nos à proposição de que a moda sustentável está mais ligada a uma moda sistematizada pela indústria do que a um conceito relacionado à identidade visual dos sujeitos em sociedade.

Acreditamos que o estudo do léxico da moda sustentável poderá contribuir para as reflexões sobre moda contemporânea e sobre um momento histórico da mesma, destacando ainda mais a relevância que o léxico e a língua têm neste campo e o quanto podem revelar das características e mudanças da moda e das sociedades.

## 2 APORTE TEÓRICO: ESTRANGEIRISMOS, INGLÊS E GLOBALIZAÇÃO

Como procuramos demonstrar, neste trabalho, investigamos a presença de anglicismos no léxico da moda sustentável e o quanto eles imprimem um tom de globalidade ou de exclusividade a esse discurso. Para tal, tomaram-se como base teórica para o estudo do léxico as definições de Alves (1994) e Correia e Barcellos Almeida (2012), que abordam a criação lexical, e Carvalho (2009), que trata com mais especificidade dos empréstimos linguísticos na língua portuguesa. Além disso, utilizamos também as contribuições de outros autores para observar a relação entre o inglês e a moda, como o trabalho de Crosa (2010), e para tratar sobre inglês e globalização, como o trabalho de Moita Lopes (2008) e sua proposta de um inglês como língua de fronteira.

Iniciando pelas bases em que se fundamenta esta pesquisa em relação ao estudo do léxico, temos que é considerado, em uma língua, “a totalidade das palavras, desde as preposições, conjunções ou interjeições, até os neologismos, regionalismos, passando pelas terminologias, pelas gírias, expressões idiomáticas e palavrões” (Henriques, 2018, p. 13). Mais especificamente, por elegermos como objeto de estudo os itens da moda sustentável, restringimos o léxico àquele especializado, vale dizer, aos termos, já que tratam de âmbito específico do universo aqui abordado.

Objeto da Terminologia, os termos situam-se na representação lexical do conhecimento especializado e na sua divulgação (Krieger; Finatto, 2004). Assim, nosso suporte teórico se assenta nesse campo de investigação interdisciplinar, que tem como objetivo principal o estudo de itens especializados e pertencentes a domínios específicos de uso, conforme Cabré (1999).

Atendo-nos com mais ênfase à Terminologia Textual, por lidarmos com textos da moda sustentável, estabelecemos, com base em Maciel (2007, p. 377), que essa “é uma abordagem essencialmente descritiva que procura nos textos especializados as expressões linguísticas que, em função de um fim visado, representam o conhecimento de uma dada área”.

Os itens lexicais da moda sustentável serão aqui considerados *termos*, pois, de acordo com a proposta de Cabré (2002), concluímos que eles seguem os mesmos processos de formação do léxico da língua geral, mas se definem e constituem por meio do contexto em que se inserem. Para a autora, em síntese, e também neste artigo, considera-se *termo* e não *lexia* da língua geral a unidade cuja significação é estabelecida em um contexto por especialistas dentro de um discurso especializado, como são os termos da moda sustentável analisados.

FLP 23(1)

Nessa direção, cabe lembrar o fato de que todas as línguas vivas renovam constantemente seu acervo lexical, seja ele especializado ou não. Para Carvalho (2009, p. 32), o léxico é como uma galáxia e está em constante e permanente expansão, pois vai incorporando as experiências pessoais da comunidade em que é usado. Alves (1994, p. 5) também destaca que, nesse complexo movimento de renovação, ao mesmo tempo em que unidades caem em desuso, novas emergem no acervo lexical das línguas e, inclusive, antigas podem retornar ao vocabulário corrente de seus falantes. Nesse processo criativo e de renovação, muitos itens e termos são criados e a esse fenômeno dá-se o nome de ‘neologia’ – e, à palavra criada, ‘neologismo’.

Mais especificamente, Correia e Barcellos Almeida (2012) pontuam tipos de novidades pelas quais os elementos lexicais das línguas podem passar. São elas a novidade formal e a novidade semântica. A primeira se refere à atribuição um novo significante, e a segunda, ao acréscimo de um significado novo a um significante já existente.

Vê-se que são muitos os processos neológicos dos quais os usuários de uma língua dispõem, incluindo desde mecanismos disponíveis no próprio idioma – os chamados processos autóctones, como processos de derivação e composição, por exemplo –, até itens oriundos de outros sistemas linguísticos, dentre os quais se incluem os estrangeirismos, que podem adentrar o acervo de uma língua por meio de contatos íntimos entre comunidades de fala ou por influência cultural, política e econômica.

Segundo Alves (1994, p. 72), os estrangeirismos encontram-se no âmbito dos neologismos que se dão por meio de ‘empréstimos’ – ou seja, são aqueles neologismos que decorrem do contato entre comunidades linguísticas ou pela influência cultural, e acabam por importar unidades lexicais de outro sistema linguístico. Embora o empréstimo seja considerado um neologismo, ou seja, uma ‘criação’, Carvalho (2009, p. 55) ressalta que, apesar disso, “o empréstimo não se constitui uma criação linguística no sentido real do termo, mas a novidade do falante”.

