

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA

“JÚLIO DE MESQUITA FILHO”

Faculdade de Ciências e Letras
Campus de Araraquara – SP

RENA TORII

**OS PROCESSOS DE INTEGRAÇÃO DOS EMPRÉSTIMOS
LINGÜÍSTICOS NO PORTUGUÊS**

Araraquara - SP

2007

RENA TORII

OS PROCESSOS DE INTEGRAÇÃO DOS EMPRÉSTIMOS LINGÜÍSTICOS NO PORTUGUÊS

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Lingüística e Língua Portuguesa da Faculdade de Ciências e Letras – Unesp/Araraquara, como requisito para obtenção do título de Doutor em Lingüística e Língua Portuguesa.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Clotilde de Almeida Azevedo Murakawa

Araraquara - SP

2007

FICHA CATALOGRÁFICA

Torii, Rena

Os processos de integração dos empréstimos lingüísticos no português / Rena Torii – 2007

184 f. ; 30 cm

Tese (Doutorado em Lingüística e Língua Portuguesa) –
Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências e Letras,
Campus de Araraquara

Orientador: Clotilde de Almeida Azevedo Murakawa

1. Lingüística. 2. Língua portuguesa.
3. Língua portuguesa -- Estrangeirismos. 4. Neologismos.
I. Título.

RENATORII

**OS PROCESSOS DE INTEGRAÇÃO DOS EMPRÉSTIMOS
LINGÜÍSTICOS NO PORTUGUÊS**

Tese de Doutorado, apresentado Programa de Pós-Graduação em Lingüística e Língua Portuguesa da Faculdade de Ciências e Letras – Unesp/Araraquara, como requisito para obtenção do título de Doutor em Lingüística e Língua Portuguesa.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Clotilde de Almeida Azevedo Murakawa

Data de aprovação: ___/___/___

MEMBROS COMPONENTES DA BANCA EXAMINADORA:

PRESIDENTE E ORIENTADOR: NOME E TÍTULO

UNIVERSIDADE.

MEMBRO TITULAR: NOME E TÍTULO

UNIVERSIDADE.

**Local: Universidade Estadual Paulista
Faculdade de Ciências e Letras
UNESP – Campus de Araraquara**

AGRADECIMENTOS

Muitas pessoas contribuíram, de uma forma ou outra, à elaboração deste trabalho. A todas essas pessoas, quero expressar os meus mais sinceros agradecimentos.

De forma especial, quero agradecer a Dra. Clotilde de Almeida Azevedo Murakawa, o contínuo apoio e atenção prestada ao longo do curso, como minha orientadora acadêmica, disposta em todo momento a atender as dúvidas com paciência.

Devo mencionar os meus agradecimentos a Dra. Ana Rosa Gomes Cabello por me oferecer a oportunidade de estudar na Universidade Estadual Paulista no Campus de Araraquara.

Acima de tudo, quero agradecer aos meus amigos e família, especialmente Nismaria Alves David, Dulcelaine Lúcia Lopes Nishikawa, Fábio Kazuo Ocada e Luciana Alvez David, que me deram um apoio para finalizar esta tese.

Por último, quero expressar a minha enorme gratidão ao meu marido pelo contínuo incentivo na realização deste trabalho.

O que primeiro surpreende no estudo das línguas é sua diversidade, as diferenças lingüísticas que se apresentam quando se passa de um país a outro, ou mesmo de um distrito a outro. Conquanto as divergências no tempo escapam ao observador, as divergências no espaço saltam imediatamente aos olhos; os próprios selvagens as percebem, graças aos contatos com outras tribos que falem outra língua. É exatamente por via dessas comparações que um povo toma consciência de seu idioma. (Ferdinando de Saussure)

TORII, Rena. *Os Processos de Integração dos Empréstimos Lingüísticos no Português*. 2007. 184 f. Tese (Doutorado em Lingüística e Língua Portuguesa) - Faculdade de Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista, Araraquara, 2007.

RESUMO

O presente trabalho visa a estudar os aspectos lingüísticos e sócio-culturais do fenômeno geralmente conhecido como estrangeirismo ou empréstimo lingüístico. No aspecto sócio-cultural do empréstimo lingüístico, discutem-se problemas atuais nas políticas lingüísticas de alguns países, à busca de uma atitude adequada perante este fenômeno. No aspecto lingüístico, analisa-se em que forma os itens lexicais oriundos do inglês e francês se incorporam ao acervo lexical do português contemporâneo, desde um ponto de vista comparativo entre o português brasileiro e o português europeu. Com esta finalidade, utilizam-se como *corpus* as revistas internacionais de moda *Vogue* e *Elle* em edições de ambos países, publicadas no período de dezembro de 2003 a agosto de 2004. Como procedimento de pesquisa, analisa-se o percurso evolutivo demonstrado pelos itens lexicais estrangeiros até a sua integração no léxico de uma língua. Os itens extraídos do *corpus* agrupam-se em cinco fases contínuas de acordo com os critérios de adaptações fonológica, gráfica, morfossintática e semântica.

Palavras-chave: Estrangeirismos. Empréstimos. Adaptação Lingüística. Português Brasileiro. Português Europeu

TORII, Rena. *Los Procesos de Integración de los Préstamos Lingüísticos en Portugués*. 2007. 184 f. Tesis (Doctorado en Lingüística y Lengua Portuguesa) - Facultad de Ciencias y Letras, Universidad Estadual Paulista, Araraquara, 2007.

RESUMEN

El presente trabajo pretende estudiar los aspectos lingüísticos y socio-culturales del fenómeno generalmente conocido como extranjerismo o préstamo lingüístico. En el aspecto socio-cultural del préstamo lingüístico, se discuten problemas actuales en las políticas lingüísticas de algunos países, a la búsqueda de una actitud adecuada frente a este fenómeno. En el aspecto lingüístico, se analiza en qué forma los ítems lexicales oriundos del inglés y del francés se incorporan al acervo lexical del portugués contemporáneo, desde un punto de vista comparativo entre el portugués brasileño y el portugués europeo. Con esta finalidad, se utilizan como *corpus* las revistas internacionales de moda *Vogue* y *Elle* en ediciones de ambos países, publicadas en el período de diciembre del 2003 a agosto del 2004. Como procedimiento de investigación, se analiza el recorrido evolutivo demostrado por los ítems lexicales extranjeros hasta su integración en el léxico de una lengua. Los ítems extraídos del *corpus* se agrupan en cinco fases continuas de acuerdo con los criterios de adaptación fonológica, gráfica, morfosintáctica y semántica.

Palabras-clave: Extranjerismo. Préstamo Lingüístico. Adaptación Lingüística. Portugués Brasileño. Portugués Europeo.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1 JUSTIFICATIVA	11
1.2 OBJETIVOS	12
1.3 ESTRUTURA DA TESE	12
1.4 FONTES DE PESQUISA	13
2 PRESSUPOSTOS TEÓRICOS BÁSICOS	16
2.1 O QUE É NEOLOGIA?	17
2.2 TIPOLOGIA DOS NEOLOGISMOS	17
2.2.1 <i>Neologia formal</i>	18
2.2.2 <i>Neologia semântica</i>	19
2.3 EMPRÉSTIMO LINGÜÍSTICO	20
2.3.1 <i>Terminologia e definições</i>	20
2.3.2 <i>Formas de adaptação</i>	25
2.3.3 <i>Grau de Aceitabilidade</i>	29
2.3.4 <i>Classes gramaticais de empréstimo</i>	32
3 ASPECTOS SOCIO-CULTURAIS DOS EMPRÉSTIMOS	39
3.1 RELAÇÃO ENTRE LÍNGUA E CULTURA E ENTRE LÍNGUA E SOCIEDADE	39
3.2 IMUTABILIDADE E MUTABILIDADE DA LÍNGUA	40
3.2.1 <i>Imutabilidade da língua</i>	40
3.2.2 <i>Mutabilidade da língua</i>	42
3.3 DUAS ATITUDES: CONSERVADORA E INOVADORA	43
3.3.1 <i>Caso da França</i>	44
3.3.2 <i>Caso da Islândia</i>	46
3.3.3 <i>Caso do Japão</i>	47
3.3.4 <i>Caso do Brasil</i>	49
3.3.5 <i>Caso de Portugal</i>	50
3.4 EMPRÉSTIMO COMO FENÔMENO NATURAL DA LÍNGUA	51

4 ANÁLISE DO <i>CORPUS</i>	53
4.1 MODELO A SER ADOTADO	56
4.2 RESULTADO DA PESQUISA	58
4.2.1 <i>Fase de citação</i>	58
4.2.2 <i>Fase de empréstimo temporário</i>	60
4.2.3 <i>Fase de transformações imediatas</i>	64
4.2.4 <i>Fase de transformações progressivas</i>	74
4.2.5 <i>Fase de integração no léxico</i>	89
4.3 OBSERVAÇÕES ACERCA DAS DIFERENÇAS LEXICAIS ENTRE O PORTUGUÊS BRASILEIRO E O EUROPEU	96
4.4 CONCLUSÃO DA PESQUISA.....	102
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	107
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	110
BIBLIOGRAFIA CONSULTADA	113
APÊNDICE – CORPUS	115

1 INTRODUÇÃO

Freqüentemente no nosso dia-a-dia, os meios de comunicação se referem ao mundo em que vivemos como um mundo globalizado. O termo globalização, empregado a partir dos anos 70, muitas vezes é entendido como sinônimo de imperialismo cultural, fato que se observa atualmente na hegemonia norte-americana no mundo inteiro. Em contrapartida, existem termos tais como *glocalização*¹, criado nos anos 80 por empresas japonesas mas primeiramente utilizado nos anos 90 pelo sociólogo inglês Roland Robertson, e *cosmopolitanismo*², empregado por Tomlinson (2000), que possuem o sentido de interação entre o local e o global, ou seja, oferecem uma idéia que abrange as visões bilaterais de globalização e de localização, sendo que essas visões geralmente são consideradas polarizadas.

Pode-se observar esse movimento de *glocalização* no projeto internacional chamado *LINGUAPAX*³, proposto em 1987 pela UNESCO, que enfatiza a importância da multiplicidade lingüística através do ensino plurilíngüe. O projeto visa a defender os direitos lingüísticos considerando-os como direitos humanos coletivos e individuais. Em outras palavras, a linguagem não deve ser considerada num contexto do imperialismo cultural, em virtude de que a linguagem tem um sistema auto-regulador para atender às necessidades locais. Assim, o fenômeno lingüístico deve ser tratado de acordo com um ponto de vista heterogêneo, ou seja, *glocalizado*. Afinal, não existe paz onde não há multiculturalismo.

¹ (TOMLINSON, 2000, p.125, 337-338)

² (TOMLINSON, 2000, p.335-338)

³ Uma palavra híbrida de latim (língua+paz) que significa “paz através da aprendizagem e ensino de línguas”. O primeiro seminário ocorreu na antiga União Soviética em 1987; o segundo foi em 1988 na Espanha; o terceiro, em 1990 na Alemanha; e o quarto, em 1995 na Austrália (OKADO, 2002, p.40-43).

Na nossa aldeia global, o intercâmbio cultural entre os povos se torna cada vez mais intenso; e devido ao desenvolvimento das tecnologias de comunicação em massa, objetos e conceitos novos entram livremente na linguagem em grande escala. Os empréstimos lingüísticos são as conseqüências do processo de *glocalização* e não globalização. Neste quadro, o empréstimo lingüístico não deve ser compreendido então como um fenômeno exclusivamente lingüístico. Entendê-lo como tal, conduz ao pensamento de que o fenômeno possui um caráter homogêneo, como se observa nas tentativas de criar uma única língua comum no mundo inteiro e ainda de excluir as palavras estrangeiras a fim de proteger uma língua “pura”.

As palavras novas entram porque a sociedade receptora as requer. Onde não há necessidade, não haverá empréstimos. Se existem empréstimos, é porque houve necessidade. Esse fenômeno lingüístico deve ser tomado como um resultado positivo do intercâmbio internacional.

1.1 Justificativa

O tema da presente tese foi selecionado com base na importância do estudo dos neologismos por empréstimo, fenômeno recorrente em tempos recentes devido ao acelerado desenvolvimento das ciências e tecnologias informáticas que nos permitem um rápido e fácil acesso às mais diversas fontes de informações. O estudo proposto, além de nos oferecer um conhecimento aprofundado da língua como meio de comunicação, traz também um maior conhecimento dos processos sócio-culturais dos dois países culturalmente mais influentes lusófonos, Brasil e Portugal. Ademais, o trabalho oferece contribuições aos estudos luso-brasileiros no Japão, onde há uma relação amistosa com os países luso-brasileiros, ao longo dos anos até os dias de hoje.

Creemos que são poucos os estudos sincrônicos que se dedicam ao ato de comparar a formação dos empréstimos lingüísticos atuais entre o português brasileiro e o português europeu, do ponto de vista não somente lingüístico, mas também sócio-cultural.

Diante disso, vale ressaltar que esta pesquisa pretende estudar o fenômeno lingüístico como testemunho e reflexo da atividade lingüística e ainda sócio-cultural. Isto se justifica pelo fato de a integração de novas unidades lexicais estrangeiras mostrarem como produtos e/ou serviços disponíveis no mundo inteiro se enquadram nas necessidades locais.

1.2 Objetivos

Este trabalho objetiva estudar o fenômeno do empréstimo lingüístico atual no português contemporâneo sob dois pontos de vista, a saber, o lingüístico e o sócio-cultural; e também pretende descrever e analisar as tendências dos processos de integração dessas unidades lexicais referentes tanto ao português brasileiro como ao português europeu.

1.3 Estrutura da tese

O corpo desta tese está constituído por três partes :

- 1) Pressupostos teóricos.
- 2) Aspectos sócio-culturais dos empréstimos lingüísticos.
- 3) Análise dos dados do *corpus*.

A primeira parte estuda as teorias que orientam a questão do empréstimo lingüístico a fim de mostrar as divergências entre vários autores que abordam o assunto e, por último, tomar a nossa posição neste trabalho.

Enquanto a parte inicial trata do aspecto lingüístico do fenômeno lexical, chamado empréstimo lingüístico, na segunda parte salientamos a importância do aspecto sócio-cultural do mesmo fenômeno. Nesta seção, procuramos a causa da existência das atitudes conservadora e inovadora, em relação ao neologismo por empréstimo, com base nos trabalhos de Saussure *Curso de Lingüística Geral* (2003) e de Guilbert *La Créativité Lexicale* (1975). Ainda consideramos outras informações importantes oferecidas por Tomlinson *Globalization and Culture* (2000), bem como mostramos a política lingüística de alguns países, a fim de analisar como funcionam essas duas atitudes na prática. Por último, discutimos qual delas é a mais adequada para a análise do *corpus* organizado.

No que se refere à terceira parte, efetuamos uma análise do processo de integração das unidades lexicais colhidas das revistas *Vogue Brasil*, *Vogue Portugal*, *Elle Brasil* e *Elle Portugal*. Também comparamos o processo de formação de empréstimos estrangeiros em ambos os países, sob a perspectiva de Carvalho que afirma: “A língua portuguesa não é veículo de uma cultura uniforme – culturas diferenciadas nos continentes e nações onde a língua portuguesa foi adotada como língua oficial têm suas peculiaridades e preferências na adoção de termos estrangeiros.” (Carvalho, 1989 p. 54).

1.4 Fontes de pesquisa

Realizamos esta pesquisa baseando-nos no material recolhido, pertinente à moda feminina, nas duas revistas *Vogue* e *Elle*, publicadas tanto no Brasil como em Portugal. Acreditamos que estas são as únicas revistas internacionais desta área que continuam a ser publicadas ainda hoje em ambos os países.

A revista *Vogue*, que significa “popularidade” e “moda” em inglês, é publicada mensalmente, e é considerada uma das revistas mais lidas e antigas do mundo inteiro na área de *fashion*. Existem numerosas versões com características originais em cada país como a versão americana, francesa, inglesa, italiana, australiana, chinesa, coreana, japonesa, espanhola, brasileira, portuguesa, etc. Há também versões como infantil, masculina, jóias, etc. Podemos afirmar que é uma revista *worldwide*.

Esta revista *Vogue* originalmente americana foi publicada, pela primeira vez, em 1892 nos Estados Unidos. Desde a primeira publicação até os anos 50, esta era uma revista de luxo destinada exclusivamente à classe social alta. A partir dos anos 60 começou a expressar *fashion* vanguarda com fotografias artísticas. Ao entrar nos anos 70 foram integrados artigos sociais destinados para mulheres de carreira. Dos anos 80 aos 90, a revista apontou ao alvo todas as mulheres *fashionable*.

Quanto à *Elle*, é igualmente uma revista mensal, mas de origem francesa. Esta foi criada em 1945. Atualmente tem sido publicada em 32 países⁴. Cada versão fala de variados assuntos como vestuário, gastronomia, interiores, saúde, viagens, entrevistas, etc. Podemos notar que esta é mais popular, pois oferece informações e itens práticos a serem aplicados em nossa vida cotidiana.

Para a nossa pesquisa, utilizamos nove edições da *Vogue Brasil* e nove da *Vogue Portugal*, no período de dezembro de 2003 a agosto de 2004, e seis edições da *Elle* em cada país, de março de 2004 a agosto de 2004, como podemos observar nas tabelas seguintes:

⁴ <http://www.mode21.com/magazine/109.html>

Tabela 1: Revistas Vogue de Brasil e Portugal, disponíveis para os anos e meses indicados.

2003-2004	dez	jan	fez	mar	abr	mai	jun	jul	ago
Brasil	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	×
Portugal	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Tabela 2: Revistas Elle de Brasil e Portugal, disponíveis para os anos e meses indicados.

2003-2004	dez	jan	fez	mar	abr	mai	jun	jul	ago
Brasil	×	×	×	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Portugal	×	×	×	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Coletamos as unidades lexicais provenientes de inglês e francês, que são as mais representativas no mundo atual.

Convém salientar que selecionamos as revistas de moda feminina como *corpus*, pois consideramos a função destacada da mulher dentro da sociedade de consumo. Como afirma Carvalho, “a imagem feminina no universo da publicidade ocidental é a de dona-de-casa à qual a única atividade permitida é ‘ir fazer compras’, portanto só deve consumir ou pensar em consumir” (Carvalho, 2002, p.27).

Apesar de as revistas se destinarem ao público feminino, a pesquisa não se restringe às unidades lexicais do universo da moda. Desse modo, as palavras recolhidas se referem a assuntos variados tais como vestuário, cosméticos, beleza, acessórios, belas artes, música, cinema, viagem, culinária, esporte, etc., e também a entrevistas de pessoas de diferentes áreas de conhecimento e de nacionalidades.

Quanto à estrutura do *corpus*, temos as entradas em letra maiúscula postas em ordem alfabética. Após a entrada, colocamos o número de edição e da página e o contexto onde a unidade lexical está inserida, para ajudar na sua compreensão. Entretanto, deixamos o texto no original, isto é, sem uniformizar as letras do texto, já que consideramos a importância das diferenças gráficas como itálico, negrito, aspas etc.

Abrimos uma nova entrada para a mesma unidade lexical, desde que ela apresente alguma divergência na morfologia ou na grafia como no caso das palavras *glamoroso* e *glamouroso*, por exemplo.

Por fim, oferecemos um *corpus* que está dividido em duas partes principais: o da *Vogue Brasil* e o da *Vogue Portugal*; cujos exemplos aparecem separados em inglês e francês.

2 PRESSUPOSTOS TEÓRICOS BÁSICOS

Todas as línguas humanas vivas mudam; elas evoluem necessária e incessantemente sem que os usuários destas se dêem conta. Graças à constante atualização de dicionários, podemos observar nitidamente a mudança no vocabulário e, conseqüentemente, no léxico.

De acordo com Correia e Lemos (2005), o vocabulário é um conjunto factual de todos os vocábulos atestados num determinado registro lingüístico, i.e. o conjunto fechado de todas as unidades lexicais que ocorreram de fato nesse discurso. O que diferencia vocabulário do outro conceito importante da lexicografia, léxico, é que este último é o conjunto de todos os itens lexicais de uma língua, as neológicas, as que caíram em desuso, as atestadas e aquelas que são possíveis tendo em conta os processos de construção de unidades lexicais disponíveis na língua.

Ao falar-se do léxico, Guilbert afirma: “O domínio gramatical insere-se facilmente no quadro de uma descrição estrutural em virtude da sua relativa estabilidade. O léxico, ao contrário, se caracteriza, em razão da sua função referencial, pela sua mobilidade” (GUILBERT, 1975, p.28, tradução nossa)⁵. Como este autor menciona, geralmente os lingüistas opõem gramática a léxico tendo ambos um caráter distinto: o sistema fechado da primeira e o sistema aberto do segundo.

Ainda no domínio lexical, podemos estabelecer uma dicotomia: palavras gramaticais e palavras lexicais. As primeiras referem-se às unidades lexicais que possuem a função de assinalar as relações sintáticas como artigos, preposições, conjunções, sendo de caráter estável. As segundas têm um forte conteúdo semântico e representam o mundo

⁵ “Le domaine grammatical s’inère aisément dans le cadre d’une description structurale en vertu de sa relative stabilité. Le lexique, par contre, se caractérise, en raison de sa fonction référentielle (cf.I), par sa mobilité.” (GUILBERT, 1975, p.28)

extralingüístico, caracterizando-se pela oposição entre lexema e morfema (CARVALHO, 2002).

Essa oposição lexema/morfema equivale respectivamente à de B. Pottier que sugere morfemas léxicos (lexemas) e morfemas gramaticais (gramemas)⁶. Enquanto os gramemas são em número limitado e mais fechado, os lexemas pertencem a inventários ilimitados e abertos com contínuas mudanças trazidas pela dinâmica histórica da sociedade.

2.1 O que é neologia?

Segundo Alves (2002), dentro do sistema lexical, existe uma constante mudança tanto na arcaização de algumas unidades lexicais (arcaísmo), como na criação de novas unidades. Esta última recebe o nome de neologismo e engloba dois processos: o autóctone (mecanismo oriundo da própria língua) e o alóctone (vocábulos provenientes de outras línguas). Como afirma a mesma autora, os dois processos têm sido empregados, diacrônica e sincronicamente, na língua portuguesa, assim como na maioria das línguas existentes no mundo.

O termo neologismo significa “nova palavra”. É um composto híbrido formado do latim *neo* (novo) e do grego *logos* (palavra), que inicialmente apareceu no francês do século XVIII⁷. Mas somente a partir da década de 1950, começaram a surgir os estudos relativos ao neologismo em francês⁸.

Quanto à diferença entre neologia e neologismo, a designação de neologia é dada ao processo de formação de novos itens lexicais, à medida que o elemento resultante, isto é, a nova unidade lexical, denomina-se neologismo.

2.2 Tipologia dos neologismos

Guilbert define a neologia lexical como “a possibilidade de criação de novas unidades lexicais, em virtude das regras de produção incluídas no sistema lexical” (GUILBERT, 1975,

⁶ (DUBOIS, 1973, p. 360)

⁷ (FREITAS, 1991, p.14)

⁸ (ALVES, 1996, p.12-13)

p.31, tradução nossa)⁹. Por sua vez, Carvalho (2002) para classificar os neologismos, utiliza os mesmos critérios de Boulanger¹⁰, subdividindo-os em duas categorias: 1) neologismos semânticos, ou seja, os termos dicionarizados em outra acepção; e 2) neologismos formais, os termos não-dicionarizados.

Biderman (2001) e Dubois (1973) também referem-se aos neologismos dividindo-os em duas classes como neologismo conceptual / neologismo formal e neologia de sentido / neologia de forma, respectivamente.

Observaremos, em seguida, os dois conceitos de neologismo.

2.2.1 Neologia formal

Para Dubois (1973), denotando uma realidade nova, a neologia de forma consiste em fabricar novas unidades. Os empréstimos de línguas estrangeiras devem ser assimilados a esta categoria.

Biderman (2001) oferece para a neologia formal a seguinte definição:

“constitui uma palavra nova introduzida no idioma. Pode ser um termo vernáculo ou um empréstimo estrangeiro, tanto de lexia simples, tais como celular, internet, site, homepage, etc., quanto de lexia complexa como, por exemplo, endereço eletrônico, lavagem de dinheiro, etc., ou expressão idiomática como acabar em pizza, viajar na maionese, etc.” (BIDERMAN, 2001, p. 203).

Carvalho (2002) define o neologismo formal da mesma maneira que Biderman, subdividindo-o em neologismo de formação vernácula e neologismo por empréstimo.

De acordo com os três autores, a neologia formal compreende a produção de novos itens léxicos no idioma, tanto através da formação vernácula como dos empréstimos de outras línguas.

⁹ “la possibilite de création de nouvelles unités lexicales, en vertu des règles de production incluses dans le système lexical.” (GUILBERT, 1975, p.31)

¹⁰ CARVALHO. *Publicidade: a linguagem da sedução*. 2002, p.136.

2.2.2 Neologia semântica

Segundo Carvalho (2002), o neologismo semântico ou conceptual é produzido por um deslizamento de sentido, quando uma nova acepção se incorpora ao campo semântico de um significante.

Para Dubois (1973), a neologia de sentido consiste em empregar um significante que já existe na língua considerada, conferindo-lhe um conteúdo que ele não tinha até então seja esse conteúdo conceptualmente novo ou expresso até então por outro significante.

Por último, Biderman (2001). define o neologismo conceptual como uma acepção nova que se incorpora ao campo semasiológico de um significante qualquer. Segundo a autora, os neologismos conceptuais em português são: 1º) Dispositivo; 2º) Excedente; 3º) Incentivo e 4º) Memória.¹¹.

Além das duas categorias de neologia referidas acima, segundo Biderman, ainda há um outro tipo de neologismo formal e conceptual que são empréstimos estrangeiros. Veremos a sua definição mais adiante.

Apesar das denominações distintas, aparentemente a divisão dos três autores coincide com exceção de somente uma divergência. Enquanto Dubois e Carvalho consideram que os empréstimos de línguas estrangeiras fazem parte da neologia de forma, Biderman os engloba tanto na neologia formal como na conceptual.

Podemos supor que esta diferença surge devido às distintas definições atribuídas ao fenômeno lingüístico chamado empréstimo lingüístico. Para esclarecê-las, examinaremos a tipologia deste fenômeno lingüístico em pormenor.

¹¹ Biderman, *Teoria Lingüística*, 2001, p.203. “*Dispositivo*→com o significado: mecanismo disposto para se obter certo fim. *Excedente*→com o significado: aluno excedente no exame vestibular em relação às vagas da universidade. *Incentivo*→com o significado: estímulo fiscal promovido pela política governamental, a fim de fomentar a produção. *Memória*→com o significado: num computador, dispositivo que pode receber e guardar informações e recebê-las de novo, quando excitado por um sinal conveniente.”

2.3 Empréstimo lingüístico

Como afirmamos anteriormente, todas as línguas vivas mudam constantemente com o decorrer do tempo. Essas mudanças ocorrem quando surge contato com outras culturas, tanto externas quanto internas, e são facilmente observadas no domínio do léxico, devido ao seu caráter renovador. Este fenômeno lingüístico é chamado empréstimo.

Conforme Bloomfield (1933), os empréstimos podem ser classificados em três categorias: íntimos, culturais (externos) e dialetais.

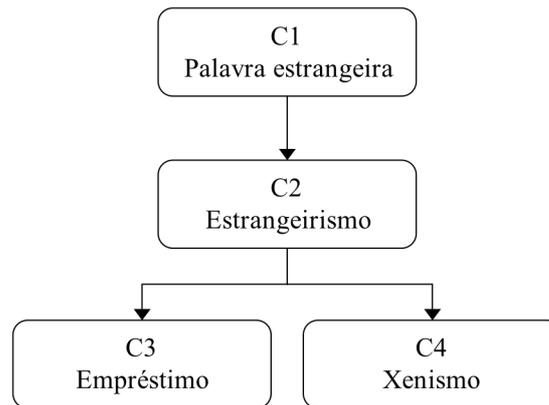
O empréstimo cultural é o resultado dos contatos políticos, culturais ou comerciais com povos de outros países. O empréstimo dialetal ocorre entre falares da mesma língua, isto é, variantes regionais, sociais e jargões especializados. Entretanto, o empréstimo íntimo realiza-se através da convivência de mais de duas línguas no mesmo território.

Neste trabalho trataremos do empréstimo cultural, as unidades lexicais surgidas pelo contato com as culturas exteriores, conseqüentemente, as línguas estrangeiras.

2.3.1 Terminologia e definições

Ao empréstimo cultural geralmente dá-se o nome de empréstimo lingüístico, estrangeirismo ou importação. No entanto, ao consultarmos as obras sobre este fenômeno lexical, percebemos que existem certas diferenças na terminologia, visto que algumas distinguem empréstimo de estrangeirismo, enquanto outras não.

Para Carvalho (1989), o processo de integração de uma unidade lexical alóctone inicia-se por introduzir o item lexical da língua fonte (A) na língua receptora (B). Segundo esta autora, esse processo é dividido em quatro categorias: C1) unidade lexical estrangeira (existente na língua A); C2) estrangeirismo (usado na língua B); C3) empréstimo (adaptação de qualquer tipo na língua B); C4) xenismo (ausência de adaptação para a língua B).



Quadro 1: Processo de integração de uma unidade estrangeira apresentado por Carvalho (1989).

O estrangeirismo constitui-se na fase inicial de instalação e adaptação da unidade lexical. Nesta fase, a unidade lexical estrangeira ainda não faz parte do acervo lexical da língua receptora. Muitas vezes na forma escrita ele é seguido da correspondente tradução ou de uma explicação do significado. Carvalho estabelece um paralelo interessante para esclarecer melhor a distinção entre estrangeirismo e empréstimo:

“Tomando como paralelo o caso dos permanentes e valiosos empréstimos monetários feitos pelo Brasil, embora o governo brasileiro receba em dólares, estes são transformados em cruzados para uso no território nacional”. (CARVALHO, 1989, p. 47).

Ela ainda compara os dois termos, utilizando a dicotomia de Saussure, i.e., o estrangeirismo pertence à *parole*, enquanto o empréstimo faz parte da *langue*. Diz a autora que o fator mais importante para a mudança da *parole* à *langue* é a frequência de uso.

De acordo com a definição de Carvalho, podemos citar um exemplo de estrangeirismo colhido na revista *Vogue Brasil*:

(1) Estive num *rehab* (clínica para dependente químico), aí, após um mês de luta, chega a hora da volta à vida. (*Vogue Brasil* 306, p. 64, grifo nosso)

Designa-se xenismo a unidade lexical que permanece na forma original, como nomes próprios, nomes de lugares, etc. O item lexical *show* é entendido como xenismo quanto à forma escrita, como afirma Carvalho. Vejamos um outro exemplo encontrado na *Vogue Brasil*:

(2) (...) tratamento para descartar qualquer stress metropolitano ou natalino. (*Vogue Brasil* 306, p.107, grifo nosso)

Finalmente, conforme Carvalho, o empréstimo ocorre quando o termo alóctone se manifesta através de qualquer tipo de adaptação tais como adaptação ortográfica, morfológica ou fonética.

Além daqueles que acabamos de examinar, podemos considerar um outro processo chamado calque, termo usado por Carvalho. Segundo esta autora, este processo consiste na versão literal do item lexical estrangeiro para a língua receptora, como o sintagma *arranha-céu*, decalcado no inglês *skyscraper*. Todavia, este processo não é o mais comum e dificilmente o falante da língua receptora percebe a origem da nova unidade lexical.

Por outro lado, para Alves (2002), o elemento estrangeiro é visto como externo ao vernáculo da língua receptora na primeira etapa, quando ele ainda não faz parte do acervo lexical desse idioma. Neste caso é denominado estrangeirismo. Ao empregar um estrangeirismo, em muitos contextos, a unidade lexical estrangeira é acompanhada de tradução ou de definição do seu significado.

A autora continua: “A fase propriamente neológica do item lexical estrangeiro ocorre quando está se integrando à língua receptora, integração essa que pode manifestar-se através de adaptação gráfica, morfológica ou semântica” (ALVES, 2002, p. 77). Além disso, Alves menciona outro modo de integração de uma formação estrangeira a um outro sistema lingüístico chamado decalque, que consiste na versão literal da unidade lexical para a língua receptora.

Biderman (2001), por seu lado, divide os empréstimos estrangeiros, do ponto de vista formal, em três tipos: 1) o decalque; 2) a adaptação da forma estrangeira à fonética e ortografia brasileira e 3) a incorporação do vocábulo com a sua grafia e fonética originais. Podemos perceber que o decalque de Biderman possui o mesmo valor que o de Alves e o calque de Carvalho. Quanto a 2), Biderman dá exemplos como *boicote (boy-cott)*, *clube (club)*, *coquetel (cocktail)*, etc. Esse processo ocorre quando o estrangeirismo já foi adotado há muito tempo pela cultura receptora, conforme a autora. E para a última categoria, ela cita os seguintes exemplos: *best-seller*, *check-up*, *close-up*, *gangster*, *shopping-center*, *show*, etc.

Ao observarmos as definições dessas três autoras, podemos notar algumas divergências. Quando uma unidade lexical proveniente de outras línguas passa por qualquer tipo de

adaptação, Carvalho a designa empréstimo em oposição ao xenismo, que permanece na forma original, mesmo que tenha grande frequência de uso. Assim, esta autora considera a unidade lexical *show* como xenismo quanto à sua forma escrita. Vejamos um exemplo com *show* colhido da revista *Vogue Brasil*:

- (3) “Sem dúvida, os shows da Rhodia ajudaram muito a Fenit. (*Vogue Brasil* 307, p. 19, grifo nosso)

Como podemos observar no exemplo acima, *show* sofreu a adaptação morfológica. Isto é, o item lexical *show* recebe tanto a flexão de gênero (masculino) quanto de número (plural). Segundo o critério de Carvalho, uma unidade lexical que passa por qualquer tipo de adaptação, inclusive a adaptação morfológica, é designada empréstimo. No entanto, contraditoriamente o item lexical *show* acima, embora flexionada, é considerada um xenismo pela autora.

Uma deficiência na definição de Carvalho sobre este fenômeno lingüístico, é a ausência de um critério estabelecido para diferenciar um estrangeirismo de um xenismo. É necessário esclarecer a partir de quando um estrangeirismo se torna um xenismo.

A definição proposta por Alves também apresenta uma deficiência. Esta autora mostra alguns exemplos de estrangeirismo que ainda não fazem parte do acervo lexical, como *pole-position* e *flying lap*:

- (4) “Ayrton Senna foi o pole-position pela 3ª. vez em uma temporada de 16 corridas. (...) Faltavam dois minutos para o final da última sessão classificatória para o GP australiano quando Ayrton fez a sua flying lap (volta rápida)”. (2002, p. 74, grifo nosso)

Ao observarmos o exemplo acima, percebemos que existe o mesmo problema que na definição de Carvalho. Ainda que as duas unidades lexicais sofram adaptação morfológica (masculino/singular e feminino/singular, respectivamente), elas são classificadas como estrangeirismos.

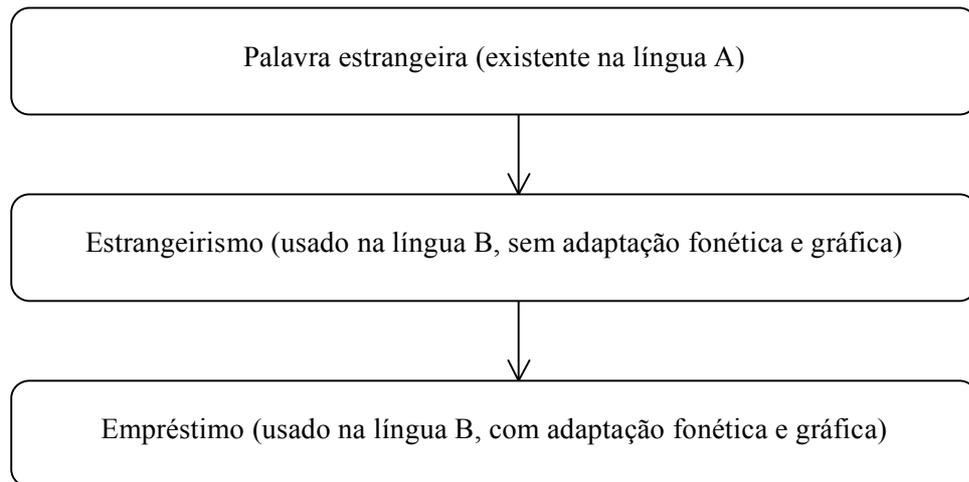
Se dependermos do critério morfossintático, quanto à escrita, muitas vezes se torna difícil distinguir a unidade lexical vernácula da estrangeira, visto que qualquer item lexical, seja vernácula seja estrangeira, uma vez que seja inserida no contexto da língua portuguesa, recebe alguma influência morfossintática, como se observa no exemplo (4).

Por último, surge uma divergência devido à diferença do tratamento do critério semântico. Para descrever o aspecto semântico do empréstimo de significado, Carvalho utiliza o termo empréstimo semântico, que se constitui em unidades lexicais já existentes na língua e utilizadas com um novo sentido, citando exemplos como *computador*, *arranha-céu*. Podemos entender que esse empréstimo semântico se confunde com o calque, tradução das novas unidades lexicais importadas por empréstimo, como podemos reparar pelo exemplo *arranha-céu*, que a autora considera também um dos exemplos de calque.

Entretanto, Alves considera o aspecto semântico como uma das três adaptações pelas quais um item lexical estrangeiro se manifesta ao ser integrado à língua receptora. Um exemplo de adaptação semântica é a unidade lexical *ranking*, que significa em português “posição de um atleta num esporte”, e que, posteriormente, passa a ser polissêmica com a inserção de um novo significado: “posição nos negócios”.

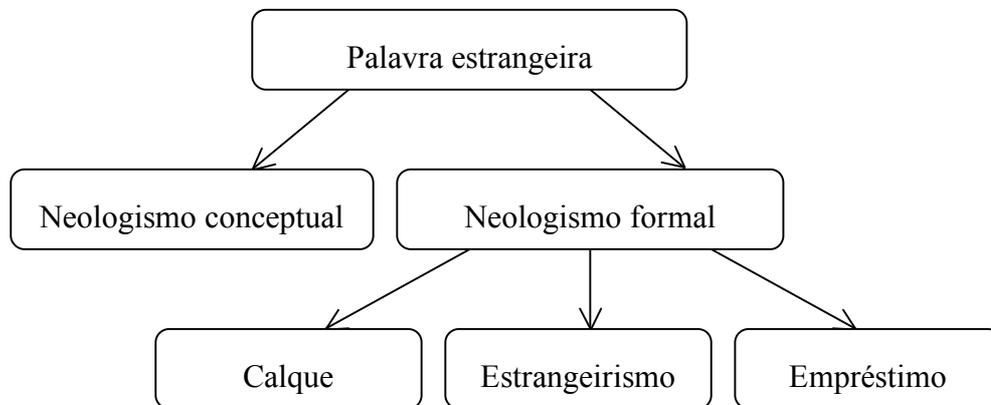
Como já observamos anteriormente em 2.2.2, para Biderman este fenômeno lexical por empréstimo é considerado tanto neologismo formal como conceptual, enquanto para os outros autores, pertence apenas ao formal. Esta diferença surge porque Biderman distingue o decalque do neologismo conceptual, enquanto Carvalho não estabelece critérios para diferenciá-los. Para aquela autora, o primeiro, isto é, o decalque, designa uma versão literal do lexema modelo na língua originária, utilizando lexemas e processos formais de derivação léxica do português. O segundo é empréstimo apenas de significado. Ela mostra um exemplo de neologismo conceptual, a unidade lexical *computador*, já existente na língua portuguesa significando somente o agente humano que computa, mas que passou a designar também o agente eletrônico, devido à influência do inglês.

Este trabalho baseia-se na definição de Biderman (2001), que distingue as unidades lexicais estrangeiras por um critério, presença ou não da adaptação fonética e ortográfica, do ponto de vista formal. Para fins práticos, utilizaremos a terminologia de Carvalho, com a exceção de xenismo. Assim, designaremos estrangeirismo às unidades lexicais alóctones sem adaptação e as com adaptação empréstimo, como se vê no quadro 2:



Quadro 2: Terminologia, baseada em Biderman (2001) e Carvalho (1989) (a).

Ainda distinguimos, conforme Biderman, o decalque do neologismo conceptual. Por fim, neste trabalho utilizaremos a seguinte denominação descrita no quadro 3.



Quadro 3: Terminologia, baseada em Biderman (2001) e Carvalho (1989) (b).

2.3.2 Formas de adaptação

Para uma unidade lexical estrangeira ser integrada ao léxico da língua receptora, isto é, para uma unidade lexical estrangeira se tornar um empréstimo, é preciso passar por uma adaptação fonética e gráfica. Além dessas adaptações, que consideramos, neste trabalho, como critérios da formação de um empréstimo, veremos ainda a adaptação morfosintática,

pela qual todos os itens léxicos, seja estrangeirismo, seja empréstimo, devem passar uma vez incorporados no sistema do português

2.3.2.1 Adaptação fonética

Segundo Monteiro (2002), a adaptação fonética consiste na substituição dos fonemas inexistentes na língua portuguesa por outros aproximados. Assim, a unidade lexical proveniente do francês *ballet* pronunciada como [ba'lɛ], conservando a sua pronúncia, entrou nos padrões fonéticos do português. Daí, houve uma adaptação gráfica e passou a ser escrita como *balé*: “(...) vestidos de noite com detalhes de roupa de balé e esporte (...)” (*Vogue Brasil* 306, p. 79, grifo nosso)

Carvalho constata a diferença entre o processo da adaptação fonética pela via oral e pela escrita da seguinte forma: “entre as adaptações fonéticas, surgem algumas singulares porque se afastam muito do modelo original e são adaptadas aos hábitos fonéticos do ouvinte da forma como ele a interpreta.” (CARVALHO, 1989, p. 41). A autora dá exemplos como *escrete* (inglês – *scratch*), *pontajur* (francês – *point-a-jour*), *chulipa* (inglês – *sleeper*). Por outro lado, pela via escrita, a grafia original se mantém, havendo prioridade à forma gráfica sobre a forma fônica. Acrescenta ainda que a importação de novas idéias e conceitos sempre se dá pela forma escrita.