Conforme Alves (1994, p. 72), o neologismo por empréstimo se manifesta em diferentes níveis, tais como o estrangeirismo, o decalque e todos os processos envolvidos até que uma palavra de língua estrangeira venha a se tornar parte da língua receptora. De acordo com Carvalho (2009, p. 56), o processo de adoção de uma palavra de uma língua A por uma língua B percorre quatro fases: “Palavra estrangeira (existente na língua A) Estrangeirismo (usado na língua B) Empréstimo (adaptação de qualquer tipo na língua B) Xenismo (ausência de adaptação para a língua B).”

Podemos observar, na sequência de Carvalho (2009), que uma unidade lexical – ou termo –, ao figurar numa outra língua, é recebida, primeiro, como um estrangeirismo, para somente a seguir vir a se tornar um empréstimo, com ou sem adaptações feitas pela língua receptora. Segundo Alves (1994, p. 72), o estrangeirismo em si, por ser um elemento externo ao vernáculo de uma língua, não faz parte do conjunto lexical do idioma. Ele só passará a constituir um neologismo propriamente dito, quando estiver se integrando à língua receptora. Esta integração, ainda segundo Alves (1994), pode se manifestar por meio de adaptação gráfica, morfológica ou semântica e há casos, como o xenismo, em que não ocorrem adaptações, mas, ainda assim, a palavra é reconhecida como parte do idioma.

FLP 23(1)



Há muitas formas pelas quais uma palavra estrangeira pode ser adotada por um idioma e ser emprestada por ele. Podemos resumi-las em ‘adaptação’ (fonética, morfológica, ortográfica e semântica), ‘decalque’ e ‘incorporação na forma original’. Neste trabalho, no entanto, nosso objetivo consiste em olhar apenas para os estrangeirismos oriundos da língua inglesa, por isso, não vamos nos deter aos detalhes de cada uma das formas de adoção.

Cada país e cada língua lida com a questão dos estrangeirismos de forma diversa. O fato é que, conforme Fiorin (2001), a entrada de itens estrangeiros no vocabulário de uma língua é inevitável e constitui “[...] o resultado da história de um povo, de seus contatos, da divisão internacional do trabalho num dado momento, da correlação de forças entre os diferentes países numa dada época.” (Fiorin, 2001, p. 119). Ao contrário do que se costuma divulgar no âmbito do senso comum, os elementos estrangeiros não são capazes de descaracterizar a língua receptora, justamente porque a base léxica desta língua e sua gramática não podem ser alteradas pela simples adoção do elemento exógeno.

No Brasil, Carvalho (2009, p. 28) afirma que os empréstimos vêm, principalmente, via Estados Unidos, vale dizer, do inglês norte-americano. Para a autora, tal fato pressupõe uma explicação extralinguística, que remonta à segunda metade do século XX e diz respeito à tardia industrialização do Brasil, que criou dependência política, econômica e tecnológica dos Estados Unidos. Grande exportador não só de muitos termos para o português falado no Brasil, como também de um modo de vida tomado como modelo pelo mundo ocidental e, em especial, pelos brasileiros. A expressão deste modo de vida é fortalecida pelo cinema, pela música, pela moda e por outros aparatos culturais produzidos pelo país norte-americano.

Para além dessa característica inerente ao Brasil, Carvalho (2009, p. 71, grifo da autora) nos diz que “o inglês funciona como *lingua franca* praticamente em todo o mundo (língua simplificada para intercâmbio). Daí sua grande influência no acervo lexical de vários povos por meio da exportação de tecnologia e bens de consumo, com a expansão das multinacionais”. Os três principais motivos que levam à adoção de termos em inglês são, conforme Carvalho (2009, p. 78), a evolução rápida das técnicas, a falta de tradução e a facilidade de comunicação na internet.

Embora o inglês seja hoje o idioma dominante, o cenário não foi sempre este. O francês, por exemplo, influenciou o léxico da língua portuguesa desde o século XVIII, tendo se mantido com uma forte presença ainda na primeira metade do século XX. Segundo Crosa (2010), a França foi, durante muito tempo, a capital da moda. Muito do que se via e se consumia no Brasil até os anos 50 do século XX era importado da Europa e, conseqüentemente, daqueles países com maior influência, como é o caso da França. Ainda não existia, em solo brasileiro, uma indústria desenvolvida o bastante para uma produção própria. Ainda segundo a autora, a maioria dos periódicos relativos à moda era importada e foi só mais tarde, a partir de 1975, que as leitoras e leitores brasileiros passaram a contar com versões nacionais de renomadas revistas de moda como a *Vogue Brasil*, por exemplo.

A influência teria se deslocado da língua francesa para a língua inglesa em todo o mundo, de acordo com Crosa (2010, p. 113-114), primeiro, por conta do forte movimento antimoda promovido pela cultura punk inglesa, que promoveu entre os jovens a cultura das criações próprias, feitas por eles mesmos, fazendo com que o público voltasse sua atenção para aquilo que surgia nas ruas, ao invés daquilo que era

apresentado pelos estilistas nas passarelas e vitrines. Assim, a moda passou a migrar das ruas para as passarelas, e não mais o contrário – o que, posteriormente, deu origem ao *streetwear*. Podemos considerar, em segundo posto, ainda, que a própria cultura norte-americana, por sua influência política e econômica, também marcou presença no mundo da moda e das culturas visuais, consolidando a língua inglesa como um idioma de forte poder e influência, muitas vezes considerado ‘global’ e ‘universal’ em diversos outros setores além da moda. Para Orsi (2015, p. 8), além da força econômica dos Estados Unidos, outro elemento que propicia a adoção do inglês é a dependência da publicação de moda *Vogue America* e do modelo liderado pela editora-chefe da revista, Anna Wintour.

Ainda, os empréstimos do inglês norte-americano, consoante Carvalho (2009, p. 79), são tão recorrentes que fazem parte do nosso cotidiano, mesmo que representem um processo de “colonização à distância”, típico do mundo moderno. Para a autora, é resultado de uma dominação cultural que faz parte da realidade dos países do Terceiro Mundo e constitui uma colonização muito mais prática e eficiente, que dispensa guerras e força militar. Apesar disso, a entrada de estrangeirismos é inevitável e, conforme Fiorin (2001, p. 119), “é evidente que as línguas que têm hegemonia política, num determinado momento, fornecem mais empréstimos do que outras”.

Para aprofundar esta reflexão, consideramos importante trazer o trabalho de Moita Lopes (2008), que busca repensar as relações entre inglês, globalização e imperialismo à luz dos hibridismos contemporâneos propondo uma epistemologia de fronteira. O autor compreende o inglês como uma língua de fronteira por meio da qual os sujeitos em todo o mundo podem se apropriar de discursos globais e reinventar suas vidas locais. O inglês consistiria em uma língua utilizada, portanto, para construir um outro tipo de globalização, baseada nos interesses de seus falantes. Moita Lopes (2008, p. 316) reconhece o papel imperial do inglês, ao mesmo tempo em que também discorre sobre sua “vulgarização” (sua perda de valor como mercadoria linguística, uma vez que se torna componente básico de conhecimento no mundo moderno e não mais um termômetro de estratificação social apenas) e reconhece seu uso transimperial na contemporaneidade.

Para esta reflexão, Moita Lopes evoca duas visões de globalização: a primeira (Robertson, 2003; Venn, 2000 apud Moita Lopes, 2008, p. 318), entende a globalização como um processo imperialista que se iniciou com a era dos descobrimentos – dando início, assim, a um processo de ocidentalização, que tem como base a Europa enquanto ocidente, “[...] resultado de um grande movimento de colonização e subjugação do chamado mundo novo, no qual esteve envolvida a maioria das nações europeias, tendo tido o Império Britânico papel especial como uma das maiores forças hegemônicas de colonização e imperialismo.” (Moita Lopes, 2008, p. 318). A partir da Guerra Fria, os Estados Unidos teriam emergido como a grande força imperial, tomando as “rédeas” desse grande processo de ocidentalização. A criação de instituições econômicas internacionais, como o Fundo Monetário Internacional, o Banco Mundial e a Organização Mundial do Comércio teriam, também, impulsionado a construção de uma economia global que segue, conseqüentemente, os princípios econômicos estadunidenses.

A segunda visão evocada por Moita Lopes é proposta por Hardt e Negri (2000 apud Moita Lopes, 2008, p. 319), que defendem que o imperialismo teria dado lugar a

duas forças que denominam de “Império” e “multidão”. A primeira, o *Império*, pode ser caracterizada como um poder global, desnacionalizado, ao qual a segunda força (*multidão*) se opõe, a fim de reivindicar todos aqueles interesses que o *Império* nega.

Com base nessas acepções de globalização e em proposições que defendem a língua de fronteira, os hibridismos linguístico-culturais, a reescritura de identidades e narrativas a partir da língua, Moita Lopes propõe uma ideologia linguística diferente, na qual um inglês outro, global, diferente do chamado inglês nativo, tão aclamado em algumas instâncias sociais, sobressai-se, sendo apropriado por falantes de diversas partes do globo, que agregam seus sotaques e construções sintagmáticas próprias, utilizando-se dessa língua para escrever suas próprias histórias e compartilhá-las com outros sujeitos, falantes de outras línguas também. Segundo as palavras do próprio autor, em sua proposta:

[...] o inglês deixa de ser visto simplesmente como uma língua internacional, envolvida em imperialismo e na homogeneização do mundo, e passa a ser compreendido também como uma língua de fronteira da qual as pessoas se apropriam para agir na vida social (para viver, amar, aprender, trabalhar, resistir e ser humano, em fim), fazendo essa língua funcionar com base em histórias locais, não como mímica de *designs* globais, mas na expressão de performances identitárias, que não existiam anteriormente. (Moita Lopes, 2008, p. 333, grifo do autor).

É considerando também essa visão de inglês global, juntamente com o fato de, no campo da moda, o uso de estrangeirismos desempenhar o papel de sofisticação e exclusividade em alguns contextos, que refletimos, neste trabalho, sobre a presença ou ausência de anglicismos no discurso da moda sustentável, conforme procuraremos mostrar a seguir em nossa discussão de resultados.