Há autores que tratam da adaptação fonética com a designação de adaptação fonológica. Correia e Lemos (2005), por exemplo, referem-se da seguinte forma:

“Ao nível fonológico, são distintas as adaptações que um empréstimo pode apresentar, podendo destacar-se a substituição de segmentos não existentes na língua de chegada por outros nela existentes, mudança no acento da unidade lexical, perda da distinção em relação à quantidade das vogais” (CORREIA; LEMOS, 2005, p.54).

2.3.2.2 Adaptação gráfica

Um outro critério de mudança de um estrangeirismo para empréstimo é a adaptação gráfica, como já mencionamos anteriormente. Na verdade, esta está correlacionada à adaptação fonética. Segundo Alves (2002), muitas unidades lexicais entram no sistema português já assimiladas tais como *abajur*, *xampu*, etc. No entanto, podemos observar, ao mesmo tempo, que a forma ortográfica incorporada ao português chega a concorrer com o elemento grafado de acordo com a língua de origem. Temos como exemplo o item lexical *stresse*, que se mantém muito próxima à forma original (somente a última sílaba se varia); e a

unidade lexical *estresse*, que já foi adaptada ao sistema fonológico do português, como constata Carvalho (1989). Ao nível escrito, as duas formas estão sendo utilizadas no português brasileiro.

Podemos ainda observar essa coexistência de mais de duas formas, original e aportuguesada, não só no português brasileiro como também no português europeu. O adjetivo *glamouroso*, que provém do anglicismo *glamour*, concorre com as unidades lexicais aportuguesadas *glamoroso*, *glamuroso*, como podemos confirmar nos seguintes exemplos.

- (5) Florence era a mais glamorosa e Diana, a mais carismática (...) (*Vogue Brasil* 306, p. 36, grifo nosso)
- (6) No kits com gloss, batom e máscara de cílios seu presente é um glamouroso porta-maquagem (*Vogue Brasil* 306, p. 31, grifo nosso)
- (7) (...) técnicas artesanais “pobres” como o tie-dye usadas como efeito decorativo em look ultra-urbano-chique com sabor anos 50 (Prada) e o dramaticamente glamuroso vestido de baile de chiffon de seda que revela um par de jeans com corte de alfaiataria masculina (Victor & Rolf). (*Vogue Brasil* 306, p. 79, grifo nosso)
- (8) Daí a mais valia desta compilação que reúne uma impressionante seqüência de elegias de três minutos ao artifício e ao imaginário glamouroso da juventude dos subúrbios. (*Vogue Portugal* 14, p. 132, grifo nosso)

Enquanto no português brasileiro usam-se as três formas diferentes, o português de Portugal optou pela forma original *glamouroso*. No entanto, no *Grande Dicionário da Língua Portuguesa* (2004) da Porto Editora se confirma a aceitação da forma *glamoroso*, mas não *glamuroso*.

2.3.2.3 Adaptação morfossintática

Todos os itens lexicais estrangeiros utilizados na língua receptora passam por um processo de categorização morfossintático. Assim, no caso da língua portuguesa, os substantivos e adjetivos recebem marcas morfossintáticas de gênero e número e ainda de grau, caso seja necessário. No caso de um verbo, incorpora-se ao paradigma flexional dos verbos do português.

Quanto à categoria do gênero, é comum flexionar-se de acordo com o gênero da língua fonte. O galicismo *maison*, que funciona como feminino em francês, passou a ser usado

também como feminino no português brasileiro: “outra maison très chic também estampará *new faces* nos seus comerciais em 2004.” (*Vogue Brasil* 306, p.120, grifo nosso).

Quando a língua de origem não o possui, a maioria dos nomes é incorporada ao léxico português no gênero masculino, visto que essa forma é considerada como forma não-marcada¹² no português, assim como o anglicismo *bagel*: “Um bagel, uma azeitona grega, um croissant, uma lichia, alga japonesa, especiarias indianas, feijões malhados e mussarela.” (*Vogue Brasil* 306, p.166, grifo nosso).

Pode também ocorrer a flexão de gênero com o equivalente português do item lexical estrangeiro, como a *fusion* (a fusão): “‘Uma verdadeira fusion de objetos pessoais com peças novas, exatamente como deve ser uma decoração’, finaliza.” (*Vogue Brasil* 306, p.174, grifo nosso).

Em relação ao número, muitas vezes as unidades lexicais seguem as normas de flexão de número da língua fonte como no (9). Já os empréstimos adaptados de alguma forma ao português tendem a flexionar-se de acordo com as regras da morfologia portuguesa como no exemplo (10), consoante Alves.

(9) Pioneira de uma geração de megastars, (...) (*Vogue Brasil* 306, p. 38, grifo nosso)

(10) (...): o aparador, os abajures e os vasos criam uma espécie de moldura simétrica para a mesa que mescla vários estilos. (*Vogue Brasil* 306, p. 176, grifo nosso)

Ao ser incorporada um item lexical estrangeiro ao léxico do português, ocorrem algumas diferenças no processo de categorização de gênero e número entre o português do Brasil e de Portugal, embora seja a mesma língua.

(11) (...) criou em parceria com a Puma, a linha Nuala, para a prática do ioga. (*Vogue Portugal* 14, p.80, grifo nosso)

(12) “Sempre fiz power stretch e alongamento, então foi fácil me identificar com a ioga. (*Vogue Brasil* 306, p. 103, grifo nosso)

Como podemos observar nos exemplos acima, a unidade lexical da cultura hindu já está incorporada no léxico dos dois países, já que ocorreram as adaptações fonética e ortográfica completas. O item lexical original *yoga* em sânscrito passou a ser escrita tanto em Portugal

¹² CAMARA JR. *Estrutura da Língua Portuguesa*. 35. ed.,1970, p.84.

quanto no Brasil, como *ioga*, de acordo com o sistema fonológico do português, mas a unidade lexical recebeu gêneros diferentes: em Portugal é masculino, e, no Brasil, feminino. A provável causa desta diferença é que em Portugal essa unidade lexical é tomada como não marcada como a maioria das vezes ocorre, enquanto no Brasil adaptaram o critério do português, que quando a unidade lexical termina pela letra *a*, geralmente, ela é feminina.

Temos também um anglicismo *jeans*, que apresenta diferenças na categoria de número entre os dois países. Usa-se como masculino/singular no Brasil e masculino/plural em Portugal, como está registrado no Grande Dicionário da Língua Portuguesa.

- (13) Para começar, o jeans mais desejado e menos usado do planeta (...) (*Vogue Brasil* 306, p. 18, grifo nosso)
- (14) E o regresso dos jeans elásticos? (*Vogue Portugal* 14, p. 162, grifo nosso)

No entanto, o gênero desta unidade lexical de origem inglesa pode-se alterar no português europeu, como se segue:

- (15) Quase tudo se pode fazer a umas jeans. (*Vogue Brasil* 306, p.6, grifo nosso)

Como mencionamos acima, todos os vocábulos nominais, ao serem inseridos no contexto da língua portuguesa, recebem a marca de gênero e número. Por esta razão, muitas vezes se torna difícil a análise pelo critério morfossintático para distinguir um estrangeirismo de um empréstimo.

Além dos itens lexicais nominais, raras vezes entram verbos que provêm de outras línguas. Geralmente, todo verbo toma como paradigma a primeira conjugação, sendo a forma não marcada no português. Como podemos verificar no verbo *mixar*: “Adoro o estilo, a atitude e o jeito dela de mixar as peças.” (*Vogue Brasil* 306, p.102, grifo nosso)

2.3.3 Grau de Aceitabilidade

Antes que uma unidade lexical estrangeira seja totalmente integrada à nova língua, ela passa por algumas fases. De acordo com Mateus e Nascimento (2005, p.47-48), a integração das unidades lexicais estrangeiras processa-se por três fases, correspondendo a cada fase um conjunto específico de fenômenos fonéticos, morfológicos, semânticos e gráficos, como se segue:

1) Transformações imediatas

- (a) Adaptação fonética imediata: Falta de mesmos segmentos ou contrastes fonológicos na língua de origem e na língua-alvo, como por exemplo os segmentos nasais do francês e inglês nas unidades lexicais importadas.
- (b) Adaptação morfo-sintáctica imediata: por exemplo, atribuição do gênero.
- (c) Monossemia: manutenção de um dos significados da língua de origem.
- (d) Grafia da língua de origem: apresentação da grafia idêntica à da língua de origem.
- (e) Hesitação nos tipos gráficos: ocorrência de aspas, itálicos, etc.

2) Transformações progressivas

- (a) Aprofundamento progressivo da adaptação fonética: tentativa de fixação do acento como por exemplo *chéck-in*, *kétchup* no inglês passa para *check-in*, *ketchúp* no português, e a simplificação de algumas consoantes como *jeans* [dʒinz] no inglês é pronunciado como [ʒinz] no português.
- (b) Aprofundamento progressivo da adaptação morfo-sintática: por exemplo, fixação da forma do plural dos nomes e adjetivos que provêm da língua inglesa.
- (c) Possibilidade de formação de novas palavras por composição e prefixação, tendo como base o estrangeirismo
- (d) Aparecimento de formas gráficas em alternativas às da língua de origem

3) Integração no léxico

- (a) Estabilização fonológica: fixação do acento
- (b) Plena integração morfo-sintática: fixação do gênero e das formas de singular e plural
- (c) Integração no sistema morfológico da língua: possibilidade de derivação
- (d) Polissemia: tendência para a extensão do significado da forma original

Ao analisar a aceitabilidade dos empréstimos da língua japonesa no contexto do português utilizado pela comunidade brasileira residente no Japão, Kono (2000) propõe quatro fases em relação ao grau de aceitabilidade. Os exemplos são colhidos do jornal em português *International Press*, dirigido à comunidade brasileira, editado em Tóquio, Japão.

1) Fase da citação: apenas a citação da língua fonte. Para os leitores, essa palavra será uma palavra-chave e, na maioria das vezes, a palavra original é citada entre parênteses, após a palavra ou frase portuguesa.

Ex.: O terceiro documento exigido é um atestado de residência dos pais ou do responsável no Japão (*juuminhyoo*). (KONO, 2000, p.68, grifo nosso)

2) Fase do empréstimo temporário: emprega-se a palavra da língua fonte temporariamente. É comum, nesta fase, o uso de alguma marca gráfica. Quando a palavra aparece pela primeira vez, há uma explicação do significado dessa palavra emprestada em português, através de alguns sinais como aspas, paráfrases, etc.

Ex.: Caso você esteja ausente no momento da entrega, o pessoal da takkyubin (entregadora) deixará um bilhete de aviso de entrega. (KONO, 2000, p.71, grifo nosso)

3) Fase do empréstimo de baixo grau: não há influência do português em relação à grafia. Constata-se o uso do itálico com muita frequência. Na maioria dos casos, não ocorre a marca de plural *-s*. Reconhece-se como empréstimo pela ausência da explicação do significado da palavra.

Ex.: Joana Rodrigues Higa, da Locadora Futurama, completa que o interesse dos japoneses pelo Brasil também tem um aspecto cultural, seja simplesmente pelo exotismo da língua portuguesa ou por algo mais concreto, como é o caso dos *nihonjin* que planejam visitar o Brasil. (KONO, 2000, p.75, grifo nosso)

4) Fase do empréstimo de alto grau: não se usa o itálico nem o sinal de citação. Há influência do Português na grafia (como por exemplo *-s* do plural, etc.). Algumas palavras já aparecem nos dicionários.

Ex.: A revista *Made in Japan* deste mês mostra como os desenhos japoneses conquistaram o mundo, os últimos lançamentos da TV, os quimonos que viraram moda no ocidente, as cervejas japonesas e muitas novidades. (KONO, 2000, p.82, grifo nosso)

Observando os dois quadros acima mencionados, as primeiras três fases de Kono correspondem à 1ª fase de Mateus e Nascimento (2005). Kono diferencia com mais detalhe as primeiras três fases da última fase pelo uso de tipos gráficos como aspas, itálicos, etc., e também pelo aparecimento de formas gráficas em alternativa às da língua de origem. Por outro lado, Mateus e Nascimento tratam também das questões tanto fonética como semântica, além da composição e derivação da morfossintática.

2.3.4 Classes gramaticais de empréstimo

Ao serem incorporadas à língua receptora, as unidades lexicais por empréstimo sofrem um processo de categorização morfossintático dentro do novo sistema lingüístico.

A maioria dos empréstimos são substantivos. Raramente vêm-se adjetivos e verbos. Em geral, as unidades lexicais emprestadas mantêm a classe gramatical da língua de origem, no entanto, há certos casos em que a unidade lexical sofre alterações da categoria gramatical da língua de origem. O exemplo abaixo mostra um dos casos de alteração. O item lexical *sexy*, que é adjetivo na língua fonte, foi usada como substantivo no seguinte contexto no português brasileiro. Esta substantivação do adjetivo é confirmada pelo uso do artigo definido masculino.

- (16) Em vez de apostar no sexy cristalizado do imaginário masculino para estampar belas mês a mês, Knight recorreu a mulheres absolutas – de Bjork a Catherine Deneuve, de Stella McCartney ou Emmanuelle Seigner a Isabella Rossellini, entre outras – , (...) (*Vogue Brasil* 306, p.43, grifo nosso)

Do mesmo modo, como se vê no exemplo abaixo, as unidades lexicais do inglês *fashion* e *over*, que funciona na língua de fonte como substantivo e preposição, respectivamente, ambas estão empregadas como adjetivo na língua receptora.

- (17) Um dos símbolos fashion mais famoso do mundo, (...) (*Vogue Brasil* 307, p.65, grifo nosso)
- (18) “Meu estilo é moderno, mas over”, explica Isabella. (*Vogue Brasil* 306, p.74, grifo nosso)

Além disso, existem outros processos que causam a modificação da classe gramatical como processos de derivações e de composição.

2.3.4.1 Derivação e composição

Ao descrever as modalidades de derivação, temos que enfrentar um sério problema. Ao intervirem elementos não-autônomos na construção de unidades lexicais, nem sempre é fácil estabelecer uma separação clara entre derivação e composição. Alguns autores modernos

consideram as palavras formadas por prefixação como derivadas, em oposição àqueles que as defendem como compostas.

Monteiro (2002) afirma que há uma acentuada tendência de incluir a prefixação no mecanismo da derivação. Kehdi (2003) é um dos que consideram a prefixação como um tipo de derivação. Este autor afirma que, como alguns prefixos têm uso autônomo, tais como *contra-*, e *entre-*, a forma Latina *mente*, “espírito”, aparecia combinada com adjetivos adequados à sua significação, constituindo um exemplo de processo de composição: *boamente*. Ainda assegura que, apesar disso, “esses fatos não impedem que se considere a sufixação como um tipo de derivação. Quando se fala em prefixo, os sufixos são naturalmente associados e vice-versa”. (KEHDI, 2003, p.8)

Conforme Correia e Lemos (2005, p.25-26), a derivação se distingue da composição nos 4 pontos que seguem:

1) Na derivação existe apenas uma unidade de significado lexical, a base de derivação à qual se junta um afixo (prefixo ou sufixo), ou dois (prefixo e sufixo, no caso da derivação parassintética), para formar uma nova unidade lexical.

2) Na composição há pelo menos duas unidades de significado lexical, autônomas ou não-autônomas, previamente existentes na língua, que se unem para formar uma nova unidade lexical.

3) A derivação é um processo de formação de palavras mais regular dado que o número de afixos derivacionais de uma língua é um conjunto limitado; além disso, a derivação é um processo governado por regras que permitem: a) determinar a categoria da base; b) determinar a categoria do derivado; c) prever o significado do derivado a partir dos dois elementos anteriores.

4) Os afixos derivacionais caracterizam-se fundamentalmente por serem portadores de informação meramente gramatical (ou relacional, ou instrucional) e por pertencerem a classes de limitadas de unidades.

Por sua vez, para Câmara Jr. (1974), o estudo dos prefixos e o dos sufixos devem ser separados, considerando aqueles como elementos de composição e não de derivação, pois os prefixos são de natureza lexical como variantes de preposição sob o aspecto de formas presas.

Sendo assim, para alguns, as unidades lexicais encontradas no *corpus* tais como “anti-fit”, “anti-stress” são consideradas derivadas enquanto para outros são vistas como compostas.

2.3.4.2 Derivação

Consoante Correia e Lemos (2005), no processo de derivação existem três tipos distintos: derivação afixal, conversão¹³ e derivação regressiva¹⁴. Dentre essas, a mais comum é a derivação afixal. Nesta, um vocábulo forma-se de uma base ou radical derivacional e afixos.

Ao contrário dos gramáticos que afirmam a manutenção da classe gramatical dos elementos prefixais, Alves (2002) mostra alguns exemplos que atestam a alteração da classe gramatical da unidade lexical devido ao acréscimo do prefixo¹⁵.

Vejamos alguns exemplos com os prefixos *anti-* e *ultra-* colhidos nas revistas *Vogue Brasil* e *Vogue Portugal*:

- (19) Um Centro de Beleza Clarins garante os cuidados com o corpo: massagens anti-stress, reflexologia e shiatsu no cardápio de beauté que também inclui o tanzu, tratamento para harmonizar o fluxo energético. (*Vogue Brasil* 306, p.120, grifo nosso)
- (20) Fala-se da festa armada em novembro em Londres para o lançamento da sempre esperada edição do Calendário Pirelli, que virou objeto ultrafashion nos últimos anos (...) (*Vogue Brasil* 306, p. 43, grifo nosso)
- (21) Existe também o programa anti-stress para empresas com a duração de dois dias. (*Vogue Portugal* 14, p. 157, grifo nosso)

Os exemplos acima referidos revelam a adjetivação com o prefixo *anti-* seguido de nome substantivo. O neologismo formado por substantivo e prefixo *anti-* nem sempre funciona com todas as características adjetivais, como afirma Alves. Ao observarmos o exemplo (17), podemos reparar que o estrangeirismo formado pela derivação prefixal permanece invariável mesmo que o substantivo receba marcas de pluralidade. Ainda, de acordo com a mesma

¹³ A conversão (tradicionalmente conhecido como ‘derivação imprópria’) tem a particularidade de não introduzir qualquer distinção formal entre base e derivado, consistindo numa mudança de categoria, com a correspondente mudança de significado e, normalmente, também de padrão flexional. Os processos mais frequentes são nominalização deadjetival, adjetivalização denominal e adverbialização deadjetival. (CORREIA; LEMOS, 2005, P.35-36)

¹⁴ Em vez de se juntar um afixo a uma base, retira-se um segmento a uma base. Trata-se sempre de um processo de nominalização deverbal, como por exemplo, fug(ir)N→fugaN. (CORREIA; LEMOS, 2005, P.33-34)

¹⁵ Tradicionalmente, é aceite que o prefixo não altera a categoria da base. Porém, tem vindo a ser demonstrado que certos prefixos (tais como *anti-*, *a-*, *pró-*) são passíveis de alterarem a categoria da base: *moral* (N)→*amoral* (ADJ), *independencia* (N)→*pró-independência* (ADJ), etc. (CORREIA; LEMOS, 2005, P.31)

autora, existem casos em que o elemento flexiona no plural, embora seja empregado no singular, dando o seguinte exemplo: “Já está sendo comercializada por alguns veterinários a primeira coleira anti-pulgas ultra-sonora fabricada no Brasil” (ALVES, 2002, p. 23, grifo nosso).

No entanto, há outros casos em que o elemento prefixado acompanha o número de substantivo a que se refere: “O ministro, importante contato nas operações antidrogas dos EUA na Bolívia, ...” (ALVES, 2002, p. 23, grifo nosso).

De acordo com Alves (2002), o sufixo, elemento de caráter não-autônomo e recorrente, atribui à palavra-base a que se associa uma idéia acessória e, com frequência, altera-lhe a classe gramatical.

Muitos sufixos servem para alterar a classe ou função da palavra. Podemos classificá-los em três tipos: sufixos nominais, sufixos verbais e sufixos adverbiais.

São os sufixos nominais que servem para formar substantivos ou adjetivos. Observemos aqui um dos sufixos formadores mais abundantes de substantivos, *-ismo*. O empréstimo *iate* proveniente do inglês recebeu o sufixo *-ismo* e criou uma nova unidade lexical *iatismo*.

(22) A síndrome *dressing down*, a cultura hip-hop e das celebridades pop, o skate/grafite e o surfe rebeldes e extremos, o iatismo, golfe, montaria, pólo e tênis elitistas têm sido apropriados por designers da moda de luxo (...). (*Vogue Brasil* 307, p. 44, grifo nosso)

Como sufixo formador de adjetivos, temos *-ista*, que serve tanto para formar um substantivo como para transformar um substantivo em um adjetivo. Vejamos os dois exemplos com *fashionista*, empregado como adjetivo, e *surfista* como substantivo.

(23) Fã incondicional de São Paulo e longe do clichê da empresária fashionista, Érika Jereissati Zollo, (...) (*Vogue Brasil* 307, p. 34, grifo nosso)

(24) Além do sucesso instantâneo do seu novo CD, Dylan, que é filho de surfista e ele mesmo um praticante de surfe, (...) (*Vogue Brasil* 306, p.74, grifo nosso)

No exemplo (23), o estrangeirismo de origem inglesa *fashion* tomou o sufixo nominal do português *-ista* e formou um adjetivo *fashionista*. Por outro lado, como se vê no exemplo (24), a unidade lexical *surfista* manteve a mesma categoria gramatical que *surfe*, que é a base

daquela¹⁶. No entanto, a base de *surfista* é a unidade lexical aportuguesada *surfe*, isto é, empréstimo, diferentemente de *fashionista* que deriva do estrangeirismo, *fashion*.

Ainda temos outro processo de derivação nominal como podemos observar no exemplo abaixo, que consiste em sufixos formadores da língua fonte.

- (25) Ela não foi uma designer de sofisticação clássica e sim uma provocante criadora. (*Vogue Brasil* 306, p.16, grifo nosso)

O sufixo do inglês *-er* une-se ao item lexical estrangeiro *design* para indicar o indivíduo que planeja ou concebe um projeto ou modelo. A unidade lexical *designer* não foi formada, portanto, pelo sufixo português como **designista*, mas sim pelo sufixo do inglês *-er* que indica a pessoa relacionada com o assunto. Assim, podemos considerar que a unidade lexical *designer* foi integrada no português como tal, isto é, já formada no sistema inglês.

No que se refere aos sufixos verbais, como mencionamos acima, a 1ª conjugação verbal é considerada a forma não-marcada no sistema verbal do português. Assim, como também afirma Alves (2002), dentre os sufixos verbais, *-ar* é o que forma, com mais frequência, unidades lexicais neológicas cujas bases são constituídas por um nome substantivo.

Vejamos aqui dois exemplos *estressar-se* e *maquiar-se*:

- (26) Sinto diferença na minha vida, já não me estresso como antes.” (*Vogue Brasil* 306, p.103, grifo nosso)
- (27) (as modelos se maquiam como as *vamps* de Theda Bara, com olhos delineados e tufos de penas saindo de suas bandanas adornadas como jóias). (*Vogue Brasil* 306, p.133, grifo nosso)

Como se vê nos exemplos acima, os dois verbos já estão incorporados no paradigma verbal do português. No entanto, a formação dos dois difere. O verbo *estressar-se* foi formado a partir da base do substantivo *estresse*, acrescentando o sufixo formador de verbo *-ar*. Por outro lado, o verbo *maquiar-se* proveio diretamente do verbo francês *maquiller* e não se baseou no substantivo *maquiagem*.

¹⁶ Pela forma, é difícil saber a formação da unidade lexical “surfista”. Como referência, o dicionário Houaiss (2001), registra a entrada “surfe” em 1965 e “surfista” em 1980.

O sufixo formador de um advérbio na língua portuguesa é *-mente*, que se junta a bases adjetivas femininas. Podemos observar um advérbio que se formou na base do adjetivo proveniente do inglês *estressado*.

- (28) Em vez de comer em horários convencionais, regularmente, com tranquilidade, em volumes apropriados, optamos por comer apressados, de pé, sem mastigar direito, em meio a fumantes, estressadamente. (www.vivatranquilo.com.br, grifo nosso)

Embora seja raro, como podemos verificar no exemplo acima, existem alguns advérbios que provêm das unidades lexicais estrangeiras.

Ainda há casos de neologismo conceptual, como se observa abaixo:

- (29) O luxo e o conforto da caxemira e da pura lã como base de um look casualmente chique. (*Vogue Portugal* 14, p. 232, grifo nosso)

O item lexical *casual* já existente no português recebeu do inglês o novo sentido de “informal”, o que classificamos como neologismo semântico ou conceptual. Esse novo sentido se estendeu para o advérbio.

2.3.4.3 Composição

Segundo Alves (2002), o processo da composição é efetuado pela justaposição de bases autônomas ou não-autônomas. Para diferenciar derivação de composição, a autora argumenta que a unidade lexical composta funciona morfológica e semanticamente como um único elemento e não costuma manifestar formas recorrentes.

Monteiro (2002) define composto o vocábulo que se forma pela união de dois ou mais semantemas¹⁷. Para ele, os componentes podem estar graficamente ligados, hifenizados ou soltos. Daí muitas vezes se torna difícil distinguir um vocábulo de uma locução.

Por outro lado, Biderman (2001) utiliza o termo *lexia*¹⁸ complexa, por oposição à *lexia* simples. Para esta autora, diferentemente da gramática tradicional, os elementos como

¹⁷ “Semantema é a parte da palavra em que se concentra o significado lexical básico, confundindo-se, pois, com o que geralmente se denomina de raiz. Trata-se na realidade de uma espécie de morfema, o que concentra o núcleo significativo da palavra. Mas, por isso mesmo, pode opor-se aos demais tipos de morfema.” (MONTEIRO, 2002, p. 14)

¹⁸ J. Dubois designa *lexia* da seguinte forma: “*lexia* é a unidade de comportamento léxico. Opõe-se a morfema, menor signo lingüístico, e a palavra, unidade mínima construída. É, portanto, a unidade funcional significativa do discurso. A *lexia* simples pode ser uma palavra como *cão*, *mesa*. A *lexia* composta pode conter

guarda-roupa, *terça-feira* devem ser considerados como lexias simples, devido à sua cristalização como unidades na língua há longa data. Assim, o que se torna difícil é a distinção entre as lexias complexas graficamente, mas já cristalizadas como uma unidade, e as ainda não cristalizadas ao nível do sistema léxico.

Todavia, esta questão não está resolvida devido à complexidade do assunto. Neste trabalho, devido ao carácter escrito do *corpus*, definimos a unidade lexical composta, com base na definição de Alves (2002), como mais de duas unidades lexicais de bases autônomas ou não-autônomas, ligadas por hífen e também separadas por brancos. Quanto à distinção da derivação e composição, tomamos a posição de Câmara Jr. (1974). Conforme o argumento do autor, consideramos a prefixação como processo de composição enquanto que a sufixação como o de derivação, visto que algumas formas livres tais como *contra-*, *sobre-*, etc, funcionam como prefixos, formando *contradizer*, *sobreviver*. Além do mais, não existe uma separação clara entre os elementos de prefixação e os de composição. Por essas razões, convém neste trabalho tratar a prefixação como o processo de composição e a sufixação como derivação.

Como já afirmamos acima, certos casos a prefixação altera a classe gramatical da base, principalmente adjetivação de substantivos. Porém, essa mudança de classe gramatical ocorre já na base, como por exemplo, com o item lexical *fashion* na seguinte fase onde este substantivo funciona como adjetivo:

(30) (...) com os tons pastel mais fashion (...) (*Elle Portugal* 186, p. 201, grifo nosso)

Além desta argumentação, o quadro, no qual a nossa análise pretende se basear, coloca a composição e prefixação na mesma categoria e a sufixação na outra no processo de integração dos estrangeirismos. Por essas razões postas acima, no presente trabalho tomamos a posição de Câmara Jr. (1974).

várias palavras em via de integração ou integradas como quebra-gelo” (J. DUBOIS, 1973, p. 361). Para Biderman, o lexema é a unidade léxica abstrata em língua e manifesta-se, no discurso, através de formas tanto fixas como variáveis. Assim, o lexema CANTAR pode manifestar-se discursivamente como *cantei*, *cantavam*, *cantas*, *cantando*, etc. que se denominam lexias. (BIDERMAN, 2001, p.169)

3 ASPECTOS SOCIO-CULTURAIS DOS EMPRÉSTIMOS

O estudo dos empréstimos culturais, ou seja, o estudo das aquisições estrangeiras que uma língua faz através do contato entre povos, conforme designa Bloomfield (1933), não abrange apenas o aspecto lingüístico como pode aparentar. Ao observarmos o fenômeno no nível mais profundo, podemos perceber, de forma clara, que é necessário analisar a evolução da sociedade em que os empréstimos são inseridos, pois no acervo lexical da língua dessa sociedade refletem-se nitidamente as mudanças sócio-culturais.

3.1 Relação entre língua e cultura e entre língua e sociedade

A língua é um fenômeno cultural. Muitas vezes, ela é entendida como barômetro da cultura dos seus usuários. A língua só existe onde há cultura, já que aquela faz parte desta. Por essa razão, não é possível pensar na língua sem considerar a cultura.

Podemos aqui definir o termo cultura, no sentido de que é um produto dos pensamentos ou ações que os seres humanos acumulam ao longo do tempo como membros de uma sociedade, como por exemplo, religião, arte, moralidade, ciências, tecnologia, etc., e que evolui à medida que o modo de vida se modifica, herdado de geração para geração. (SONG, 1990)

A língua, por sua vez, tem função de expressar a cultura e transmiti-la. Podemos observar mais evidentemente essa função da língua dentro do sistema lexical. À medida que a cultura se desenvolve, o vocabulário evolui, incorpora novos itens lexicais e dispensa outros correspondentes que caem em desuso. Ao mesmo tempo que ela é um fato social, pela razão de que é sempre usada nas sociedades humanas, servindo como meio de comunicação entre indivíduos duma sociedade. Dessa forma, é natural que as mudanças sociais dos homens reflitam-se na língua.

Esta função tanto social como cultural da língua é manifestada, em particular, no domínio lexical, o qual é posto no capítulo anterior em oposição à gramática. Se uma língua possui menos vocábulos referentes a certos assuntos que outras línguas, isso não significa que essa língua tenha menos funções nem seja inferior às outras, como se vê no exemplo da língua dos esquimós, que contém grande variedade de unidades lexicais para expressar qualidades da neve tais como “neve dura”, “neve gelada”, “neve úmida”, etc¹⁹. Não é que as outras línguas como português, inglês, japonês, que possuem apenas uma palavra “neve”, sejam inferiores à língua dos esquimós. Trata-se simplesmente do fato de que o léxico de uma língua mostra como cada povo vê o mundo através dos recortes do mundo referencial que ele faz, e funciona como o reflexo do contexto sócio-cultural dos que o utilizam. Afinal, conhecer uma língua é conhecer a sociedade e a cultura dos usuários dessa língua.

Sendo assim, criar uma palavra não é apenas um ato lingüístico, é sobretudo um ato sócio-cultural, uma tentativa de impor uma nova visão do mundo exterior a uma comunidade.

3.2 Imutabilidade e mutabilidade da língua

A língua, como veículo de comunicação entre membros numa comunidade, possui dois aspectos contraditórios: transformação e estabilidade. Saussure (2003) explica este fato da seguinte forma:

“O tempo, que assegura a continuidade da língua, tem um outro efeito, em aparência, contraditório com o primeiro: o de alterar mais ou menos rapidamente os signos lingüísticos e, em certo sentido, pode-se falar, ao mesmo tempo, da imutabilidade e mutabilidade do signo.” (SAUSSURE, 2003, p. 89)

3.2.1 Imutabilidade da língua

Em qualquer comunidade, em qualquer época, a língua é considerada uma das heranças dos antepassados. Esse aspecto de estabilidade da língua é inerente ao sistema lingüístico, visto que existe uma forte necessidade entre os membros da mesma comunidade para se comunicar. Nesse sentido, a língua é imutável. Embora em seu sistema haja modificações constantes acompanhando os movimentos sócio-culturais, nunca deixa de existir essa

¹⁹ (SONG, 1990, p.49)

continuidade dos signos. Assim, apesar das diferenças de geração, os membros da mesma comunidade conseguem continuar a se comunicar.

Guilbert (1975) afirma o seguinte:

“A língua como estrutura autônoma em relação à realidade extralingüística, é dotada da permanência implicada pelo mesmo sistema; ademais, ela é o sistema de comunicação de uma comunidade que se reconhece por ela. Se bem que ela se torne um elemento da permanência da mesma comunidade, ela afirma sua continuidade de geração em geração, sua tradição. O sistema lingüístico traz em si mesmo uma força de conservação necessária socialmente” (GUILBERT, 1975, p.16, tradução nossa)²⁰.

Para argumentar a imutabilidade da língua, Saussure (2003) apresenta quatro fatores importantes: o caráter arbitrário do signo, a multidão de signos necessários para constituir qualquer língua, o caráter demasiado complexo do sistema e, por último, a resistência da inércia coletiva a toda renovação lingüística.

O autor destaca a importância do último fator, afirmando que a língua oferece menos oportunidades às iniciativas dentre todas as instituições sociais como, por exemplo, as prescrições de um código, os sinais marítimos, etc. “A língua forma um todo com a vida da massa social e, sendo naturalmente inerte, aparece antes de tudo como um fator de conservação” (SAUSSURE, 2003, p. 88).

Além da massa falante que faz a língua se manter fixa, de acordo com Saussure, outro elemento importante é o tempo. O autor menciona que “se a língua tem um caráter de fixidez, não é somente porque está ligada ao peso da coletividade, mas também porque está situada no tempo” (SAUSSURE, 2003, p. 88). Os dois elementos são fortemente correlacionados a ponto de se tornarem inseparáveis, pois a solidariedade com o passado põe em risco a liberdade de escolher, consoante o autor.

²⁰ “La langue, en tant que structure autonome par rapport à la réalité extralinguistique, est dotée de la permanence impliquée par le système lui-même; de plus, elle est le système de communication d’une communauté qui se reconnaît par elle, si bien qu’elle devient un élément de la permanence de la communauté elle-même; elle assure sa continuité de génération en génération, sa tradition. Le système linguistique porte en lui-même une force de conservation nécessaire socialement.” (GUILBERT, 1975, p.16).

3.2.2 Mutabilidade da língua

Os dois elementos, coletividade e tempo, que oferecem continuidade à língua, provocam, ao mesmo tempo, contraditoriamente, a sua alteração. Saussure (2003) argumenta esse fato da seguinte forma: “o princípio de alteração se baseia no princípio de continuidade” (SAUSSURE, 2003, p. 89).

Nenhuma língua viva é capaz de evitar suas modificações. A modificação, neste caso, compreende o deslocamento da relação entre o significado e o significante. A língua é um sistema auto-regulador que dá conta das suas próprias carências e necessidades, de acordo com os movimentos sócio-culturais da comunidade.

Podemos verificar esse fato da língua ao observarmos vocábulos do ponto de vista diacrônico. Vejamos o exemplo da unidade lexical japonesa 合羽 (pronunciada como [kappa]) que foi introduzida através da palavra portuguesa *capa* e continua a existir no japonês contemporâneo. Essa unidade lexical foi incorporada no léxico da língua japonesa no século XVI, quando os jesuítas portugueses chegaram ao Japão a fim de catequizar o povo japonês com a religião católica. Inicialmente, a unidade lexical foi integrada com o sentido de “peça de vestuário, ampla e sem mangas, que se usa sobre outra roupa”. Porém, a palavra foi adaptada ao novo ambiente e, conseqüentemente, sofreu o deslocamento da relação entre significado e significante. O vocábulo passou a ser utilizado apenas como “peça de vestuário que se usa para proteção contra a chuva” (ISHIWATA, 2001). Entretanto, essa modificação não parou por aí. Atualmente essa unidade lexical está caminhando em direção ao arcaísmo devido à integração de um novo item lexical proveniente do inglês, *raincoat* (レインコート [reinkōto]).

Assim, podemos reparar que, como Saussure constata, os dois fatores, tanto seqüência de sons (significante) como idéias (significado), que se unem nos signos, possuem uma vida própria e sofrem alterações constantes. Em outras palavras, a língua não é um produto acabado, mas sim um produto que nunca pára de evoluir. Não existe nenhuma língua que seja capaz de escapar a esse fato, transformação lingüística, desde que existam o tempo e a massa social que a utiliza.

3.3 Duas atitudes: conservadora e inovadora

Os dois aspectos inerentes de uma língua, imutabilidade e mutabilidade lingüísticas, podem ser refletidos claramente no que se refere ao neologismo por empréstimo. Como podemos observar no Projeto de Lei 1676/1999 – sobre “a promoção, a proteção, a defesa e o uso da língua portuguesa” – do deputado brasileiro Aldo Rebelo, muitas vezes os empréstimos estrangeiros são vistos como vício ou ainda como ameaça à língua pátria e, por conseqüência, chegam a ser rejeitados por certos membros da comunidade.

Por outro lado, existe, ao mesmo tempo, um movimento em oposição à defesa de uma língua “pura” contra influências externas. Tal posição aceita que:

“as línguas humanas estão em constante movimento, por variação e mudança dentro da comunidade lingüística, de uma geração para outra, sendo o contato entre os dialetos e línguas uma força motriz comum e de grande relevância nesse processo” (FARACO, 2002, p. 29).

A provável causa dessa discussão em torno do empréstimo lingüístico deve estar no próprio sistema da língua, mais especificamente, nos fatores imutabilidade e mutabilidade.

O caráter imutável da língua leva as pessoas a acreditarem na sua estabilidade ou homogeneidade. Nessa perspectiva, existe uma só língua na comunidade nacional sem qualquer tipo de variação, pois ela deve ser uniformizada sob o controle dos homens. Mais radicalmente, essa idéia faz com que se considere a língua uma expressão simbólica da nacionalidade, e não mais um instrumento de comunicação. Desse modo, os empréstimos lingüísticos são vistos como um ataque à língua pura e até uma ameaça à unidade nacional.

Por outro lado, o caráter oposto, a mutabilidade lingüística, oferece-nos a visão de que as línguas sofrem alterações de acordo com movimentos sócio-culturais da comunidade e aceita, em conseqüência, a variação lingüística como algo inerente à língua. Conforme afirma Faraco (2002), um bom falante é ser “poliglota” em sua própria língua, ou seja, conhecer suas variedades: de geração, de região, de profissão, de classe social, etc. Podemos reparar que a concepção desse caráter mutável da língua se fundamenta na heterogeneidade lingüística.

De acordo com esse raciocínio, as unidades lexicais estrangeiras são naturalmente aceitas como um simples efeito de interculturalidade, acompanhando o processo de globalização e atendendo amplamente às necessidades locais, isto é, dos falantes.

A atitude diante da penetração dos itens lexicais estrangeiros numa língua nacional nem sempre se manifesta da mesma forma em cada país. Em geral muda de nação para nação, dependendo da realidade sócio-cultural do país, ou seja, a realidade exterior à língua. Cada país busca normatizar e regular as suas línguas, visando o processo de afirmação da identidade nacional.

Veremos em seguida a política lingüística de alguns países como França, Islândia, Japão, Brasil e Portugal. Esses foram os únicos que encontramos com legislação ou alguma informação que nos permitisse esclarecer o procedimento de cada país. Os casos da França e do Japão tratam-se diametralmente opostos. Na França, já faz muitos anos que o seu governo vem exercendo controle através da lei sobre o uso de vocábulos estrangeiros na sua língua nacional, enquanto no Japão o controle exercido pelo governo é quase nulo, havendo assim grande influxo de palavras estrangeiras. Temos também o caso da Islândia, sendo uma sociedade multilíngüe, onde a intenção dos seus habitantes é a de preservar a sua língua, a qual faz parte do seu legado cultural.

3.3.1 Caso da França

A atitude conservadora em relação à entrada das palavras estrangeiras é sempre observada em qualquer lugar e em todas as épocas. No tempo atual, esta tentativa de proibir o estrangeirismo parece estar ainda mais destacada, devido ao imperialismo cultural norte-americano, isto é, o efeito da globalização.

A França é um dos países que sempre se preocupou com a “pureza” da sua língua nacional. Na época do Renascimento, tentava se proteger dos italianismos e no tempo atual, dos anglicismos. Vejamos, então, a política lingüística atual do governo francês.

Em 1975, o governo francês propõe a lei Bas-Lauriol (*loi n° 75-1349 du 31 décembre 1975: loi Bas-Lauriol*) que entra em vigor em 1977, proibindo o abuso de anglicismos no francês. A finalidade dessa lei era estimular o banimento de todos os estrangeirismos nas informações de caráter público como publicidade, contratos de empresas, manuais de instrução, documentos oficiais, etc., desde que houvesse palavras equivalentes em francês.

Segundo Okamoto²¹, foram constituídas as Comissões Ministeriais de Terminologia e Neologismos, as quais se encarregavam de indicar ou criar vocábulos adequados para cada

²¹ http://libro.do-bunkyo.ac.jp/ronshu/Ronsyu_No5/Ronsyu_No5.html

área. Desde 1971 até 1993, foram criadas 48 leis em diversos campos como de legislação, decretos políticos, TV, cinema, agricultura, publicidade, turismo, etc. Em 1994, foi elaborado um dicionário oficial com esses termos da língua francesa. No mesmo ano, a lei Toubon (*loi n° 94-665 du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française: loi Toubon*), que estende o campo de aplicação da lei anterior de 1975, foi adotada.

Em 25 de junho de 1992, uma nova linha foi acrescentada à constituição: a língua da república francesa é o francês. Baseando-se neste princípio, a lei de 4 de agosto de 1994, conhecida como lei Toubon, ampliou as provisões da lei de 1975. O decreto de 3 de julho de 1996 estabeleceu uma nova comissão geral de terminologia e de neologismos e acrescentou o dispositivo do enriquecimento da língua francesa, passando a seguir as instruções da Academia Francesa para que as palavras recomendadas sejam publicadas, junto às suas definições, no diário oficial²².

A nova lei definiu os limites de uso de línguas estrangeiras na vida diária. Afirmou o caráter obrigatório do ensino em francês e do seu emprego em exames, concursos, teses e dissertações, em estabelecimentos públicos e privados. Ainda obrigou que, em congressos e palestras, fosse garantido a todos os participantes francófonos exprimirem-se em francês. Quem infringisse esta lei, seria multado, no mínimo, de 10.000 francos, no máximo de 50.000 francos, além de ser preso por 6 meses²³.