FLP 23(1)

### 3 DISCUSSÃO DE RESULTADOS

#### 3.1 Metodologia empregada e materiais analisados

Para este trabalho, selecionamos 34 textos sobre moda sustentável de três fontes diferentes, a saber: o site *Modifica*<sup>3</sup>, o site da revista *Vogue Brasil* e alguns materiais de apoio/divulgação da ONG *Fashion Revolution Brasil*. Tanto o *Modifica* quanto a ONG *Fashion Revolution Brasil* são especificamente voltados para a moda sustentável, enquanto a *Vogue*, com textos jornalísticos, é voltada para a moda em geral e, ocasionalmente, à sustentável. Procuramos estabelecer essa heterogeneidade em nosso recorte propositalmente, a fim de verificar o uso de anglicismos tanto em fontes *mainstream*<sup>4</sup> sobre moda, como é o caso da *Vogue*, bastante conhecida pelo expressivo uso que faz dos estrangeirismos, quanto em meios de comunicação mais engajados no assunto, como é o caso da ONG referida, que procura produzir conteúdos de teor

<sup>3</sup> Disponível em: <https://sobre.modifica.com.br>.

<sup>4</sup> Utilizamos o termo *mainstream*, neste caso, para qualificar os meios de comunicação tradicionais sobre moda, em detrimento de novas modalidades, como blogs, redes sociais e portais independentes na internet. Nesse sentido, ‘fontes *mainstream* sobre moda’ diz respeito àqueles meios de comunicação já consolidados, reconhecidos e aceitos como uma fonte confiável de informação de moda, que detêm autoridade em relação ao assunto em questão, como é o caso de revistas famosas e mundialmente conhecidas como *Vogue*, *Elle*, *Marie Claire*, entre outras.

mais global sobre o tema, e da plataforma on-line citada, um meio de comunicação brasileiro e independente.

Todos os materiais são oriundos da web, especialmente porque são raras e escassas as produções textuais especificamente voltadas para essa temática em versão impressa. Mesmo a revista *Vogue*, que é originalmente uma mídia impressa, não tem como tema central a moda sustentável, de modo que teríamos que selecionar edições de um espaço temporal bastante amplo para, talvez, encontrar textos sobre o assunto. O site da revista, por sua vez, com um volume muito maior de publicações diárias, facilita a busca e o acesso aos textos produzidos sobre o tema que abordamos aqui.

Do site *Modefica*, portanto, extraímos 15 textos da categoria ‘moda’, o que representou publicações de janeiro a setembro de 2020. Do site da revista *Vogue Brasil*, extraímos outros 15 textos, porém, como se trata de uma mídia que publica um volume de textos muito superior às demais mídias utilizadas aqui, os 15 textos dela extraídos corresponderam apenas ao período entre janeiro e maio de 2020.

Além disso, para a seleção de materiais da *Vogue*, lançamos mão de um cuidado ampliado, recortando aqueles textos publicados na seção *Moda* e/ou *Lifestyle* que fossem explicitamente relacionados ao tema da moda sustentável, já que a revista não se dedica exclusivamente a esse segmento temático.

Do site da ONG *Fashion Revolution Brasil* recortamos um volume menor de materiais, apenas 4, porém muito mais volumosos que os demais textos. Trata-se de conteúdos disponibilizados em formato PDF, semelhantes a uma cartilha ou e-book, que buscam articular diversos atores sociais do setor da moda, conscientizando-os sobre a necessidade e a responsabilidade social e ambiental que têm. Entre esses atores estão cidadãos/consumidores, diversos trabalhadores da moda (agricultores, fiadores, costureiras, estilistas, modelos etc.), governos, mídia, entre outros. Os materiais têm a finalidade de divulgar a ONG e a sua importância, além de dar dicas de boas práticas de produção, consumo, uso e descarte de itens de moda para cada um desses atores sociais envolvidos na cadeia.

Cabe dizer que esses materiais não são produzidos exclusivamente para o público brasileiro; no site, é possível encontrar o mesmo material em diferentes línguas e, por se tratar de uma organização de origem britânica, acreditamos que os materiais originais tenham sido produzidos em língua inglesa e traduzidos para o português e o espanhol, por exemplo.

Para esta investigação incorremos, primeiro, em uma análise de conteúdo, recolhendo e organizando manualmente todos os anglicismos encontrados em nosso recorte. Para classificar os anglicismos encontrados como pertencentes ou não ao campo da moda sustentável, utilizamos *The Sustainable Fashion Glossary* como material de consulta para conferência da existência dos termos selecionados, ou seja, para verificar se as unidades terminológicas coletadas estavam ou não presentes nele. Trata-se de um glossário da moda sustentável, lançado em 2020 pela editora Condé Nast – editora responsável pela própria revista *Vogue* e alguns outros títulos como *Wired* e *The New Yorker* – em parceria com as instituições *Centre for Sustainable Fashion*, *London College Fashion* e *University of Arts London*.

FLP 23(1)

O *The Sustainable Fashion Glossary* compõe o que nos parece ser o primeiro glossário formal<sup>5</sup> sobre moda sustentável, está disponível de forma on-line e gratuita e, segundo matéria publicada no site da própria *Vogue Brasil*, continuará sendo alimentado com novos termos. A referida matéria de lançamento do glossário no site da revista também explicita que o material surgiu devido a uma necessidade maior de educação e sustentabilidade na moda identificada pelos editores da *Vogue* e explica que o glossário traz tópicos com os quais a indústria da moda tem precisado lidar, como transparência, compensadores de carbono e biodiversidade.

É importante chamar a atenção para o fato de que o glossário foi produzido tomando como base a língua inglesa. Segundo a publicação da revista, o desenvolvimento do glossário contou com contribuições de editores da *Vogue* de todo o planeta, o que nos faz pressupor que editores falantes de diversas outras línguas além do inglês contribuíram, nessa língua, com os termos que comporiam o glossário, o que reforça a presença e o poder da língua inglesa na moda, sendo empregada não só como forma de imprimir certo prestígio ou diferenciação social em textos sobre o assunto, mas também como língua franca da globalização, dos negócios e das causas globais.

Em nossa pesquisa, assumimos que o item lexical inglês que estivesse presente nesse glossário, pertenceria ao domínio da moda sustentável. Vale ressaltar que o glossário em questão possui dois modos de organização, dentre os quais o leitor pode escolher para fazer sua consulta: (i) por ordem alfabética ou (ii) a partir de uma organização temática, que o divide em quatro categorias: ‘Emergência Climática’ (*Climate Emergency*); ‘Impactos ambientais da moda’ (*Environmental Impacts of Fashion*); ‘Impactos sociais, culturais e econômicos da moda’ (*Social, Cultural And Economic Impacts Of Fashion*); e ‘Elementos-chave da moda e sustentabilidade’ (*Key Elements Of Fashion And Sustainability*). Cada categoria do glossário contém uma introdução e alguns termos aparecem em mais de uma categoria simultaneamente.

### 3.2 Anglicismos encontrados

Ao longo de nossa análise, recolhemos 23 anglicismos referentes à moda sustentável. São eles: *Fashion Revolution Day*; *Fashion Revolution Week*; *Fash mob*; *Slow*; *Made-in*; *Eco-friendly*; *Green Carpet Challenge*; *Beleaf*; *Fashion Pact*; *Global Fashion Agenda*; *Carbon Neutral*; *Nylon*; *Re-sale*; *Upcycling* e *Upcycled*; *Econyl*; *Fast-Fashion*; *Rana Plaza*; *Fashion Industry Charter for Climate Action*; *Fashion Revolution* e *Fashion Revolution Brasil*; *Corporate Responsibility*; e *Haulternative* (que aparece com e sem o uso de *hashtag* (#) antecedendo o termo).

Observamos que o discurso da moda sustentável é bastante produtivo do ponto de vista da criação de novas lexias a partir de termos já existentes no vocabulário em geral. A nosso ver, essa produtividade criativa constitui parte importante de um discurso que tem entre seus objetivos subverter a sistemática atual da moda, de modo que essa subversão se dá também pelo léxico: muitos dos termos já amplamente utilizados na moda atual são recriados no contexto sustentável por meio de novas

<sup>5</sup> Isto porque existem alguns poucos glossários ou, como geralmente são nomeados, ‘dicionários’ sobre moda sustentável na web. São listas informais que reúnem um pequeno conjunto de termos relacionados ao tema, organizados por blogs e outras páginas on-line, ou perfis de redes sociais que se dedicam à produção de conteúdo sobre o tema e até mesmo marcas e entusiastas do assunto.

composições ou novas versões. Alguns exemplos disso são *re-sale*, *haulalternative*, *fash mob* e *slow [fashion]*, por exemplo.

O termo *re-sale* ('revenda'), apesar de ser comum na língua inglesa, independentemente da moda sustentável, nesse discurso, aparece bastante marcado pela hifenização entre o prefixo *re* e o termo *sale* – algo que não ocorre na versão dicionarizada, que não leva hífen (*resale*). Além disso, *re-sale* ganha um valor distinto, já que o termo *sale* é amplamente utilizado para grandes liquidações, que desencadeiam compras em excesso, algo que vai na contramão da sustentabilidade.

O termo *haulalternative*, por sua vez, une *haul*<sup>6</sup> – um termo oriundo da internet, utilizado para designar uma maratona de compras (*makeup haul*, *fashion haul*) – com *alternative*, no sentido de uma alternativa a algo. Assim, tal neologismo indica que se trata de uma alternativa às maratonas de compras, ou seja, uma alternativa às formas tradicionais de se consumir, constituindo um termo que se faz a partir de outro, subvertendo seu sentido.

Outro termo é *Fash Mob*, que constitui o que parece ser um trocadilho com *Flashmob* – um termo estrangeiro que, segundo o dicionário *Cambridge* monolíngue, em sua versão online, significa “um grupo de pessoas que combinam, por e-mail ou telefone celular, de se reunir em um lugar ao mesmo tempo, fazer algo engraçado ou bobo, e depois ir embora” (*Cambridge Dictionary*, 2020, tradução das autoras)<sup>7</sup>, não raro também é possível ver esse tipo de manifestação com caráter artístico ou mesmo de protesto<sup>8</sup>. Nesse sentido, o termo dá a entender que se trata de uma ‘mobilização *fashion*’, de fazer algo incomum, uma intervenção coordenada entre pessoas, para expressar uma nova ideia de moda ou protestar. Por fim, *slow* (lento), embora apareça sozinho, faz referência à *slow fashion* (moda lenta), que não constava em nosso recorte como um termo composta, mas que é comum em outros textos sobre o assunto pelos quais passamos ao longo deste trabalho e faz referência direta, propositalmente ou não, ao *fast-fashion* (moda rápida).