Houve também adaptação de cerca de 3.500 palavras inglesas para o francês: *fast-food* (*restaurant rapide*), *disk jockey* (*animateur*), *air bag* (*sac gonflable*), *goal keeper* (*gardien de but*), *walkman* (*baladeur*), *marketing* (*mercatique*), etc.²⁴

De acordo com o lingüista Claude Hagège, para esta lei, a questão é de afirmar que se deve privilegiar a utilização de termos franceses quando estes existem e encontrar outros quando não existem em qualquer comunicação da alçada pública ou social a fim de que todo cidadão francês tenha a possibilidade de ser informado em sua língua.²⁵

²² <http://www.academie-francaise.fr/langue/droite.html>

²³ <http://www.daiwair.co.jp/topics-old.cgi?filename=20010817&num=86>

²⁴ <http://www.daiwair.co.jp/topics-old.cgi?filename=20010817&num=86>

²⁵ <http://www.france.org.br/abr/label/label26/cooper/hageg.html>

Na prática, porém, apesar da criação da lei restritiva, no dia-a-dia da imprensa e da televisão, a França continua a usar as palavras inglesas como *week-end*, *parking*, *handicapé*, etc.²⁶

3.3.2 Caso da Islândia

Vejam agora o caso da Islândia, onde existe uma política lingüística restritiva para proteger a sua língua nacional.

A Islândia, como país autônomo, possui apenas 60 anos de história. Conquistou a sua independência total da Dinamarca em 1944 e, desde então, se tornou uma República.

O islandês é uma das línguas nórdicas e o idioma oficial da Islândia. Além da língua nacional, o povo é obrigado a aprender, desde criança, inglês e dinamarquês. Assim, podemos considerar que a maioria dos islandeses é poliglota. O índice de alfabetização deste país alcança 99.9 %, considerado o mais alto do mundo²⁷.

Apesar do fato de que a maioria do povo possui o alto conhecimento de mais de uma língua estrangeira, a língua nacional é rigorosamente conservada. Podemos verificar esse fato no processo da criação de neologismos. Quando entram novos objetos e conceitos estrangeiros na Islândia, em vez de se adotarem palavras originais, geralmente são criados neologismos dentro do acervo lexical do islandês.

Segundo Kaisaki (1996), a primeira comissão de terminologia chamada Comissão de Terminologia da Associação de Engenheiros (*Orðanefnd Verkfræðingafélags* “*Comission of Terminology of the Association of Engineers*”) foi criada em 1919. Com o decorrer do tempo, aumentou o número de comissões da mesma categoria. Até 1979 havia somente seis comissões, no entanto, a partir de 1980 começou a aumentar o seu número e em 1996 chegaram a existir 39 Comissões de Terminologia no país. A função principal dessa entidade é fazer lista de novas terminologias. Essas comissões não se formaram por requerimento do governo, mas sim voluntariamente por iniciativa dos especialistas de cada área. Por isso, a atividade dessas comissões limitava-se na criação de termos técnicos em cada área e era um órgão dirigido apenas para especialistas.

²⁶ http://www.camara.gov.br/internet/Camara500/Seminarios/Id_Debate3_P1.htm

²⁷ <http://ja.wikipedia.org/wiki/アイスランド>

Por outro lado, surgiu a necessidade de criar um instituto de pesquisa da língua não apenas para fins técnicos, mas também para assuntos cotidianos em geral. Assim, o Conselho Islandês da Língua (*Íslensk málnefnd* “*The Icelandic Language Council*”) foi criado em 1965 para responder a esta necessidade, só depois de todos os países nórdicos já o terem feito. Na época, o conselho já fazia parte do Ministério da Educação do país, no entanto, só em 1984 a sua função foi reconhecida oficialmente por lei. Mais tarde, para atender o público e a vasta quantidade de trabalho no Conselho Islandês da Língua, em 1985 foi criado o Instituto Islandês da Língua (*Íslensk málstöð* “*The Icelandic Language Institute*”) como órgão anexo ao primeiro.

Esses órgãos oficiais de língua têm como objetivo proteger e conservar a língua islandesa. No caso da política lingüística da Islândia, porém, essa atitude de excluir empréstimos não é a mesma que geralmente ocorre nos países dominados para proteger a sua língua nacional contra a língua dominante. Tem antes o objetivo de legar às próximas gerações a língua islandesa conservada desde os tempos antigos, sendo considerada a língua viva mais antiga da Europa.

Por essa razão, os islandeses preferem criar os neologismos dentro do léxico já existente, visto que aceitar unidades lexicais estrangeiras pode vir a alterar o sistema da língua nacional que conseqüentemente trará o risco de destruir o patrimônio cultural.

3.3.3 Caso do Japão

Ao falar dos estrangeirismos ou empréstimos lingüísticos no Japão, a maioria das pessoas o entendem como palavras que se integraram no sistema lingüístico japonês através das línguas estrangeiras, sobretudo, ocidentais, sem incluir as palavras provenientes do chinês. Assim, é comum distinguir as palavras chinesas daquelas provenientes das ocidentais, já que as primeiras não são comumente vistas como empréstimos, devido à sua integração ortográfica completa. Neste trabalho, trataremos apenas das unidades lexicais provenientes das línguas ocidentais, pois, embora já incorporadas no japonês, a sua ortografia ainda hoje se diferencia das palavras vernáculas.

A história dos empréstimos lingüísticos na língua japonesa originou-se na época em que os portugueses aportaram à terra do sol nascente no século XVI. Para o povo japonês, foi o primeiro contato com o mundo ocidental. Nesta altura, entraram vários vocábulos do

português no léxico japonês. Alguns caíram em desuso com o tempo, enquanto outros ainda hoje fazem parte do acervo lexical da língua japonesa, como por exemplo, パン[pan], ボタン[botan] e カステラ[kasutera] que provieram de pão, botão e Castela, respectivamente. Entre os que integraram o sistema lexical do japonês, alguns já perderam o caráter estrangeiro pela sua alta frequência como no caso de 合羽[kappa], 襦袢[juban] e 金平糖[konpeito] oriundos de capa, gibão e confeito, respectivamente.

Do século XVII até os meados do século XIX, o governo japonês resolveu limitar o contato com os países ocidentais com exceção da Holanda. Assim, nessa época, pudemos observar a entrada de vários itens lexicais provenientes do holandês, em particular, referentes às ciências e tecnologias.

Desde a abertura do país para o mundo ocidental até a atualidade, o Japão tem recebido um grande número de itens lexicais das línguas ocidentais como inglês, francês, alemão, russo, etc. Particularmente, após a Segunda Guerra Mundial, tem sofrido uma forte influência do inglês americano, como também se observa atualmente no mundo inteiro. Hoje em dia, vários anglicismos já foram integrados ao acervo lexical do japonês, ao mesmo tempo que pseudo-anglicismos frequentemente compostos também são criados neste país, como, por exemplo, “walkman”, “gasolin stand” (*gas station*), “morning call” (*wake-up call*), etc.

Além do mais, ao falar da política lingüística do Japão, vale destacar que não existe nenhuma lei que restrinja a entrada de estrangeirismos, como ocorre na França. No entanto, a Comissão de “Estrangeirismo”²⁸ no Instituto Nacional de Pesquisa da Língua Japonesa²⁹ encarrega-se de revisar os estrangeirismos no japonês. Em geral as unidades lexicais originais são bem aceitas neste país, porém, se eles considerarem, através dos levantamentos de opinião pública realizados pela mesma comissão, que existe algum problema em relação à aceitabilidade de itens lexicais estrangeiros, propõem as palavras decalcadas.³⁰

²⁸ Neste contexto, o termo “estrangeirismo” é usado num sentido mais popular, isto é, as unidades lexicais estrangeiras utilizadas (frequentemente já incorporadas) na língua receptora.

²⁹ *The National Institute for Japanese Language*: um instituto que faz parte da *Agency for Cultural Affairs*. Foi estabelecido em 1948 a fim de promover a língua japonesa. Em abril de 2001, tornou-se uma organização de administração independente.

³⁰ <http://www.kokken.go.jp/public/gairaigo/index.html>

3.3.4 Caso do Brasil

No final do Século XIX, um latinista carioca, António de Castro Lopes, publicou o livro *Neologismos Indispensáveis e Barbarismos Dispensáveis*. O autor deste livro denunciou os estrangeirismos, particularmente provenientes da língua francesa, usadas em abundância entre os letrados do Rio de Janeiro, e sugeriu as suas alternativas equivalentes em português: ludopédio por futebol, focale por cachecol, lucívolo por abajur, etc. No entanto, esta tentativa acabou por não dar resultado efetivo³¹.

Nos dias atuais, o deputado federal Aldo Rebelo (PC do B/SP) propôs o projeto de lei nº1676-D de 1999 que dispõe sobre a promoção, a proteção, a defesa e o uso da língua portuguesa, considerando-a forma de expressão oral e escrita do povo brasileiro e um bem de natureza imaterial integrante do patrimônio cultural brasileiro. Esta lei, inspirada da Lei Toubon da França, requer o uso obrigatório da língua portuguesa tanto aos brasileiros natos e naturalizados como aos estrangeiros residentes no Brasil há mais de um ano. O projeto rege o ensino e a aprendizagem, o trabalho, as relações jurídicas, a expressão oral, escrita, audiovisual e eletrônica oficial, o uso nos eventos públicos nacionais, os meios de comunicação de massa, e a produção, o consumo e a publicidade de bens, produtos e serviços.

Após a publicação da lei, as palavras ou expressões em língua estrangeira postas em uso no território nacional ou em repartição brasileira no exterior terão que ser substituídas por palavras ou expressões equivalentes em língua portuguesa dentro de 90 dias de prazo, a contar da data de registro da ocorrência. A Academia Brasileira de Letras terá que se encarregar de fazer o vocabulário ortográfico da língua portuguesa com função importante no aportuguesamento das palavras estrangeiras.

A proposição original foi aprovada na Comissão de Educação, Cultura e Desporto da Câmara dos Deputados. O projeto foi remetido ao Senado Federal em 2001 (PLC nº50/01) para efeito de revisão nos termos constitucionais, após tramitação na Câmara dos Deputados. Ao chegar ao Senado Federal, a matéria foi objeto de discussão, inclusive por meio de audiência pública no âmbito da Comissão de Educação, em dezembro de 2002. O processo encontra-se parado para reexame da matéria quanto ao mérito educacional e cultural.

³¹ http://veja.abril.uol.com.br/idade/educacao/300800/p_086.html

Ao analisarmos este projeto de lei, podemos perceber que ele está fundamentado sobre a concepção da homogeneidade e imutabilidade da língua. Veremos um trecho da justificação do projeto:

“Ora, um dos elementos mais marcantes da nossa identidade nacional reside justamente no fato de termos um imenso território com uma só língua, esta plenamente compreensível por todos os brasileiros de qualquer rincão, independentemente do nível de instrução e das peculiaridades regionais de fala e escrita. Esse – um autêntico milagre brasileiro – está hoje seriamente ameaçado.” (FARACO, 2002, P.181-182).

Segundo Faraco (2002), acreditar que no Brasil todos falam uma única língua e se compreendem mutuamente em todos os lugares do país é uma utopia, ou ignorância pura dos aspectos lingüísticos das variações regionais.

O autor ainda apresenta três problemas do projeto do ponto de vista lingüístico: dificuldade de comunicação que terão “os homens simples do campo” diante do uso excessivo e desnecessário de expressões estrangeiras, dificuldade da comunicação pela invasão de palavras estrangeiras e descaracterização do idioma. Para ele, os dois primeiros são resolvidos, pois qualquer usuário da língua tem capacidade de aprender qualquer setor do vocabulário, independentemente da origem da palavra, se este fizer parte do universo de referência dele. Em relação ao terceiro, ele afirma que, se o estrangeirismo não afetar a base estrutural da língua não haverá descaracterização da língua, visto que um idioma se caracteriza por uma gramática e por um fundo léxico comum.

Portanto, podemos dar-nos conta de que o projeto se baseia muito mais no aspecto político, isto é, nas funções simbólicas da língua do que nas suas funções comunicativas. Além disso, visa a considerar a língua como o lugar da luta antiimperialista.

3.3.5 Caso de Portugal

De acordo com Correia (2005), em Portugal não existem entidades que normatizam a integração de empréstimos. A integração ocorre por via do uso, de forma lenta e não planificada, levando freqüentemente ao aparecimento de incongruências lingüísticas evitáveis num contexto de vigília neológica. Mateus e Nascimento (2005) também mencionam que neste país não há uma tradição de adaptação da escrita das unidades lexicais estrangeiras nem há nenhum documento oficial sobre a forma como essa adaptação deve ser feita. Quando os

estrangeiros começam a aparecer nos textos com grafias alternativas à da língua de origem, essas grafias tendem a ser rejeitadas por certos setores da comunidade lingüística.

Como no Brasil existe a Academia Brasileira de Letras, em Portugal existe a Academia das Ciências de Lisboa, que tem por objetivo preservar e aperfeiçoar a língua portuguesa, em coordenação com a Academia Brasileira de Letras e instituições similares dos países de expressão portuguesa. A Academia das Ciências de Lisboa foi fundada em 1779 com o nome de Academia Real das Ciências de Lisboa, passando depois a designar-se pelo nome atual. Logo nos seus primeiros anos de existência começaram os trabalhos destinados à produção de um dicionário que constituísse padrão para a língua portuguesa. E em 2001 a instituição lançou o *Dicionário da Língua Portuguesa Contemporânea da Academia das Ciências de Letras*, realizando um projeto com mais de 200 anos de existência.

Este dicionário registra estrangeirismos de uso corrente internacionalmente em grafia original tais como *marketing, leasing, franchising*, e ao mesmo tempo, os aportuguesados como *lóbi, ateliê, stande*, etc. Sendo alvo de críticas no que se refere à incorporação de estrangeirismos, tentou padronizar o uso escrito e oral dos estrangeirismos.

3.4 Empréstimo como fenômeno natural da língua

A língua tem característica de se auto-regular. Isto, porém, não significa que ela se modifica conforme a vontade própria, mas sim de acordo com os movimentos sócio-culturais dos seus usuários numa comunidade.

Como acabamos de ver, os empréstimos são reflexos dos processos sócio-culturais. Adaptando-se às transformações oriundas da necessidade dos falantes e renovando constantemente o seu acervo lexical com o decorrer do tempo, a língua passa de uma geração para outra sem que impeça a possibilidade de mútua-compreensão entre falantes da mesma comunidade.

De um ponto de vista sincrônico, percebemos com facilidade o caráter imutável da língua humana, portanto, dificilmente conseguimos notar as mudanças lingüísticas. No entanto, uma observação mais cautelosa a certos fenômenos lingüísticos, do ponto de vista diacrônico, nos revela uma visão mais clara da sua mutabilidade.

Não podemos negar que as mudanças lingüísticas dependam dos seus usuários. Mas esse fato não significa que certos falantes possam controlá-las arbitrariamente, como se vê nas

tentativas de regulamentar uma língua nacional, considerando milhares de falantes como um todo. As sociedades e culturas mudam; conseqüentemente as línguas mudam. Estas simplesmente acompanham as mudanças daquelas. Além disso, ignorar o direito de se expressar livremente é contra os princípios da democracia.

É praticamente impossível proibir a entrada dos empréstimos lingüísticos devido ao contato crescente entre as diferentes culturas no mundo contemporâneo. Atualmente, o inglês é a fonte principal de empréstimos ao português e às demais línguas. A incorporação das palavras inglesas e ainda de outras línguas não empobrece o português. Muito ao contrário, as palavras emprestadas de outras línguas contribuem para enriquecer a língua portuguesa. Foi assim que a língua portuguesa do Brasil veio a enriquecer diferenciando-se dos outros variantes de português a fim de atender às necessidades locais.

4 ANÁLISE DO CORPUS

Pesquisamos um total de 29 edições de *Vogue Brasil*, *Vogue Portugal*, *Elle Brasil* e *Elle Portugal* do período de tempo correspondente entre dezembro de 2003 e agosto de 2004, de acordo com a tabela que segue:

Tabela 3: Revistas Vogue de Brasil e Portugal, disponíveis para os anos e meses indicados.

2003-2004	dez	jan	fez	mar	abr	mai	jun	jul	ago
Brasil	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	×
Portugal	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Tabela 4: Revistas Elle de Brasil e Portugal, disponíveis para os anos e meses indicados.

2003-2004	dez	jan	fez	mar	abr	mai	jun	jul	ago
Brasil	×	×	×	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Portugal	×	×	×	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Coletamos todas as unidades lexicais provenientes do inglês e francês. Apesar de as revistas serem de moda feminina, a pesquisa não foi limitada às unidades lexicais do universo da moda. Assim, as palavras recolhidas são dos assuntos variados tais como vestuário, cosméticos, beleza, acessórios, belas artes, música, cinema, viagem, culinária, esporte, etc.

Quanto à estrutura do *corpus*, as entradas foram colocadas em letra maiúscula e em ordem alfabética. Após a entrada, segue um extrato do texto em que a unidade lexical apareceu, a fim de ajudar a compreender o significado dessa unidade lexical. Adicionalmente,

deixamos o formato do texto exatamente como está no original, isto é, sem uniformizar a forma das letras do texto, já que consideramos a importância das diferenças gráficas como itálico, aspas, etc.

Depois de cada um dos exemplos extraídos das revistas analisadas, pusemos uma série de dois números, que fazem referência ao número da edição da revista e à página correspondente ao dito exemplo. Cada número de edição indica o mês em que a revista foi publicada, como se vê na seguinte tabela:

Tabela 5: Número de edição e correspondente ano e mês de publicação das revistas Vogue Brasil

Nº	306	307	308	309	310	311	312	313
Ano/Mês	03/12	04/01	04/02	04/03	04/04	04/05	04/06	04/07

Tabela 6: Número de edição e correspondente ano e mês de publicação das revistas Vogue Portugal

Nº	14	15	16	17	18	19	20	21	22
Ano/Mês	03/12	04/01	04/02	04/03	04/04	04/05	04/06	04/07	04/08

Tabela 7: Número de edição e correspondente ano e mês de publicação das revistas Elle Brasil

Nº	3	4	5	6	7	8
Ano/Mês	04/03	04/04	04/05	04/06	04/07	04/08

Tabela 8: Número de edição e correspondente ano e mês de publicação das revistas Elle Portugal

Nº	186	187	188	189	190	191
Ano/Mês	04/03	04/04	04/05	04/06	04/07	04/08

Abrimos uma nova entrada quando uma unidade lexical apresentou alguma diferença tanto gráfica, tais como *baby doll* e *babydoll*, *paillete* e *paillette*, *best seller* e *best seller*; quanto morfossintática como por exemplo a *flagship* e o *flagship*.

Quanto ao número total das unidades lexicais analisadas, podemos ver abaixo:

Tabela 9: Número de unidades lexicais por cada tipo de revista, para cada idioma analisado.

Tipo de revista	Inglês	Francês
Vogue Brasil	462	128
Vogue Portugal	386	126
Elle Brasil	160	39
Elle Portugal	193	39

A tabela abaixo representa o número dos itens únicos, isto quer dizer que, ainda que uma unidade lexical apresente mais de uma forma gráfica ou morfossintática, esta é contada apenas como uma ocorrência. Assim, por exemplo, a unidade lexical *trendy*, que apareceu tanto com a marca gráfica itálica quanto sem ela, entra somente como uma unidade lexical nesta tabela.

Tabela 10: Número de unidades lexicais únicas por cada tipo de revista, para cada idioma analisado.

Tipo de revista	Inglês	Francês
Vogue Brasil	421	107
Vogue Portugal	355	114
Elle Brasil	157	38
Elle Portugal	185	37

Adotamos o critério lexicográfico pela necessidade de estabelecer um critério objetivo consultando os dicionários mais conceituados em cada país. Ao analisarmos as unidades

lexicais do português brasileiro, utilizamos o *Novo Aurélio Século XXI: o Dicionário da Língua Portuguesa* (1999) e o *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa* (2001). Para as do português europeu, o *Dicionário da Língua Portuguesa Contemporânea da Academia das Ciências de Lisboa* (2001) e o *Grande Dicionário da Língua Portuguesa* (2004). Consideramos a aparição de um neologismo quando uma unidade lexical não consta nos dicionários acima mencionados, os quais são considerados representativos do estado da língua portuguesa.

4.1 Modelo a ser adotado

Realizamos uma análise das unidades lexicais extraídas do *corpus* baseando-nos no modelo proposto por Mateus e Nascimento (2005), apresentado anteriormente no segundo capítulo. Devemos ressaltar aqui que o fato de o *corpus* ser da língua escrita nos levou a concentrar-nos mais nos aspectos morfossintáticos e gráficos. Visto que a maior parte do processo de análise não foi feito nem no Brasil nem Portugal, não foi possível obter um *corpus* baseado na fala dos nativos do português brasileiro e europeu, o que é imprescindível para analisar os aspectos fonéticos e fonológicos.

Além da tabela acima referida, consideramos também o modelo criado por Kono (2000), mostrado no segundo capítulo; pois este autor analisa com mais detalhe os casos em que o significado da unidade lexical aparece, deixando a tradução correspondente entre parênteses, ou explicando o que a unidade lexical significa. No *corpus* utilizado para esta pesquisa constam alguns casos destes. Neste trabalho, damos valor aos casos em que podemos notar alguma preocupação do redator em esclarecer o sentido da nova unidade lexical, pois poderá servir de parâmetro para saber se a unidade é familiar ou não para leitores.

Assim por exemplo, as unidades lexicais apresentadas abaixo causam impressões distintas para leitores. Uma mostra certa hesitação na aceitação do item lexical estrangeiro, enquanto a outra nos dá visão de que este anglicismo está de alguma forma aceito e que é utilizado com certa frequência. Por essa razão, devemos tratá-las de forma diferente.

(31) (...), mantém o clima de criação tipo *hand made* em peças cheias (...) (*Vogue Brasil* 312, p.79, grifo nosso)

(32) (...) e a arte do *handmade* à sensualidade de (...) (*Vogue Brasil* 307, p.118, grifo nosso)

Dividimos a 1ª fase de Mateus e Nascimento (2005) e acrescentamos, como referência, as primeiras três fases do modelo de Kono (2000) utilizado ao pesquisar as unidades lexicais japonesas no português brasileiro. Assim, para analisar o *corpus* deste trabalho, propomos o seguinte modelo:

1ª Fase: Fase de citação

Nesta fase, ocorre apenas a citação do item lexical na língua fonte. Para os leitores, esse item será uma palavra-chave e, na maioria das vezes, o item lexical original é citado entre parênteses, após a da expressão correspondente em português.

2ª Fase: Fase de empréstimo temporário

Nesta fase, emprega-se o item lexical da língua fonte temporariamente. É comum nesta fase o uso de alguma marca gráfica. Quando o item aparece pela primeira vez, é seguido de uma explicação do significado desse item emprestado em português, usando sinais tais como aspas, paráfrases, etc. Nesta fase podem ocorrer tanto adaptação morfosintática imediata (uso do gênero), como monossemia (manutenção de um dos significados da língua de origem).

3ª Fase: Fase de transformações imediatas

Nesta fase não há nenhuma influência gráfica do português. Constata-se o uso do itálico com muita frequência. Reconhece-se como empréstimo pela ausência da explicação do significado do item lexical.

4ª Fase: Fase de transformações progressivas

Nesta fase começam a aparecer formas gráficas alternativas à forma original na língua de origem. Existe a possibilidade de formação de novos item lexicais por composição e prefixação tendo como base o item lexical estrangeiro.

5ª Fase: Fase de integração no léxico

O gênero e as formas de singular e plural fixam-se nesta fase. Existe a possibilidade de formar palavras derivadas. As unidades lexicais desta etapa têm tendência para estender o significado da forma original.

4.2 Resultado da pesquisa

De acordo com o modelo apresentado no item anterior, realizamos uma análise do *corpus*. Vejamos o resultado dividindo-o em cada fase como se segue:

4.2.1 Fase de citação

As unidades lexicais desta fase são poucas. Em todas as revistas, encontramos o seis casos seguintes:

- (33) (...) um relógio que cronometrava o cozimento de ovos (egg-timer). (*Vogue Brasil*, 313, p.56, grifo nosso)
- (34) (...), substituindo-a por uma técnica de impressão sobre tela (silkscreen) (*Vogue Portugal* 14, p.139, grifo nosso)
- (35) As bananas (ou french twist, na versão mais elegante) (...) (*Vogue Portugal* 15, p.70, grifo nosso)
- (36) (...) esta forma artesanal de tingir os tecidos (tie dye) afirma (...) (*Vogue Portugal* 21, p.38, grifo nosso)
- (37) São os adulescentes (ou kidults), gente grande que adora manter um pé na infância. (*Elle Brasil* 8, p.63, grifo nosso)
- (38) Oferecer cheques-presenta ou vouchers. (*Vogue Portugal* 14, p.94, grifo nosso)

O número de ocorrência em cada revista é apresentado na seguinte tabela:

Tabela 11: Número de itens lexicais da primeira fase por tipo de revista

Tipo de revista	número de ocorrências
Vogue Brasil	1
Vogue Portugal	3

Elle Brasil	1
Elle Portugal	1
Total	6

Pelo que observamos as unidades lexicais acima mencionadas, nenhuma delas demonstra o seu gênero. Talvez o fato de que a maioria delas é posta entre parênteses possa descartar a necessidade de expor o gênero. Isto nos prova que as unidades lexicais são utilizadas apenas como referência. Ainda se percebe a preocupação do redator de que, apesar de haver uma explicação em português, preferiu deixar a definição exata, acrescentando a unidade lexical original.

Entretanto, os dois últimos exemplos fazem concordância de número com as unidades lexicais equivalentes na língua receptora: *adultescentes / kidults* e *cheques-prenda / vouchers*. Embora o primeiro anglicismo esteja entre parênteses, este, trazendo já a flexão do número da língua de origem, concordou com o número da unidade lexical do português.

Ainda outro ponto a notar é que algumas unidades lexicais tais como *silkscreen* e *french twist*, são escritas em itálico enquanto as outras não.

Além dos casos que acabamos de ver, houve dois casos interessantes como se vê nos seguintes exemplos:

- (39) (...) brilha o lendário Feinschmeckeretage (ou delicatessen floor). (*Vogue Brasil* 311, p.189, grifo nosso)
- (40) Mais uma vez, sou assediada por um firter ou kamaki. (*Elle Portugal* 188, p.249, grifo nosso)

No exemplo (39), a unidade lexical proveniente do alemão aparece com a primeira letra em maiúscula e em seguida vem a tradução em inglês entre parênteses, como se o item lexical inglês fosse reconhecido pelos leitores com facilidade ou até já incorporado no acervo lexical português. No entanto, essa unidade não é registrada em nenhum dos dicionários utilizados nesta pesquisa.

O mesmo ocorre no exemplo (40), sendo a primeira unidades lexical em inglês é a tradução em grego para designar os homens gregos que passam a maior parte do seu tempo livre seduzindo turistas femininas.

4.2.2 Fase de empréstimo temporário

O número total das unidades lexicais encontradas nesta fase está exposto na seguinte tabela, separando em cada revista e língua. O número no lado esquerdo da barra representa o número de ocorrências dos itens lexicais desta fase, enquanto que no lado direito colocamos o número total de todas as unidades lexicais encontradas neste *corpus* a fim de comparação.

Tabela 12: Número de itens lexicais nesta fase junto ao total de itens lexicais por tipo de revista para cada língua analisada.

Tipo de revista	Inglês	Francês	Total
Vogue Brasil	15 / 462	5 / 128	20 / 590
Vogue Portugal	11 / 386	1 / 126	12 / 512
Elle Brasil	12 / 160	2 / 39	14 / 199
Elle Portugal	3 / 193	0 / 39	3 / 232

Apresentamos todos os exemplos deixando separados por cada revista e cada idioma como podemos ver a seguir:

Vogue Brasil (inglês):

- (41) Logo um cabby (táxi inglês) pára (sonho!). (312, p.18, grifo nosso)
- (42) Prossegue com uma suave versão francesa de clam chowder (sopa de mariscos), na qual flutua uma dúzia de biscoitos (...) (306, p.169, grifo nosso)
- (43) (...) para o segundo lugar entre os maiores produtores mundiais do denim (jeans), (...) (307, p.110, grifo nosso)
- (44) (...), enquanto os outros 42% são gay friendly (simpatizantes)", (309, p.92, grifo nosso)
- (45) (...), em salas especiais, e também no "mat" (tapetinho) em salas de aulas. (310, p.148, grifo nosso)
- (46) (...) e qualidade lança uma linha exclusiva para pets (cães e gatos), (...) (307, p.28, grifo nosso)
- (47) Estive num rehab (clínica para dependente químico), (...) (306, p.64, grifo nosso)
- (48) (...) seria estar em uma Slow City (uma ramificação do movimento, que significa

“cidades lentas”), (...) (312, p.87, grifo nosso)

- (49) De Bérard, tomou um de seus tons de rosa, ao qual deu o nome de Shocking Pink (rosa-choque) (...) (306, p.16, grifo nosso)
- (50) (...) e os passeios de snowmobile (moto na neve) são imperdíveis. (307, p.53, grifo nosso)
- (51) (...) como o wild yam (inhame selvagem) e (...) (313, p.138, grifo nosso)
- (52) (...) o holandês Reinier Evers criou o termo branded brands, ou branding colaborativo (...) (313, p.64, grifo nosso)
- (53) O descobridor do DMAE, aquela substância que faz milagres na pele (...) (310, p.112, grifo nosso)
- (54) (...), em uma geração composta por “kidults” ou “adultescentes”. (308, p.14, grifo nosso)
- (55) (...), o mais novo nome no hall dos pretty boys, aqueles que arrastam centenas de fãs do sexo feminino onde quer que estejam se apresentando. (306, p.74, grifo nosso)

Vogue Brasil (francês):

- (56) Aqui a heroína usa um vestido com um compère (um falso corpete que é desabotoado pela frente), (...) (313, p.165, grifo nosso)
- (57) (...): da manga ao punho, do punho aos engageantes – babados de renda – , dos engageantes ao pulso”, (...) (313, p.165, grifo nosso)
- (58) (...), enquanto bebericam um frapé - o café gelado que os gregos adoram. (311, p.197, grifo nosso)
- (59) (...), as gîtes, ou casas rurais para se hospedar: (...) (312, p.33, grifo nosso)
- (60) Depois do jantar, ela e os ultra-ettes, como eram denominados os socialites, as modelos, os artistas (...) (313, p.56, grifo nosso)

Vogue Portugal (inglês):

- (61) Socas de jardinagem em alpro-foam, material altamente resistente e durável, (...) (21, p.131, grifo nosso)
- (62) Se usar um blotter (pequeno cartão onde se experimentam os perfumes). (17, p.103, grifo nosso)
- (63) (...) e contras do “verdadeiro” Botox (tratamento para disfarçar rugas através da injeção de uma toxina semiparalisante dos músculos) (...) (18, p.134, grifo nosso)

- (64) Escolha um bronzer (creme colorido para dar efeito bronzeado) (...) (22, p.66, grifo nosso)
- (65) Press horizontal (prensa). (18, p.126, grifo nosso)
- (66) Ou isso ou ir já comprar um butt bra – um apetrecho engenhoso composto por cuecas control-top, com copas cosidas na parte de trás, (...) (14, p.162, grifo nosso)
- (67) A Pam é muito modelar porque o Pop Star é um fairy tale, quase uma fábula. (14, p.141, grifo nosso)
- (68) Calçar um par de nines (salto de 9 cm) é o truque de beleza (...) (20, p.95, grifo nosso)
- (69) (...) se elas existem mesmo ou são “spooks” – que em inglês quer dizer “fantasmas”, (...) (18, p.104, grifo nosso)
- (70) Chama-se tracking, o que significa tentar conseguir o projecto (...) (22, p.37, grifo nosso)
- (71) A referência water-resistant significa que o protector solar continua a dar a mesma protecção depois de 80 minutos na água. (22, p.113, grifo nosso)

Vogue Portugal (francês):

- (72) Ralf Schweiger e Natalie Feisthauer foram os nez (ou perfumistas) (...) (18, p.130, grifo nosso)

Elle Brasil (inglês):

- (73) (...): xadrez com tie dye, argyle (desenho de losangos) (...) (3, p.127, grifo nosso)
- (74) (...) eu jamais me adaptaria à vida nine to five (nove às cinco, horário comercial americano). (4, p.88, grifo nosso)
- (75) Peles oleosas e mistas combinam com bases líquidas oil free (livre de óleo). (8, p.132, grifo nosso)
- (76) (...) produtos chamados optical difusers (difusores óticos), (...) (6, p.42, grifo nosso)
- (77) (...) terapeuta de self-healing (método de autocura que ajuda a driblar tensões e prevenir doenças), (...) (5, p.50, grifo nosso)
- (78) É o famoso blind date: aquele encontro arranjado (...) (6, p.76, grifo nosso)
- (79) (...) e dão palpite sobre tudo em blogs – diários virtuais que transformam qualquer internauta em protagonista de novela. (8, p.65, grifo nosso)
- (80) (...) não se desgruda do seu iPod, o tocador de música digital da Apple. (8, p.75, grifo nosso)

- (81) O leave-in, ou condicionador sem enxágüe, (...) (3, p.44, grifo nosso)
- (82) (...) o laser utilizado deve ser o light sheer, ou de diodo, que (...) (7, p.50, grifo nosso)
- (83) (...) lançaram o serviço de personal shopper: um especialista que sabe onde encontrar o que você quer. (5, p.90, grifo nosso)
- (84) Versão molhada do spinning, ou ciclismo indoor, (...) (3, p.51, grifo nosso)

Elle Brasil (francês):

- (85) (...), um chapéu de fogausses (versão francesa da focaccia) (...) (7, p.84, grifo nosso)
- (86) (...) trocadilho com a palavra pain (pão, francês). (7, p.84, grifo nosso)

Elle Portugal (inglês):

- (87) Fecha a “gate” (portão) para que mais nada penetre (...) (187, p.126, grifo nosso)
- (88) A cultura girlspower (um grupo de amigas que só se quer divertir e que não se importa de usar o seu sex appeal para o fazer), nascida nos anos 90 (...) (191, p.79, grifo nosso)
- (89) Tinha aulas diárias de aerobuilding, que combinava aeróbica com ginástica localizada com pesos. (189, p.76, grifo nosso)

Ao referirmo-nos ao gênero das unidades lexicais, podemos notar que há mais casos em que um neologismo apareceu como masculino do que feminino. Houve apenas três exemplos que apareceram como feminino: *Slow City*, *gîte* e *gate*.

Podemos supor que, como não existe a marca de gênero em inglês, o gênero feminino do anglicismo *Slow City* vem do equivalente em português, que é *idades lentas* como está no próprio texto. O outro anglicismo, *gate*, cujo significado é portão, não recebeu o gênero do equivalente em português, mas sim da forma raiz, porta. A unidade lexical francesa *gîte* é tratada como substantivo masculino na sua língua original. No entanto, neste *corpus*, a unidade apareceu em feminino, do equivalente em português *casas rurais*.

Ao falarmos do uso do gênero diferente do da língua original, temos ainda mais um exemplo. A unidade lexical proveniente do francês *engageante* apareceu no nosso *corpus* como substantivo masculino, o que é diferente do seu gênero original, que é feminino. Podemos imaginar que neste caso também ocorreu o mesmo processo que no caso de *gîte*, recebendo o gênero do equivalente na língua receptora.

Em relação ao número, as unidades lexicais que receberam a marca do plural, flexionam de acordo com as regras flexionais do número da língua original. Em inglês temos *blogs*, *optical difusers*, *spooks*, *pretty boys*, *kidults*, *branded brands* e *pets*. E em francês *ultra-ettes*, *gîtes*, *engageantes* e *nez*. É necessário notar que, *nez* mantém em francês a mesma forma tanto em singular como em plural.

Houve poucos casos do uso da marca gráfica. São somente os seis casos seguintes: *alpro-foam*, *clam chowder* em itálico e “gate”, “spooks”, “mat” e “kidults” em aspas. O último anglicismo da lista, “kidults”, é considerado relativamente novo na língua de origem³². Por essa razão, o uso de aspas tem a função de destacar o caráter neológico que este item já possui no inglês.

Todas as unidades lexicais apareceram em grafia da língua original com exceção de *frapé*, cuja forma original é *frappé*, que teve a queda de uma consoante *p*. Podemos pensar que houve uma certa aproximação fonética e gráfica no português.

Notamos ainda que houve duas formas diferentes para esclarecer o significado da nova unidade lexical: uma dessas formas é colocar uma simples tradução, equivalente ao chamado calque, como por exemplo no caso de *oil free* (livre de óleo); a outra é a explicação do item lexical estrangeiro: “blogs – diários virtuais que transformam qualquer internauta em protagonista de novela”.

4.2.3 Fase de transformações imediatas

As unidades lexicais desta fase apresentam a manutenção da forma estrangeira. O número das unidades lexicais desta fase é definitivamente o maior em todas as fases, onde mais de 80 % dos itens colhidos do *corpus* demonstram o caráter desta fase.

O uso de alguma marca gráfica, tal como itálico, aspas, ocorreu em vários casos. Podemos observar a tabela seguinte que mostra o número de usos de itálico, aspas e maiúscula nesta fase. O número na esquerda representa o da ocorrência no inglês e o direito no francês. O resultado está separado em cada revista.

³² Acredita-se que o termo é utilizado pela primeira vez em *The New York Times* em 11 de agosto de 1985, num artigo escrito por Peter Matin. (<http://en.wikipedia.org/wiki/Kidult>)

Tabela 13: Marcas gráficas em cada idioma para cada tipo de revista analisada.

Tipo de Revista	Itálico		Aspas		Maiúscula	
	Inglês	Francês	Inglês	Francês	Inglês	Francês
Vogue Brasil	117	57	13	4	11	3
Vogue Portugal	315	91	10	2	15	2
Elle Brasil	7	7	3	0	2	0
Elle Portugal	0	2	6	2	2	0

Alguns itens lexicais possuem duas formas gráficas distintas, como por exemplo no caso do anglicismo *lounge*:

- (90) (...) – e um lounge com bossa nova e jazz (...) (*Vogue Brasil* 311, p.239, grifo nosso)
- (91) (...), enquanto Marcos Costa, no lounge da Natura (...) (*Vogue Brasil* 313, p.142, grifo nosso)

Encontramos alguns casos de unidades lexicais híbridas em processo de formação, onde se unem elementos de línguas diferentes, neste caso, inglês e francês, como podemos observar nos exemplos abaixo:

- (92) (...) em nenhuma das suas viagens prescindia do crème of creams. (*Vogue Portugal* 20, p.91, grifo nosso)
- (93) (...) abriu o seu atelier-showroom-salão de provas no nº 12A de Savile Row, a rua dos grandes alfaiates londrinos. (*Elle Portugal* 187, p.214, grifo nosso)
- (94) (...) e as heroin-chic incendiaram a publicidade. (*Elle Portugal* 191, p.101, grifo nosso)
- (95) Look sport-chic com calças (...) (*Elle Portugal* 189, p.30, grifo nosso)
- (96) Os trajes mostrados por cima, entretanto, em grande parte permaneceram fiéis ao classic chic parisiense (...) (*Vogue Brasil* 306, p.138, grifo nosso)
- (97) É o girlie chic elaborado, sofisticado, ornado, meio “too much”, “cool” e encantador, (...) (*Vogue Brasil* 310, p.79, grifo nosso)

Ocorreram também os casos de composição já feita na língua estrangeira tais como *road movie*, *fitness center*, *physique du role*, etc. Estas unidades lexicais compostas formaram-se na língua de origem e depois entraram no português.

- (98) (...) que será mais um road movie, seu gênero preferido. (*Elle Brasil* 7, p.93, grifo nosso)
- (99) (...) uma personagem que tinha inclusive um physique du rôle diferente do meu”, (...) (*Vogue Brasil* 308, p.62, grifo nosso)
- (100) (...), incluem-se um fitness center de última geração (...) (*Vogue Brasil* 311, p.231, grifo nosso)
- (101) (...) até criar uma verdadeira beach culture (...) (*Vogue Portugal* 22, p.75, grifo nosso)
- (102) (...) também têm a sua concept store. (*Elle Portugal* 190, p.168, grifo nosso)

Em princípio, os nomes próprios não são tratados neste trabalho. Porém, registramos alguns nomes da marca registrada, tais como *Ipod*, *botox*, etc, devido ao número de ocorrência relativamente alto. Quanto ao aparelho musical da companhia *Apple*, apesar de a forma registrada ser oficialmente *iPod*, na *Vogue Brasil* encontramos três formas distintas:

- (103) “O meu marido Jack acaba de recheiar meu Ipod com as músicas (...) (*Vogue Brasil* 312, p.77, grifo nosso)
- (104) Brinquedo high-tech? Meu iPod de 40 GB. (*Vogue Brasil* 312, p.10, grifo nosso)
- (105) Objeto de desejo? I-Pod, pequeno, cor-de-rosa. (*Vogue Brasil* 311, p.10, grifo nosso)

Na *Vogue Portugal* houve apenas uma forma. Nas duas versões da *Elle* ocorreram as seguintes formas.

- (106) o iPod, para ter sempre a minha música. (*Vogue Portugal* 21, p.42, grifo nosso)
- (107) (...) não se desgruda do seu iPod, o tocador de música digital da Apple. (*Elle Brasil* 8, p.75, grifo nosso)
- (108) I-Pod, o hardware mais trendy do planeta, em várias cores. (*Elle Portugal* 189, p.102, grifo nosso)

Somente nas *Vogue Portugal* e *Elle Brasil* foi empregada a forma registrada, enquanto nas outras, foram criadas as formas *Ipod*, *i Pod* e *I-Pod*. Dependendo da frequência do uso,

este item poderá passar a ser utilizado como um nome comum, o que aconteceu com *walkman*.

Quanto ao gênero do *iPod*, desde que o item apresentasse o gênero, todos os casos tiveram o gênero masculino. No *corpus*, não houve nenhum caso que tenha mostrado a categoria de número.

Em relação à categoria de gênero, a maioria das unidades lexicais do *corpus* todo mostrou possuir o gênero masculino. Podemos comparar o número dos itens masculinos e femininos que apareceram em todo o nosso trabalho.

Tabela 14: Número de itens lexicais por gênero em todas as fases para cada tipo de revista

Tipo de revista	Idioma	Masculino	Feminino	Total
Vogue Brasil	inglês	178	52	230
	francês	40	24	64
Vogue Portugal	inglês	154	44	198
	francês	45	26	71
Elle Brasil	inglês	64	18	83
	francês	7	6	13
Elle Portugal	inglês	68	27	100
	francês	7	2	9

Na presente fase também a maior parte das unidades lexicais apresentou o gênero não-marcado. Veremos primeiro alguns exemplos do inglês.

(109) (...) achavam que eu ia me encontrar com um suposto novo affair. (*Vogue Brasil* 310, p.64, grifo nosso)

(110) (...) o Thiago estava em Nova York num bar com o booker dele, que é um cara que agenciava a Britney Spears. (*Vogue Brasil* 306, p.18, grifo nosso)

(111) (...) um gel de banho, um body lotion e um deo spray (...) (*Vogue Portugal* 22, p.48, grifo nosso)

(112) (...), fazem do Primera um case study de rentabilidade (...) (*Vogue Portugal* 19, p.107,

grifo nosso)

- (113) (...) não é mais um daqueles coffee shops escurinhos (...) (*Elle Brasil* 7, p.85, grifo nosso)
- (114) (...). o flower power dos 70, (...) (*Elle Brasil* 3, p.8, grifo nosso)
- (115) Organizámos um baby shower para grávidas (...) (*Elle Portugal* 188, p.101, grifo nosso)
- (116) Um verdadeiro best of da pintura do século XX, (...) (*Elle Portugal* 186, p.94, grifo nosso)

Os exemplos que apresentaram o gênero feminino foram poucos comparativamente com o masculino.

- (117) (...) diversos perfis reconhecíveis pela sua trademark. (*Vogue Brasil* 310, p.230, grifo nosso)
- (118) (...) enquanto a bombshell brasileira Andréa Dellal juntou-se a sua filha de 21 anos, Charlotte, (...) (*Vogue Brasil* 306, p.137, grifo nosso)
- (119) Inaugurou, na ocasião, a mais imponente e moderna global store, (...) (*Vogue Brail* 309, p.170, grifo nosso)
- (120) (...) até criar uma verdadeira beach culture (...) (*Vogue Portugal* 22, p.75, grifo nosso)
- (121) (...) vestida à maria-rapaz e à cheerleader. (*Vogue Portugal* 19, p.152, grifo nosso)
- (122) (...): forre o assento da bike – geralmente duro – com uma capa de gel. (*Elle Brasil* 3, p.51, grifo nosso)
- (123) O cardápio investe na fusion food. (*Elle Brasil* 8, p.143, grifo nosso)
- (124) Uma cowgirl dos tempos modernos. (*Elle Portugal* 187, p.183, grifo nosso)
- (125) (...) faz parte da hot list da maioria dos guias chiques (...) (*Elle Portugal* 188, p.239, grifo nosso)

Como podemos ver nos exemplos apresentados acima, quando a língua de origem não possui a categoria de gênero, como é o caso do inglês, o item lexical usa o gênero masculino na língua receptora, pois este é considerado gênero não-marcado. Entretanto, é possível ocorrer que o neologismo possa optar pelo gênero feminino, como podemos observar nos exemplos (117) a (125). Nesses casos, geralmente o item adota a flexão do gênero do equivalente na língua receptora da unidade lexical emprestada. Por exemplo, o termo equivalente do *trademark* do exemplo (117) é *marca registrada*, que é uma unidade lexical do gênero feminino. O neologismo pode adotar esse gênero feminino do equivalente português.

Um outro item, *global store*, também poderá ser decalcado como *loja global*, e assim por diante.

Algumas unidades lexicais possuem natureza feminina, como *cheerleader*, *cowgirl* e *bombshell*. É natural, nesses casos, que o item adote o gênero feminino. Devido a esse fato, alguns neologismos como *stylist* apresentou os dois gêneros.

(126) (...), é o preferido da stylist brasileira Leda Gorgone, (...) (*Elle Brasil* 4, p.149, grifo nosso)

(127) Dei recomendações para um stylist, também amigo, o Cesar Fassina – (...) (*Vogue Brasil* 306, p.18, grifo nosso)

Em seguida, observaremos alguns exemplos do francês. Apesar de que o masculino possua mais casos, existem ambos os gêneros. Analisaremos alguns exemplos.

(128) (...), misturando um bouquet de flores e frutas, o fraco é sempre um show à parte. (*Vogue Brasil* 309, p.134, grifo nosso)

(129) A haute-couture e a boulangerie se unem pelas mãos de Jean Paul Gaultier (*Vogue Brasil* 312, p.41, grifo nosso)

(130) (...), Fernanda mostra grande à-vontade a distinguir uma clutch de uma baguette, (...) (*Vogue Portugal* 15, p.58, grifo nosso)

(131) (...) o aroma inovador da eau de parfum (...) (*Vogue Portugal* 22, p.49, grifo nosso)

(132) Um tromp l'oeil bem conseguido por Guilherme Mata (...) (*Vogue Portugal* 15, p.41, grifo nosso)

(133) Surpreende tomando o lugar de um manteau clássico de lã (...) (*Elle Brasil* 3, p.137, grifo nosso)

(134) uma écharpe volumosa fica linda (...) (*Elle Brasil* 5, p.36, grifo nosso)

(135) (...) a suavidade dos cremes e dos fonds de teint (...) (*Elle Portugal* 186, p.107, grifo nosso)

Como podemos perceber, os exemplos acima demonstrados apresentam tanto o gênero masculino como o feminino. Quando a língua doadora possui a categoria de gênero, como no caso de francês, ao ser empregada na língua receptora a unidade lexical dessa língua mantém em geral o mesmo gênero que na língua de origem.

Contudo, houve alguns casos que apresentaram o gênero distinto do francês, como os seguintes exemplos:

- (136) Circulando pela loja, você passa pelas bijoux da stylist Chiara Gadeleta, (...) seguidos por canivetes da marca francesa Laguiole (...) (*Vogue Brasil* 306, p.50, grifo nosso)
- (137) (...), o sabor e o aroma do leite cozido, o perfume, o crème. (*Vogue Brasil* 308, p.152, grifo nosso)
- (138) (...) em seu extravagante vestido de corte, seu coiffure altíssimo (...) (*Vogue Brasil* 313, p.165, grifo nosso)
- (139) Um eau de toilette transparente, floral e ligeiramente amadeirado. (*Vogue Brasil* 309, p.134, grifo nosso)
- (140) O fraîcheur deste cenário estava refletido no grupo de glamorosas jovens na platéia (...) (*Vogue Brasil* 306, p.134, grifo nosso)
- (141) Duas nécessaires (*Vogue Brasil* 306, p.103, grifo nosso)
- (142) (...) e nécessaires super-recheadas, (...) (*Vogue Brasil* 307, p.58, grifo nosso)
- (143) (...) – quenelles com molho de lagosta, linguado do meunière – mas com toques modernos e lights. (*Vogue Brasil* 306, p.168, grifo nosso)

Nestes casos, os galicismos levam indistintamente o gênero do item equivalente do português ou o gênero não-marcado. O item lexical do exemplo (136) é tratado como feminino, no entanto, o gênero original do francês é masculino. Podemos calcular que o gênero feminino veio da tradução equivalente em português, *jóias*, que se trata de uma unidade feminina.

Os itens lexicais dos exemplos (137), (138), (139) e (140) são femininos na língua de origem. Entretanto, ao serem empregados no português, adotaram o gênero masculino. Alguns adotaram-no porque o equivalente português é masculino, enquanto os outros o escolheram devido ao gênero não-marcado.

O adjetivo francês foi utilizado nos exemplos (141) e (142) como substantivo, com gênero feminino e número plural no português brasileiro. Na língua de origem também se pode empregar como substantivo, porém, nesse caso o item lexical deve ter o gênero masculino. Podemos supor que o uso do gênero feminino no português vem da tradução equivalente, *necessidade*, a qual possui o gênero feminino.

A unidade lexical do exemplo (143) *meunière* também vem do francês e, neste idioma, se usa como feminino. No entanto, na revista brasileira apareceu como substantivo masculino.

No que se refere à categoria de número, os itens lexicais desta fase mantêm a mesma flexão do número da língua doadora, seja inglês ou francês. Os seguintes exemplos provêm do inglês:

- (144) (...) até chill-outs nos fins de semana com DJ. (*Vogue Brasil* 311, p.20, grifo nosso)
- (145) (...), dividem com você os best buys da temporada (*Vogue Brasil* 310, p.128, grifo nosso)
- (146) Precusores dos modenos punks, dos darks, (...) (*Vogue Brasil* 312, p.50, grifo nosso)
- (147) A explicação talvez seja a dada para todos os its de uma estação (...) (*Vogue Portugal* 19, p.72, grifo nosso)
- (148) Ele é um dos grandes insiders da moda americana, (...) (*Vogue Portugal* 18, p.106, grifo nosso)
- (149) (...) (que pode até ser feita em eficientes city tours, ...) (*Elle Brasil* 8, p.141, grifo nosso)
- (150) Na saleta: muito branco e coffee table books. (*Elle Brasil* 8, p.24, grifo nosso)
- (151) (...), autor de culto dos comics americanos (...) (*Elle Portugal* 186, p.92, grifo nosso)
- (152) (...) um recorde de mails recebidos (...) (*Elle Portugal* 190, p.44, grifo nosso)

Veremos agora os exemplos do francês.

- (153) As roupas, sapatos, bijoux, logo, croquis do convite (...) (*Vogue Brasil* 311, p.122, grifo nosso)
- (154) Inspirado nos elegantes châteaux da França, (...) (*Vogue Brasil* 311, p.215, grifo nosso)
- (155) (...) o desejo de princesas ou de femmes fatales (*Vogue Brasil* 313, p.170, grifo nosso)
- (156) (...) o Kapani Lodge é composto por chalets espaçosos (...) (*Vogue Portugal* 22, p.137, grifo nosso)
- (157) Em alternativa aos chignons e outros apanhados requintados, (...) (*Vogue Portugal* 17, p.88, grifo nosso)
- (158) Batatas soufflées são: (...) (*Elle Brasil* 5, p.78, grifo nosso)
- (159) Diana Pereira veste fuseaux de lycra branco (...) (*Elle Portugal* 186, p.161, grifo nosso)
- (160) (...) vestido bordado a paillettes e corais, (...) (*Elle Portugal* 186, p.178, grifo nosso)

É interessante ressaltar que algumas unidades lexicais, que já constam nos dicionários utilizados para a nossa pesquisa, apareceram com o gênero distinto do que está registrado nos ditos dicionários. Isto prova que o gênero da unidade lexical emprestada ainda não está totalmente fixo.

(161) (...) e uma incrível jukebox antiga. (*Elle Brasil* 4, p.149, grifo nosso)

(162) Dei algumas orientações e peguei um composite. (*Vogue Brasil* 306, p.18, grifo nosso)

(163) Apesar de a gigantesca bola de boate e fibras ópticas suspensas sobre a passarela sugerirem uma fantástica rave adolescente, (...) (*Vogue Brasil* 306, p.137, grifo nosso)

As três unidades lexicais acima mencionadas apareceram nas revistas do Brasil: *jukebox*, *composite* e *rave*. Estas estão registradas no dicionário *Houaiss* (2001) como substantivos masculino, feminino e masculino respectivamente. Porém, no *corpus* apareceram com o gênero diferente do registrado no dicionário. No *Aurélio* (1999) consta somente o item *juke-box*, hifenizado, cujo gênero é registrado como feminino, igual ao do exemplo (161), mas com a grafia diferente.

Ocorreram também dois casos não dicionarizados que apresentaram ambos os gêneros, tanto masculino como feminino. Os primeiros dois exemplos são da edição brasileira e os últimos dois são da portuguesa.

(164) (...) para customização dos jeans dos clientes Carmim no flagship da marca na Rua Oscar Freire, Jardins. (*Vogue Brasil* 308, p.50, grifo nosso)

(165) No Rio, o projeto funciona na nova flagship da marca, (...) (*Vogue Brasil* 311, p.20, grifo nosso)

(166) Muitas vezes são a ponta-de-lança da street wear. (*Vogue Portugal* 18, p.153, grifo nosso)

(167) (...) mais orientadas para o streetwear, (...) (*Vogue Portugal* 22, p.49, grifo nosso)

Nos exemplos (164) e (165), a unidade lexical proveniente do inglês possui o sentido de *flagship*, que literalmente significa o navio que carrega o comandante de uma força naval. No entanto, nos contextos destes exemplos o item inglês possui o sentido distinto do literal, mas sim no sentido que denomina líder ou exemplar de uma marca. Se apareceu como feminino, o gênero deve ter se originado da tradução, isto é, *marca líder*. Por outro lado, no exemplo (164), a unidade adotou o gênero não-marcado (o masculino), o que é natural ao ser utilizada

a unidade lexical de um idioma em que não existe a categoria de gênero, como é o caso do inglês.

O mesmo fenômeno ocorreu nas edições portuguesas com o item lexical *streetwear*. Um dos exemplos acima referidos preferiu o masculino, ao passo que o outro tomou o gênero da tradução do item, que é roupa para se usar na rua.

Podemos citar alguns casos em que não ocorreu a concordância nominal como se observa nos seguintes exemplos:

(168) (...) ambientes que lembram filmes noir. (*Elle Brasil* 5, p.167, grifo nosso)

(169) (...) três hotéis chiques, mas cool. (*Elle Portugal* 187, p.217, grifo nosso)

(170) (...) sabe dizer quais as mais trendy (para as modernas, (...)) (*Ele Brasil* 7, p.61, grifo nosso)

O galicismo *noir* foi empregado como adjetivo na revista *Elle Brasil*, modificando o substantivo plural masculino, *filmes*. O adjetivo francês teve concordância de gênero com o substantivo, mas não de número. De acordo com a gramática francesa a forma correta do adjetivo seria *noirs*. Nem houve concordância conforme as regras de número no português. Assim, podemos considerar que faltou a concordância do número, ao ser empregado no português.

Do mesmo modo, as unidades da origem inglesa dos exemplos (169) e (170) foram utilizadas como adjetivo no português. Embora exista a categoria de número em ambas as línguas tanto de origem quanto receptora, não ocorreu a concordância de número. Isto deve ser pelo fato de que no inglês os adjetivos não flexionam. Mesmo que este esteja em plural, aquele mantém no singular. Assim, podemos pensar que *cool* e *trendy* mantiveram-se no singular consoante as normas gramaticais do inglês.

O fato de faltar concordância leva-nos a acreditar que o processo de integração do item lexical estrangeiro ainda está no caminho, pois os itens não estão inseridos por completo no sistema lingüístico da língua receptora. Existe também a possibilidade de que estes adjetivos estejam sendo usados como substantivos adjetivados, onde não há necessidade de ajustar a concordância, ou como adjetivos que possuem dois números, como por exemplo a unidade lexical *sexy* em “mulheres sexy”.

4.2.4 Fase de transformações progressivas

Esta fase caracteriza-se pelo aparecimento das grafias alternadas e pela possibilidade de composição e prefixação em base nas unidades lexicais estrangeiras.

Os seguintes exemplos são de origem inglesa que passaram pela modificação gráfica:

- (171) (...), é estilista de moda masculina e a dupla de fashion lovers se diverte criando looks um no outro para dançar house e eletro (...) (*Vogue Brasil* 308, p.66, grifo nosso)
- (172) (...) noite adentro ao som de tecno, (...) (*Vogue Brasil* 311, p.189, grifo nosso)
- (173) (...) que inclui tecnopop, o reggae-dub, e o rock. (*Vogue Portugal* 21, p.58, grifo nosso)
- (174) (...), influenciada pelo sportswear, (...) (*Vogue Portugal* 18, p.88, grifo nosso)
- (175) A de Alice, mais teen, de tenager. (*Vogue Brasil* 311, p.44, grifo nosso)
- (176) O que a deixa de mau humor? Wanabes, arrogância. (*Vogue Brasil* 311, p.10, grifo nosso)
- (177) (...) com a ajuda de poloroids e do look book. (*Elle Portugal* 186, p.70, grifo nosso)

O gênero musical *electro*³³ é um estilo eletrônico de *hip hop* surgido nos anos 80. O termo originou-se do inglês e ao entrar no português, houve a queda de uma consoante *c*, formando *eletro*.

Da mesma forma, um outro estilo musical eletrônico que nasceu nos meados dos anos 80 em Detroit, nos Estados Unidos, *techno*³⁴ passou pelo mesmo processo lingüístico que *eletro*. Aquela unidade lexical teve a queda de uma *h* e se formou *tecno* em português. Esse processo acontece comumente com os itens lexicais que sofrem a queda de consoantes mudas tais como atual, objetivo, eletricidade, etc.

Technopop, também chamado *electropop*³⁵ é a forma de *synthpop* que é feito com o sintetizador, e popularizado de 1978 a 1981. Da composição aglutinada de *techno* e *pop* proveio o nome deste gênero musical. A unidade *tecnopop* passou pelo processo igual à do exemplo (173).

Como podemos observar no exemplo (174), a unidade lexical oriunda do inglês *sportswear*, ocorreu na edição portuguesa da *Vogue*. O item lexical significa originalmente a

³³ http://en.wikipedia.org/wiki/Electro_%28music%29

³⁴ <http://en.wikipedia.org/wiki/Techno>

³⁵ <http://en.wikipedia.org/wiki/Electropop>

roupa para a prática de esportes, e também é utilizado para a vestimenta informal do dia-a-dia. A formação da unidade é a aglutinação de dois itens lexicais *sports* e *wear*. No entanto, ao ser empregado no português, *sports*, que se usa geralmente em plural na língua de origem, perdeu a desinência de número e se juntou com *wear*. Daí, criou-se *sportwear*. Devemos ressaltar que nesta edição das revistas houve também a forma *sportswear*, a forma igual à do inglês. Portanto, concorrem duas formas.

Tenager, do exemplo (175) provêm do item lexical original do inglês, *teenager*, cujo significado é jovem adolescente com 13 a 19 anos de idade. Esta forma já é dicionarizada nos dicionários do Brasil. Por outro lado, existe também a forma abreviada *teen*, que possui o mesmo sentido que *teenager*. No nosso *corpus* houve dois exemplos com a forma abreviada ainda não dicionarizada. Ao ser utilizado no português, este item lexical recebe os dois gêneros dependendo do sexo da pessoa em questão:

(178) Anaïs Anaïs, o “primeiro perfume” de todas as teens (*Vogue Brasil* 306, p.29, grifo nosso)

(179) É que, no frigir dos ovos, os teens e jovens (...) (*Vogue Brasil* 310, p.26, grifo nosso)

Um fato interessante é que no *corpus* houve um caso com a forma *tenager*. Podemos considerar que o item se aproximou fonética e graficamente ao português com a redução de uma vogal *e*, a qual não afeta a pronúncia do item lexical no português.

Outra unidade lexical que sofreu a redução de uma das duas letras seguidas é *wanabes* proveniente do inglês. Originalmente este substantivo escreve-se *wannabe* e significa uma pessoa que tenta ser como alguém ou integrar-se num grupo determinado de pessoas. No inglês, representa a pronúncia de *want to be*. No *corpus* houve a forma *wanabe*, a qual podemos pensar que teve uma certa aproximação da fonética e grafia do português. Entretanto, simultaneamente ocorreu um exemplo com *wannabe*, tendo a função de um substantivo feminino singular como se vê na seguinte frase:

(180) (...), tornando-me uma wannabe – as meninas que queriam ser como a Madonna. (*Vogue Brasil* 312, p.20, grifo nosso)

Para denominar a fabricação e distribuição de câmeras e filmes fotográficos usa-se *polaroid* em inglês. Provem do nome da marca registrada *Polaroid Corporation*. No entanto, ocorre com certa frequência a forma *poloroid* já em inglês, sendo a forma não dicionarizada.

Talvez pelo uso de duas formas na língua de origem, no nosso *corpus* coexistem tanto *poloroid* como *polaroid* que ocorreu na *Vogue Brasil*:

(181) Coleciona o quê? Polaroids. (*Vogue Brasil* 311, p.10, grifo nosso)

Quanto aos exemplos do francês, são os seguintes:

(182) (...) com o chifon e o tule, (...) (*Vogue Brasil* 313, p.103, grifo nosso)

(183) Vestido em chifon de seda estampado (...) (*Elle Portugal* 186, p.28, grifo nosso)

(184) (...) e todos os detalhes de coqueterie como laços, (...) (*Vogue Portugal* 16, p.116, grifo nosso)

(185) Salopetes em cetim de seda, (...) (*Vogue Portugal* 17, p.137, grifo nosso)

(186) As pailletes, não importa a cor de verniz escolhida, (...) (*Vogue Portugal* 15, p.67, grifo nosso)

(187) (...) caoutchou vulcanizado, aço polido, ouro, (...) (*Vogue Portugal* 18, p.86, grifo nosso)

(188) Troque os brilhos pelo movimento de tecidos como georgette e musseline. (*Elle Brasil* 8, p.34, grifo nosso)

(189) (...) um humilde vestido de musseline (chamado de Gaulle) e (...) (*Vogue Brasil* 313, p.165, grifo nosso)

(190) Uma inovação oposta à art nouveau que todos faziam (...) (*Elle Brasil* 4, p.45, grifo nosso)

(191) Alcachofras com vinagrete. (*Elle Portugal* 187, p.114, grifo nosso)

(192) Alcachofras com vinagrette, (...) (*Elle Portugal* 187, p.113, grifo nosso)

(193) A modelo que investe todo o tempo livre nos jogos de póquer e que regressou às passareles é hoje a imagem da Fendi. (*Vogue Portugal* 14, p.81, grifo nosso)

(194) E põem as passereles da Primavera/Verão num alvoroço. (*Vogue Portugal* 16, p.35, grifo nosso)

(195) O esplendor da Art Deco revisitado e (...) (*Vogue Portugal* 16, p.26, grifo nosso)

(196) Galheteiro Art Deco com base em prata portuguesa, (...) (*Vogue Portugal* 17, p.170, grifo nosso)

(197) carteira com franjas metalizadas e fecho decó. (*Elle Portugal* 186, p.35, grifo nosso)

(198) Acho mesmo que o baton é um acessório indispensável (...) (*Vogue Portugal* 17, p.19, grifo nosso)

(199) Toalha de praia Mosaique em algodão, (...) (*Vogue Portugal* 15, p.26, grifo nosso)

- (200) Inocentes, cintados, cobertos de motivos naífs ou mais figurativos, (...) (*Elle Portugal* 188, p.122, grifo nosso)
- (201) Entre no jogo de tons degradê. (*Elle Brasil* 5, p.136, grifo nosso)
- (202) Óculos com lentes degradées e armação metálica, (...) (*Elle Portugal* 189, p.36, grifo nosso)
- (203) (...): túnica de veludo devorê Doc Dog. (*Elle Brasil* 6, p.20, grifo nosso)
- (204) Casaco em cetim e saia evasée em tule (...) (*Elle Portugal* 189, p.30, grifo nosso)
- (205) “Procurei criar um perfume que transmitisse a essência da cachemira preta: densa e misteriosa, com uma textura sensual. (*Vogue Portugal* 14, p.14, grifo nosso)

O mais freqüente foi a queda de consoantes mudas: chifon, coqueterie, salopetes, pailletes, caoutchou, musseline, art nouveau.

No *corpus* ocorreu algumas vezes a unidade oriunda do francês *chiffon*, e ao mesmo tempo a forma *chifon* apareceu nas revistas *Vogue Brasil* e *Elle Portugal*, como nos exemplos (182) e (183). A segunda forma teve a queda de uma das consoantes seguidas, adaptando-se ao sistema ortográfico do português.

O mesmo processo ocorreu nos exemplos (184), (185) e (186). As três unidades lexicais originalmente francesas *coquetterie*, *salopettes* e *paillettes* tiveram a perda de uma das consoantes duplas formando respectivamente *coqueterie*, *salopetes* e *pailletes* em português.

O item lexical do exemplo (187), *caoutchou*, cujo significado é borracha, formou-se da forma original *caoutchouc*, perdendo a última consoante muda.

Aconteceu o mesmo processo na unidade lexical *musseline*, que vem da forma francesa *mousseline*. Podemos supor que houve a adaptação fonética e em seguida gráfica, visto que caiu a consoante, a que não se lê no francês. No entanto, apesar de estar na mesma circunstância que *musseline*, o item *art nouveau* não passou pelo mesmo processo. Este não teve a influencia fonética de francês e sim a ortográfica da unidade lexical portuguesa *novo*. Se tivesse passado pelo mesmo processo que *musseline*, devia ter formado a unidade *art nuveau*, não *art nouveau*.

Da unidade lexical *vinaigrette* deu origem a *vinagrete*, forma utilizada com mais frequência no Brasil. Em Portugal, está registrada a forma *vinagreta*. No *corpus* ocorreu tanto a forma *vinagrete* como *vinagrette* na edição portuguesa.

A passagem por onde desfilam modelos é passarela em português. No *corpus* houve tanto a forma francesa *passerelle* quanto as formas *passarelles* e *passereles*, as quais podemos considerar erro do redator que talvez pretendesse transmitir um toque de distinção social e prestígio, mas misturou a ortografia das unidades francesa e portuguesa.

O nome do estilo de *design* que surgiu após *art nouveau* e que influenciou as artes decorativas nos anos 20 e 30 na Europa e nos Estados Unidos, provém do francês *Art Déco* com acento agudo. No entanto, no *corpus* houve também a forma sem acento como nos exemplos (195) e (196). É possível pensar que esta forma sem acento veio pelo inglês ou também se pode supor que perdeu o acento ao entrar no português.

Houve alguns casos com a perda ou alteração do acento: *baton*, *Mosaique*, *naïf* e *neon*. O galicismo *batom* é a forma registrada no dicionário de português. A forma original francesa é *bâton*. No nosso *corpus* houve um caso com a forma *baton* sem acento.

Quanto aos itens lexicais *Mosaique* e *naïf* dos exemplos (199) e (200), a vogal *i* destes tem o trema *ï*, o qual não existe no português, formando *Mosaique* e *naïf*, no entanto, ao serem empregados no português, o primeiro item perdeu o trema e o segundo o substituiu pelo acento agudo.

A alteração gráfica que aconteceu com certa frequência foi a dos adjetivos do francês tais como *degradê*, *degradées*, *devorê* e *evasée*. As unidades lexicais *degradê* e *devorê* tiveram o mesmo processo. A primeira, que modifica um substantivo masculino em plural, devia ser *dégradés* de acordo com as regras gramaticais do francês. Porém, a forma do exemplo (201) perdeu a acentuação francesa e se formou dentro do sistema fonético do português, colocando o acento circunflexo na última vogal, que se lê fechada. Além da modificação fonética, não houve a concordância de número. Com *devorê* ocorreu a mesma alteração fonética: esta deveria ser *dévoré* se seguir a norma da gramática francesa.

No exemplo (202), o adjetivo francês concordou com *lentes* somente o número, mas não o gênero. Se este modifica um substantivo masculino, deve ser *degradé* e não *degradée* como está no texto. Ainda fazendo concordância com o número, deveria ser *degradés*.

Por outro lado, o item lexical *evasée* do exemplo (204) concorda tanto com o número quanto o gênero. No entanto, o acento na primeira vogal *e* caiu e ficou apenas na segunda *e*. Apesar de que as duas vogais sejam fechadas no francês, no português europeu deixou a influência gráfica do francês mas não a fonética.

No exemplo (205), o item lexical *cachemira* é registrado nos dicionários de Portugal como a forma original *caxemira*, que é um topônimo. Todavia, houve a substituição gráfica do fonema fricativo alveopalatal desvozeado *x* pelo *ch*, como se observa no anglicismo *xampu* e *champô*.

O número de ocorrências dos casos com grafia alterada de cada idioma em cada revista é apresentado no seguinte quadro:

Tabela 15: Casos com grafia alterada dentro do total para cada língua analisada por tipo de revista.

Tipo de revista	Inglês	Francês	Total
Vogue Brasil	4 / 465	2 / 129	6 / 594
Vogue Portugal	2 / 388	11 / 128	13 / 516
Elle Brasil	0 / 161	4 / 39	4 / 200
Elle Portugal	1 / 194	7 / 40	8 / 234

Além dos casos que acabamos de ver, houve outros casos em que podemos considerar que a grafia se alterou pelo erro dos redatores:

(206) Pulseira em plexiglass, (...) (*Elle Portugal* 189, p.28, grifo nosso)

(207) O que diferencia, afinal, a alta-costura do prêt-a-porter? (*Elle Portugal* 187, p.26, grifo nosso)

(208) (...) e corsários tye dye da Prada). (*Vogue Portugal* 21, p.42, grifo nosso)

(209) Sofá e pouffs, Fuji e Moon, coleção lúdica da Mogu (...) (*Elle Portugal* 189, p.230, grifo nosso)

(210) Vestido-corset em voille, tule e renda de seda, (...) (*Vogue Portugal* 19, p.222, grifo nosso)

(211) Um tromp l'oeil bem conseguido por Guilherme Mata (...) (*Vogue Portugal* 15, p.41, grifo nosso)

(212) (...) fez dele um bon vivante sem limites. (*Vogue Portugal* 22, p.42, grifo nosso)

A primeira unidade lexical *plexiglass*, que é a marca registrada, escreve-se *plexiglas* com somente um *s*. No *corpus*, mais especificamente nas revistas portuguesas apareceram ambas as formas.

Houve um caso em que o item lexical francês *prêt-à-porter* apareceu no português europeu sem acento grave na vogal *a*.

Quanto ao método de produzir padrões têxteis, *tie dye*, apareceu no exemplo (208) como *tye dye*. Esta forma não está registrada nos dicionários de inglês, no entanto, esse erro já ocorre com frequência na língua de origem, sendo influenciado pela ortografia do segundo elemento.

No exemplo (209) da *Elle Portugal*, o item lexical de origem francesa *pouff* deveria ser *pouf* conforme a ortografia francesa ou *pouffe* como se usa no inglês. Nos dicionários do Brasil já está registrado como *pufe*.

O item lexical do francês apareceu no exemplo (210) na forma *voille*, cuja original é *voile*.

No seguinte exemplo, o item lexical do francês *trompe l'oeil* foi empregado sem o vogal *e* *tromp l'oeil*.

O item lexical francês *bon vivante* não teve a concordância de gênero, pois o adjetivo *bon* é da forma masculina ao tempo que o substantivo *vivante* é feminino.

Todos os exemplos foram encontrados nas edições portuguesas e a maioria destes são da língua francesa. Podemos considerar erros, porque a alteração não ocorreu de acordo com as regras ortográficas do português. Vê-se que os redatores tratam de aproximar à grafia francesa.

Quando a língua de origem possui as categorias de gênero como no caso do francês, as unidades lexicais provenientes dessa língua costumam manter o seu gênero original. Porém, o seguinte exemplo mostra o gênero distinto do da língua original.

(213) Deite-o sobre os papillotes. (*Elle Portugal* 189, p.242, grifo nosso)

No exemplo (213), a unidade lexical de origem francesa é empregada no sentido de comida que se prepara envolta em papel alumínio. No francês, ela possui o gênero feminino. Ao ser usada no português europeu, esta tomou o gênero não-marcado, ou seja, o masculino.

Os casos de composição ocorreram tanto em base nas unidades lexicais já dicionarizados, como nas que ainda não incorporadas. Citamos primeiro os casos ligados:

(214) Criação do sunkini. (*Vogue Brasil* 307, p.24, grifo nosso)

(215) (...), que a impulsionou para aquilo que alguns chamaram de telecotecno, Elza Soares chega retumbante e (...) (*Vogue Brasil* 306, p.52, grifo nosso)

O item lexical *sunkini* apareceu na *Vogue Brasil* como substantivo masculino. Esta forma ainda não está registrada nos dicionários do Brasil, mas podemos calcular que ele veio da fusão de *sunga* e *bikini* e que é usado exclusivamente pelo público feminino. De acordo com a revista, a criação do *sunkini* está datada em 1992. O que difere do biquíni é que a parte inferior é sunga em lugar de uma calcinha.

O *telecotecno* é criado para designar o estilo musical da cantora *Elza Soares*. É uma versão de sambas clássicos no universo eletrônico.

Citamos agora os casos hifenizados. Alguns surgem da união de um elemento estrangeiro e outro português, enquanto outros surgem da união de duas línguas estrangeiras em que um dos elementos já sofreu a adaptação ao português. Vejamos os exemplos colhidos do *corpus* e alguns comentários.

(216) Os primorosos e etéreos vestidos de Versace em tons nacarados de lilás, verde-acinzentado, azul-gelo e pink-rubro claramente se destinam (...) (*Vogue Brasil* 306, p.133, grifo nosso)

(217) Pense em vestidos frente-única vermelho-tomate, short pink-ácido, (...) (*Elle Brasil* 7, p.132, grifo nosso)

(218) Sobreposição: top-biquíni por baixo de regata (...) (*Vogue Brasil* 312, p.18, grifo nosso)

(219) (...): top-espartilho em organza com mini frou-frou (...) (*Elle Portugal* 188, p.229, grifo nosso)

(220) Personificada pela top-musa Daniela Sarahyba (...) (*Vogue Brasil* 307, p.129, grifo nosso)

(221) No kits com gloss, batom e máscara de cílios seu presente é um glamouroso porta-maquagem (*Vogue Brasil* 306, p.31, grifo nosso)

(222) A Dior foi a primeira a lançar um porta-iPod, (...) (*Elle Brasil* 8, p.75, grifo nosso)

(223) Mini-espelho e porta-post-it (abaixo): á venda no novo site. (*Elle Brasil* 8, p.71, grifo nosso)

- (224) (...) desenhou vestidos-corsets para a casa Rochas. (*Vogue Portugal* 18, p.36, grifo nosso)
- (225) Vestido-smoking em tule de seda. (*Vogue Portugal* 14, p.32, grifo nosso)
- (226) (...), cuja textura em gel-creme, (...) (*Elle Portugal* 188, p.164, grifo nosso)
- (227) (...) a grife francesa se rende ao índigo-blue. (*Elle Brasil* 7, p.134, grifo nosso)
- (228) (...) sua forma em acrobacias no surfe, no surfe-ski, e no wakeboard. (*Vogue Brasil* 307, p.58, grifo nosso)
- (229) Que os sites de cyber-dietas oferecem informação sobre nutrição, (...) (*Vogue Brasil* 310, p.113, grifo nosso)
- (230) Ken Watanabe convenceu como guerreiro-cool (...) (*Elle Portugal* 186, p.62, grifo nosso)
- (231) (...) abriu o seu atelier-showroom-salão (...) (*Elle Portugal* 187, p.214, grifo nosso)
- (232) Complete o look com o produto-star da maquilhagem (...) (*Elle Portugal* 189, p.156, grifo nosso)
- (233) (...) algumas das frases estampadas nas camisetas-outdoor de idéias modernas (...) (*Elle Brasil* 6, p.65, grifo nosso)
- (234) Em baixo, desenho de Rouge Baiser, o bâton-sucesso das décadas de 1930 a 1950, (...) (*Vogue Portugal* 16, p.43, grifo nosso)
- (235) A campanha da Spezzato, que Richardson fez com fotos de alto teor sexy-erótico, (...) (*Vogue Brasil* 307, p.38, grifo nosso)
- (236) (...) que fazem parte desse shopping-grife vale a pena. (*Vogue Brasil* 313, p.190, grifo nosso)
- (237) Com a época dos desfiles-shows chegando ao fim, (...) (*Vogue Brasil* 307, p.22, grifo nosso)
- (238) (...), que invadem o mercado de grifes com ícones do submundo pornô-chique, (...) (*Vogue Brasil* 307, p.118, grifo nosso)
- (239) O NOVO URBANO-CHIQUE (*Vogue Portugal* 17, p.58, grifo nosso)

Os primeiros exemplos (216) a (220), *pink-rubro*, *pink-ácido*, *top-biquíni*, *top-espartilho* e *top-musa* todos foram colhidos das edições brasileiras. Estes itens lexicais são constituídos pela união de um elemento estrangeiro com um outro de português.

Quanto aos exemplos com *top*, há três significados distintos: os primeiros dois exemplos com o sentido de peça de roupa que cobre a parte superior do corpo; o terceiro exemplo com o sentido de posição mais elevada numa determinada classificação; o último exemplo com o

sentido de *top-model*. O primeiro dos três significados já está incorporado no *Houaiss* (2001), enquanto os outros ainda não estão dicionarizados.

Os exemplos porta-maquagem, *porta-iPod* e *porta-post-it* foram todos criados com o elemento *porta-* que traz o sentido de portar, levar. Nenhum dos três consta nas edições brasileiras. Quanto ao elemento de base *maquagem* já está integrado no português, enquanto *iPod* e *post-it* ainda não são registrados nos dicionários. *iPod* é um reproduutor de música digital com tela em preto e branco ou a cor e um disco rígido, variando de tamanho e função, criado pela companhia Apple. Este item lexical apareceu várias vezes ao longo da pesquisa em todas as revistas e chegou a ser criada uma palavra composta, *porta-iPod*.

Quanto a *post-it*, é uma pequena folha com um adesivo de fácil remoção atrás, que serve para escrever notas. É uma marca registrada pela companhia 3M³⁶. Este item lexical também, como *iPod*, não está dicionarizado, no entanto, já ocorreu um exemplo composto *porta-post-it*.

Os exemplos (224) e (225) foram criados com a unidade lexical portuguesa *vestido*. Um é com um item francês, formando *vestidos-corsets* e o outro é com inglês, *vestido-smoking*.

Em relação aos exemplos tais como gel-creme, surfe-ski, guerreiro-cool, atelier-showroom-salão, produto-star, sexy-erótico, shopping-grife, desfiles-show, pornô-chique e urbano-chique, os elementos estrangeiros que constituem o composto já sofreram algum tipo de adaptação ao português e já estão dicionarizados. Desse modo, podemos considerar que os itens compostos foram criados dentro do acervo lexical do português.

No que se refere aos exemplos *indigo-blue*, *cyber-dietas* e *bâton-sucesso* *camisetas-outdoor*, um dos elementos constituintes da palavra composta ainda não está registrado nos dicionários. No caso do último exemplo, a unidade lexical *outdoor* é registrada com o sentido de *outdoor advertising* e não no sentido de exterior da casa.

As seguintes são as unidades lexicais que se formam compostas, mas graficamente separadas:

(240) (...), responsáveis pelo divertido subversões (agora em nova versão, Social Clubber), um pocket show que desde 1991 faz rir (...) (*Vogue Brasil* 306, p.54, grifo nosso)

³⁶ 3M Company, formalmente Minnesota Mining and Manufacturing Company até 2002, é uma companhia estado-unidense com presença mundial. (<http://en.wikipedia.org/wiki/3M>)

- (241) Tudo num clima casual chique. (*Vogue Brasil* 311, p.174, grifo nosso)
- (242) (...), nossa prévia de outono-inverno junta o casual sexy (...) (*Vogue Brasil* 308, p.13, grifo nosso)
- (243) (...) a casual chic da Tod's e Hogan, marcas do megaempresário (...) (*Elle Brasil* 7, p.64, grifo nosso)
- (244) (...) quem dirá um casual sex tipo Samantha em *Sex and the city*. (*Elle Brasil* 3, p.62, grifo nosso)
- (245) Uma aula de cardio-kickboxing de nível alto. (*Vogue Portugal* 18, p.126, grifo nosso)
- (246) (...) banho turco e sala de cardio-fitness, (...) (*Elle Portugal* 188, p.156, grifo nosso)
- (247) (...) cores vibrantes de um colar etno-chic (...) (*Elle Portugal* 187, p.94, grifo nosso)
- (248) (...) no guarda-roupa de seu novo homem, um neodândi que admira (...) (*Vogue Brasil* 311, p.67, grifo nosso)
- (249) (...), o faz com high technology e (...) (*Vogue Brasil* 311, p.60, grifo nosso)
- (250) (...) uma verdadeira súmula do nu jazz em versão de salão, (...) (*Vogue Portugal* 20, p.64, grifo nosso)
- (251) Na estação passada o charm bracelete da Louis Vuitton virou febre. (*Elle Brasil* 5, p.30, grifo nosso)
- (252) A difícil saia balonê (Zoomp) apareceu em quase todos os desfiles. (*Elle Brasil* 8, p.99, grifo nosso)
- (253) (...) calças de ganga da Levis e um top neon", (...) (*Vogue Portugal* 22, p.17, grifo nosso)
- (254) Embora Bowles rejeitasse a ligação com a "geração beat", (...) (*Elle Portugal* 190, p.142, grifo nosso)
- (255) As saias pencil também são fundamentais, (...) (*Elle Portugal* 188, p.122, grifo nosso)

A unidade lexical *casual* no sentido de estilo informal foi a unidade que contribuiu mais para a formação dos compostos, criando as unidades lexicais tais como *casual chique*, *casual diva*, *casual sexy*, *casual chic* e *casual sex*. O item proveniente do francês *chic* apareceu tanto em sua forma original como aportuguesada.

Com o elementos de composição *cardio-* também ocorreram duas unidades lexicais *cardio-kickboxing* e *cardio-fitness* nas edições portuguesas. Ambas as unidades juntaram-se com os substantivos do inglês, sem adaptação ao português. Nenhum dos dois itens ingleses está registrado nos dicionários de Portugal.

Ainda houve elementos de composição *etno-* e *neo-* que formaram *etno-chic* e *neodândi*, como podemos observar nos exemplos (247) e (248). No exemplo (247), o item lexical composto foi formado com o galicismo *chic* na sua forma original, ao passo que o item do exemplo (248) foi criado com o anglicismo *dândi*, que sofreu as adaptações fonética e gráfica, e já está integrado no léxico do português brasileiro.

No exemplo (249), a unidade lexical *high technology* já está registrada no *Houaiss* (2001), todavia, a forma que apareceu neste exemplo teve a perda da consoante *h*. Esta queda deve ter passado devido à consoante muda. Outra alteração gráfica foi com saia balonê do exemplo (252). O item proveniente do francês está dicionarizado no referido dicionário com a forma de *balonet*. Neste exemplo também ocorreu o mesmo processo que *tecnology*, tendo a queda da consoante muda, a *t* final e acentuando-se na última vogal *e*.

Os exemplos tais como *charm bracelete*, *top néon*, *geração beat*, *saias pencil*, tiveram um dos elementos estrangeiros que manteve a forma original.

O item lexical *nu jazz* no (250) foi empregado diretamente do inglês, no qual *nu* é usado como forma abreviada de *new*. *Nu jazz* é um gênero musical que derivou do jazz e eletrônica nos finais de 90. Ao ser utilizado no português, o item tomou o gênero masculino, o não-marcado.