Vale destacarmos, ainda, o valor que alguns termos já utilizados largamente no vocabulário da moda adquirem num contexto sustentável. Um exemplo disso é *made-in*, um termo com frequência encontrado nas etiquetas das roupas e em outros produtos para indicar onde o item foi produzido. No contexto da moda sustentável, essa designação tem um impacto distinto da simples identificação da origem do produto, uma vez que o movimento de moda sustentável nasce em meio a uma superdescentralização da produção manufatureira da indústria da moda, que passa a fabricar muitos de seus produtos em países com baixo custo de mão-de-obra e poucas legislações trabalhistas. O termo *made-in* ('feito em') está relacionado a uma reflexão sobre a origem das roupas que compramos, reconstruindo o caminho percorrido por um item de moda até que chegue às mãos do consumidor final, evocando um outro

<sup>6</sup> Este termo foi encontrado apenas no *Urban Dictionary*, em publicação de 2009, e pode ser conferido em mais detalhes e com exemplos de uso no inglês em: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=haul>.

<sup>7</sup> “a group of people who arrange, by email or mobile phone, to come together in a place at the same time, do something funny or silly, and then leave”, *Cambridge Dictionary*. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/flashmob>.

<sup>8</sup> Alguns exemplos podem ser vistos na notícia *Os dez melhores flash mobs já feitos*, publicada pelo site da Revista *Galileu*. Disponível em: <https://bitly.com/KWt8g>.

conceito preconizado pela moda sustentável, para o qual existe também um termo: ‘rastreadabilidade’ – ou *traceability*, que prevê o compromisso e a responsabilidade das marcas por rastrearem todo o percurso de fabricação de seus produtos e as condições (sociais e ambientais) em que os mesmos foram produzidos.

Um outro termo que vale algumas considerações e que reflete o poder da língua inglesa na criação lexical da moda sustentável é o termo *beleaf*. Trata-se do nome dado a um couro vegano, brasileiro, feito de folhas. Apesar de se tratar de um produto brasileiro, recebeu um nome em inglês, o que, a nosso ver, reforça a assimilação do inglês como língua franca no contexto da moda sustentável e sistematizada pela indústria em geral – o que pode se dar tanto por questões comerciais, a fim de alcançar marcas internacionais interessadas em matéria-prima sustentável, quanto por questões culturais de ativismo e de alcance global.

Além dos pontos já explicitados sobre os anglicismos recolhidos, ainda cabe destacarmos algumas características importantes sobre os meios de comunicação dos quais extraímos o recorte de nosso corpus em relação aos termos do inglês encontrados neles.

Em primeiro lugar, a maioria dos anglicismos encontrados aparece nos materiais da revista *Vogue* (76,2%), do site da ONG *Fashion Revolution Brasil* (47,6%) e da plataforma *Modéfica*, em que, por sua vez, foi onde houve menos registros relativos à moda sustentável (19%). Houve, inclusive, dois textos em nosso recorte nos quais não foi encontrado nenhum estrangeirismo, nem do âmbito da moda sustentável, nem de nenhuma outra temática.

É curioso observar como, enquanto a *Vogue* faz um uso mais expressivo de termos estrangeiros, sempre procurando abordar de forma bastante positiva os esforços da indústria da moda para ser mais sustentável, o site *Modéfica*, por sua vez, aborda o tema de modo mais crítico, utilizando pouquíssimos estrangeirismos, propositalmente ou não, substituindo-os muitas vezes por descrições ou explicações em língua portuguesa, ao invés de utilizar um termo já existente para ele, porém estrangeiro. A plataforma também focaliza mais os aspectos locais (brasileiros ou latino-americanos) trazendo, inclusive, termos mais específicos para algumas noções que o *The Sustainable Fashion Glossary* aborda de forma mais generalista. Um exemplo disso é a variedade de termos em português referentes aos trabalhadores migrantes ou imigrantes. Enquanto, no *The Sustainable Fashion Glossary*, temos apenas o termo *migrant workers*, nos textos que analisamos da plataforma *Modéfica*, pudemos observar um conjunto mais amplo e específico sobre a questão, como “costureiras migrantes”, “mulheres migrantes”, “imigrantes bolivianos”, “mulheres bolivianas migrantes”, “imigrantes latinas”, além de “coiote” – termo utilizado para designar a pessoa que guia migrantes para entrar ilegalmente em outro país, tendo também outras acepções nas variedades da língua espanhola latino-americana.

Além dos anglicismos já apresentados, identificamos também algumas unidades compostas híbridas, formadas de um termo em inglês e outro em português. Tal fenômeno foi identificado apenas na revista *Vogue* e com poucas ocorrências. São eles: “*lifestyle* sustentável” (‘estilo de vida sustentável’); “*looks* sustentáveis” (‘visual sustentável’) e “iniciativas *green*” (‘iniciativas verdes’).

Também listamos, ao longo de nossa análise, alguns termos candidatos a serem classificados como decalques. O ‘decalque’ constitui uma das formas de integração de

uma unidade lexical estrangeira a um sistema linguístico receptor e consiste numa “[...] versão literal do item léxico estrangeiro para a língua receptora” (Alves, 1994, p. 79). É um tipo de empréstimo mais difícil de identificar e, por isso mesmo, classificamos os termos que seguem apenas como candidatos a decalque. São eles: ‘compensação de carbono’ (*carbon offsetting*); ‘emissões de carbono’ (*carbon emissions*); ‘emissões de CO2’ (*CO2 emissions*); ‘químicos’ (*chemicals*); ‘poliéster’ (*polyester*); ‘trabalho infantil’ (*child labor*); ‘pegada de carbono’ (*carbon footprint*); ‘mercado justo’ (*fairtrade*); ‘escravidão moderna’ (*modern slavery*); ‘direitos humanos’ (*human rights*); ‘trabalho forçado’ (*bonded labor*); ‘resíduo’ (*waste*); ‘embalagens’ (*packaging*); ‘aterro’ (*landfill*); ‘crescimento’ (*growth*); ‘sementes geneticamente modificadas’ (*genetically modified (GM) crops*); ‘transparência’ (*transparency*); ‘rastreadibilidade’ (*traceability*); ‘indústria da moda’ (*fashion industry*); ‘cadeia de suprimentos’ (*supply chain*).

É claro que muitos desses termos são comuns na língua portuguesa, mas é preciso considerar que adquirem um novo significado no discurso da moda sustentável. ‘Embalagem’ (*packaging*), por exemplo, está mais ligado ao impacto dos desperdícios e geração de lixo (plástico muitas vezes) ou, ao contrário, a uma solução para esses problemas trazidos pelas embalagens convencionais do que relacionado a um significado genérico do substantivo ‘embalagem’. Também o termo ‘transparência’ (*transparency*), ao ser buscado em blogs e sites de revistas convencionais de moda, apresenta um número muito maior de resultados ligados ao adjetivo ‘transparente’ aplicado a roupas transparentes, ou tecidos transparentes, do que à ‘transparência’ no mesmo sentido utilizado pelo discurso da moda sustentável.

Acreditamos que uma análise mais aprofundada em um recorte maior, focada nos decalques, pode evidenciar com mais clareza a natureza de tais termos, confirmando ou infirmando seu status como decalque e também evidenciando outras características destes termos além das apontadas aqui.

FLP 23(1)

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como procuramos explicitar, assim como o discurso da moda em geral, o discurso da moda sustentável também faz uso de anglicismos. Inclusive, não identificamos neste discurso nenhum termo estrangeiro que designasse os conceitos da moda sustentável em outra língua que não o inglês. No entanto, esse uso parece ser moderado e se dar mais por uma questão de tornar o discurso comum e global, facilmente identificável, do que para denotar sofisticação, modernidade ou exclusividade. Aliás, parece existir um esforço para que alcance a todos os envolvidos na cadeia da moda e esse esforço se dá no âmbito do léxico por meio da explicação e criação de publicações que convidam os leitores a refletirem sobre o significado de certos conceitos, como procuramos ilustrar no início deste trabalho e como fica evidente com a criação do *The Sustainable Fashion Glossary*, utilizado em nossa análise.

Os termos coletados também deixam evidente que este vocabulário remete muito mais a conceitos, práticas e ideologias a serem adotadas pela moda do que às questões ligadas ao vestuário propriamente dito, como nomes de peças de roupas, estilos, cortes, tecidos, cores etc. Trata-se, portanto, de conceitos ideológicos que estão mais ligados a uma ideia de moda sistematizada pela indústria do que aquela tomada no sentido histórico, social e cultural da construção das aparências, até mesmo porque a sustentabilidade de uma roupa não é visível a olho nu, está ligada às práticas que



precedem a existência dessa roupa e seu consumo. É um discurso permeado muito mais pelas práticas envolvidas na confecção de uma roupa e que se insere dentro de um sistema industrial do que à moda como construção da imagem.

Além disso, nosso recorte apontou para uma menor recorrência de estrangeirismos, quanto mais engajada e local era a fonte da qual o texto analisado provinha. Os textos do site *Modefica*, uma mídia independente e nacional que trata especificamente de moda sustentável e assuntos correlatos, foram os que menos apresentaram anglicismos, havendo, inclusive, dois textos, dos 15 analisados, que não contavam com nenhum estrangeirismo sequer. Isso nos leva a considerar que este inglês, utilizado no universo da moda sustentável, esteja alinhado ao que Moita Lopes (2008) chama de um inglês global, uma língua de fronteira, utilizada para tornar generalizados certos discursos, para que os sujeitos nas margens também se apropriem dele e, com ele, construam narrativas locais e também compartilhem essas narrativas com o restante do mundo.

Isso é especialmente importante quando estamos tratando de um discurso que é necessariamente global, não pelo seu alcance, mas porque diz respeito a uma cadeia mundial de acontecimentos que envolve pessoas de diferentes extratos sociais em diversos locais do mundo: lavradores, tecelões, donos de fábricas, estilistas, modelistas, costureiras, bordadeiras, transportadores, lojistas varejistas, vendedores e consumidores, cada qual em lugares geográficos que dizem muito sobre seu lugar social nessa cadeia.