Houve vários casos formados pela composição de um prefixo. O mais produtivo foi *ultra-* e *super-*, como podemos ver nos seguintes exemplos:

ultra-

- (256) Agora, para ser hype, hype mesmo, para ser ultracool, para ser ultratrendie, a senha é Rogan. (*Vogue Brasil* 306, p.18, grifo nosso)
- (257) (...) para o lançamento da sempre esperada edição do Calendário Pirelli, que virou objeto ultrafashion nos últimos anos (...) (*Vogue Brasil* 306, p.43, grifo nosso)
- (258) Roupas ultraglamorosas sugeriam o guarda-roupa de uma Marlene Dietrich moderna (*Vogue Brasil* 306, p.134, grifo nosso)
- (259) (...), estilo ultrapop dão o molho (...) (*Vogue Brasil* 308, p.50, grifo nosso)
- (260) Agora, para ser hype, hype mesmo, para ser ultracool, para ser ultratrendie, a senha é Rogan. (*Vogue Brasil* 306, p.18, grifo nosso)
- (261) (...) como o tie-dye usadas como efeito decorativo em look ultra-urbano-chique com sabor anos 50 (Prada) (*Vogue Brasil* 306, p.79, grifo nosso)
- (262) O charme ultrachique de umas férias no Mediterrâneo. (*Vogue Portugal* 16, p.26, grifo

nosso)

- (263) Compacto de sombras ultra-chique, (...) (*Vogue Portugal* 17, p.94, grifo nosso)
- (264) Quer uma lingerie ultrasexy? (*Elle Brasil* 4, p.149, grifo nosso)
- (265) Prepare-se para um inverno ultrachic. (*Elle Brasil* 3, p.117, grifo nosso)
- (266) Ultra-fashion, sobre a parte de baixo de um biquini. (*Elle Portugal* 187, p.96, grifo nosso)
- (267) Ultra-chic, o alfinete de ombro sobre um top. (*Elle Portugal* 187, p.96, grifo nosso)
- (268) (...) em lojas de segunda mão ultrachiques (...) (*Elle Portugal* 188, p.124, grifo nosso)

super-

- (269) (...) e que circula com a top, versão superblondie, com figurino tipo macho man. (*Vogue Brasil* 307, p.57, grifo nosso)
- (270) Ele é superfashion, stylist, nada a ver com carioca, (...) (*Vogue Brasil* 308, p.66, grifo nosso)
- (271) (...), a superbutique comandada por Eliana (...) (*Vogue Brasil* 312, p.116, grifo nosso)
- (272) Butique supercool no Soho. (*Elle Brasil* 4, p.150, grifo nosso)
- (273) “As clientes daqui são superfashion”, (...) (*Elle Brasil* 4, p.44, grifo nosso)
- (274) (...) um vestido de noite superglamouroso. (*Elle Brasil* 8, p.126, grifo nosso)
- (275) (...) ganharam este superkit de produtos Vichy. (*Elle Brasil* 5, p.15, grifo nosso)
- (276) Fica supersexy”, acrescenta Saulo Fonseca. (*Elle Brasil* 3, p.99, grifo nosso)
- (277) (...) com um apelo super-sexy. (*Elle Brasil* 3, p.102, grifo nosso)
- (278) Um cinto fino de metal ou pérola sobre o lenço fica superchic. (*Elle Brasil* 5, p.36, grifo nosso)

Como acabamos de ver os exemplos acima mencionados, os dois prefixos apresentaram tanto caráter substantival como adjetival.

Biderman menciona no seu artigo editado no simpósio de RITerm realizado em 1996, intitulado “O sistema e a norma lingüística e a práxis das línguas de especialidade”³⁷, que no português contemporâneo, os prefixos *hiper-* e *mega-*, provenientes do grego, estão sendo descaracterizados, e que estes prefixos estão substituindo outros prefixos latinos como *super-* e *ultra-*. Como afirma a autora, no nosso *corpus* ocorreram mais exemplos com *super-* e

³⁷ <http://www.riterm.net/actes/5simposio/camargo.htm>

ultra- do que com *hiper-* e *mega-*. Até que houve sete casos com *mega-*, no entanto, com *hiper-* houve apenas um exemplo, como se seguem:

mega-

- (279) (...), a megabutique de marcas importadas do Paris, (...) (*Vogue Brasil* 309, p.173, grifo nosso)
- (280) Você já raspou a cabeça, usou megahair, ficou morena. (*Elle Brasil* 7, p.89, grifo nosso)
- (281) O Serravalle é o primeiro megaoutlet italiano, (...) (*Elle Brasil* 7, p.64, grifo nosso)
- (282) (...) – um dos megashoppings a céu aberto (...) (*Elle Brasil* 7, p.60, grifo nosso)
- (283) (...), a megatop Fernanda Tavares é um dos maiores ícones (...) (*Elle Brasil* 4, p.83, grifo nosso)
- (284) Pioneira de uma geração de megastars, (...) (*Vogue Brasil* 306, p.38, grifo nosso)
- (285) (...), porém, o mês temático da megastore se chama (...) (*Vogue Brasil* 310, p.54, grifo nosso)

hiper-

- (286) (...) os vestidos hipersexy das estrelas (...) (*Elle Portugal* 186, p.43, grifo nosso)

O uso freqüente de *super-* deve-se ao fato de o *corpus* ter relação íntima com as mensagens publicitárias. Como afirma Alves (2002), neste campo, o prefixo contribui para intensificar as qualidades atribuídas aos produtos.

Houve também dois exemplos com um outro prefixo que exprime o valor de exagero e grandeza, *maxi-*.

maxi-

- (287) São tipo diva ou lentes maxitecnochique, grifes:, (...) (*Vogue Brasil* 312, p.18, grifo nosso)
- (288) A primeira coleção tem maxipulls, (...) (*Elle Brasil* 5, p.30, grifo nosso)

Além dos prefixos referidos acima, ocorreram os casos com os prefixos que atribuem o valor de pequena dimensão tais como *mini-* e *micro-*.

mini-

- (289) (...), E MINICHAMOIS, R\$ 828, (...) (*Vogue Brasil* 311, p.109, grifo nosso)

- (290) Ainda no piso do museu, uma loja mini-concept vende souvenirs e (...) (*Vogue Portugal* 16, p.142, grifo nosso)
- (291) À direita, minivestido-corset em seda e organza, (...) (*Vogue Portugal* 16, p.94, grifo nosso)
- (292) Esqueça os mini-bares e o ginásio. (*Elle Portugal* 188, p.241, grifo nosso)
- (293) (...): miniblusa e calças justas demais. (*Elle Brasil* 3, p.24, grifo nosso)

micro-

- (294) Abrigo: microjaqueta jeans ou microcardigã. (*Vogue Brasil* 312, p.18, grifo nosso)

Ocorreram ainda os casos com *anti-*, *ex-* e *pós-*. Como podemos observar nos exemplos abaixo, alguns elementos, a que juntam estes prefixos, mantêm a forma original tais como *anti-stress*, *ex-top-model* enquanto os outros estão já aportuguesados como por exemplo *anti-Bushianos*, antiestresse.

anti-

- (295) (...): ele e outros “anti-Bushianos”, (...) (*Elle Brasil*, 3.96) (...) tratamentos que são armas antiestresse (*Vogue Brasil* 310, p.124, grifo nosso)
- (296) Existe também o programa anti-stress para empresas com a duração de dois dias. (*Vogue Portugal* 14, p.157, grifo nosso)

ex-

- (297) (...), não é para menos, o armário dessa ex-blondie é sonho de consumo. (*Vogue Brasil* 308, p.66, grifo nosso)
- (298) (...): Lúcia, *ex-top-model* Rhodia, ex-top-model de Chanel, (...) (*Vogue Brasil* 311, p.157, grifo nosso)

pós-

- (299) (...), a banda de Nova Iorque revisionista do pós-punk, ficar bonita. (*Vogue Portugal* 15, p.127, grifo nosso)

4.2.5 Fase de integração no léxico

Apesar de não ser muito o número das unidades lexicais encontradas nesta fase, houve alguns casos como veremos a seguir.

O critério mais visível para a determinação das unidades lexicais desta fase é a possibilidade de derivação com base nas unidades lexicais originais do inglês ou francês. O sufixo *-ado* foi o mais produtivo.

- (300) (...) fazem da roupa manufaturada, fofa, meiga, personalizada, muitas vezes customizada, (...) (*Vogue Brasil* 311, p.20, grifo nosso)
- (301) (...) – devidamente glamourizado, bien sûr – e (...) (*Vogue Brasil* 312, p.79, grifo nosso)
- (302) “O lado mais novo e hypado dos lançamentos são (...) (*Vogue Brasil* 307, p.118, grifo nosso)
- (303) Com o hypado conceito de “bar de perfumes”, (...) (*Elle Brasil* 3, p.48, grifo nosso)
- (304) Modelo de algodão silkado Renner, R\$ 26. (*Elle Brasil* 8, p.38, grifo nosso)
- (305) Fortificada, alisada, uniformizada e repulpada, (...) (*Elle Portugal* 187, p.23, grifo nosso)
- (306) MACAQUINHO DE TOALHA PAETADA (*Vogue Brasil* 313, p.96, grifo nosso)
- (307) (bem que poderia ser uma jaqueta militar “paetizada”, não?) (*Vogue Brasil* 312, p.20, grifo nosso)

Os exemplos (300), (301), (302), (303), (304) e (305) apresentaram as palavras derivadas, formadas com base nas unidades lexicais do inglês, *customize*, *glamour*³⁸, *hype*, *silk*, *pulp*, respectivamente, enquanto os exemplos (306) e (307) se basearam na mesma unidade lexical francesa, *paillette*.

Segundo Monteiro (2002), “Um fato interessante é que modernamente só se produzem verbos da primeira conjugação, sendo raríssimos os exemplos de formação verbal recente nas demais conjugações.” (MONTEIRO, 2002, p.151). Este autor considera-a como uma classe aberta, dizendo que é incontável o número de neologismos verbais.

Como podemos observar, todos os casos encontrados nesta fase no nosso *corpus* receberam a mesma vogal temática *a*, optando pela primeira conjugação verbal, o que é

³⁸ A origem da unidade lexical *glamour* é tratada de forma distinta nos dicionários *Novo Aurélio Século XXI* (1999) e *Houaiss* (2001). Este considera-a como anglicismo enquanto aquele como galicismo. Neste trabalho, adotamos a definição de *Houaiss* (2001).

comum quando um neologismo estrangeiro se incorporar ao acervo lexical do português como verbo. No entanto, a formação de algumas unidades lexicais neológicas difere da forma das outras.

O *glamourizado* do exemplo (301) é formado a partir do substantivo *glamour*, o qual já está registrado nos dicionários brasileiros. Como se criam diariamente verbos derivados de substantivos ou de adjetivos através do sufixo *-iz(ar)*, como afirma Monteiro (2002), o substantivo *glamour* também recebeu o mesmo sufixo verbal: *glamour-izar*. Daí se formou *glamourizado*.

Quanto aos outros três *hypado*, *silkado* e *repulpado*, podemos supor que tenham se formado dos substantivos *hype*, *silk* e *pulp*, respectivamente. No caso de *repulpado*, podemos considerar duas hipóteses em relação à origem do neologismo. Uma é de considerar que se formou *pulpar* a partir da palavra inglesa *pulp* e, após integrado no português, reformou-se *repulpar* acrescentando o prefixo *re-*. E a outra é de supor que *repulpar* foi criado a partir da palavra inglesa *repulp*. No entanto, como podemos ver no seguinte exemplo, *repulp* foi utilizado com aspas. Por esse fato, seria mais natural pensar na segunda hipótese.

(308) (...), a descontração alisante e o efeito “repulp” transformam (...) (*Elle Portugal* 187, p.23, grifo nosso)

No exemplo (300), a unidade lexical *customizada* tomou o verbo inglês *customize* como base e não substantivo, diferentemente dos outros casos.

As unidades lexicais provenientes do francês *paetado* e *paetizado* surgiram do substantivo *paetê*, cuja forma original francesa é *paillettê* consoante o *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa* (2001). De *paeté*, uma formou-se *paetar* enquanto a outra se formou *paetizar*. A formação da última tem sido mais freqüente. Como consta em Monteiro (2002), a produtividade do sufixo verbal *-izar* é recente e cresce cada vez mais.

O sufixo formador de profissões em português *-ista* também ocorreu em três exemplos, formando *fashionista*, *skatista* e *fétichista* com base nas unidades lexicais provenientes de inglês *fashion*, *skate* e de francês *fetich*, respectivamente. Os exemplos encontrados no *corpus* são os seguintes:

(309) Amália Spinardi é um mix de garota do Interior com fashionista cosmopolita. (*Vogue Brasil* 312, p.76, grifo nosso)

- (310) Fã incondicional de São Paulo e longe do clichê da empresária *fashionista*, Érika Jereissati Zollo, (...) (*Vogue Brasil* 307, p.34, grifo nosso)
- (311) Inspirada nos anos 50, sweaters, gabardinas, trelas e coleiras para o melhor amigo do *fashionista*. (*Vogue Portugal* 14, p.20, grifo nosso)
- (312) (...); o café Barista, favorito dos *fashionistas* locais (...) (*Elle Brasil* 3, p.59, grifo nosso)
- (313) Modernos, antenados clubers, *skatistas*, todas as tribos, (...) (*Vogue Brasil* 312, p.34, grifo nosso)
- (314) Calças largas demais, estilo *skatista* ou grunge, (...) (*Elle Brasil* 3, p.84, grifo nosso)
- (315) (...) os sapatos não são acessórios *fêchistas*. (*Elle Portugal* 188, p.102, grifo nosso)

Como podemos ver nos exemplos acima apresentados, houve casos em que o item lexical *fashionista* apareceu tanto em itálico quanto sem itálico na *Vogue Brasil*. Isto mostra que embora unidade lexical esteja nesta última fase de processo de integração, ela ainda é considerada como recém-criada pelo redator. Além disso, esta unidade lexical derivada ocorreu não apenas na revista brasileira mas também na portuguesa.

Quanto à unidade lexical *skatista*, apareceu nas duas revistas brasileiras sem ser marcada em itálico. Mesmo que não conste nos dicionários brasileiros, podemos considerar que este item lexical está sendo utilizado com certa frequência pelo povo e por isso já integrado no acervo lexical do português.

Existe a possibilidade de que o galicismo *fêchista* possa ter prevenido do substantivo francês *fêche* ou do adjetivo *fêchiste*. A forma aportuguesada *fetichista* já está registrado nos dicionários. No caso deste exemplo também já está aportuguesado, mas de forma distinta da dicionarizada, devido ao uso do acento agudo no *e*. Podemos imaginar que o redator queria deixar um tom exótico no texto utilizando a forma meio aportuguesada.

Ainda temos alguns sufixos formadores de substantivo tais como *-agem*, *-eiro*, *-ção*, como os exemplos que se seguem:

- (316) (...) para a gravação ou *clicagem* de sua campanha, (...) (*Vogue Brasil* 308, p.18, grifo nosso)
- (317) Poeta, roqueiro, sambista (apaixonado por Cartola), *bluseiro* (...) (*Vogue Brasil* 311, p.26, grifo nosso)
- (318) (...), coletânea com pensamentos inspirados de 11 *blogueiros*. (*Elle Brasil* 8, p.65, grifo nosso)

(319) (...) a incontornável “chanelização” rivalizam com a nova “pradisação” da moda em quase toda as colições. (*Vogue Brasil* 309, p.38, grifo nosso)

Oriundo do verbo *clicar*, cuja etimologia é *click* do inglês no sentido de “produzir ou dar clique” como se verifica no *Houaiss* (2001), o novo substantivo *clicagem* foi formado através do sufixo *-agem*. Este sufixo tem a função de produzir nomes abstratos derivados de verbos, traduzindo ação ou efeito, e ainda se prende a bases nominais, indicando relação ou coleção, segundo Monteiro (2002).

No exemplo (317), a unidade lexical *bluseiro* foi criada a partir do anglicismo *blues*, que é um gênero de canção do folclore negro norte-americano, de acordo com a definição de *Houaiss* (2001). A pronuncia deste gênero musical é /bluz/. Foi daí que se agregou o sufixo *-eiro* indicando o emprego tais como *pedreiro*, *bibliotecário*, e surgiu a palavra derivada *bluseiro* e não *blueseiro*, com a queda da primeira *e* surda.

A forma derivada *blogueiro* provem do substantivo *blog*, que apareceu no nosso *corpus*.

(320) (...) e dão palpite sobre tudo em blogs – diários virtuais que transformam qualquer internauta em protagonista de novela. (*Vogue Brasil* 8, p.65, grifo nosso)

O item *blog* foi classificado neste trabalho como na fase 2, devido à explicação deste que segue após o anglicismo. Se houve a explicação, é porque esta unidade lexical é considerada criação recente e o redator queria deixar claro para aqueles que não conhecem ainda a novidade. Entretanto, a forma derivada *blogueiro* também ocorreu no *corpus*. Foi formada a base no *blog* com o sufixo *-eiro* que atribui a profissão ou ocupação em português. Podemos considerar que foi o mesmo processo que *bluseiro*. Quanto ao *blogueiro*, o interessante é que há quem considere que *bloguista* é a forma portuguesa enquanto *blogueiro* é brasileira³⁹. Ainda devido à diferença do valor semântico entre *-ista* e *-eiro*, como comenta Bechara (2003), o item *bloguista* pode causar a impressão de que atribui o sentido de prestígio social mais alto do que o *blogueiro*.

O neologismo *chanelização* foi criado a partir de um nome próprio, *Chanel* que é nome da marca francesa. Esta formou-se primeiro o verbo *chanelizar* com o sufixo formador de

³⁹ <http://ribeirao.blogspot.com/2006/09/04/31/>

<http://www.filologia.org.br/viiicnlf/anais/caderno04-14.html>

verbo *-izar*. Da forma verbal, agregou-se o sufixo nominal *-ção* e derivou-se o substantivo *chenelização*.

Houve também três casos em que a unidade lexical estrangeira recebeu o sufixo formador de diminutivo *-inho*. Os primeiros dois exemplos mostram a formação distinta do diminutivo: *topinho* e *topzinho*. Ambos possuem o mesmo valor semântico de blusa curta sem mangas.

A forma original *top* com esse sentido, está registrado no *Houaiss* (2001). Monteiro (2002) afirma que duas formas *-inho* e *-zinho* figuram alternadamente num mesmo contexto, embora com possibilidade de diferenças estilísticas. Segundo o mesmo autor, alguns autores preferem considerar este caso como variante ou alternância livre, já que o conceito de alomorfia leva em conta a diversidade de contextos.

(321) (...): biquinho, topinho, shortinho, sainha, camisetinha, (...) (*Vogue Brasil* 308, p.73, grifo nosso)

(322) Cansadas de nossas sainhas, blusinhas, topzinhos, (...) (*Vogue Brasil* 310, p.26, grifo nosso)

(323) (...), ofereceu um uisquinho aos dois jovens “repórteres”. (*Vogue Brasil* 311, p.26, grifo nosso)

Encontramos cinco casos com o sufixo formador de verbo. Dentre deles, três se tratam do mesmo significado: *destressar* e *desestressar*. No entanto, a primeira forma apareceu na revista portuguesa ao passo que a segunda forma na brasileira. A partir do verbo inglês *stress*, foram criados *stressar*, com base no substantivo *stress* em Portugal, e *estressar* no Brasil baseando-se no aportuguesado *estresse*⁴⁰. Ambos os verbos já estão integrados no acervo lexical do português tanto europeu quanto brasileiro, como os dicionários de cada país comprovam. A diferença surgiu quando o prefixo *des-* com o sentido de “oposição” foi acrescentado nas duas unidades lexicais. No verbo *stressar* agregou-se o prefixo *des-* e formou-se o verbo *des+stressar* havendo a supressão de uma consoante *s*. Da mesma forma, o prefixo *des-* se acrescenta ao verbo *estressar* e forma-se *des+estressar*.

⁴⁰ O sistema fonológico do português não permite que apareça a combinação *st-* no início da sílaba nem a combinação *-ss* na última sílaba. Por essa razão, a vogal *e* foi agregada tanto no início como no final do item *stress* formando *estresse* no português brasileiro, mudança que não aconteceu no português europeu. Devemos ressaltar que no *Grande Dicionário da Língua Portuguesa* (2004) constam as formas *stress* e *stresse*.

A unidade lexical *fashionizar*, formou-se em base no substantivo proveniente do inglês *fashion* com o sufixo verbal *-izar*.

O anglicismo *clicar*, aportuguesado de *click*, que já se encontra nos dicionários, serviu de base para a formação de uma nova unidade lexical *reclicar* com o sufixo proveniente do latim que exprime a idéia de repetição, intensidade, reciprocidade e movimento para trás.

(324) Essa história de “fashionizar” (...) (*Vogue Brasil* 312, p.119, grifo nosso)

(325) (...) destressando-o. (*Elle Portugal* 186, p.131, grifo nosso)

(326) (...) os que “destressam”, (...) (*Vogue Portugal* 15, p.76, grifo nosso)

(327) (...) ganhei um fôlego incrível e desestressei”, (...) (*Elle Brasil* 3, p.51, grifo nosso)

(328) (...), só mesmo Quentin se lembraria de reclicar duplicações kitsch dos épicos de Morricone, (...) (*Vogue Portugal* 14, p.132, grifo nosso)

Ainda o *corpus* ofereceu os seguintes casos abaixo.

(329) Mas há também equações menos imediatistas com o jazz mutante e a música sufi (Ian Simmons), o minimalismo novaiorquino (...). (*Vogue Portugal* 14, p.130, grifo nosso)

(330) (...), diz o maquilhador nova-iorquino Dick Page. (*Vogue Portugal* 15, p.64, grifo nosso)

(331) (...) enquanto prepara sua presença nova-iorquiana no brilhante e luxuoso Time Warner Center, que está sendo finalizado (...) (*Vogue Brasil* 306, p.166, grifo nosso)

(332) (...) torna tudo muito verdadeiro, menos hollywoodesco, (...) (*Elle Portugal* 189, p.110, grifo nosso)

(333) Da Mac, uso o Studio Fix, gloss, lencinhos demaquilantes, pincéis, corretivo e sombras. (*Vogue Brasil* 306, p.103, grifo nosso)

Os primeiros três exemplos referem-se ao estado ou cidade de Nova Iorque ou o que é seu natural ou habitante. No entanto, para esta definição, existem duas formas distintas: *nova-iorquino* e *nova-iorquiano* (ou *novaiorquino*). A primeira forma não apareceu nos dicionários de Portugal, mas sim nos dicionários do Brasil. Em Portugal, geralmente se emprega a segunda forma. Devemos acrescentar aqui que houve também a forma original do inglês *new Yorker*.

O nome próprio *Hollywood* deu origem à unidade lexical *hollywoodesco*. No dicionário *Houaiss* (2001) registra o adjetivo *hollywoodiano*, cujo significado é: relativo a Hollywood

(Los Angeles, E.U.A.); próprio da indústria cinematográfica ou característico de suas produções, modo de vida, etc. (HOUAISS, 2001, p.1544). Entretanto, este novo adjetivo foi criado com o sufixo *-esco*, que significa: grande quantidade; qualidade, semelhança; agrupamento; diminuição; depreciação (MONTEIRO, 2002). Com o novo sufixo, cremos o neologismo ter obtido o sentido de depreciação, neste contexto.

O ato de retirar a maquilagem é *desmaquilar* e aquele que maquila diz-se *maquilador*. No *corpus* o produto que faz remover a maquilagem denominou-se *demaquilante*. Este item não tomou *desmaquilar* nem *maquilador* como base. O item foi traduzido da unidade lexical francesa *démaquillant*. Desta forma houve adaptação ao português criando a forma *demaquilante*.

O outro critério é polissêmico, isto é, a possibilidade de estender o significado da forma original. Um exemplo que encontramos no *corpus*, foi a unidade lexical de inglês *outdoor*, que já é bastante usada no português brasileiro no dia-a-dia. No entanto, este anglicismo é registrado nos dicionários somente no sentido de *outdoor advertising* (anúncio feito ao ar livre). Porém, no exemplo abaixo colhido no *corpus*, traz um significado original do inglês, que é algo feito, situado ou usado fora das portas, ou seja, esportes feitos no exterior, no sentido oposto de esportes *indoor*, feitos no interior.

(334) A Nike lança dois novos modelos para esportes outdoor, (...) (*Vogue Brasil* 308, p.83, grifo nosso)

Temos ainda um outro exemplo com a unidade lexical *casual*. Esta apareceu com um sentido novo, que é não ter formalidade de estilo. Com este novo sentido, o advérbio casualmente é usado também. No entanto, a formação do processo de polissemia de *casual* é diferente da de *outdoor*, pois aquela já existia no acervo português e esta foi incorporada através do inglês. Desta forma, o caso de *casual* e *casualmente* é considerado como neologia conceptual.

(335) Com uma nova loja no CascaisShopping, a marca apresenta conceitos desportivos e casual, (...) (*Vogue Portugal* 14, p.114, grifo nosso)

(336) O luxo e o conforto da caxemira e da pura lã como base de um look casualmente chique. (*Vogue Portugal* 14, p.232, grifo nosso)

A tabela seguinte mostra o número de ocorrência de cada sufixo em cada revista:

Tabela 16: Ocorrências de cada sufixo por tipo de revista. As siglas VB, VP, EB e EP referem-se a *Vogue Brasil*, *Vogue Portugal*, *Elle Brasil* e *Elle Portugal*, respectivamente.

	-ado	-ista	-agem	-eiro	-ção	-(z)inho	-(iz)ar	-desco	-ante	Total
VB	5	3	1	1	1	3	1	0	1	16
VP	0	1	0	0	0	0	2	0	0	3
EB	2	2	0	1	0	0	1	0	0	6
EP	1	1	0	0	0	0	1	1	0	4

4.3 Observações acerca das diferenças lexicais entre o português brasileiro e o europeu

Ao observarmos as unidades lexicais apresentadas em comum nas edições brasileiras e nas portuguesas, encontramos algumas diferenças. Em seguida, mostramos todas as unidades lexicais que apareceram nas edições tanto do Brasil quanto de Portugal. Ao lado, deixamos as nossas observações quando existe alguma diferença. As siglas, quadro abaixo, VB, VP, EB e EP referem-se a *Vogue Brasil*, *Vogue Portugal*, *Elle Brasil* e *Elle Portugal*, respectivamente.

Tabela 17: Itens lexicais provenientes do inglês em comum nas edições do Brasil e de Portugal

item lexical	nome da revista	observações
affair	VB, VP, EB	
antifrizz	VP, EB	
anti-stress	VB, VP, EP	
baby doll	VB, VP, EP	No Brasil: feminino. Em Portugal: masculino
baby liss, babyliss	VB, VP, EB	
backstage	VB, VP	

item lexical	nome da revista	observações
bad girl	VB, EP	
beachwear, beach wear	VB, EB, EP	
best of	VB, EP	
best seller, bestseller	VB, VP, EP	
booker	VB, VP, EB	
botox	VB, VP, EB, EP	
bumster	VB, VP	
casual chique, casual chic	VB, EP	
charm bracelet, charm bracelete	VP, EB	Na edição brasileira apareceu <i>bracelete</i> , forma aportuguesada masculina. Na portuguesa emprega-se a forma original <i>bracelet</i> como gênero feminino.
chill-out, chill out	VB, VP, EP	
consept store	VB, VP, EB, EP	
cosmopolitan	VP, EB	
cup cake, cupcake	VP, EB	
denim	VB, VP, EB, EP	
destressar, desestressar	VP, EB	A edição brasileira adotou a forma <i>desestressar</i> e a portuguesa a <i>destressar</i> .
downtown	VB, VP	
drum'n'bass	VB, VP, EB, EP	
eletro, electro	VB, VP, EP	
fashion	VB, VP, EB, EP	
fashion victim	VB, VP, EB, EP	
fashionista	VB, VP, EB	

item lexical	nome da revista	observações
fast food, fast-food	VB, VP, EP	Na EP, emprega-se como masculino, enquanto nas outras edições como feminino, que vem da tradução “comida rápida”.
glam	VB, VP, EP	
glam rock	VB, VP	
glitter	VB, VP, EB	
gloss	VB, VP, EB, EP	
glossy	VB, VP, EP	
high society	VB, VP, EB	
high-tech, high tech, high technology, hi-tech	VB, VP, EB	Na VB, ocorreu <i>high technology</i> , com a queda da <i>h</i> de <i>technology</i> .
hip hop	VB, VP	
house	VB, VP, EP	
hype	VB, VP, EB	
i pod, iPod, Ipod, I-Pod	VB, VP, EB, EP	
jeanswear	VB, EP	
jersey	VB, EP	
jet setter	VB, VP, EB	
king size	VB, EP	
ladylike	VB, VP	
lady look	VB, VP	
lifestyle, life style	VB, VP	
lounge	VB, VP	Na edição portuguesa usa-se como feminino. No entanto, <i>pool lounge</i> , <i>bar lounge</i> , <i>lounge jazz</i> aparecem como masculino.
mainstream	VB, VP, EP	

item lexical	nome da revista	observações
megastore	VB, VP, EP	
mix	VB, VP, EB, EP	
nova iorquino, nova iorquiano	VB, VP	
pashmina	VP, EB	
penthouse	VB, VP, EP	
personal trainer personal-trainer	VB, VP, EB, EP	
plus	VP, EB	
polaroid, poloroid	VB, EP	
popstar, pop star	VP, EB	
pull, pull over, pull-over	VB, VP, EB	Na edição portuguesa emprega-se <i>pull over</i> ou <i>pull-over</i> , enquanto na brasileira <i>pull</i> .
r & b	VB, VP, EP	
ragga	VB, VP	
reality show, reality-show	VP, EB	
rock'n'roll	VB, VP, EB	
serial killer	VP, EB	
sex-appeal	VB, VP, EP	
shopping bag	VP, EB	
silk screen, silk-screen	VB, VP	
skatista, skater	VB, VP, EB	Na edição portuguesa emprega-se a forma original <i>skater</i> e as brasileiras adotam <i>skatista</i> .
SPF	VB, VP, EP	
spinning	VB, VP, EB	
shot	VP, EB	Na brasileira, emprega-se no sentido de

item lexical	nome da revista	observações
		fotografia e na portuguesa no sentido de bebida.
shooting	VB, EP	
slow-motion	VB, EP	
sportwear	VB, VP	
street	VB, VP	
streetwear, street wear	VB, VP, EB, EP	
styling	VB, VP, EB	
stylist	VB, VP, EB, EP	
supermodel	VB, VP	Houve também a forma decalcada <i>super modelo</i> nas duas versões de revista.
teen	VB, VP	
test drive, test-drive	VB, VP, EP	
tie-dye, tye dye	VB, VP, EB, EP	A forma <i>tye dye</i> apareceu apenas na revista portuguesa.
top	VB, EB, EP	
trench coat, trench-coat	VB, VP, EB, EP	A forma <i>trench</i> também apareceu no mesmo sentido nas edições do Brasil e de Portugal.
trendy	VB, VP, EB, EP	
twin set, twin-set	VB, VP, EB, EP	
ultra fashion, ultra-fashion	VB, EP	
ultra sexy, ultra-sexy	VB, VP, EB	
vintage	VB, VP, EB	
wanna be	VB, EP	Na edição brasileira emprega-se como feminino e na portuguesa como masculino.
website	VB, VP	

Tabela 18: Itens lexicais provenientes do francês em comum nas edições do Brasil e de Portugal

item lexical	nome da revista	observações
art nouveau, art nouveau	VP, EB	A edição brasileira adotou a primeira forma com a queda da <i>u</i> , ao passo que a portuguesa pela segunda.
cachecoeur, cache-coeur	VB, VP, EB, EP	
chamois	VP, EB	
champagne	VB, VP	
charmeuse	VB, VP	
chifon	VB, EP	
coffret	VB, VP	
corset	VB, VP	
couture	VB, VP	
couturier	VB, VP	
crème de la crème, crème de la crème	VB, VP, EB	Houve a diferença na colocação do acento: na brasileira, com o acento grave; na portuguesa, com o acento agudo. Houve também na VP a forma híbrida <i>crème of cream</i> .
degradée	VB, EP	
derrière	VB, VP	
dévoré, devorê	VP, EB	Na EB apareceram as duas formas.
eau de parfum	VB, VP, EP	Na VB, emprega-se como masculino. Nas portuguesas como feminino.
eau de toilette	VB, VP, EB	Na VB, emprega-se como masculino. Na portuguesa como feminino. Na EB, como feminino.
evasé, evasée	VB, EP	
femme fatale	VB, VP	

item lexical	nome da revista	observações
fin de siècle, fin-de-siècle	VB, VP	
lèse-majesté	VB, VP	
maison	VB, VP, EB	
musseline, mousseline	VP, EB	A EB adotou a primeira forma e a VP a segunda.
noir	VP, EB	
paeté, paillete	VB, VP	Na portuguesa, usa-se <i>paillete</i> ou <i>paillette</i> , enquanto na brasileira <i>paeté</i> , forma aportuguesada. Dessa forma, se derivaram <i>paetado</i> e <i>paetizado</i> .
pied-de-poule	VP, EB	
porno-chic, pornô-chique	VB, EP	A edição portuguesa adotou a primeira forma e a brasileira a segunda.
rue	VP, EB	
trompe-l'oeil	VB, VP	
ultrachic, ultra-chique	VP, EB	
voilà, voilá	VB, EP	

4.4 Conclusão da pesquisa

Nesta pesquisa, adotamos um modelo para analisar o processo de integração dos itens extraídos do *corpus*, agrupando-os em cinco fases de acordo com critérios fonético, gráfico, morfossintático e semântico.

Os itens lexicais que fazem parte da primeira fase foram seis casos. O resultado mostra que nenhum deles apresentou a flexão do gênero. Esse fato leva-nos a crer que os itens foram empregados somente com a finalidade de citação do termo original. Em relação à categoria de gênero, apenas dois destes apresentaram flexão de número de acordo com o sistema flexional da língua de origem.

No que se refere à segunda fase, encontramos 49 casos no total em todas as edições das revistas, sendo que 34 deles foram detectados nas edições brasileiras. Diferentemente dos itens lexicais da primeira fase, os itens desta fase já estão inseridos diretamente dentro do texto em português. Por essa razão, os itens começaram a apresentar a flexão em gênero. Dentre treze dos que manifestaram a categoria de gênero, dez foram do masculino e três do feminino. Da mesma forma que ocorreu nas unidades lexicais da primeira fase, a flexão em número apareceu conforme as regras flexionais da língua de origem. Observamos também que houve duas formas distintas de expor o significado do neologismo: tradução dos estrangeirismos e a explicação dos mesmos.

As unidades lexicais da terceira fase se mantiveram em sua forma original estrangeira e foram de número elevado. Houve muitos exemplos registrados com marcas gráficas. A mais freqüente foi a marca itálica nas edições de *Vogue Portugal*. Comparando com as de *Vogue Brasil*, naquela edição o uso do itálico dobrou. Percebemos daí que as edições portuguesas mostraram mais preocupação em esclarecer para os leitores o significado dos itens lexicais provenientes das línguas estrangeiras.

Devemos ressaltar que houve dificuldades em classificar alguns itens compostos por elementos que se mantêm na sua forma estrangeira, visto que podem ser considerados tanto compostos feitos na língua doadora como compostos formados na língua receptora. Neste trabalho, consideramo-los pertencerem à terceira fase, desde que os elementos constituintes do composto apresentem a forma original da língua de origem. Assim, unidades lexicais tais como *global store*, *hot list*, *flower power*, foram incluídas nesta fase do processo de integração.

Na quarta fase, apesar de serem poucos itens lexicais, houve alguns que sofreram a adaptação gráfica ao português. No entanto, devemos destacar que muitas das vezes a forma original e a forma alterada coexistiram no nosso *corpus*. Por esse motivo, podemos notar que esses itens ainda estão no meio do processo de incorporação. Nesta fase, os itens graficamente modificados ocorreram mais nas edições portuguesas do que nas brasileiras. Adicionalmente, os itens provenientes do francês sofreram alterações mais freqüentemente do que os do inglês.

Os itens compostos expostos na referida fase mostraram formações variadas: compostos aglutinados feitos no léxico do português brasileiro com um dos elementos estrangeiros; compostos feitos pela união de um elemento estrangeiro com um outro do português; e compostos feitos pela junção de dois elementos estrangeiros onde um deles sofreu alguma adaptação ao português.

A formação de composição por prefixação também foi identificada durante nossa pesquisa. Os prefixos intensivos *ultra-* e *super-* foram os mais produtivos superando o número das ocorrências com os do mesmo valor intensivo *mega-* e *hiper-*. Os exemplos expostos no *corpus* apresentaram tanto a base estrangeira como aportuguesada.

Por último, na quinta fase, a de integração no léxico, os itens que mais ocorreram foram os com sufixo *-ado*, que tem função tanto como adjetivo, quanto particípio do verbo; e também com *-ista* e *-eiro*, ambos sufixos formadores de profissões, que podem ter um sentido de prestígios sociais atribuídos.

Segue também o sufixo formador de verbos *-(iz)ar*. A tabela 16(*) mostra o resultado das ocorrências de sufixação por cada edição das revistas analisadas. Segundo esta estatística, o português brasileiro tende a formar itens lexicais derivados com mais frequência do que o europeu. Daí, podemos chegar à conclusão de que, pelo menos na nossa pesquisa, o português brasileiro é mais criativo em relação à formação de neologismos com base nos itens estrangeiros, e por consequência, existe menos rejeição contra o uso deste fenômeno lingüístico. Porém, isto não quer dizer que as edições portuguesas aceitem menos as unidades lexicais estrangeiras, o que nos faz pensar que estas preferam manter a forma original como tal.

Como discutimos na parte teórica, a maior parte dos itens, em todo o trabalho, recebeu o gênero masculino, principalmente no caso dos provenientes do inglês. A tabela 14(*) que mostra a distribuição do gênero em cada idioma e tipo de revista em todo o *corpus*, prova esse fato. Em todas as edições das revistas, o número dos que receberam o gênero não-marcado apresentou em mais do que o dobro.

Em relação à classe gramatical das unidades lexicais, boa parte delas foram substantivos, antecedendo o número dos adjetivos. Os verbos foram muito limitados. Em geral, os neologismos por empréstimo conservam a mesma classe gramatical que possuíam na língua de origem. No entanto, houve alguns que mudaram de classe gramatical ao serem empregados no português, como no caso de *fashion*. Sendo substantivo no inglês, apresentou o caráter de adjetivo no português: “o aspecto *fashion* do *punk*” (*Vogue Portugal* 15.127) Como este, os casos de substantivos adjetivais não foram poucos. Outros tipos de alteração também passaram como por exemplo o pronome no inglês *it* que foi empregado como substantivo plural masculino no português europeu: “todos os *its* de uma estação” (*Vogue Portugal* 19.72)

Como podemos observar estatisticamente nos resultados da pesquisa, o número dos itens lexicais encontrados na primeira fase foi reduzido. Em comparação à primeira, os itens da segunda fase foram dez vezes maiores. Passando para a terceira fase, o seu número teve um aumento drástico, marcando o maior número em todas as fases, e chegou a ocupar até mais de 80 % de todo o *corpus*. Na penúltima fase, ao contrário, o número dos itens lexicais teve uma queda substancial, e desta para a última fase diminuiu ainda mais.

Este resultado estatístico mostra que apesar de existirem muitas unidades lexicais estrangeiras utilizadas na língua portuguesa, as que chegam a ser integradas no acervo lexical do português são limitadas. O uso abundante das unidades lexicais estrangeiras ocorreu por tratar-se da linguagem de moda, na sua maioria. Em muitos casos, o item lexical estrangeiro é empregado não pela falta de um equivalente em português, mas sim pelas expressões de estilo ou mesmo prestígio, como afirma Carvalho (2002):

“O uso do empréstimo não é apenas uma questão lingüística, nem de identificação da origem do produto, mas trata-se de *status* e “cor local”, que o termo traz ao texto. Com ele importam-se noções de sistemas de valores ou de pressuposições diferentes.” (CARVALHO, 2002, p.150)

Não devemos esquecer que estas fases servem apenas como um parâmetro, visto que não é possível medir o processo de integração de itens lexicais estrangeiros de forma absoluta. Não existe um momento exato em que um item lexical estrangeiro mude de uma fase à outra, pois o processo é algo contínuo, linear.

Embora um item lexical esteja na última fase do processo de integração, não necessariamente podemos afirmar que a incorporação do item já esteja completa, do mesmo modo que nem os itens já dicionarizados estejam integrados perfeitamente no léxico de uma língua, visto que algumas unidades lexicais também apresentaram neste trabalho o gênero diferente do que está registrado nos dicionários. Isto prova que mesmo registrados nos dicionários, o grau de aceitação desses itens muda consoante fatores como a frequência do uso ou necessidade dos usuários.

Houve alguns itens lexicais como por exemplo *blog* que foi classificado na segunda fase do processo de integração, porém, a forma derivada *blogueiro* já apresentou como um dos caracteres que demonstram pertencer na última fase. Por mais que este fato possa parecer contraditório, não é de estranhar, devido à alta velocidades do desenvolvimento das tecnologias e transmissão de informações no mundo inteiro, sobretudo, pelo uso de *internet*. Desse modo, assim que uma unidade lexical estrangeira entrar numa determinada língua, esta

pode tanto integrar-se no acervo lexical da língua receptora como cair imediatamente no desuso, pois o sistema lexical de uma língua está incessantemente disposto para qualquer inovação que ocorrer nas sociedades humanas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo do presente trabalho estudamos o fenômeno do empréstimo lingüístico atual no português contemporâneo sob os pontos de vista lingüístico e sócio-cultural.

Na primeira parte do nosso trabalho, discutimos as questões da denominação e definição dos termos referentes a este fenômeno lingüístico. Além do mais, tratamos os tipos de adaptações pelas quais um item lexical estrangeiro sofre ao ser incorporado na língua receptora.

Na segunda parte, dedicamo-nos aos aspectos sócio-culturais dos empréstimos lingüísticos, enfocando a política lingüística de alguns países. Discutimos também as atitudes conservadora e inovadora diante do referido fenômeno lingüístico e procuramos encontrar a razão desta posição polarizada.

Na parte central do trabalho, analisamos os itens lexicais provenientes do inglês e francês, extraídos das revistas da moda internacionais publicadas no Brasil e em Portugal, *Vogue Brasil*, *Vogue Portugal*, *Elle Brasil* e *Elle Portugal*. No total, o *corpus* que utilizamos para a nossa pesquisa constou de 1533 entradas referentes não apenas ao universo da moda, mas também aos temas expostos nas edições, tais como vestuário, cosméticos, beleza, acessórios, belas artes, música, cinema, viagem, culinária, esporte, etc.

A dissertação apresentada por Freitas Luiz em 1991, onde a autora analisou os empréstimos de origem inglesa e francesa no vocabulário da moda, apresentou 513 unidades lexicais. Dentre elas, 277 foram do inglês e 236 do francês. Como ela mesma afirma, o resultado não mostrou muita diferença entre inglês e francês por tratar-se da linguagem da moda, na qual a França sempre foi o grande centro irradiador. Após passada mais de uma década, no entanto, o resultado da nossa pesquisa demonstrou uma grande diferença entre as entradas do inglês e francês. O número total das unidades de origem inglesa foi 1201 em comparação com as do francês que apresentou 332 casos. Tanto nas edições brasileiras como

nas portuguesas o número das entradas inglesas ocorreu mais de três vezes do que as francesas. Este resultado acabou por comprovar que até nas revistas de moda os anglicismos têm superado o francês.

Apesar de ocorrer um grande número de itens lexicais do inglês e francês, como revelou a nossa pesquisa, poucos chegam a ser integrados no acervo lexical do português. A maioria dos itens mantém-se na sua forma original. Se o *corpus* mostrou que os itens lexicais tenderam a se manter na sua forma original, principalmente no inglês, é porque existem razões como bem assinala Carvalho (1989): 1) as novidades se sucedem em uma fração tão pequena de tempo que não se pode pensar em substituição; 2) não se encontra a tradução exata no português; 3) o uso do inglês facilita o intercâmbio com técnicos de outras línguas.

Este fato indica-nos que a influência dos neologismos por empréstimo permanece apenas no sistema lexical e não chega a afetar o sistema gramatical da língua receptora, sendo que aquele é um universo em contínua expansão, mas o componente gramatical não se expande. Como também diz Faraco (2002):

“... não há nenhum empréstimo de palavras gramaticais, bem como não estamos diante de uma mudança da sintaxe a língua. Além disso, nenhum desses empréstimos estrangeiros altera o que alguns lingüistas chamam o fundo léxico comum, que continua tão vernáculo quanto antes.” (Faraco, 2002, p.116)

Por essa razão, a tentativa de proibir o uso de estrangeirismo e o desejo de manter uma língua pura não têm fundamento. Como se vê no caso da política lingüística na França, a tentativa acabaria por não ter sucesso esperado. A lei não é capaz de controlar o fluxo total das unidades lexicais novas, que entram constantemente por meios variados no acervo lexical de uma língua.

Quando se trata de neologismos por empréstimos, as questões lingüística e sócio-culturais não devem ser discutidas à parte, pois estas estão inerentemente correlacionadas. Apesar de ser a mesma língua portuguesa, a incorporação de alguns itens lexicais oriundos de línguas estrangeiras apresenta diferenças entre o português brasileiro e o europeu. Essa realidade já é uma prova de que o léxico de uma língua é um reflexo das características sócio-culturais dos povos.

Os empréstimos lingüísticos são as conseqüências do processo de *glocalização*, visto que em qualquer comunidade, uma vez necessitados, os itens de outras línguas entram com novas idéias ou objetos, e tornam-se sujeitos às adaptações e às novas criações lexicais de acordo

com o sistema linguístico desta língua, servindo como novos instrumentos de comunicação para os falantes da língua.

Por último, devemos ressaltar que não foi possível que este trabalho abrangesse todos os aspectos dos estudos do empréstimo linguístico, como por exemplo, a frequência do uso ou o emprego oral dos itens lexicais por empréstimo, etc. Devemos aprofundar estes aspectos em trabalhos futuros.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALVES, Ieda Maria. *Neologismo: criação lexical*. 2. ed. São Paulo: Ática, 2002.
- BECHARA, Evanildo. *Moderna Gramática Portuguesa*. 37. ed. rev. e aum. Rio de Janeiro: Editora Lucerna, 2003.
- BIDERMAN, Maria Tereza Camargo. *Teoria Lingüística*. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- BLOOMFIELD, Leonard. *Language*. New York: Henry Holt and Company, 1933.
- CÂMARA JUNIOR, Joaquim Mattoso. *Estrutura da Língua Portuguesa*. 35. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.
- , *Princípios de Lingüística Geral: como Introdução aos Estudos Superiores da Língua Portuguesa*. 4. ed. rev. e aum. Rio de Janeiro: Livraria Acadêmica, 1974.
- CARVALHO, Nelly. *Empréstimos Lingüísticos*. São Paulo: Ática, 1989.
- , *Publicidade: a linguagem da sedução*. São Paulo: Ática, 2002.
- COSTA, Margarida Faria da; SILVA, Sofia Pereira da. *Grande Dicionário da Língua Portuguesa*. Porto: Porto Editora, 2004.
- CASTELEIRO, João Malaca. *Dicionário da Língua Portuguesa contemporânea*. Lisboa: Editorial Verbo, 2001.
- CORREIA, Margarita; LEMOS, Lúcia San Payo. *Inovação Lexical em Português*. Lisboa: Edições Colibri, 2005.
- DUBOIS, Jean. et al. *Dicionário de Lingüística*. 8. ed. São Paulo: Cultrix, 2001.
- FARACO, Carlos Alberto et al. *Estrangeirismos: guerras em torno da língua*. 2. ed. São Paulo: Parábola, 2002.

FREITAS, Luiz Sílvia Márcia de. *Empréstimos: um estudo sobre os processos de integração à língua portuguesa*. Dissertação (Mestrado em Lingüística) – Faculdade de Ciências Humanas, UNESP, Araraquara, 1991.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Novo Aurélio - Século 21*. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

GUILBERT, Louis, *La Créativité Lexicale*, Paris: Librairie Larousse, 1975.

HOUAISS, António. *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

ISHIWATA, Toshio. 『外来語の総合的研究』 Tokyo: Tokyo-do, 2001.

KAISAKI, Yoshinori. 『アイルランド語の言語育成について』 *Travaux du Cercle Linguistique de Waseda*, v.1. Disponível em: <<http://www.venus.dti.ne.jp/~kaisaki/gengoken.html>>. Acesso em: 3 ago. 2005.

KEHDI, Valter. *Formação de Palavras em Português*. 3. ed. São Paulo: Ática, 2003.

KONO, Akira. Empréstimos do japonês no português falado no Japão. *Japonês e Português* (2). Tokyo: Instituto Nacional de Pesquisa da Língua Japonesa, 2000.

MATEUS, Maria Helena Mira; NASCIMENTO, Fernanda Bacelar. *A Língua Portuguesa em Mudança*. Lisboa: Editorial Caminho, 2005.

MONTEIRO, José Lemos. *Morfologia Portuguesa*. 4. ed. Campinas: Pontes, 2002.

OKADO, Hiroko. 『「グローバル化」時代の言語教育政策-「多様化」の試みとこれからの日本-』 Tokyo: Kuroshio, 2003.

OKAMOTO, Sachiko. 『外来語の受容と管理 : 言語政策の視点から』 *Journal of Hokkaido Bunkyo University*, n.5. Disponível em: <http://libro.do-bunkyo.ac.jp/ronshu/Ronsyu_No5/Ronsyu_No5.html>. Acesso em: 3 ago. 2005.

SAUSSURE, Ferdinando de. *Curso de lingüística geral*. 25. ed. São Paulo: Cultrix, 2003.

SONG, Zino. *An Invitation to Linguistics*. Tokyo: Nan'un-do, 1990.

TOMLINSON, John. *Globalization and Culture*. Tradução Makoto Kataoka. Tokyo: Seidosha, 2000.

Websites:

<<http://www.allwords.com/>>. Acesso em: 1 ago. 2005.

<<http://www.mundocultural.com.br/>>. Acesso em: 5 out. 2005.

<<http://www.academie-francaise.fr>>. Acesso em: 10 out. 2005.

<<http://www.wikipedia.com/>>. Acesso em: 3 mar. 2007.

<<http://www.riterm.net/>>. Acesso em: 10 jun. 2007.

Corpus:

VOGUE BRASIL. n. 306 – 309, São Paulo: Carta Editorial, 2003-2004.

VOGUE PORTUGAL. n. 14 – 17, Lisboa: Edimoda, 2003- 2004.

ELLE BRASIL. n. 3 – 8, São Paulo: Editora Abril, 2004.

ELLE PORTUGAL. n. 186. – 191. Lisboa: Editora Proprietária, 2004.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

ALVES, Ieda Maria. *O Conceito de Neologia: da Descrição Lexical à Planificação Lingüística*. São Paulo: Alfa, 1996, p.11-16.

------. *A Integração dos Neologismos por Empréstimo ao Léxico Português*, São Paulo: Alfa, 1984, p.119-126.

------. *Um Estudo sobre a Neologia Lexical: os microssistemas prefixais do português contemporâneo*. Tese (Livre-Docência) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, USP, São Paulo, 2000.

BARBOSA, Osmar. *Grande Dicionário de Sinônimos e Antônimos*. Rio de Janeiro: Ediouro, sem data.

BASILIO, Margarida. *Teoria Lexical*. 7. ed. São Paulo: Ática, 2003.

BIDERMAN, Maria Tereza Camargo. *Vocabulário Fundamental: Cultura e Sociedade*. Lisboa: INIC-CLUL, 1984.

CÂMARA JR., Joaquim Mattoso. *Dicionário de Lingüística e Gramática: referente à língua portuguesa*. 24. ed. Petrópolis: Vozes, 1986.

CARVALHO, Nelly. *O que é Neologismo?*. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1987.

------. *O Léxico da Publicidade*. Tese (Doutorado em Lingüística) – Centro de Artes e Comunicação, UNPE, Recife, 1993.

FARACO, Carlos Alberto. *Empréstimos e Neologismos: uma breve visita histórica*. São Paulo: Alfa, 2001, p.131-148.

FILHO, A. Tito. *Anglo-norte americanismos no Português do Brasil*. Rio de Janeiro: Nordica, 1986.

FROMKIN, Victória & Robert RODMAN. *Introdução à linguagem*. Coimbra: Almedina, 1993.

HARMON, Ronaldo M. *Aspectos lingüísticos dos empréstimos em português*. Hispania, n. 77, p. 463-469, sept. 1994.

IKEGAMI, Mineo. *Dicionário do Português Contemporâneo*. Tokyo: Hakusuisha, 1996.

KEHDI, Valter. *Morfemas do português*. 6. ed. São Paulo: Ática, 2003.

OLIVEIRA, Ana Maria Pinto Pires de; ISQUERDO, Aparecida Negri. *As Ciências do Léxico: lexicologia, lexicografia, terminologia*. 2. ed. Campo Grande – MS: 2001.

PRATT, Chris. *El Anglicismo en el Español Peninsular Contemporáneo*. Madrid: Editorial Gredos, 1980. (Biblioteca Románica hispánica 308).

TAMURA, Takeshi. *Dictionnaire Français – Japonais Royal*. Tokyo: Obunsha, 1985.

WEINREICH, Uriel. *Languages in Contact*. Tradução Takehiko Kandori. Tokyo: Iwanami, 1976.

APÊNDICE – CORPUS

Nas páginas que seguem, apresenta-se uma lista em ordem alfabética dos itens lexicais que constituem a totalidade de elementos analisados neste trabalho.

A primeira coluna representa a entrada de cada item lexical.

A coluna seguinte mostra o tipo de marca gráfica com a qual o item foi destacado nos contextos das revistas. As siglas *A*, *M* e *I* indicam aspas, maiúscula e itálico, respectivamente.

As letras das próximas colunas expressam o gênero e o número de cada item lexical, com *m*, *f*, *s* e *p* representando masculino, feminino, singular e plural, respectivamente.

Na última coluna cita-se um trecho do texto onde o item apareceu. Cada item lexical é sublinhado dentro do texto. Quando uma frase começa ou termina no meio do texto, colocamos reticências entre parênteses: (...).

Vogue Brasil

1) Inglês:

ADVERTISING	I	m s	O livro conta a evolução do <i>advertising</i> usando sexo (...) (313.72)
AFFAIR	I	m s	(...) achavam que eu ia me encontrar com um suposto novo <i>affair</i> . (310.64)
AGARWOOD			(...) com toque condimentado de açafrão, <i>agarwood</i> , (...) (311.98)
AIRBAG		m s	(...), o Airtrek ainda tem <i>airbag</i> duplo, barra de proteção lateral (...) (309.72)
AMERICAN DREAM		m s	Não estou vivendo o <i>american dream</i> , (...) (312.62)
ANTIAGING			Destrinchar as propriedades <i>antiaging</i> do chamado (...) (310.133)
ANTIESTRESSE			(...) tratamentos que são armas <i>antiestresse</i> (310.124)
ANTI-STRESS			(...) massagens <i>anti-stress</i> , reflexologia e shiatsu (...). (306.120)
AS USUAL	I		Ela, inspiradíssima, <i>as usual</i> , tomava banho (...) (313.88)
BABY DOLL	A	f p	(...), a exposição classifica a <i>mulher bonita</i> em seis arquétipos diferentes: as “ <i>baby dolls</i> ” dos anos 60, (...) (309.58)
BABY LISS		m s	(...) “que trata os fios enquanto segura o bob e o <i>baby liss</i> ” (...) (310.126)
BACKSTAGE		m s	E em vez de se fechar no <i>backstage</i> , (...) (309.187)
BAD BOY			(...) sua personalidade de <i>bad boy</i> . (306.153)
BAD GIRL		p	PIN-UPS E <i>BAD GIRLS</i> O OUTRO LADO DO VINTAGE ANOS 50, QUE FAZ A APOLOGIA DAS IMAGENS SEXY DA ÉPOCA (306.82)
BAGEL		m s	(...) Um <i>bagel</i> , uma azeitona grega, um croissant, uma lichia, (...) (306.166)
BAND-LEADER		m s	(...), ela se casou com o <i>band-leader</i> Artie Shaw, (...) (309.66)
BAY WINDOW		f s	A <i>bay window</i> e as portas e janelas que (...) (307.100)
BEACHWEAR			(...) para desenvolver a linha <i>beachwear</i> da Diesel, gigante italiana do jeans de luxo. (307.116)
BEAUTY			BEAUTY: DANIEL HERNANDEZ (GLOSS). (309.146)
BEAUTY STYLIST	I	m p	(...): inspiração é a palavra-chave entre os <i>beauty stylists</i> . (308.87)
BEST BUYS	I	m p	(...), dividem com você os <i>best buys</i> da temporada (310.128)

BEST OF	I	m s	(...) carrega também um <i>best of</i> de 13 pessoas da sua equipe. (312.119)
BEST SELLER		m s	(...) e destinado a se tornar um <i>best seller</i> . (308.48)
BEST SELLER	I	m s	A obra vendeu (...), foi <i>best seller</i> listado pelo <i>The New York Times</i> e (...) (306.38)
BIG BUSINESS			(...), de certo modo, vista como <i>big business</i> por Caio Alcântara Machado. (307.11)
BIG LABEL	I	f p	(...), imprime o domínio do mercado das <i>big labels</i> e (...) (311.160)
BIKING			Para os esportistas, as possibilidades são ecléticas: golfe indoor, alpinismo, hipismo, <i>biking</i> e, claro, esqui nas montanhas. (306.120)
BLACKBERRY			(...) com mistura de mandarin, laranja, groselha-negra, violeta, <i>blackberry</i> , (...) (311.98)
BLACK CASH			Figurino: <i>black cash</i> e jeans. (311.10)
BLACK MUSIC			Black music na veia: jazz, blues, soul, hip-hop, r&b. (306.10)
BLOOMER			AO LADO, MACAQUINHO <i>BLOOMER</i> DE LÃ FRIA (313.95)
BLUSEIRO	I	m s	Poeta, roqueiro, sambista (apaixonado por Cartola), <i>bluseiro</i> (...) (311.26)
BLUSH			(...), <i>blush</i> de bastão Star Bronze Lancôme e rímel preto Amplicils da Lancôme.” (309.119)
BODY			(...): <i>BODY</i> DE MALHA COM SAIA DE CETIM, (...) (308.100)
BODY BOARD			(...) como surfe, windsurf, <i>body board</i> e rafting nas ondas. (311.243)
BODY-GUARD	I	p	Não precisávamos de carros bilindados nem de <i>body-guards</i> (...) (312.23)
BOMBER		f p	Sempre curtas, as jaquetas remetem aos motoqueiros, às <i>bombers</i> (...) (311.76)
BOMBSHELL	I	f s	(...) enquanto a <i>bombshell</i> brasileira Andréa Dellal juntou-se a sua filha de 21 anos, Charlotte, (...) (306.137)
BOOKER		m s	(...) o Thiago estava em Nova York num bar com o <i>booker</i> dele, que é um cara que agenciava a Britney Spears. (306.18)
BOARDING PASS		m s	Basta comprar seu e-ticket, comparecer ao terminal eletrônico e emitir o <i>boarding pass</i> . (307.33)
BORING	I		(...) para o estilo arrumadinho, engomado e muitas vezes <i>boring</i> do dia-a-dia. (312.145)
BOTOX		m s	Tem o mesmo efeito de esticar do <i>botox</i> , (...) (311.100)
BOTTOM-DYE	I		Além disso, possibilita sobretingimentos como <i>bottom-dye</i> , <i>double-dye</i> e <i>over-dyes</i> , criando cores e nuances únicas. (307.163)
BOX			(...), hidramassagem e <i>box</i> com duas duchas. (313.221)

BRAIN-STORM		p	O nome foi pensado noites, dias e semanas, em <u>brain-storms</u> , (...) (311.152)
BRANDED BRAND	I	p	(...) o holandês Reinier Evers criou o termo <u>branded brands</u> , ou branding colaborativo (...) (313.64)
BRANDING		m s	(...) o holandês Reinier Evers criou o termo <u>branded brands</u> , ou <u>branding</u> colaborativo (...) (313.64)
BRANDING	I		(...), Ford reinou como celebridade e metre de <u>branding</u> . (309.187)
BRAZILIAN BIKINI		m s	BRAZILIAN BIKINI: (...) e de seu <u>brazilian bikini</u> . (307.116)
BRITISHNESS	A	f s	(...), antes de tudo, uma “ <u>britishness</u> ” no sentido de (...) (310.206)
BROWN		m s	(...) que a sombra rosa é o novo <u>brown</u> (...) (308.89)
BRUSHING		m s	(...), faz-se um <u>brushing</u> nos cabelos, (...) (308.30)
BUMSTER	I	f p	Se analisarmos as <u>bumsters</u> , (...) (308.113)
BURBURINHO FASHION		m s	Mas o clima desse hotel-butique passa longe do <u>burburinho fashion</u> e (...) (310.56)
BUSINESS		m s	(...), Ford assumiria o comando total, do criativo ao <u>business</u> . (309.187)
BUSINESS	I	m s	É uma estratégia nova que vai ajudar o <u>business</u> , (...) (312.62)
BUSINESS CENTER		m s	Business center completo e um health club com piscina (...) (311.223)
CABBY		m s	Logo um <u>cabby</u> (táxi inglês) pára (sonho!). (312.18)
CALÇA JEANS		s	“ Há uns quatro anos, estou com mania de <u>calça jeans</u> . (309.118)
CALÇA JEANS		f p	(...): os tops e as <u>calças jeans</u> são os produtos carros-chefes. (311.44)
CALÇA DE JEANS		p	(...), a partir de <u>calças de jeans</u> e muito apelo sexual, (...) (309.54)
CAMEL	I		(...) se mantém fiel aos tons de café, <u>camel</u> e preto, (...) (307.141)
CASCADE		m s	“Mas foi Jerry Hall quem imortalizou o <u>cascade</u> ”. (310.126)
CASCADE EFFECT		m s	(...) as poderosas que adotaram o <u>cascade effect</u> , (...) (310.126)
CASE	I	m s	Com seu estilo pop-sensual sempre na crista da onda há trinta anos, a Blue Man, numa análise sócio-histórica, é um <u>case</u> da história da moda carioca (...) (307.24)
CASUAL CHIQUE			Tudo num clima <u>casual chique</u> . (311.174)

CASUAL DIVA	I		As peças femininas dividem-se em temas: <i>cityscape</i> , <i>casual diva</i> , <i>cool comfort</i> , <i>natural exposure</i> , <i>heat wave</i> , <i>free zone</i> ... (308.82)
CASUAL SEXY	m	s	(...), nossa prévia de outono-inverno junta o <i>casual sexy</i> (...) (308.13)
CHEAP	I	m s	Segundo a lógica pós-moderna, na moda, pratica-se o hi-lo, a justaposição dos contrários, do caro e do <i>cheap</i> , do chique e do casual, (...) (307.12)
CHECK-IN			(...), que possui <i>check-in</i> e <i>check-out</i> personalizados, (...) (311.239)
CHECK-OUT			(...), que possui <i>check-in</i> e <i>check-out</i> personalizados, (...) (311.239)
CHEEK TO CHEEK	A		“ <i>Cheek to cheek</i> ”, é claro. (311.215)
CHILL-OUT	p		(...) até <i>chill-outs</i> nos fins de semana com DJ. (311.20)
CITYSCAPE			As peças femininas dividem-se em temas: <i>cityscape</i> , <i>casual diva</i> , <i>cool comfort</i> , <i>natural exposure</i> , <i>heat wave</i> , <i>free zone</i> ... (308.82)
CLAM CHOWDER	I		Prossegue com uma suave versão francesa de <i>clam chowder</i> (sopa de mariscos), na qual flutua uma dúzia de biscoitos (...) (306.169)
CLASSIC CHIC	I	m s	Os trajes mostrados por cima, entretanto, em grande parte permaneceram fiéis ao <i>classic chic</i> parisiense (...) (306.138)
CLICAGEM			(...) para a gravação ou <i>clicação</i> de sua campanha, (...) (308.18)
CLUBBER	p		(...) que se transformou no descolado uniforme de ricos e de pobres, homens, e mulheres, jovens e idosos, <i>patricinhas</i> e <i>clubbers</i> , (...) (307.110)
CLUB FASHION	m	s	A grande surpresa ou delírio deste <i>club fashion</i> (...) (307.171)
CLUB SANDWICH	I	m s	(...), poderoso <i>stylefazer</i> da <i>Vogue</i> América, larga seu <i>club sandwich</i> , (...) (312.116)
COCKER-SPANIEL	m	p	(...), com <i>cãezinhos</i> <i>akitas</i> , chamados Hiro e Koy, dois <i>cocker-spaniels</i> , Oliva e Bruno (...) (312.57)
COFFEE-TABLE BOOK			Virou <i>coffee-table book</i> dos “ <i>fashionistas</i> ”. (311.67)
COLLEGE			Percorra os caminhos que virão: ouro-prata, montaria, rock, <i>college</i> , alfaiataria, moletons, militar, babados e anos 20. (309.139)
COMPOSITE	m	s	Dei algumas orientações e peguei um <i>composite</i> . (306.18)
CONCEPT STORE	I	f s	O projeto da <i>concept store</i> que reúne moda, design, (...) (307.171)
COOL COMFORT	I		As peças femininas dividem-se em temas: <i>cityscape</i> , <i>casual diva</i> , <i>cool comfort</i> , <i>natural exposure</i> , <i>heat wave</i> , <i>free zone</i> ... (308.82)

COTTON		(...) tem textura de <u>cotton</u> , (...) (312.108)
COUNTRY MUSIC		(...), e irretocável fotografia da soprano de <u>country music</u> (...) (308.107)
COUTURE WATCHER	I f s	A mais jovem <u>couture watcher</u> era Olimpia Saxe-Coburg, 7 anos, filha do príncipe Kyril e da princesa Rosário, da Bulgária, (...) (306.137)
COVER		(...) que ouve de AC/DC a MC Tati, faz <u>cover</u> de Madonna, (...) (310.66)
CRAZY PEOPLE	A	(...) só vêm “ <u>crazy people</u> ” à procura de diversão”. (311.196)
CREAM EYE	m s	(...) e o <u>cream eye vale</u> (...) (307.56)
CROSS-DRESSING	m s	(...) reinventa mais uma vez o <u>cross-dressing</u> (...) (311.66)
CROSSOVER	m s	Neste <u>crossover</u> do nosso século, (...) (311.66)
CURLY		(...) o cabelão assumidamente <u>curly</u> (...) (310.126)
CUSTOMIZADO		(...) fazem da roupa manufaturada, fofa, meiga, personalizada, muitas vezes <u>customizada</u> , (...) (311.20)
CYBER-DIETA	p	Que os sites de <u>cyber-dietas</u> oferecem informação sobre nutrição, (...) (310.113)
DANDY		(...), além do tradicional preto e branco com ares <u>dandy</u> , (...) (313.92)
DARK		(...), relembrando-a o período mais <u>dark</u> de sua vida. (306. 64)
DARK	m p	Precusores dos modenos punks, dos <u>dark</u> s, (...) (312.50)
DECONSTRUCTED SPORT		(...) como melindrosas, summertime, street beach, goldigers, arquitetura, <u>deconstructed sport</u> , dança. (306.123)
DELICATESSEN FLOOR		(...) brilha o lendário Feinschmeckeretage (ou <u>delicatessen floor</u>). (311.189)
DENIM	m s	(...) para o segundo lugar entre os maiores produtores mundiais do <u>denim</u> (jeans), (...) (307.110)
DEPARTMENT STORE	m p	120 <u>department stores</u> e butiques selecionados. (311.34)
DESFILE-SHOW	m p	Com a época dos <u>desfiles-shows</u> chegando ao fim, (...) (307.22)
DESIGN VOADOR	I	(...) e Rodrigo Bueno pilota o endereço paulistano inovador abarrotado de <u>design voador</u> . (308.156)
DMAE	M m s	O descobridor do <u>DMAE</u> , aquela substância que faz milagres na pele (...) (310.112)
DOCK SIDER	m s	(...) e até um <u>dock sider</u> totalmente remodelado. (307.153)
DOUBLE-DYE	I	Além disso, possibilita sobretingimentos como <u>bottom-dye</u> , <u>double-dye</u> e <u>over-dyes</u> , criando cores e nuances únicas. (307.163)
DOWNTOWN	I	Essa meca fashion tinha melhor seleção de designers europeus em <u>downtown</u> Nova York (...) (312.72)

DREAM	I	m s	(...), estou vivendo apenas o <i>dream</i> (...) (312.62)
DREAM TEAM	I	m s	(...) são cunhada pelo <i>drean team</i> da M.A.C), (...) (308.89)
DRESS		p	Por trás, uma megalegenda: <i>dresses</i> . (312.18)
DRESSING DOWN	I		A síndrome <i>dressing down</i> , a cultura hip-hop (...) (307.44)
DRUM'N'BASS			O que está ouvindo? hip hop, jazz, MPB e <i>drum'n'bass</i> (310.12)
DUCK			(...) pode experimentar rafting, <i>duck</i> e rapel, ou (...) (311.217)
DUTY FREE		p	“Somos vendidos exclusivamente nas nossas lojas, não em <i>duty frees</i> e (...) (306.72)
EGG-TIMER			(...) um relógio que cronometrava o cozimento de ovos (<i>egg-timer</i>). (313.56)
EIGHTIES		m	(...), Celso Kamura mergulha na atmosfera dos <i>eighties</i> para pincelar (...) (310.143)
ELETRO			(...), é estilista de moda masculina e a dupla de <i>fashion lovers</i> se diverte criando looks um no outro para dançar house e eletro (...) (308.66)
ENGLISH ECCENTRIC	I	m s	(...), onde o estilista britânico Christopher Bailey mostra que sabe fazer o <i>english eccentric</i> leve, fácil. (310.20)
EP	M	m s	Vamos gravar um <i>EP</i> independente que sai em maio”, (...) (310.66)
ESPORTE OUTDOOR		p	A Nike lança dois novos modelos para <i>esportes outdoor</i> , (...) (308.83)
ESSENTIAL		p	(...) AS LINHAS FITNESS E <i>ESSENTIALS</i> DA NK STORE, (...) (307.57)
E-TICKET		m s	Basta comprar seu <i>e-ticket</i> , comparecer ao terminal eletrônico e emitir o boarding pass. (307.33)
EX-BLONDIE		f s	(...), não é para menos, o armário dessa <i>ex-blondie</i> é sonho de consumo. (308.66)
EXCITING	I		(...) as notícias <i>exciting</i> (...) (312.23)
EXPERT FASHION		f s	(...) de dona de lojinha subversiva a <i>expert fashion</i> . (310.206)
EXPRESS YOURSELF	I	m s	(...) tornando-se ecléticas e menos padronizadas num exercício próximo ao <i>express yourself</i> requerido hoje. (307.44)
EX-TOP-MODEL		f s	(...): Lúcia, <i>ex-top-model</i> Rhodia, <i>ex-top-model</i> de Chanel, (...) (311.157)
EXTRA-LONG			Mas a peça-chave da coleção da top promete ser a bota <i>extra-long</i> de Lycra, (...) (307.118)
FACE-UP		m s	É ideal para dar aquele <i>face-up</i> na hora de sair! (311.100)
FAKE	I		(...): excesso de conceito faz a mulher parecer <i>fake</i> . (312.46)
FAKE TAN	I	m s	(...): intensificar seu <i>fake tan</i> corporal (...) (313.142)

FASHION		Um dos símbolos <u>fashion</u> mais famoso do mundo, (...) (307.65)
FASHIONISTA	f s	Amália Spinardi é um mix de garota do Interior com <u>fashionista</u> cosmopolita. (312.76)
FASHIONISTA	I	Fã incondicional de São Paulo e longe do clichê da empresária <u>fashionista</u> , Érika Jereissati Zollo, (...) (307.34)
FASHIONIZAR	A	Essa história de “ <u>fashionizar</u> ” (...) (312.119)
FASHION INSIDER	p	Mas garantido mesmo é na Nom de Guerre, a loja de streetwear tão incrível que é só para <u>fashion insiders</u> . (306.18)
FASHION LOVER	I p	(...), é estilista de moda masculina e a dupla de <u>fashion lovers</u> se diverte criando looks um no outro para dançar house e eletro (...) (308.66)
FASHION PORN		AOS 84 ANOS, O MESTRE DAS FOTOS PROVOCANTES, SÁDICAS, SENSUAIS, <u>FASHION PORN</u> , (...) (306.153)
FASHION SHOW	m p	(...), conquista a cada temporada mais visibilidade nos <u>fashion shows</u> , (...) (307.118)
FASHION VICTIM	f s	A <u>fashion victim</u> está fora de moda. (311.18)
FASHION VICTIM	I f p	(...) vieram socorrer as <u>fashion victims</u> oitocentistas (312.40)
FASHION WEEK	I	Nem só de <u>fashion week</u> vive o mundo da moda. (311.42)
FAST FOOD	I m p	(...) até os <u>fast foods</u> estão aderindo à moda e introduzindo cartazes do tipo: (...) (309.132)
FIFTIES	I	(...), incluindo bordados art déco intrometidos em cores Memphis <u>eighties</u> em suas elegantes e lisas silhuetas <u>fifties</u> . (306.137)
FINE ART		PRODUÇÃO: FÁBIO ISHIMOTO E ZUEL FERREIRA <u>FINE ART DA IMAGENS</u> : MARCO CÉZAR (309.27)
FITNESS		(...), que presta consultoria em <u>fitness</u> , (...) (310.148)
FITNESS CENTER	m s	(...), incluem-se um <u>fitness center</u> de última geração (...) (311.231)
FLAGSHIP	m s	(...) para customização dos jeans dos clientes Carmim no <u>flagship</u> da marca na Rua Oscar Freire, Jardins. (308.50)
FLAGSHIP	f s	No Rio, o projeto funciona na nova <u>flagship</u> da marca, (...) (311.20)
FLAGSHIP STORE		A loja funciona como <u>flagship store</u> da marca, e tem o badalado masculino e o hard-to-find feminino. (306.18)

FLEA-MARKET	I	p	(...), tem três posos dedicados à moda, joalheria, música, gadgets eletrônicos e mobiliário garimpado em antiquários e <i>flea-markets</i> , (...) (307.171)
FLEA MARKET	I	m p	(...) e objetos comprados nos <i>flea markets</i> do mundo, (...) (312.146)
FOREIGN SOUND	I	f s	Baby, sob vários aspectos, é a <i>foreign sound</i> da obra de Caetano. (313.90)
FOR MEN			Na versão <i>for men</i> , grapefruit e especiarias, como o coentro e o alecrim. (308.93)
FOR TRAVELLING	I		(...) num frasco <i>for travelling</i> . (313.146)
FPS	M		(...) e Sundown Cabelos Creme <u>FPS</u> 15, para bloqueio total do couro cabeludo, R\$17, Jonsons. (306.114)
FREE LANCE	I		(...) e começa a trabalhar como <i>free lance</i> . (308.43)
FREE-LANCE			(...) com o Pulitzer e hoje jornalista e escritor <i>free-lance</i> inicia um dos livros (...) (308.48)
FREE ZONE	I		As peças femininas dividem-se em temas: <i>cityscape, casual diva, cool comfort, natural exposure, heat wave, free zone...</i> (308.82)
FRESH			“uma pele <i>fresh</i> , levemente cintilante, (...) (310.129)
FULL-TIME	I		(...), licenciou-se da Câmara para assumir a campanha <i>full-time</i> . (309.60)
FUSION		f s	“Uma verdadeira <i>fusion</i> de objetos pessoais com peças novas, exatamente como deve ser uma decoração”, finaliza. (306.174)
GAY FRIENDLY			(...), enquanto os outros 42% são <i>gay friendly</i> (simpatizantes)”, (309.92)
GEORGETTE			(...), túnicas de <i>georgette</i> e veludo com calças de seda, (...) (310.87)
GIFT		m s	Em casa uma, um <i>gift</i> exclusivo (306.31)
GIRLIE	I		(...), através de um olhar <i>girlie</i> , feminino, de garota, de fêmea. (313.90)
GIRLIE CHIC		m s	É o <i>girlie chic</i> elaborado, sofisticado, ornado, meio “too much”, “cool” e encantador, (...) (310.79)
GIRLY			A da Top Shop mostra uma dezena de vestidos de sabor <i>girly</i> retrô anos 50, (...) (312.18)
GLAM			(...), e o violeta violento do estilo <i>glam</i> , (...) (309.128)
GLAMOURIZADO			(...) – devidamente <i>glamourizado, bien sûr</i> – e (...) (312.79)
GLAM ROCK		m s	A ATITUDE, MEIO MASCULINA, MEIO FEMININA, RESGATA O <u>GLAM ROCK</u> DOS ANOS 80 (...) (313.152)
GLAM-SEXY			(...) será despertar a face <i>glam-sexy</i> dos calçados de saltos baixos. (307.118)

GLITTER		m s	(...), a única Supreme que esteve lá desde a gênese, explosiva e cravada por muito <u>glitter</u> , em 1964, (...) (306.36)
GLOBAL STORE	I	f s	Inaugurou, na ocasião, a mais imponente e moderna <u>global store</u> , (309.170)
GLOSS		m s	Além do eterno <u>gloss</u> e (...) (308.89)
GLOSSY			(...), um blush e gloss para lábios e rosto em duas cores: <u>glossy</u> e mate que (...) (311.87)
GOLDIGER		p	(...), traduzia em tendências como melindrosas, summertime, street beach, <u>goldigers</u> , arquitetura, deconstructed sport, dança. (306.123)
GRUNGE			(...), que usava roupas meio <u>grunge</u> . (307.134)
HAIR			EDITOR: PHYLLIS POSNICK. <u>HAIR</u> : LUIGI MURENU PARA STREETERS. MAKE-UP: STEPHANE MARAIS PARA CLÉ DE PEAU BEAUTÉ (306.138)
HAIRSTYLISTS	I	m p	(...), império de cromos e espelhos faiscantes, os <u>hairstylists</u> (...) (311.96)
HALL OF FAME	I	m s	(...) nos deparamos com o verdadeiro <u>hall of fame</u> de designers mundialmente consagrados (...)
HAND MADE	I		(...), mantém o clima de criações tipo <u>hand made</u> em peças cheias (...) (312.79)
HANDMADE		m s	(...) e a arte do <u>handmade</u> à sensualidade (...) (307.118)
HARD-TO-FIND		m s	A loja funciona como flagship store da marca, e tem o badalado masculino e o <u>hard-to-find</u> feminino. (306.18)
HEALTH CLUB		m s	Business center completo e um <u>health club</u> com piscina (...) (311.223)
HEALTH FOOD	I		(...), depois de comer <u>health food</u> no restaurante de um spa (...) (311.207)
HEAT WAVE	I		As peças femininas dividem-se em temas: cityscape, <i>casual diva</i> , <i>cool comfort</i> , <i>natural exposure</i> , <u>heat wave</u> , <i>free zone</i> ... (308.82)
HIGHLIGHT		m p	(...) os peeling são os <u>highlights</u> (...) (312.81)
HIGH-LOW			(...) como nesse conceito <u>high-low</u> , onde a gente junta uma peça bem básica com uma mais nobre, tipo calça jeans e top de cetim.” (306.102)
HIGH SOCIETY		m s	O lugar reúne a crème de la crème do <u>high society</u> em Londres, (...) (311.237)
HIGH TECH			(...) comprovam que aliar materiais <u>high tech</u> , (...) (307.118)
HIGH TECHNOLOGY	I		(...), o faz com <u>high technology</u> e (...) (311.60)
HI-LO			São roupas que somam em sua linguagem figurativa estilos heterogêneos em dinâmicos exercícios <u>hi-lo</u> : (...) (306.79)

HI-LO	I		Luxo bizantino em comunhão com o <i>high-tech</i> , em relação suntuosamente <i>hi-lo</i> que (...) (310.73)
HI-LOW	m	s	Top dos itens fundamentais, legítimo low do <i>hi-low</i> (...) (307.47)
HIP HOP			O que está ouvindo? <i>hip hop</i> , jazz, MPB e drum'n'bass (310.12)
HOME-MADE			(...) e comida <i>home-made</i> . (312.24)
HOME THEATER			Além de muita tecnologia com <i>home theater</i> e ar-condicionado (...) (311.229)
HOMEWEAR	I		No andar superior, ficam alguns móveis e a seção de <i>homewear</i> , (...) (306.50)
HOSPITALITY CENTER	I	m p	Além dos habituais <i>hospitality centers</i> dos patrocinadores, (...) (308.18)
HOUNDSTOOTH	I		(...) ao passo que a viúva do presidente Pompidou, elegante em um terninho de tecido <i>houndstooth</i> Dior, (...) (306.133)
HOUSE			(...), é estilista de moda masculina e a dupla de <i>fashion lovers</i> se diverte criando looks um no outro para dançar house e eletro (...) (308.66)
HYPADO			“O lado mais novo e <i>hypado</i> dos lançamentos são (...) (307.118)
HYPE	f	p	(...), curtir várias <i>hypes</i> e (...) (308.50)
HYPE	I		Em <i>Aos Treze</i> , produção independente que virou <i>hype</i> nos Estados Unidos, (...) (307.36)
IGLOO	m	s	Ambos vêm dentro de um <i>igloo</i> . (306.118)
IN	A		Um jeito “ <i>in</i> ” de conhecer o Brasil, (...) (311.170)
ÍNDIGO BLUES	m	s	Número de fabricantes do legítimo <i>índigo blues</i> no Brasil: 17 (307.113)
INFLIGHT			(...), afirma o gerente de produto <i>inflight</i> da Varig, (...) (311.192)
INSIDE	I	m s	(...) usa-se a parte de baixo em cima, o <i>inside, out</i> (vide a recrudescência da lingerie à mostra), a roupa de noite para o dia... (307.12)
I-POD	M	m s	Objeto de desejo? <i>I-Pod</i> , pequeno, cor-de-rosa. (311.10)
I POD	M	m s	Brinquedo high-tech? Meu <i>i Pod</i> de 40 GB. (312.10)
IPOD	M	m s	“O meu marido Jack acaba de recheiar meu <i>Ipod</i> com as músicas (...) (312.77)
JAM	f	s	(...) e viajou pela Europa numa <i>jam</i> que mesclava seus sucessos com hits de Rolling Stones, Beatles, Temptations e outros clássicos. (306.38)
JAM'S SESSION	I	p	(...) e clubes onde ocorrem <i>jam's sessions</i> com célebres (...) (308.107)
JEANS COUTURE			(...), que realiza um trabalho de <i>jeans couture</i> . (307.158)

JEANSWEAR	m s	Uf, como é difícil ser hype no território do <u>jeanswear</u> !!! (306.18)
JERSEY	m s	(...) COMBINA AS TEXTURAS DO <u>JERSEY</u> , DOS CETINS E DA GABARDINE PARA PROVAR QUE (...) (307.68)
JET LEG	s	Mau humor? Nenhum. <u>Jet leg</u> ? Esqueça! (311.36)
JET SETTER		Moda do mundo todo escolhida a dedo pela proprietária <u>jet setter</u> Anne Maria Jagdfeld: (...) (309.58)
KID	p	(...), espaço <u>kids</u> e a men's room, balizados de estantes e vitrines (...) (312.41)
KIDULT	A p	(...), em uma geração composta por “ <u>kidults</u> ” ou “adultescentes”. (308.14)
KING SIZE		(...), como ar-condicionado, cama <u>king size</u> e ducha pressurizada. (311.217)
KIT-SOL	m s	Grande, de fato, perde-se na bolsa o <u>kit-sol</u> : (...) (307.59)
LABEL	I m s	Sem fazer barulho, já circula nas araras um novo <u>label</u> . (311.44)
LADYLIKE	p	(...), o brilho certo para hippies, rappers e <u>ladylikes</u> (308.74)
LADY LOOK	I	(...) Contra o atual fenômeno <u>lady look</u> (...) (311.66)
LAND ART	I f s	O trabalho de Ganem segue a tradição da <u>land art</u> , (...) (309.71)
LEAR-JET	m s	(...), o <u>lear-jet</u> privado, o iate, o carro (...) (313.36)
LEP		Tem 100 <u>lep</u> de memória, (...) (310.125)
LESS IS MORE	I m s	Para concluir, adicione a expressão máxima do <u>less is more</u> : (...) (313.212)
LET IT GO	I	(...), justifica este vasto pequeno mundo e, por fim, <u>let it go</u> . (313.27)
LIFE STYLE	I m s	(...) e há dez anos faz parte da equipe Osklen, um grupo que faz viagens de esporte e tem o mesmo <u>life style</u> . (307.54)
LIFE STYLE	m s	(...), uma marca que reproduz o <u>life style</u> da praia brasileira. (311.40)
LIFESTYLE	m s	(...), os óculos refletem o <u>lifestyle</u> com precisão. (307.137)
LINEUP	m s	(...) ela foi convidada e aceita para o <u>lineup</u> da São Paulo Fashion Week. (311.20)
LITTLENECK	I	(...) e seu <u>gaspacho</u> branco com uma espécie de mexilhão chamado <u>littleneck</u> , que eu anseio por experimentar; (...) (306.169)
LOBBY BAR	m s	No <u>lobby bar</u> há música ao vivo (...) (311.223)
LOLITA		Estilo ultrafeminino, ligeiramente afetado, meio <u>lolita</u> (...) (310.20)