Por fim, cabe acrescentar que um olhar mais aprofundado sobre esse léxico pode ser interessante e pode revelar aspectos relevantes de um momento importante da história da moda contemporânea, cabendo, outrossim, a proposta de um glossário em língua portuguesa sobre o tema, que agregue também aqueles neologismos da própria língua portuguesa e que refletem a realidade local.

FLP 23(1)

## REFERÊNCIAS

- Alves IM. Neologismo: criação lexical. São Paulo: Editora Ática; 1994.
- Barthes R. Sistema da moda. Lisboa: Edições 70; 1967.
- Berlim L. Moda e sustentabilidade: uma reflexão necessária. São Paulo: Estação das Letras e Cores; 2012.
- Biderman MTC. Dimensões da palavra. *Filologia e Linguística Portuguesa*. 1998;2:81-118. [citado 29 set. 2021]. Disponível em: [http://dlcv.fflch.usp.br/files/Biderman1998\\_0.pdf](http://dlcv.fflch.usp.br/files/Biderman1998_0.pdf).
- Cabré MT. Terminología y lingüística: la teoría de las puertas abiertas. *Estudios de Lingüística del Español (ELiEs)*. 2002;16:s/p. [citado 29 set. 2021]. Disponível em: <http://elies.rediris.es/elies16/Cabre.html>.
- Cabré MT. Terminology: theory, methods, and applications. DeCesaris JA, tradutora. Amsterdam: John Benjamins; 1999.
- Cambridge Dictionary [internet]. [citado 29 set. 2021]. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/pt/>.
- Carvalho N. Empréstimos linguísticos na língua portuguesa. São Paulo: Cortez; 2009.

- Correia M, Barcellos Almeida GM. Neologia em português. São Paulo: Parábola Editorial; 2012.
- Crosa P. A moda e a língua inglesa. In: De Carli MAS, Manfredini ML, organizadores. Moda em sintonia. Caxias do Sul: Educ; 2010. p. 112-125.
- Farias EMP. O decalque na língua de especialidade da moda. Revista do GELNE. 2016;4(1):1-6. [citado 29 set. 2021]. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/gelne/article/view/9097/6451>.
- Fashion Revolution Brasil. Transparência para mim é [Instagram: @fash\_rev\_brasil]. 2020. [citado 29 set. 2021]. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B9CT-BEB9kR>.
- Fiorin JL. Considerações em torno do projeto de lei no. 1676/99. In: Faraco CA, organizador. Estrangeirismos: guerras em torno da língua. São Paulo: Parábola; 2001.
- Henriques CC. Léxico e semântica. Rio de Janeiro: Elsevier; 2011.
- Jatobá SUS, Cidade LCF, Vargas GM. Ecologismo, ambientalismo e ecologia política: diferentes visões da sustentabilidade e do território. Sociedade e Estado. 2009;24(1):47-87. [citado 29 set. 2021]. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/sociedade/article/view/5453/4950>.
- Krieger MG, Finatto MJB. Introdução à terminologia: teoria e prática. São Paulo: Contexto; 2004.
- Lipovetsky G. O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras; 1989.
- Maciel AMB. Quais são os rumos da terminologia no século XXI? In: Isquierdo AN, Alves IM, organizadores. As ciências do léxico: lexicologia, lexicografia, terminologia. Campo Grande: Ed. UFMS; 2007. p. 371-383. (Vol. 3).
- Moita Lopes LP. Inglês e globalização em uma epistemologia de fronteira: ideologia linguística para tempos híbridos. DELTA: Documentação e Estudos em Linguística Teórica e Aplicada. 2008;24(2):309-340. doi:10.1590/S0102-44502008000200006.
- Orsi V. A presença de empréstimos da língua inglesa na revista brasileira *Glamour*. 11º Colóquio de Moda - 8ª Edição Internacional; 02-05 set. 2015; Curitiba, PR. Anais. (Anais do 11º Colóquio de Moda – 8a. Edição Internacional. 2015. p. 1-10). [citado 29 set. 2021]. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202015/COMUNICACAO-ORAL/CO-EIXO4-COMUNICACAO/CO-4-A-PRESENCA-DE-EMPRESTIMOS-DA-LINGUA-INGLESA-NA.pdf>.
- Orsi V, Formigoni I. O léxico e a moda: anglicismos nas manifestações linguísticas do blog The Blonde Salad. Revista Trama. 2014;10(20):97-110. [citado 29 set. 2021]. Disponível em: <http://e-revista.unioeste.br/index.php/trama/article/viewFile/10348/7467>.
- Redação Galileu. Os dez melhores flash mobs já feitos. Revista Galileu [Internet]. [citado 29 set. 2021]. Disponível em: <http://revistagalileu.globo.com/Revista/Common/0,,EMI235996-17770,00-OS+DEZ+MELHORES+FLASH+MOBS+JA+FEITOS.html>.
- The Sustainable Fashion Forum. Transparency [Instagram: @thesustainablefashionforum]. 2020. [citado 29 set. 2021]. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CG00rhHHoSH>.
- The Sustainable Fashion Glossary [internet]. [citado 29 set. 2021]. Disponível em: <https://www.condenast.com/glossary/key-elements-of-fashion-and-sustainability>.
- Urban Dictionary [internet]. [citado 29 set. 2021]. Disponível em: <https://www.urbandictionary.com>.