LONG BOARD			A paixão pela prancha se desdobrou em outros esportes como snow board, wakeboard, <u>long board</u> , skate, além de natação, corrida, capoeira e ioga. (307.54)
LOOK BLACK	m	s	(...) “Eu me vestia em um <u>look black</u> total (...) (312.57)
LOOK NUDE	I	m s	(...) agradeu à platéia “fashionista” que também aplaudiu o <u>look nude</u> , (...) (309.129)
LOUNGE		m s	(...) – e um <u>lounge</u> com bossa nova e jazz (...) (311.239)
LOUNGE	I	m s	(...), enquanto Marcos Costa, no <u>lounge</u> da Natura (...) (313.142)
LOUNGE CHAIR		f s	Objeto de desejo? Uma <u>lounge chair</u> do Charles Eames. (311.10)
LOW		m s	Top dos itens fundamentais, legítimo <u>low</u> do hi-low (...) (307.47)
LOW-CARB		m p	Depois da febre dos produtos low-fat, agora chegou a vez dos <u>low-carbs</u> . (309.132)
LOW-FAT			Depois da febre dos produtos <u>low-fat</u> , agora chegou a vez dos low-carbs. (309.132)
LOW PROFILE	I		(...), devidamente apreciado por nomes <u>low profile</u> como o do ator (...) (311.96)
LOW PROFILE			(...) passam “montados” bem <u>low profile</u> . (312.18)
MACHO MAN			(...) e que circula com a top, versão superblondie, com figurino tipo <u>macho man</u> . (307.57)
MAILING		m s	(...), um <u>mailing</u> de 30 mil nome de clientes e já freqüentou, (...) (309.173)
MAINSTREAM		m s	(...), sabemos que nem tudo chega ao <u>mainstream</u> . (309.42)
MAKE		m s	(...) até sobre um <u>make</u> basiquinho, marrom, (...) (310.129)
MAKEUP			Makeup, James Kaliardos (...) (313.201)
MAKE-UP ARTIST	I	f s	Talento reconhecido, a <u>make-up artist</u> americana Gucci Westman (...) (308.90)
MAN’S ROOM		f s	(...), espaço kids e a <u>men’s room</u> , balizados de estantes e vitrines (...) (312.41)
MAT	A	m s	(...), em salas especiais, e também no “ <u>mat</u> ” (tapetinho) em salas de aulas. (310.148)
MEAL	I	f p	(...) que harmonizam perfeitamente com as <u>meals</u> , (...) (311.235)
MEGASTAR		p	Pioneira de uma geração de <u>megastars</u> , (...) (306.38)
MEGASTORE		f s	(...), porém, o mês temático da <u>megastore</u> se chama (...) (310.54)
MICROJAQUETA JEANS			Abrigo: <u>microjaqueta jeans</u> ou microcardigã. (312.18)
MINK			VESTIDO TIE-DYED, PRADA, SOB CARDIGÃ DE LÃ E GOLA DE <u>MINK</u> , MIU MIU. (309.167)
MIX		m s	“É uma loja de moda, de moda cada, de moda moda e do modo de viver”, diz Sonia Diniz Bernardini sobre o mix da Conceito Firma Casa (306.50)

MOUNTAIN GIRL	I	f s	“Gosto de morar junto do mar, mas, no fundo, sou uma <i>mountain girl</i> .” (306.64)
MUSK			(...) com traços de <i>musk</i> e baunilha. (313.115)
NATURAL EXPOSURE	I		As peças femininas dividem-se em temas: <i>cityscape</i> , <i>casual diva</i> , <i>cool comfort</i> , <i>natural exposure</i> , <i>heat wave</i> , <i>free zone</i> ... (308.82)
NEODÂNDI		m s	(...) no guarda-roupa de seu novo homem, um <i>neodândi</i> que admira (...) (311.67)
NERD	I	m s	O <i>nerd</i> sem charme dos anos 70 tornou-se o <i>intellectual</i> sedutor dos 80 e o <i>moderno</i> ultra fashion dos 90. (307.137)
NEW FACE		f s	As sobrancelhas descoloridas e o cabelo meio punk, meio moicano que Duda Molinos fez na <i>new face</i> Carol Francischinne, (...) (306.15)
NEW YORKER	I	f s	Entre as interessadas senhoras cobertas de <i>couture</i> da platéia, a magérrima <i>new yorker</i> Jennifer Creel, (...) (306.138)
NIGHT		f s	Um simples giro na <i>night</i> mostra (...) (310.127)
NON STOP			(...) e mandou-se para a Alemanha, a toda velocidade, num trajeto <i>non stop</i> . (310.35)
NOVA-IORQUIANO			(...) enquanto prepara sua presença <i>nova-iorquiana</i> no brilhante e luxuoso Time Warner Center, que está sendo finalizado (...) (306.166)
OF COURSE	I		Inovador em nossas terras, o conceito bar de perfumes, com card á pio <i>of course</i> , onde as notas predominantes determinam (...) (311.96)
OFF BROADWAY	I		No circuito <i>off Broadway</i> , atuou em musicais como <i>Beehive</i> . (306.38)
OKAY	A	m s	(...) só foi dado “ <i>okay</i> ” (...) (311.122)
OLD-FASHION	A		(...) esta moda subverte a elegância “ <i>old-fashion</i> ”. (310.76)
OPEN-BAR		m s	(...) apesar ou por causa do <i>open bar</i> (...) (310.152)
ÓPERA-ROCK		f s	(...), “a balada de John e Yoko é a nossa grande <i>ópera-rock</i> conceitual” (...) (313.77)
OUTWEAR			<i>outwear</i> (308.75)
OVER	I		“Meu estilo é moderno, mas <i>over</i> ”, explica Isabella. (306.174)
OVER-DYE	I		Além disso, possibilita sobretingimentos como <i>bottom-dye</i> , <i>double-dye</i> e <i>over-dyes</i> , criando cores e nuances únicas. (307.163)
OVERSIZE	I		(...) (que podem ser sumariamente substituídas por camisas masculinas brancas, <i>oversize</i> , também em algodão), (...) (307.59)

OVER THE TOP			Seu estilo e história são <u>over the top</u> . (310.231)
PARTY TIME	A		(...): “depois das 17 horas é “ <u>party time</u> ”, (...) (311.196)
PEEL-OFF	I	m s	“É um <u>peel-off</u> não apressivo, (...) (312.79)
PENTHOUSE		f s	(...) por uma <u>penthouse</u> , que inclui detalhes como jacuzzi <i>privée</i> (...) (311.204)
PERSONAL SHOPPER		m s	(...), assessoria de um <u>personal shopper</u> por meio dia (...) (311.223)
PERSONAL STYLIST	A	m s	(...), festas, entrevistas, luxo seria ter um “ <u>personal stylist</u> ” (...) (313.46)
PERSONAL TRAINER		m p	(...), explicam os <u>personal trainers</u> (...) (308.90)
PERSONAL TRAINING			(...) <u>personal training</u> fazem parte do cardápio (...) (311.219)
PET1	M		(...) e de reciclagem de embalagens <u>PET</u> (...) (307.26)
PET2		p	(...) e qualidade lança uma linha exclusiva para <u>pets</u> (cães e gatos), (...) (307.28)
PET SHOP		f s	(...), uma <u>pet shop</u> , por exemplo. (313.190)
PIERCING		m p	(...), fazer vários <u>piercings</u> e, de modo geral, (...) (307.36)
PILATES		m s	O <u>pilates</u> , diz Vera, trouxe-me maior consciência corporal (...) (310.147)
PINK			(...), vermelho, preto, <u>pink</u> , como fazia (...) (308.66)
PINK-RUBRO			Os primorosos e etéreos vestidos de Versace em tons nacarados de lilás, verde-acinzentado, azul-gelo e pink-rubro claramente se destinam (...) (306.133)
PLANETA FASHION		m s	(...) inspiram o <u>planeta fashion</u> como um todo. (311.20)
PLAYBOY BUNNY	M	f s	(...) a designer Elsa Peretti vestida como uma <u>Playboy bunny</u> num terraço da Big Apple. (306.156)
POCKET SHOW		m s	(...), responsáveis pelo divertido <i>subversões</i> (agora em nova versão, <i>Social Clubber</i>), um <u>pocket show</u> que desde 1991 faz rir (...) (306.54)
POINT		m s	Os anos se passaram e a fazenda tornou-se o <u>point</u> das sociedades paulistana e carioca. (308.26)
POINT FASHION		m s	(...), novo <u>point fashion</u> em Ipanema (...) (310.58)
POLAROID		p	Coleciona o quê? <u>Polaroids</u> . (311.10)
POLE POSITION		f s	(...) já tem que dividir a <u>pole position</u> com produtos (...) (313.138)
POP PRINCESS	I	f s	A <u>pop princess</u> acaba de assinar contrato (...) (311.98)
POP-SENSUAL			Com seu estilo <u>pop-sensual</u> sempre na crista da onda há trinta anos, a Blue Man, numa análise sócio-histórica, é um <i>case</i> da história da moda carioca (...) (307.24)

POP STAR	f s	Jovens, pobres e inexperientes – cada uma tinha 16 anos –, as aspirantes a <u>pop stars</u> nem sequer eram levadas a sério pelo empresário. (306.36)
PORTRAIT	I m s	O <i>stylist</i> para o <u>portrait</u> com o modelo (...) (313.10)
POST-IN		(...) e bloquinhos de <u>post-in</u> , um dos elementos fundamentais (...) (312.132)
POWER STRETCH		ASHTANGA “Sempre fiz <u>power stretch</u> e alongamento, então foi fácil me identificar com a ioga. (306.103)
PRETTY BOY	m p	(...), o mais novo nome no hall dos <u>pretty boys</u> , aqueles que arrastam centenas de fãs do sexo feminino onde quer que estejam se apresentando. (306.74)
PRIVATE LABEL		E sobre fazer <u>private label</u> ? (307.116)
PRIVATE-LABEL		(...), várias parcerias e contratos de <u>private-label</u> com as melhores grifes nacionais e internacionais. (307.131)
PULL	p	São vinte e cinco peças entre <u>pulls</u> , twin sets, cardigãs e t-shirts, todas em cashmere e seda, (...) (312.132)
PUSH-PIN	I p	(...) prego nas paredes com <u>push-pins</u> . (312.132)
QUEEN	I	(...) aos passageiros das cabines de categoria <u>queen</u> e local (...) (311.176)
R&B		Black music na veia: jazz, blues, soul, hip-hop, <u>r&b</u> . (306.10)
RACE	I	Tão <u>race</u> quanto aos clássicos, (...) (313.142)
RAGGA	I	(...), como ver uma garota com um look <u>ragga</u> nas ruas (...) (308.113)
RANKING FASHION	m s	(...), faz sucesso no Brasil e na Europa e de ponta como nome em ascensão no <u>ranking fashion</u> . (309.74)
RAVE	f s	Apesar de a gigantesca bola de boate e fibras ópticas suspensas sobre a passarela sugerirem uma fantástica rave adolescente, (...) (306.137)
RED	m s	A tendência do <u>red</u> chegou ao clímax no lançamento (...) (307.118)
RED GRAM	I	(...), também conhecido como <u>red glam</u> em inglês e (...) (310.228)
RED LIP	I p	(...) e consegue levantar o visual sem pestanejar, <u>red lips</u> estiveram presentes no classudo Valentino (...) (308.89)
REHAB	I m s	Estive num <u>rehab</u> (clínica para dependente químico), (...) (306.64)
ROAD MOVIE	I m s	O filme se transforma em um <u>road movie</u> , (...) (313.74)
ROCKABBILLY		(...), tributos nostálgicos a clássicos <u>rockabilly</u> e (...) (313.77)
ROCK’N ROLL	m s	Puro glamour <u>rock’n roll</u> . (306.34)

ROCK'N'ROLL	m s	(...) mais toque de luxo e algum <u>rock'n'roll</u> (310.84)
ROOTS	p	Definitivamente rock, ainda eletrônico, mas também pop e até mesmo <u>roots</u> . (307.23)
ROYAL		(...) em variações de vermelho, <u>royal</u> , branco e amarelo. (307.129)
RUBY GRAPEFRUIT		Com bergamota italiana, <u>ruby grapefruit</u> , ameixa, maçã, zimbro, cardamomo, rum, sândalo, cedro, incenso e almíscar (307.65)
SELF-PORTRAIT	m s	Agora Newton revela um cândido e freudiano <u>self-portrait</u> , mostrando uma vida de aventuras e (...) (306.153)
SELF SERVICE	I	Tradição italiana em <u>self service</u> . (313.66)
SELF-TANNING	I m s	(...) ficar ao largo do <u>self-tanning</u> a jato (...) (311.94)
SELF-TANNING	m s	(...) no corpo uso o <u>self-tanning</u> Gelée Auto-Bronzante (...) (312.77)
SEX-APPEAL	m s	(...) para a ampliação do <u>sex-appeal</u> (...) (307.112)
SEXY-CHIC	m s	Sempre focada no <u>sexy-chic</u> , a Arezzo propõe um inverno que (...) (307.118)
SEXY-ERÓTICO		A campanha da Spezzato, que Richardson fez com fotos de alto teor <u>sexy-erótico</u> , (...) (307.38)
SEXY HOT	I m s	(...) que louras transitam voluptuosamente no visual <u>sexy hot</u> (...) (308.89)
SHAPE	I m s	Para alguns países vai o <u>shape</u> brasileiro, (...) (307.116)
SHAPE	A m s	(...) trazendo mudanças mais visíveis no “ <u>shape</u> ” das pessoas (...) (310.147)
SHOCKING		Schiap, como a chamavam, sempre teve a coragem de ser escandalosa. <u>Shocking!</u> (306.16)
SHOCKING PINK	M	De Bérard, tomou um de seus tons de rosa, ao qual deu o nome de <u>Shocking Pink</u> (rosa-choque) (...) (306.16)
SHOEMAKER	m s	(...), o <u>shoemaker</u> Maurício Medeiros ressalta que (...) (307.118)
SHOOTING	I m s	Para o <u>shooting</u> , não poderiam faltar os elementos (...) (310.68)
SHOPPING-GRIFE	m s	(...) que fazem parte desse <u>shopping-grife</u> vale a pena. (313.190)
SHORT JEANS	m s	(...), apenas um <u>short jeans</u> bem curto e detonado, (...) (307.60)
SHOWPLACE	I m s	A arquitetura lembra aos clientes que a cidade de Nova York é um <u>showplace</u> do estilo internacional, (...) (306.169)
SHOW-ROOM	m s	Sem contar o <u>show-room</u> , que atende a 80 representações (...) (307.141)
SIGHTSEEING	I	Este efeito <u>sightseeing</u> é percebido na grande lista de designers internacionais, mas sobretudo pelo efeito bumerangue que volta (...) (308.157)

SILK-SCREEN			O desenho do trio virou <u>silk-screen</u> em camisas, bolsas (...) (306.37)
SKATISTA		p	Modernos, antenados clubers, <u>skatistas</u> , todas as tribos, (...) (312.34)
SKILIFT		m p	(...) e sem filas nos <u>skilifts</u> , (...) (311.175)
SKI LIFT			(...) em quádruplo com pensão completa e <u>ski lift</u> . (311.182)
SKYLIFT		m s	(...), mas para ouvir enquanto espero na fila e no <u>skylift</u> , é uma maravilha.” (307.53)
SKYLINE		m s	(...), o <u>skyline</u> da cidade. (313.216)
SLEEPING BAG	I	m s	(...), o leito não poderia ser o incômodo <u>sleeping bag</u> , mas (...) (312.145)
SLOW CITY	M	f s	(...) seria estar em uma <u>Slow City</u> (uma ramificação do movimento, que significa “cidades lentas”), (...) (312.87)
SLOW FOOD	M	m s	(...), o <u>Slow Food</u> milita em prol da saúde (...) (312.87)
SLOW-MOTION			(...), um estranho pedaço de São Paulo paralisado no tempo e com ritmo <u>slow-motion</u> . (306.68)
SNOWBOARD			A paixão pela prancha se desdobrou em outros esportes como <u>snowboard</u> , wakeboard, longboard, skate, além de natação, corrida, capoeira e ioga. (307.54)
SNOWMOBILE			(...) e os passeios de <u>snowmobile</u> (moto na neve) são imperdíveis. (307.53)
SOCIETY		m s	(...) e diva do <u>society</u> americano do século 20 (313.204)
SOUR CREAM	I		(...) consumido com <u>sour cream</u> . (310.229)
SPA CUISINE	A		(...), além de “ <u>spa cuisine</u> ”, completam o complexo. (311.239)
SPA DAY		m s	O <u>spa day</u> do hotel Grand Hyatt, em São Paulo (310.43)
SPF	M		(...) ambos com <u>SPF 15</u> (...) (307.56)
SPINNING	I		(...), dorme bem, faz <u>spinning</u> , cuida do que ingere, (...) (313.90)
SPIRITUAL FITNESS	I		Na lista do chamado <u>spiritual fitness</u> , (...) (311.179)
STABLISHMENT		m s	Não trabalhar foi uma forma de contestar o <u>stablishment</u> , ao qual ele pertencia. (309.139)
START		m s	(...), responsável pelo <u>start</u> do processo (...) (307.114)
STEAKHOUSE	I	f s	(...) em parceria com Jean-Georges Vongerichten, que também irá abrir uma <u>steakhouse</u> em Columbus Circle. (306.166)
STEP BY STEP			(...) a exportação está sendo estrutura <u>step by step</u> . (311.40)
STREET		f s	(...), unem-se à estética <u>street</u> para efeitos-surpresa, muito estimulantes. (310.75)

STREET BEACH		(...), traduzia em tendências como melindrosas, summertime, <u>street beach</u> , goldigers, arquitetura, deconstructed sport, dança. (306.123)
STREET STYLE	I	No jargão da moda chamamos esse fenômeno de <u>street style</u> de luxo, (...) (311.34)
STREETWEAR	m s	O resultado é um <u>streetwear</u> casual urbano de luxo. (307.44)
STREET WEAR	m s	(...), ela se apropria do <u>street wear</u> para inventar (...) (312.136)
STYLEFAXER	I	m s (...), poderoso <u>stylefaxer</u> da <i>Vogue</i> América, larga seu <u>club sandwich</u> , (...) (312.116)
STYLING	m s	(...), com o <u>styling</u> de Júlia Von Boehm. (310.68)
STYLIST	m s	Dei recomendações para um <u>stylist</u> , também amigo, o Cesar Fassina – (...) (306.18)
SUMMERTIME		(...) traduzia em tendências como melindrosas, <u>summertime</u> , street beach, goldigers, arquitetura, deconstructed sport, dança. (306.123)
SUNKINI	m s	Criação do <u>sunkini</u> . (307.24)
SUNSHINE	I	(...) enquanto Theo Carias deu o toque de <u>sunshine</u> ao ator (...) (313.142)
SUPERBLONDIE		(...) e que circula com a top, versão <u>superblondie</u> , com figurino tipo macho man. (307.57)
SUPERCOOL		Sofisticada, <u>supercool</u> e com uma cozinha maravilhosa. (313.108)
SUPERFASHION		Ele é <u>superfashion</u> , stylist, nada a ver com carioca, (...) (308.66)
SUPERMODEL	p	(...) nomes de <u>supermodels</u> como Cindy Crawford, Helena Christensen e Kate Moss. (306.43)
SUPPLEX		(...), AMBOS REINALDO LOURENÇO E T-SHIRT DE <u>SUPPLEX</u> , R\$ 68, BODY JAM. (309.178)
SURFE-SKI	m s	(...) sua forma em acrobacias no surfe, no <u>surfe-ski</u> , e no wakeboard. (307.58)
SURFWEAR	m s	(...), bermudas remetem ao <u>surfwear</u> . (313.92)
SWEATER	I	m s Ela desenhou para si um <u>sweater</u> preto com gola e laço brancos em <i>trompe-l'oeil</i> que mandou tricotar por um artesão armênio. (306.16)
STREETWEAR	m s	Aclássica “couture” encontra-se com o clássico <u>streetwear</u> . (310.75)
SWINGING LONDON	f s	Na <u>swinging London</u> , o novo talento (...) (310.231)
SWINGING LONDON	A	f s Continuo por Carnaby Street, a da “ <u>Swinging London</u> ” dos anos 60 (...) (312.18)
TAG	m s	A Track & Field possui o <u>tag</u> “Thermody Cool Amni Sport Track & Field Technology”, (...) (307.148)
TALK OF THE TOWN	m s	(...) e ela se tornou o <u>talk of the town</u> em Nova York. (313.56)
TAN	I	m s (...) transformando o <u>tan</u> pulverizado na mais recente mania (...) (311.94)

TARTAN	m s	X de xadrez, <u>tartan</u> escocês, como estampas de tafetás, lãs e tweeds. (310.22)
TECNO		(...) noite adentro ao som de <u>tecno</u> , (...) (311.189)
TEEN	f p	Anais Anais, o “primeiro perfume” de todas as <u>teens</u> (306.29)
TEEN	m p	É que, no frigir dos ovos, os <u>teens</u> e jovens (...) (310.26)
TELECOTECNO	I	(...), que a impulsionou para aquilo que alguns chamaram de <u>telecotecno</u> , Elza Soares chega retumbante e (...) (306.52)
TENAGER		A de Alice, mais teen, de <u>tenager</u> . (311.44)
TEST DRIVE	m s	Convencionária Renault e faça já um <u>test drive</u> . (307.20)
TEST-DRIVE	m s	Em suma, o navegador fez um <u>test-drive</u> da linha verão 2004 da Samello, (...) (307.153)
THANKS GOD		(...) e cremes depilatórios parecem funcionar e aí, <u>thanks God!</u> , surgiu o laser. (310.138)
TICKETMASTER		Ticketmaster (11) 6846 6000 (308.16)
TIE-DYE	m s	(...) técnicas artesanais “pobres” como o <u>tie-dye</u> usadas como efeito decorativo em look ultra-urbano-chique com sabor anos 50 (...) (306.79)
TIE-DYED		VESTIDO <u>TIE-DYED</u> , PRADA, SOB CARDIGÃ DE LÃ E GOLA DE MINK, MIU MIU. (309.167)
TIMELESS	I m s	Acho que o <u>timeless</u> , que dure (...) (312.62)
TOLL FREE		toll free: 0800-771-9400 (311.245)
TOO MUCH	A	É o girlie chic elaborado, sofisticado, ornado, meio “ <u>too much</u> ”, “cool” e encantador, (...) (310.79)
TOP1		Para começar, o jeans mais desejado e menos usado do planeta (...) Para terminar, o conto de fadas de um adolescente lindo que virou top (306.18)
TOP1	f p	A russa Natalia Vodianova, atual número 1 no ranking das <u>top</u> , mostra a que veio na campanha da L’oré al. (307.14)
TOP1	m p	Até a revista norte-americana <i>House & Beautiful</i> tratou de incluir o brasileiro em sua lista dos <u>tops</u> do planeta.(307.29)
TOP2		Uma festa entre flores, proposta por Lúcio Vieira e Roberto Pena, da Escarlata, uma das floriculturas top de São Paulo, é pura sedução. (306.178)
TOP-BIQUÍNI		Sobreposição: <u>top-biquíni</u> por baixo de regata (...) (312.18)
TOP-DESIGNER	p	(...), as peças assinadas por <u>top-designers</u> , (...) (313.36)
TOP-MUSA	f s	Personificada pela <u>top-musa</u> Daniela Sarahyba (...) (307.129)

TOPINHO		m s (...): biquinho, <u>topinho</u> , shortinho, sainha, camisetinha, (...) (308.73)
TOPZINHO		m p Cansadas de nossas saínhas, blusínhas, <u>topzínhos</u> , (...) (310.26)
TOTAL LOOK	I	m s (...) ou então o jogo das identificações sucessivas p ó s-modernistas substituem o <i>total look</i> pelo <i>bricolage</i> de estilos variados.(307.12)
TOUCH SCREEN		Nos quartos, controle único digital por telefone <u>touch screen</u> , (...) (311.223)
TRADEMARK		f s (...) diversos perfis reconhecíveis pela sua <u>trademark</u> . (310.230)
TRENCH-COAT		p Trench-coats, robes-mantôs, saías rodadas como as dos anos 50, o padrão príncipe-de-gales e o estilo militar/aviador (...) (308.13)
TRENDY		E um nome <u>trendy</u> por ali (...) (311.219)
TRENDY	I	Esmalte vermelho é eternamente <u>trendy</u> , dizem os “fashionistas”. (313.144)
TUNDRA INSPIRATION	I	f s (...) (como fiz com a <i>tundra inspiration</i> de Gloria Coelho) (...) (308.90)
TURTLE NECK	I	m s (...), ela lançou o <u>turtle neck</u> . (309.128)
TWIN-SET		m p Sempre básicos no guarda-roupa, os <u>twin-sets</u> são a bola da vez. (311.80)
TWO STEP		ABAIXO, <i>CREMASTER 2</i> (1999), A DANÇA TEXANA <u>TWO STEP</u> É UTILIZADA COMO METÁFORA, (...) (306.140)
UISQUINHO		m s (...), ofereceu um <u>uisquinho</u> aos dois jovens “repórteres”. (311.26)
ULTRACOOOL		Agora, para ser hype, hype mesmo, para ser <u>ultracool</u> , para ser <u>ultratrendie</u> , a senha é Rogan. (306.18)
ULTRAFASHION		(...) para o lançamento da sempre esperada edição do Calendário Pirelli, que virou objeto <u>ultrafashion</u> nos últimos anos (...) (306.43)
ULTRAGLAMOROSO		f p Roupas <u>ultraglamorosas</u> sugeriam o guarda-roupa de uma Marlene Dietrich moderna (306.134)
ULTRAPOP		(...), estilo <u>ultrapop</u> dão o molho (...) (308.50)
ULTRASEXY		(...) com focos coloridos e roupas <u>ultrasexy</u> , (...) (311.15)
ULTRATRENDIE		Agora, para ser hype, hype mesmo, para ser <u>ultracool</u> , para ser <u>ultratrendie</u> , a senha é Rogan. (306.18)
UNDERWEAR		m s Outro grande sucesso da marca é o <u>underwear</u> , (309.54)
UNDERWEAR	I	Com todas as duas criações, (...) e <u>underwear</u> , Haten acaba de instalar-se no shopping Paço Alfândega, no centro histórico do Recife. (306.106)
VAMP		(...): l á vem ela, desde a p á gina inicial, em modelitos de tecido tigrado, botas e atmosfera escancaradamente vamp. (306.70)

VANILA			(...), em cores destoantes como ameixa, <u>vanila</u> e ferrugem – que caíam para revelar vaporosos vestidos esvoaçantes de chiffon. (306.137)
VIAGRA	M		(...), mas o surgimento de <u>Viagra</u> ofereceu ao homem a possibilidade de diminuir a distância entre o que é sexo e o que é sexualidade. (306.109)
VIKING			ELA POSA DE <u>VIKING</u> URBANA. (309.176)
VINTAGE			“minha roupa favorita é um jeans levi’s <u>vintage</u> do ano em que nasci, 1975, que comprei em Nova York.” (310.97)
WAKEBOARD	m	s	(...) sua forma em acrobacias no surfe, no surfe-ski, e no <u>wakeboard</u> . (307.58)
WANABE		p	O que a deixa de mau humor? <u>Wanabes</u> , arrogância. (311.10)
WANNABE	I	f s	(...), tornando-me uma <u>wannabe</u> – as meninas que queriam ser como a Madonna. (312.20)
WAVE			WAVE/AS PRATAS E OS OUROS DE YEMANJÁ (306.95)
WEBSITE	m	s	(...) no seu website www.veruschka.net . (312.57)
WILD YAM	m	s	(...) como o <u>wild yam</u> (inhame selvagem) e (...) (313.138)
WIND-CAR			(...) – de tênis e arco-e-flecha a <u>wind-car</u> e surfe. (311.221)
WINDSURF			(...) para a prática de <u>windsurf</u> e mergulho, (...) (311.197)
WORKAHOLIC WAY OF LIFE	m	s	(...) para quem exagera nas baladas e no <u>workaholic way of life</u> (...) (311.96)
WRAP	m	s	(...) toda a mulher que entendesse de moda tinha um <u>wrap</u> de jérsei (...) (313.70)

2) Francês:

ADIEU	I	m s	(...), fez de seu <u>adieu</u> um <i>grand finale</i> , digno do status de superstar que ele adquiriu na última década. (309.184)
AMBIANCE	I	f s	(...) para reproduzir fielmente a <u>ambiance</u> Daslu. (312.119)
APRÈS-SKI		m s	No <u>après-ski</u> , lojas e um completo fitness center estão (...) (311.184)
AU BORD DE LA MÈRE	I		Mas tudo isso <u>au bord de la mère</u> , em Creta, na Grécia, (...) (311.100)
BAN-LON		m s	(...) retinham o suor, como o <u>ban-lon</u> , o tergal, a helanca. (307.114)

BAUME APRÈS RASAGE	m	s	(...) – o clássico Armani de textura das madeiras nobres vem com um gel de banho, mais um <u>baume après rasage</u> . (306.118)
BEAUTÉ	f	s	(...): o emocional também tem sua cota de responsabilidade com a <u>beauté</u> . (309.174)
BEAUTÉ	I	f	s Aliás, No mais, a <u>beauté</u> das passarelas mostrou que (...) (308.89)
BIEN SÛR			O designer francês inaugura em Paris uma fundação dedicada à moda, à fotografia, às artes plásticas e sua obra, <u>bien sûr</u> . (309.53)
BIEN SÛR	I		(...), num ensaio para <i>Vogue Paris</i> , com direito a fotos de Testino, <u>bien sûr</u> , (...) (308.60)
BIJOU	I	f	p Circulando pela loja, você passa pelas <u>bijoux</u> da <i>stylist</i> Chiara Gadeleta, (...) seguidos por canivetes da marca francesa Laguiole (...) (306.50)
BIJOU		p	As roupas, sapatos, <u>bijoux</u> , logo, croquis do convite (...) (311.122)
BOULANGERIE	f	s	A haute-couture e a <u>boulangerie</u> se unem pelas mãos de Jean Paul Gaultier (312.41)
BOULANGERIE- PÂTISSERIE	f	s	(...) de grandes chefs da <u>boulangerie-pâtisserie</u> parisiense. (312.41)
BOUQUET	m	s	(...), misturando um <u>bouquet</u> de flores e frutas, o fraco é sempre um show à parte. (309.134)
BRANCHÉ	I		(...) tem cara de alemã e look meio esnobe, <u>branché</u> , vive literalmente seu momento Prada. (313.80)
BRICOLAGE	I	m	s (...) ou então o jogo das identificações sucessivas p ó s-modernistas substituem o <i>total look</i> pelo <u>bricolage</u> de estilos variados.(307.12)
CACHECOEUR			AO LADO, <u>CACHECOEUR</u> , R\$ 179, (...) (311.105)
CAMPAGNE	M	f	s Gaultier usa biscoitos, fatias de pão da <u>Campagne</u> , baguetes, (...) (312.41)
CARNET DE VOYAGE	I	m	s (...), livro que nasceu como um <u>carnet de voyage</u> de suas andanças País adentro (...) (307.29)
CHAMOIS			Casaco branco de <u>chamois</u> com babados da Patricia Viera (306.103)
CHAMOIS		p	(...), confeccionados em linho, <u>chamoix</u> e argolas de bronze. (312.145)
CHAMPAGNE			Baccarat, R\$ 620 (taça <u>champagne</u>) e (...) (306.98)
CHANELIZAÇÃO	A		(...) a incontornável “ <u>chanelização</u> ” rivalizam com a nova “pradisação” da moda em quase toda as colições. (309.38)
CHARMEUSE			Tecidos fluidos e ultrafinos tipo j é rseis, chiffon e <u>charmeuse</u> redesenham o corpo com fr á gil refinamento. (306.79)

CHÂTEAU		m s	(...), no campo, Valentino comemorou com um jantar em seu <u>château</u> de conto de fadas, (...), ao som pulsante de um DJ incandescente. (306.138)
CHÂTEAU		m p	Inspirado nos elegantes <u>châteaux</u> da França, (...) (311.215)
CHAUSSURE POUR LIT	I	m s	(...) criei o primeiro <u>chaussure pour lit</u> da história.” (313.170)
CHEZ MOIS			Para uma sessão <u>chez moi</u> , teste: Máscara de Fango, Ala Szerman, R\$49. (309.174)
CHIFON		m s	(...) com o <u>chifon</u> e o tule, (...) (313.103)
COFFRET		m s	ANAÏS ANAÏS, de Cacharel – o <u>coffret</u> da clássica fragrância de Cacharel vem com um leite corporal, mais um gel perfumado. (306.118)
COIFFURE	I	m s	(...) em seu extravagante vestido de corte, seu <u>coiffure</u> altíssimo (...) (313.165)
COMPÈRE		m s	Aqui a heroína usa um vestido com um <u>compère</u> (um falso corpete que é desabotoado pela frente), (...) (313.165)
CONCIERGE	I		Serviço de mordomo e <u>concierge</u> , área de jantar (...) (311.176)
CONCIERGE			(...) personalizados, <u>concierge</u> e serviço de mordomo. (311.239)
CONFIT	I		(...) os tomates são uma mistura de <u>confit</u> , manjerição e tomates tradicionais frescos, (...) (306.169)
CONFIT			No menu, sopa de mexilhões à moda indiana, <u>confit</u> de coxa (...) (311.223)
CORSET		m s	(...), acionou um glamoroso <u>corset</u> de pedrarias (...) (312.20)
CÔTÉ		m s	Seu <u>côté</u> Heidi, montanhês, ela curte no ciclismo e nas caminhadas com os amigos. (306.64)
CÔTÉ	I	m s	(...) que o criador se desliga do <u>côté</u> empresário. (307.141)
COUTURE	I	f s	(...) tantas aparições de encantadoras mães-e-filhas na <u>couture</u> . (306.137)
COUTURE	I		E celebrando a bem-sucedida ação de Chanel em adquirir alguns dos fabulosos, por é m em perigo <u>couture fourmisseurs</u> de Paris (...) (306.134)
FOURMISSEURS			Ungaro estava determinado a revelar as técnicas e as habilidades manuais de <u>couturier</u> que aperfeiçoou ao longo das décadas; (...) (306.134)
COUTURIER	I		
CRÈME		m s	(...), o sabor e o aroma do leite cozido, o perfume, o <u>crème</u> . (308.152)
CRÈME DE LA CRÈME		f s	Contamos mesmo com um time que integra a <u>crème de la crème</u> da música no mundo (...) (308.62)
CRÈME DE LA CRÈME	I	m s	(...), cineastas, fotógrafos, o <u>crème de la crème</u> , enfim, da “mondanité” francesa de uma época (...) (308.44)
CRÊPE	I		Alguém já parou para pensar que a palavra <u>crêpe</u> , por exemplo, (...) (312.41)

CUISINE	f	s	(...), além das deliciosas sobremesas, a <u>cuisine</u> de Ducasse (...) (311.235)
DEGRADÊ			(...), sombras <u>degradê</u> Sephora, (...) (311.84)
DEGRADÉE	I		(...) em frasco multifacetado <u>degradée</u> . (311.98)
DEMAQUILANTE		p	Da Mac, uso o Studio Fix, gloss, lencinhos <u>demaquilantes</u> , pincéis, corretivo e sombras. (306.103)
DEMODÉE	I		(...), então considerada <u>demodée</u> , em um loja superfashion da onite para o dia. (313.56)
DERACINÉ	I		(...), sempre me senti <u>deraciné</u> em Nova York. (313.56)
DERRIÈRE	I	m s	Levantar o <u>derrière</u> em até três centímetros é a promessa do Contour Wrapp. (306.116)
DERRIÈRE	A	m s	(...) que admiramos o “ <u>derrière</u> ” feminimo”, (...) (307.112)
DINER À DEUX	I	m s	(...), um romântico <u>diner à deux</u> à de música, (...) (313.164)
EAU DE PARFUM	M	m s	VERSACE WOMAN, de Versace – o <u>Eau de parfum</u> 50 ml vem com uma nécessaire da mesma cor do perfume. (306.118)
EAU DE TOILETTE	M	m s	(...) o clássico masculino De Herrera vem com um <u>Eau de Toilette</u> de 100 ml mais um sabonete em barra da mesma fragrância. (306.118)
EAU DE TOILETTE	I	m s	Um <u>eau de toilette</u> transparente, floral e ligeiramente amadeirado. (309.134)
ENFANT-TERRIBLE	I	m s	O <u>enfant-terrible</u> vai explicanddo (...) (312.41)
ENGAGEANTE	I	m p	(...): da manda ao punho, do punho aos <u>engageantes</u> – babados de renda – , dos <u>engageantes</u> ao pulso”, (...) (313.165)
EVASÉ			Uma cauda de organza plissada a faca presa a uma saia-lápis e casaco <u>evasé</u> com manchas de leopardo (...) (306.138)
FEMME FATALE	I	p	(...) o desejo de princesas ou de <u>femmes fatales</u> (313.170)
FIN DE SIÈCLE	I		(...), mas Macdonald também se valeu do sombrio “Art Nouveau of Aubrey Beardsley” para alguns efeitos <u>fin de siècle</u> . (306.138)
FRAÎCHEUR	I	m s	O <u>fraîcheur</u> deste cenário estava refletido no grupo de glamorosas jovens na platéia (...) (306.134)
FRAPÉ		m s	(...), enquanto bebericam um <u>frapé</u> - o café gelado que os gregos adoram. (311.197)
GARÇON			(...) (re)introduzir um toque <u>garçon</u> ao nosso guardaroupa. (309.35)
GEORGETTE			(...), crepe <u>georgette</u> ou chiffon. (311.44)
GÎTE	f	p	(...), as <u>gîtes</u> , ou casas rurais para se hospedar: (...) (312.33)
GOURMANDE			(...) a beleza <u>gourmande</u> . (312.41)

HABILLÊ	I	m s	Do casual ao <i>habillê</i> , só trabalhando (...) (313.68)
HABITUÊ			(...), Maria José Cardoso eram <i>habituês</i> . (309.49)
HAUTE COUTURE	I		As coleções de <i>haute couture</i> tiveram um início alegre na Christian Dior (...) (306.133)
HAUTE-COUTURE	f	s	A <i>houte-couture</i> e a boulangerie se unem pelas mãos de Jean Paul Gaultier (312.41)
HAUTE CUISINE			Christian Delouvrier, o talentoso chef do recém-fechado Lespinasse, no St. Regis Hotel, em breve terá seu próprio restaurante de haute cuisine, (...) (306.166)
LAIZE			(...) CORSELET COM BARRA DE TULE, BLUSA DE OMBRO DE <u>LAIZE</u> , ENFEITE DE CABEÇA (...) (306.133)
LÈSE-MAJESTÉ	I		(...), esse exemplo encantador de <i>lèse-majesté</i> criou tanto (...) (313.165)
LISSAGE	f	s	Valorização dos cachos, <i>lissage</i> vertiginosa da superfície, (...) (308.28)
LUXE	I		Assim, a paixão pelo ofício de <i>sapateiro de luxe</i> transformou-se (...) (313.172)
MAISON	f	p	(...), em busca das <i>maisons</i> de haute-couture mais legendárias: Grés, Chanel, Patou, Lelong, Lanvin, (308.26)
MAÎTRE DU RISQUE	I		Maître du risque, com suas criações sempre no fio da naralha, Helmut vem escandalizando e (...) (306.153)
MAXITECNOCHIQUE			São tipo diva ou lentes <i>maxitecnochique</i> , grifes:, (...) (312.18)
MEGABUTIQUE	f	s	(...), a <i>megabutique</i> de marcas importadas do Paris, (...) (309.173)
MÉLANGE	I	m s	(...) uma torta de frango com um delicioso <i>mélange</i> de vegetais como acompanhamento, (...) (306.169)
MÉLANGE	I	f s	(...), é uma <i>mélange</i> de propostas: (...) (312.146)
MÉLÈZE	I		(...), uma parece em <i>mèrèze</i> natural (...) (312.41)
MEUNIÈRE	I	m s	(...) – <i>quenelles</i> com molho de lagosta, linguado do <i>meunière</i> – mas com toques modernos e lights. (306.168)
MINICHAMOIS			(...), E <u>MINICHAMOIS</u> , R\$ 828, (...) (311.109)
MONDANITÉ	A	f s	(...), cineastas, fotógrafos, o <i>crème de la crème</i> , enfim, da “ <u>mondanité</u> ” francesa de uma época (...) (308.44)
MOUSSELINE			(...), tafetá, <i>mousseline</i> ou renda. (312.41)
MULE	f	s	(...), sobre a <i>mule</i> cor-de-rosa da protagonista. (307.118)
MUSSELINE			(...) um humilde vestido de <i>musseline</i> (chamado de <i>Gaulle</i>) e (...) (313.165)

NÉCESSAIRE	f	p	Duas <u>nécessaires</u> (306.103)
NÉCESSAIRE	I	f	p (...) e <u>nécessaires</u> super-recheadas, (...) (307.58)
OBJET	I		p Karl Lagerfeld coleciona mobília e <u>objets</u> do século 18 (...) (311.31)
OBJET D'ART	I		p (...) juntamente com as pinturas, móveis e <u>objets d'art</u> (muitos dos quais de procedência real francesa) (...) (313.164)
PAETADO			MACAQUINHO DE TOALHA <u>PAETADA</u> (313.96)
PAETIZADO	A		(bem que poderia ser uma jaqueta militar “ <u>paetizada</u> ”, não?) (312.20)
PÂTE	I		(...) (é agora chamada <i>pasta</i> , palavra italiana para massa, como a palavra francesa <u>paté</u>). (308.154)
PETIT CAHIER	I	m	s Com direito a delicioso <u>petit cahier</u> como <i>souvenir</i> , (...) (309.123)
PETIT GRAIN			Uma combinação de óleos essenciais de <u>petit grain</u> , laranja e bergamota. (308.93)
PETIT PAVÉ	I	m	s A parede de fundo, revestida em <u>patit pavé</u> branco sobre branco, (...) (307.171)
PHYSIQUE DU RÔLE	I	m	s (...) uma personagem que tinha inclusive um <u>phisyque du rôle</u> diferente do meu”, (...) (308.62)
PLUS ÇA CHANGE	I		Plus ça change: a extravagantemente estruturada (...) (313.165)
PORNÔ-CHIQUE			(...), que invadem o mercado de grifes com ícones do submundo <u>pornô-chique</u> , (...) (307.118)
PORTA-MAQUIAGEM		m	s No kits com gloss, batom e máscara de cílios seu presente é um glamouroso <u>porta-maquagem</u> (306.31)
PORTRAIT		m	s No alto, o designer no <u>portrait</u> de Andy Warhol. (309.53)
POT-AU-FEU	I		(...), uma torta de frango com um delicioso <u>mélange</u> de vegetais como acompanhamento, bisão estilo <u>pot-au-feu</u> , (...) (306.169)
PRIVÉ			(...) além de jardim, bar e sala de almoço <u>privés</u> (...) (311.179)
PRIVÉ	I		(...), um dos mais elegantes castelos <u>privés</u> nos arredores de Paris. (313.70)
PRIVÉE	I		(...) por uma penthouse, que inclui detalhes como jacuzzi <u>privée</u> (...) (311.204)
PRIVÉE			(...) a sala de reunião <u>privée</u> . (311.239)
QUENELLE	I	p	(...) – <u>quenelles</u> com molho de lagosta, linguado do <i>meunière</i> – mas com toques modernos e lights. (306.168)
RELAIS DE CAMPAGNE	I		(...) criou uma espécie de <u>relais de campagne</u> , com (...) (311.174)
ROSÊ			(...), são usadas com saias nas cores verde-alface, vermelhas, vinho ou <u>rosê</u> , (...) (309.184)
SAISON	f	s	A mostra que abre a <u>saison</u> sempre é feita (...) (311.31)

SANS CULOTTE	I	m p	(...), enquanto as calças de trabalho dos <i>sans culottes</i> dariam origem (...) (312.51)
SECRETAIRE		f s	(...), a mesa de centro e a <i>secrtaire</i> : caixinhas diversas (...) (313.214)
SUÍTE-VITRINE		f s	Ao lado, a <i>suíte-vitrine</i> da butique em Paris (ao lado). (312.117)
SUPERBUTIQUE		f s	(...), a <i>superbutique</i> comandada por Eliana (...) (312.116)
TRÈS PORTEUR	I		Eu achava um nome <i>très porteur</i> . (311.60)
TROMPE-L'OEIL	I		Ela desenhou para si um <i>sweater</i> preto com gola e laço brancos em <i>trompe-l'oeil</i> que mandou tricotar por um artesão armênio. (306.16)
ULTRA-ETTE		m p	Depois do jantar, ela e os <i>ultra-ettes</i> , como eram denominados os socialites, as modelos, os artistas (...) (313.56)
ULTRA-URBANO-CHIQUE			(...) como o tie-dye usadas como efeito decorativo em look <i>ultra-urbano-chique</i> com sabor anos 50 (Prada) (306.79)
VOILÀ			(...) acrescenta-se a preocupação com o acabamento primoroso e, <i>voilà</i> , (...) (311.38)
VOILÀ	I		(...) ... <i>voilà</i> , também nuína é demais. (313.170)
VOL D'OISEAU	I		Aqui está uma panorâmica a <i>vol d'oiseau</i> de tudo o que acontece na moda como negócio de glamour. (307.67)
VRAI HAUTE-COUTURE	A	m s	(...) para que Marília estivesse em cena com um “ <i>vrai haute-couture</i> ”. (311.122)

Vogue Portugal

1) Inglês:

ACID JAZZ	I		(...) elementos <i>funk</i> , <i>drum 'n' bass</i> , e <i>acid jazz</i> (...) (21.59)
AFFAIR	I	m s	Louco de ciúmes devido ao <i>affair</i> da diva (...) (15.92)
AFROBEAT	I		E outro produzido por Timbaland à base de electrónica industrial, <i>afrobeat</i> e sobre tudo <i>dancehall</i> jamaicano, (...) (16.55)
AFTER-PARTY	I	f s	(...) trabalha o conceito, direcção artística, <i>styling</i> , e a <i>after-party</i> do concurso Super Model of the World 2004. (16.17)

AIR-BRUSH	I		Com a luminosidade dos bronzeados <i>air-brush</i> , (...) (22.115)
ALIEN	I	m s	O legal <i>alien</i> Emmerich (nascido na Alemanha) é que não vai em conversas. (20.68)
ALPRO-FOAM	I		Socas de jardinagem em <i>alpro-foam</i> , material altamente resistente e durável, (...) (21.131)
AMERICAN WAY	I	m s	Desdobrado nas suas mais diversas facetas, o <i>american way</i> reaparece esta estação, (...) (19.62)
ANTI-FIT	I		As novas <i>jeans</i> devem ser “confortáveis e <i>anti-fit</i> . (14.88)
ANTIFRIZZ	I		Outshine, leite alisante e <i>antifrizz</i> , (...) (15.71)
ANTI-STRESS	I		Existe também o programa <i>anti-stress</i> para empresas com a duração de dois dias. (14.157)
ART ROCK	I		Moda, situacionismo e <i>art rock</i> , tudo junto num álbum dedicado ao “capitalismo <i>pop</i> e a arte barata”. (14.130)
ARTY	I		Vêm da cena <i>arty/fashion/gay</i> de Nova Iorque e, (...) (20.64)
AVIATOR	I	m p	Desta vez são uns <i>aviators</i> da RayBan com armação dourada (...) (18.96)
BABY-BOOM	I		Sou da geração <i>baby-boom</i> , a primeira que espera manter (...) (16.80)
BABY DOLL	I	m p	Depois das mangas de balão e dos <i>baby dolls</i> , (...) (16.116)
BABYDOLL	I		Babydoll em crepe de seda e renda, (...) (18.36)
BABYLISS	I	m s	(...), o primeiro <i>babyliss</i> , a touca de fazer madeixas, (...) (18.120)
BABYSITTER	I	p	Mais novidades: um <i>playground</i> com <i>babysitters</i> e (...) (19.26)
BACKSTAGE	I	m p	(...), o Verão parece querer entrar nos <i>backstages</i> . (17.112)
BALLERINA	I	f p	(...), sucedâneos das <i>ballerinas</i> do <i>ballet</i> , (...) (17.117)
BANANA SPLIT	I	p	Com ou sem <i>banana splits</i> , fez exercício físico (...) (21.116)
BASEBALL	I		(...), gostei do estádio de <i>baseball</i> que, visto do meu hotel, (...) (14.139)
BEACH CULTURE	I	f s	(...) até criar uma verdadeira <i>beach culture</i> (...) (22. 75)
BEAT	I		(...), como o de dar <i>beat</i> ao vira. (22.54)
BEAUTIFUL PEOPLE	I		(...), ou um amigo, <i>beautiful people</i> ou excêntricos. (19.84)
BEAUTY-FAUX	I	m s	(...) ninguém quer ser apanhada num <i>beauty-faux</i> (...) (20.82)
BEAUTY VICTIM	I, M		Um acessório indispensável a qualquer <i>Beauty victim</i> que se preze... (16.79)
BESTSELLER	I	p	Estas malas são já <i>bestsellers</i> nas lojas. (22.109)
BLOTTER	I	m s	Se usar um <i>blotter</i> (pequeno cartão onde se experimentam os perfumes). (17.103)

BOARD SPORT	I	p	(...) especializada em <i>beach culture</i> e <i>board sports</i> , (...) (22.75)
BODY LOTION	I	m s	(...) um gel de banho, um <i>body lotion</i> e um <i>deo spray</i> (...) (22.48)
BOHO-CHIC	I		(...) descontraído e mais <i>boho-chic</i> do que <i>hippie-chic</i> . (21.43)
BOMBER	I	m s	Acabou de adquirir um <i>bomber</i> Pologeorgis em zibelina (...) (16.121)
BOOGIE	A		(...), espécie de equivalente “boogie”, meio <i>retro</i> , (...) (19.100)
BOOKER	I	m s	(...) pelas novidades dadas pelo seu <i>booker</i> Bruno Jamagne. (15.34)
BOOT CUT	I		(...) calça de ganga 38 (de James, <i>boot cut</i> e elásticas). (21.116)
BOTOX	M	m s	(...) e contras do “verdadeiro” <i>Botox</i> (tratamento para disfarçar rugas através da injeção de uma toxina semiparalisante dos músculos) (...) (18.134)
BOY’S BAND	I	f s	(...) o que teria feito dos The Sex Pistols o protótipo da <i>boy’s band</i> . (15.124)
BRIT	I	f s	A <i>brit</i> andrógina Erin O’Connor veio proporcionar (...) (22.17)
BRITISH COMEDY			O QUE ME FAZ RIR... ■Humor inteligente ■ <i>British comedy</i> . (14.258)
BRONZER	I	m s	Escolha um <i>bronzer</i> (creme colorido para dar efeito bronzeado) (...) (22.66)
BUMSTER	I	f p	(...), as <i>bumsters</i> de Alexander MacQueen (1992) e (...) (19.43)
BUTT BRA	I	m s	Ou isso ou ir já comprar um <i>butt bra</i> – um apetrecho engenhoso composto por cuecas <i>control-top</i> , com copas cosidas na parte de trás, (...) (14.162)
CACHEMIRA		f s	“Procurei criar um perfume que transmitisse a essência da <i>cachemira</i> preta: densa e misteriosa, com uma textura sensual. (14.14)
CAMP	I		É o propósito da cultura <i>camp</i> , o ideário da comunidade <i>gay</i> (...) (20.64)
CARAT	I	p	(...) com diamantes brancos e amarelos de 2 <i>carats</i> , (...) (19.68)
CARDIO-KICKBOXING	I		Uma aula de <i>cardio-kickboxing</i> de nível alto. (18.126)
CASE STUDY		m s	(...), fazem do Primera um <i>case study</i> de rentabilidade (...) (19.107)
CASUAL			Com uma nova loja no CascaisShopping, a marca apresenta conceitos desportivos e <i>casual</i> , (...) (14.232)
CASUALMENTE			O luxo e o conforto da caxemira e da pura lã como base de um <i>look casualmente</i> chique. (14.232)
CATSUIT	I	m p	(...) e nos <i>catsuits</i> andróides de Jean Paul Gaultier. (17.117)
CHARM	I	m p	Os <i>charms</i> podem ser adquiridos separadamente ou usados num colar com o mesmo tipo de corrente. (14.112)

CHARM BRACELET	I	f	p	Mas as jóias com pedras e metais preciosos, da idade dos faraós do Antigo Egito, são consideradas as primeiras <i>charm bracelets</i> . (15.28)
CHECK LIST	I	f	s	(...) fico na cama a fazer uma <i>check list</i> mental. (21.41)
CHECKLIST	I	f	s	Elaborámos, com uma ponta de ironia, uma <i>checklist</i> de rudo o que deve e do que não deve fazer nesta quadra, (...) (14.16)
CHECKUP	I	m	s	Faça um <i>checkup</i> completo (...) (18.204)
CHEERLEADER	I	f	s	(...) vestida à maria-rapaz e à <i>cheerleader</i> . (19.152)
CHEQUES-PRENDA			p	Oferecer <i>cheques-prenda</i> ou <i>vouchers</i> . (14.94)
CHIC & SIMPLE	I	m	s	(...) distingue-se pelo seu estilo <i>chic & simple</i> , (...) (21.138)
CHILL OUT	I	m	s	A etnologia ao serviço do <i>chill out</i> ou vice-versa, num disco que se recomenda como complemento para sessões de relaxamento. (14.130)
CLAMDIGGER	I		p	Peças como as calças de marinheiro ou <i>clamdiggers</i> , para dar um aspecto mais prático, (...) (16.111)
CLASSY	I			Quero ser <i>sexy</i> , mas de uma forma mais <i>classy</i> . (15.35)
CLEAN	I			(...) servem uma linguagem <i>clean</i> e (...) (20.152)
CLOCKING	I, A	m	s	(...) Erno Lazlo onde pode fazer um ‘ <i>clocking</i> ’ gratuito, (...) (16.78)
CLOSET	I	m	s	(...), e finalmente um <i>closet</i> grande e ululante. (19.156)
CLUB-DANCING	I	m	s	(...) na forma de um vinil de Patti Smith anunciaram a influência do <i>club-dancing</i> e do rock & roll dos anos 70/80 no Verão 2004. (14.36)
CLUTCH	I	f	p	O luxo ultrabrilhante das <i>clutches</i> com monograma de Judith Leiber. (14.32)
COLOURTONE	I		p	Colourtones, estojo com cinco pincéis, (...) (14.146)
COMIC BOOK	I	m	p	(...) tudo o que “lia” eram os <i>comic books</i> da Marvel... (22.60)
COMMON RAIL	A			(...), de injeção directa “ <i>common rail</i> ” com intercooler, (...) (19.107)
CONCEPT STORE	I	f	s	Work In Progress é uma inovadora <i>concept store</i> do Soho. (16.16)
CONTROL-TOP	I			Ou isso ou ir já comprar um <i>butt bra</i> – um apetrecho engenhoso composto por cuecas <i>control-top</i> , com copas cosidas na parte de trás, (...) (14.162)
COSMOPOLITAN	I	m	p	(...) quer tenham bebido uns <i>cosmopolitans</i> a mais, (...) (18.112)
COUNTER	I	m	s	Destaque para o <i>counter</i> Erno Laszlo (...) (16.78)
COUNTRY	I	f	s	Rosie vem da <i>country</i> , mas (...) (15.54)

COUNTRY CLUB	I	m s	(...) a inscrever-se num <u>country club</u> , (...) (17.133)
COUNTRY GARAGE ROCK	I	m s	(...), onde se destacaram pelo seu <u>country garage rock</u> , espécie de equivalente “boogie”, meio <i>retro</i> , (...) (19.100)
CRIQUET			(...) <i>courts</i> de ténis ou campos de <u>criquet</u> , (...) (17.38)
CUPCAKE	I	m p	(...) poderá fazer concorrência aos <u>cupcakes</u> (...) (21.18)
CURIOSITY	I		(...), promete fazer jus ao seu nome – que deriva do termos <i>quest</i> e <i>curiosity</i> . (14.20)
DANCEHALL		m p	(...), pode ver o submundo dos <u>dancehalls</u> , dos cafés de Montmartre, dos bordéis, do Moulin Rouge, (...) (16.53)
DANCEHALL	I	m s	É outro produzido por Timbaland à base de electrónica industrial, <i>afrobeat</i> e sobretudo <u>dancehall</u> jamaicano, (...) (16.55)
DANCING SHOES	I	m p	A logomania e os <u>dancing shoes</u> invadem as coleções Gucci (...) (18.74)
DAYWEAR	I	m s	Houve ainda oportunidade para o <u>daywear</u> . (16.107)
DEMO/LO-FI			Paula Frazer revê em registro <u>demo/lo-fi</u> , que é como quem diz de absoluta austeridade, (...) (18.94)
DENIM	I	m s	(...) como o couro ou o <u>denim</u> . (19.62)
DEO SPRAY	I	m s	(...) um gel de banho, um <i>body lotion</i> e um <u>deo spray</u> (...) (22.48)
DESTRESSAR	A		(...) os que “ <u>destressam</u> ”, (...) (15.76)
DETOXING	I	m s	É esta ideia do <u>detoxing</u> é uma excelente ideia para começar o ano com o pé direito. (15.12)
DISCO SOUND	I	m s	(...) passando pelo <u>disco sound</u> dos supracitados Bee Gee ou (...) (20.64)
DISCO-SOUND	I	m s	Desde as psicadélicas versões do <u>disco-sound</u> dos anos 70 (...) (17.117)
DOGWEAR	I		A nova linha de <u>dogwear</u> da H&M. (14.20)
DOWNTempo			Citações de lamentos, <i>riffs</i> de guitarra e harmónica <i>blues</i> sobre batidas <u>downtempo</u> e house com pitadas de <i>jazz</i> , <i>funk</i> , samba e <i>reggae-dub</i> . (16.55)
DOWNTOWN	I, A	f s	(...) com o caldeirão musical da “ <u>downtown</u> ” de Manhattan, (...) (22.55)
DRAG QUEEN	I	f p	(...) a maioria das <u>drag queens</u> não passam (...) (22.17)
DRESS CODE	I	p	(...) os pontos de venda e utilidades como <u>dress codes</u> e <i>links</i> (...) (20.58)
DRUM’N’BASS	I	m s	(...) incluindo o <u>drum ’n’bass</u> e o <i>reggae</i> . (19.180)
DUALDRIVE	I		(...), a direcção assistida <u>dualdrive</u> , o sensor que (...) (17.58)

DUB	I	m s	Antes o <i>reggae</i> e o <i>dub</i> deram lugar a abstrações electrónicas e (...) (15.54)
DUTCH			Luxuosa edição de <i>dutch</i> em ouro revestido com diamantes e pedras semipreciosas, Judith Leiber, em www.judithleiber.com (14.67)
EGO-TRIP	I	p	(...) até porque acho que não iguaizinhos aos outros homens, mas piores, porque devem oscilar sempre entre <i>ego-trips</i> e crises de insegurança. (14.140)
ELECTRO	I	m s	(...) quanto requintadas no <i>electro</i> e no <i>jazz</i> de salão. (22.55)
ELECTROCLASH	I		(...), ou mais propriamente num baile <i>electroclash</i> . (22.54)
ELECTRO-FASHION	I		(...), de <i>electro-fashion</i> em Stella Cadente, (...) (18.66)
ELECTRO-POP	I		Vozes teatrais, melodias balofas, ritmos de pacotilha, todo o arsenal piroso do revivalismo <i>electro-pop</i> , reciclado com estilo (...) (14.130)
EYELINER	I		(também pode preferir não usar <i>eyeliner</i>) (19.106)
FAIRY TALE	I	m s	A Pam é muito modelar porque o <i>Pop Star</i> é um <i>fairy tale</i> , quase uma fábula. (14.141)
FAMILY ROOM	I	f s	(...), sala de estar, sala de jantar e uma <i>family room</i> . (22.134)
FAREWELL TOUR	I	f s	Dia 3 Phil Collins e a sua <i>farewell tour</i> estão no Estádio (...) (21.56)
FASHION	I		(...), o <i>grunge</i> não tinha o aspecto <i>fashion</i> do <i>punk</i> , (...) (15.127)
FASHIONISTA		m s	Inspirada nos anos 50, <i>sweaters</i> , gabardinas, trelas e coleiras para o melhor amigo do <i>fashionista</i> . (14.20)
FASHION SYSTEM	I	m s	(...), a cor e a forma das unhas que o <i>fashion system</i> dita (...) (20.82)
FASHION VICTIM	I	f s	Mas não se pense, por isto, que Fernanda Serrano é uma <i>fashion victim</i> ou frequentadora assídua de centros comerciais. (14.188)
FAST-FOOD	I	m s	(...) compraram ao rei do <i>fast-food</i> espanhol, (...) (19.171)
FLAT	I	p	(...), sabrinas da Prada, <i>flats</i> e botas de <i>cowboy</i> de Gaultier e muitas chinelas. (2142)
FLOWER POWER GIRL	I	f s	Sou uma <i>flower power girl</i> , dos pés à cabeça. (18.22)
FLOWER POWER HIPPIE	I	m s	(...) tornou-se uma alternativa elegante à quase ditadura que o <i>flower power hippie</i> tinha imposto. (19.85)
FLY GIRL	I		Começou em 1990, como <i>fly girl</i> em <i>In Living Color</i> . (22.66)
FOLK MUSIC	I		Filha de uma cantora, Louise recebeu toda uma herança de <i>folk music</i> que faz questão em preservar. (14.135)

FOLK POP	I		A estréia com o álbum <i>Whoa Nelly</i> assentou numa matriz <i>folk pop</i> (...) (19.98)
FREAK	I		A beleza gráfica e <i>freak</i> da fotografia (...) (22.51)
FRENCH TWIST	I		As bananas (ou <i>french twist</i> , na versão mais elegante) (...) (15.70)
GANGSTER-RAP	I		(...), o produtor <i>gangster-rap</i> , dedicaram-se todos a abrir lojas. (15.123)
GIFT BAG	I	f s	(...) receber uma <i>gift bag</i> cheia de produtos, (...) (18.56)
GIRL BAND	I	p	(...), a miúda mais acessível da <i>pop</i> além da constelação de <i>girl bands</i> , (...) (15.127)
GLAM	I	m s	Que é como quem diz, o <i>glam</i> extrapolado para um teatro (...) (19.180)
GLAM-ELECTRO-PUNK	I		Rótulos à parte, o segundo das Chicks On Speed é uma sequência de anedotas <i>glam-electro-punk</i> , que à s vezes não passam de (...) (14.130)
GLAM ROCK	I	m s	A influência do <i>glam rock</i> de David Bowie ou Roxy Music, nos anos 70, volta a ser vivida este Inverno em colecções (...) (14.36)
GLITTER	I		(...) maquilhada com uma sombra <i>glitter</i> e um <i>gloss</i> transparente (...) (19.103)
GLOSS		m s	Toda a magia do brilho num <i>gloss</i> excepcional: (...) (14.17)
GLOSS	I	m s	(...) com um pincel com <i>bâton</i> ou <i>gloss</i> iluminoso. (15.65)
GLOSSY	I		(...), que as páginas mais <i>glossy</i> das revistas (...) (22.34)
GORE	I	m s	(...), o padrinho do <i>gore</i> e de Lucio Fulci, o rei dos <i>pastas zombies</i> . (16.52)
GOSSIP	I	m s	As novidades e o <i>gossip</i> do mundo da moda e do cinema. (14.68)
GROUND	I	m s	É uma experiência que nos faz voltar ao <i>ground</i> zero da nossa existência. (14.135)
HAPPY FEW	I, A	m p	(...), apenas para uns " <i>happy few</i> ". (15.10)
HARD ROCK	I		(...): colares e cintos com correntes prateadas para uma imagem <i>hard rock</i> ou colares, cintos, blusões e calças repletas de picos (...) (15.23)
HAWAIIAN SPIRIT	I	m s	(...), enquanto a Miu Miu entrega-se ao <i>hawaiian spirit</i> (...) (22.74)
HEAVY METAL	I	m s	É o caso da contestação do <i>punk</i> e do <i>heavy metal</i> em contraste com a sensualidade picante dos <i>tops</i> em malha metálica de estrelas de <i>Pop</i> como Madonna (...) (15.23)
HIGH SOCIETY	I		(...) – a dos longos e preguiçosos piqueniques <i>high society</i> , (...) (17.112)
HIP	I		Rogan? Muito <i>hip</i> – mas não servem para quem tem ancas. (14.86)
HIP HOP	I	m s	Nos antípodas do figurino <i>gangstar</i> , o seu <i>hip hop</i> é <i>pop</i> e feminino. (16.55)

HIPPIE-CHIC	I		hippie-chic num estilo mediterrâneo (...) (21.43)
HI-TECH	I		(...) e brilhos <i>hi-tech</i> das asas das libelinhas (...) (17.36)
HOT PANT	I	p	Hot pants em malha <i>jersey</i> , (...) (21.97)
HOTPANT	I	p	Hotpants em malha de algodão, (...) (17.116)
HOUSE	I	f s	2003 foi um ano de eclipse para a <i>house</i> , o <i>tecno</i> e em geral os idiomas que (...) (15.54)
HOUSE			Citações de lamentos, <i>riffs</i> de guitarra e harmónica <i>blues</i> sobre batidas downtempo e <i>house</i> com pitadas de <i>jazz</i> , <i>funk</i> , <i>samba</i> e <i>reggae-dub</i> . (16.55)
HOUSE RETRO	I		(...) são sintetizados num ambiente <i>house retro</i> : um <i>trench coat</i> de cintura descaída (...) (16.108)
HYPE	I, A	m s	Através do “ <i>hype</i> ” criado em torno dos seus filmes, (...) (14.132)
INDIE	I		o <i>rock</i> dissonante de bandas <i>indie</i> americanas (...) (19.180)
INSIDER	I	m p	Ele é um dos grandes <i>insiders</i> da moda americana, (...) (18.106)
INTERCOOLER			(...), de injeção directa “common rail” com <i>intercooler</i> , (...) (19.107)
IPOD	I, M	m s	o <i>iPod</i> , para ter sempre a minha música. (21.42)
IPOD	M	m s	(...): o meu <i>iPod</i> com as suas 300 músicas gravadas. (21.45)
IT	I	m p	A explicação talvez seja a dada para todos os <i>its</i> de uma estação (...) (19.72)
IT BAG	I	f s	Tudo o que era precisávamos era de uma <i>it bag</i> . (16.120)
IT BOY	I, A	m s	(...), foi Fabian Basabe, de 19 anos, o autoproclamado “ <i>it boy</i> ” (...) (21.19)
JET SET	I	m s	Só que o <i>jet set</i> autêntico não inclui os emergentes sociais, (...) (19.24)
JET SETTER	I	p	(...) se atribui um falso estatuto de <i>jet setters</i> . (19.24)
JOIN	I		O trocadilho que dá nome ao projecto acaba por traçar as linhas gerais da sua filisofia: <i>joy</i> , de alegria e <i>join</i> , de juntar, combinar, unir. (16.56)
JOY	I		O trocadilho que dá nome ao projecto acaba por traçar as linhas gerais da sua filisofia: <i>joy</i> , de alegria e <i>join</i> , de juntar, combinar, unir. (16.56)
KERATOSIS	I		O diagnóstico é <i>keratosis pilaris</i> (...) (19.122)
KICKBOXING	I		Esta combinação de <i>kickboxing</i> e aeróbica (...) (18.126)
KNITWEAR	I		(...) dobradas depois sobre as <i>T-shirts</i> e <i>knitwear</i> , (...) (21.41)
LADY	I		(...) valorizam uma imagem mais <i>lady</i> . (19.74)

LADYLIKE	I		Depois de um Inverno muito <i>ladylike</i> , bem posto (...) (17.112)
LADY LOOK	I	m s	(...) as peças mais <i>chic</i> e compostas para um perfeito <i>lady look</i> . (22.123)
LEADING MAN	I	m s	(...), já que o <i>leading man</i> da ocasião estava perfeitamente à altura: (...) (15.94)
LEGGING	I	f p	(...), ou pelo menos decoradas, com aros, placas e dobradiças em metal e usam-se com <i>leggings</i> justíssimas e botas ultra-altas. (14.38)
LIFESTYLE	I	m s	(...) glorificava o glamoroso <i>lifestyle</i> da capital francesa. (22.86)
LIFT	I, A		(...) anti-rugas, “ <i>lift</i> ”, regenerante, etc. (...) (15.77)
LITTLE BLACK DRESS	I	m s	Tão inesgotável quanto intemporal: o fascínio do <i>little black dress</i> . (15.32)
LIVING	I	m s	Vista geral do <i>living</i> construído como uma <i>mezzanine</i> com vista para a sala de convívio. (14.227)
LODGE	I	m p	(...) em plena savana ou em luxuosos <i>lodges</i> (...) (22.136)
LOFT	I	m s	(...) os prazeres inesperados de viver num <i>loft</i> , (...) (18.196)
LOOK COOL CHIC	I	m s	Tem um <i>look cool chic</i> , (...) (19.103)
LOOK SEXY	I	m s	Indispensáveis para um <i>look sexy</i> , (...) (17.48)
LOUNGE	I	f s	(...), mas extrapolada da <i>lounge</i> para os paladares jamaicanos. (15.54)
LOUNGE JAZZ	I	m s	(...), passando pelo <i>lounge jazz</i> de Norah Janes. (22.55)
LOW-TECH	I		As prateleiras, as bancadas, assim como a pequena mesa de refeições, foram concebidos com materiais <i>low-tech</i> . (14.224)
LUREX			Casaco em malha de algodão e <i>lurex</i> , (...) (18.161)
LUREX	M		Túnica em malha <i>Lurex</i> , (...) (20.107)
MADE IN BRASIL	I		(...) foram apresentadas as propostas <i>made in Brasil</i> (...) (20.52)
MADE IN BRAZIL	I		A presunção de que a moda <i>made in Brazil</i> é de um <i>kitsch</i> carnavalesco ou (...) (15.40)
MAIL	I	p	Mas recebo <i>mails</i> todos os dias de pessoas do mundo inteiro, em momentos de vida diferentes, que leram <i>Sarah</i> e se identificaram com ela. (14.125)
MAINSTREAM	I		(...), poderia ter sido difícil de aceitar por um público <i>mainstream</i> . (15.127)
MAKING OFF	I	m s	(...), fotografia de Paul Bowden, e do <i>making off</i> da sessão (...) (21.16)
MANICURE	I		Atelier da Mão, <i>manicure</i> simples (...) (22.73)
MARY CHRISTMAS	M	f s	Quanto ao Paii Natal, que imagino que seja o marido da <i>Mary Christmas</i> ... (14.140)

MEGA PIXEL		p	4 <u>MEGA PIXELS</u> (14.127)
MEGAPIXEL	M	p	CCD de 4.0 <u>Megapixels</u> (14.127)
MEGASTORE	I	f s	(...) e inaugura a primeira <u>megastore</u> em Lisboa. (20.131)
MESH	I		Conjunto de pulseiras <u>Evita</u> em pele com cristais <u>mesh</u> (...) (18.207)
MESSAGING	I		(...) aplicação de <u>messaging</u> e novas velocidades de texto. (18.86)
MILKSHAKE	I	m s	Um <u>hit</u> , como um <u>milkshake</u> , dura um momento. (18.96)
MINI-CONCEPT	I		Ainda no piso do museu, uma loja <u>mini-concept</u> vende <u>souvenirs</u> e (...) (16.142)
MINI-IPOD	I	m s	(...) a apple desenvolveu um <u>mini-ipod</u> com cinco hipóteses de cor (...) (19.33)
MIX	I	m s	É um floral especiado, um <u>mix</u> de ingredientes frescos (...) (15.74)
MOBILE	I	p	(...), o pintor da insanidade, mestre em obras imperfeitas, rudes, que expõe pinturas, esculturas, <u>mobiles</u> , peças de roupa (...) (14.123)
MOOD	I	f p	As <u>moods</u> e as personagens que inspiram as coleções (...) (22.28)
MRS			Esboço da futura duquesa de Windsor, <u>mrs</u> Wallis Simpson, 1937. (15.45)
MULTIPOCKET BAG	I	f s	Constituída por diferentes modelos de carteiras (como a <u>multipocket bag</u> ou <u>pochette bag</u>), (...) (20.42)
MUST	I	m p	O clássico e secular tecido de lã é um dos <u>musts</u> da estação. (15.33)
NEOPRENE	I		Flores em <u>neoprene</u> , (...) (20.159)
NEW AGE	I		(...) seria uma mistura <u>new age</u> entre a Annie Lenox, o Seal e a Tina Turner. (18.98)
NEW LOOK	I	m s	O <u>new look</u> elimina os ombros largos, (...) (22.86)
NIGHTCLUBBING		m s	(...) se tornou incontornável ícone da cena punk e do <u>nightclubbing</u> londrino dos anos 80. (16.53)
NINE	I	p	Calçar um par de <u>nines</u> (salto de 9 cm) é o truque de beleza (...) (20.95)
NOVAIORQUINO			Mas há também equações menos imediatistas com o <u>jazz</u> mutante e a música <u>sufi</u> (Ian Simmons), o minimalismo novaiorquino (...). (14.130)
NOVA-IORQUINO			(...), diz o maquilhador <u>nova-iorquino</u> Dick Page. (15. 64)
NU JAZZ	I	m s	(...) uma verdadeira súmula do <u>nu jazz</u> em versão de salão, (...) (20.64)
NU METAL	I		(...), chamado alternativo ou <u>nu metal</u> , (...) (19.100)
NU SOUL	I	f s	(...), a diva alternativa da <u>nu soul</u> , (...) (18.94)
OLD MONEY	I	m s	(...) as senhoras do <u>old money</u> ou as <u>socialites</u> emergentes, (...) (15.41)

ORGANZA			À direita, <i>babydoll</i> e calções em <u>organza</u> de seda, (...) (19.164)
PACKAGING	I		(...) e esperam-se grandes novidades tecnológicas e de <u>packaging</u> . (15.74)
PASHMINA	I	f p	Esqueça de vez os tradicionais xailes e guarde as <u>pashminas</u> (...) (21.35)
PATCH	I		(...), em sistema <u>patch</u> hidrossolúvel, (...) (17.100)
PEDDY PAPPER	I	m s	Uma prova de cheiros e sabores, um <u>peddy papper</u> , (...) (19.78)
PEELING	I	m s	O <u>resurfacing</u> com <i>laser</i> e o <u>peeling</u> químico (...) (22.120)
PENTHOUSE	I	f s	(...), a convidou para a sua <u>penthouse</u> numa outra torre (...) (18.194)
PERSONAL-TRAINER	I	m s	(...), explica o <u>personal-trainer</u> português Marcelo Barros, (...) (14.166)
PERSONAL TRAINER	I	m s	(...), diz Teddy Bass, um <u>personal trainer</u> de Beverly Hills. (16.75)
PIN	I	m p	(...) o valor das <i>T-Shirts</i> e <u>pins</u> adquiridos (...) (18.134)
PLAYGROUND	I	m s	Mais novidades: um <u>playground</u> com <i>babysitters</i> e (...) (19.26)
PLAYLIST	I	f p	(...), e as tardes MTV e as <u>playlists</u> das rádios, (...) (19.102)
PLAYSTATION	I		A sogra tem tudo em casa e não é uma pessoa fácil, os miúdos pedem insistentemente a última consola <u>playstation</u> mas o orçamento não dá. (14.156)
PLEASURE		p	pleasures ESTE LAUDER Define a Beleza (15.3)
PLEXIGLAS	I		pulseiras em <u>plexiglas</u> e <i>strass</i> , (...) (14.213)
PLEXIGLAS			Colar em <u>plexiglas</u> e <i>strass</i> , (...) (17.173)
PLEXIGLASS	I		Cinto oem pele com fivela em <u>plexiglass</u> com <i>strass</i> , Miss Sixty. (16.23)
PLEXIGLASS			(...) jóias em <u>plexiglass</u> com aplicação de <i>strass</i> , (...) (17.109)
PLUS	I		Uma moeda cinco estrelas <u>plus</u> . (20.153)
POCHETTE BAG	I		Constituída por diferentes modelos de carteiras (como a <i>multipocket bag</i> ou <u>pochette bag</u>), (...) (20.42)
POCKET SPRAY		m s	É o novo <u>pocket spray</u> de Paco Rabanne, (...) (21.78)
POOL LOUNGE	I	m s	(...), por exemplo, começar no <u>pool lounge</u> e terminar (...) (19.78)
POP ART	I		(...) era um dos principais proponentes do movimento <u>pop art</u> britânico. (16.134)
POP MUSIC	I	f s	(...) o poder da imagem de divas da <u>pop music</u> como (...) (15.81)
POP STAR	I	f p	Recusa o estatuto de diva mas a verdade é que nem todas as <u>pop stars</u> viajam com comitivas de dezenas de pessoas. (...) (15.38)

PORNO CHIC	I	m s	(...), o excêntrico ao <i>porno chic</i> . (17.120)
PÓS-PUNK	I	m s	(...), a banda de Nova Iorque revisionista do <i>pós-punk</i> , ficar bonita. (15.127)
POWER DRESS	I	m s	(...) desenvolviam-se conceitos como o <i>power dress</i>), (...) (22.90)
POWER-LOOK	I	m s	A temporada actual liga-se ao <i>power-look</i> dos anos 80, com uma jovial descontração, (...) (14.40)
POWER SUIT	I	m s	(...) quando o <i>power suit</i> trouxe para a moda (...) (22.22)
PREFAB	I		Este é o homem que passou o conhecimento secreto da lavagem de envelhecimento e de roupas <i>prefab</i> para a nova geração. (14.88)
PREMIUM	I, A		(...) por que passa hoje em dia para atingir um estatuto “ <i>premium</i> ”, isto é, o corte <i>sexy</i> com aspecto <i>vintage</i> e a etiqueta com € 100 a mais”. (14.86)
PRESS	I		Press horizontal (prensa). (18.126)
PRESS RELEASE	I	m s	(...), a bola de basquetebol que acompanha o <i>press release</i> (...) (20.84)
PRESS-RELEASE	I		Press-release do perfume <i>Tarsila</i> , de O Boticário. (18.116)
PRINT	I	p	(...), criada a partir de <i>T-shirts</i> em 2. ^a mão com <i>prints vintage</i> . (20.24)
PROFILER	I		Angelina Jolie faz de <i>profiler</i> . (20.68)
PROTO-PUNK	I		(...) <i>voyeurs</i> e prostitutas misturavam-se com a clientela jovem e <i>proto-punk</i> de King’s Road.” (18.70)
PROTOPUNK	I		(...), dos laranja <i>protopunk</i> e da maquilhagem futurista, (...) (19.180)
PULL-OVER	I	m s	(...) elegeu como imagem de marca o <i>pull-over</i> , (...) (19.192)
PULLOVER	I	m s	Hoje a rainha de 32 anos traz umas calças brancas e um <i>pullover</i> Yves Saint Laurent preto, os dedos esguios com uma simples aliança (...) (14.217)
PUMP	I	p	(...) ou intemporais <i>pumps</i> que surgem em cores vibrantes (...) (17.178)
PUMP UP	M		As primeiras batidas de <i>Pump Up</i> the Jam dos Technotronic, escolhida por Frédéric Sanchez para o desfile de Marc Jacobs para a Lois Vuitton (...) (14.36)
PUNK ROCK	I	m s	(...) ou colares, cintos, blusões e calças repletas de picos e tachas aliadas ao <i>punk rock</i> , por exemplo. (15.23)
QUEST	I		(...), o <i>Qrio</i> , um humanóide em alumínio do tamanho de uma criança, promete fazer jus ao seu nome – que deriva do termos <i>quest</i> e <i>curiosity</i> . (14.20)
QUICKSTEP	I	m s	(...) a dança republicana seja um <i>quickstep</i> dali para fora. (20.68)
R&B	I		Um produzido por ela à base de <i>soul</i> e <i>r&b</i> , (...) (16.55)

RACCOON	I		Queria escrever sobre o folclore dos ossos de pênis de <i>raccoon</i> (...) (14.125)
RAGGA	I	m s	Há coqueteis híbridos contagiosamente dançando com o <i>ragga</i> e o <i>hip-hop</i> (Shantal), com o <i>dub</i> e o <i>soukous</i> zairense (bigga Bush), (...) (14.130)
RAPPER			A c é lebre editora de <i>jazz</i> Blue Note abriu os seus arquivos a Modlib, DJ, produtor, <i>rapper</i> e multinstrumentista. (15.54)
RAPPER	I	p	(...), modelos, ou <i>rappers</i> e (...) (17.120)
REALITY-SHOW	I	m s	(...) para filmar um <i>reality-show</i> para a ABC (...) (19.171)
RECLICAR			(...), só mesmo Quentin se lembraria de <i>reclicar</i> duplicações <i>kitsch</i> dos épicos de Morricone, (...) (14.132)
RECORD COVER	I, M	p	1000 <i>Record Covers</i> , 2003, Michael Ochs, Taschen. (14.36)
REGGAE/DUB	I	m s	(...), inflexão na qual o <i>reggae/dub</i> electrónico ganhou proeminência. (15.54)
REGGAE-DUB	I	m s	(...) que inclui o <i>tecnopop</i> , o <i>reggae-dub</i> e o <i>rock</i> . (12.58)
RESORT	I	m s	À diretia, um <i>resort</i> em Jurmala, 1914. (21.134)
RESURFACING	I	m s	O <i>resurfacing</i> com <i>laser</i> e o <i>peeling</i> químico (...) (22.120)
RIFF	I	p	Citações de lamentos, <i>riffs</i> de guitarra e harmónica <i>blues</i> sobre batidas downtempo e house com pitadas de <i>jazz</i> , <i>funk</i> , samba e <i>reggae-dub</i> . (16.55)
ROCK & ROLL		m s	(...) na forma de um vinil de Patti Smith anunciaram a influência do <i>club-dancing</i> e do <i>rock & roll</i> dos anos 70/80 no Verão 2004. (14.36)
ROCK'N'ROLL	I	m s	(...), do <i>reggae</i> ao <i>rock'n'roll</i> . (19.152)
ROCKER	I	m p	O seu brilho e a agressividade foram transportados para as roupas dos mais conceituados <i>rockers</i> . (15.22)
ROCK INDIE	I	m s	(...) vão do <i>rock indie</i> ao psicadelismo. (18.94)
ROLE PLAY	I		(...) instrumentos de construção de imagem, de <i>role play</i> , (...) (21.106)
SACQUE-BACK	I		(...) um vestido <i>sacque-back</i> do século XVIII (...) (18.72)
SENIOR MAKE-UP ARTIST	I	m s	Pedimos a Paulo Almeida, <i>senior make-up artist</i> da MAC em Portugal, (...) (14.148)
SERIAL KILLER	I	f s	(...) foi a primeira <i>serial killer</i> norte-americana, (...) (17.80)

SEX-APPEAL	I	m s	Saias rodadas, camisolas justas e cintadas e o <i>sex-appeal</i> um pouco infantil a recordar Brigitte Bardot. (21.121)
SEX BOMB	I	f p	(...), ou as <i>sex bombs</i> de Hollywood como Marilyn Monroe ou (...) (19.74)
SEXY-GIRL	I	m p	(...) e os meus <i>sexy-girl</i> de Giuseppe Zanotti. (15.125)
SHABBY CHIC			(...), a cozinha tem um ambiente inox, género <i>shabby chic</i> , (...) (20.151)
SHETLAND	I		Calças em <i>shetland</i> , (...) (14.237)
SHOPPER	I	m p	O paraíso dos <i>shoppers</i> , o Stockmarket, realiza-se nos dias 1 e 2 (...) (19.26)
SHOPPING	I	p	A pensar neles fizemos <i>shoppings</i> de biquínis, (...) (19.24)
SHOPPING BAG		m s	Receba GRÁTIS um <i>shopping bag</i> Longchamp (14.255)
SHOPPING BAG	I	m s	(...) e um produto de corpo, um <i>shopping bag</i> cheio de corações! (16.78)
SHORT STORY	I	f s	Pensei estar a escrever uma <i>short story</i> , mas ganhou vida própria. (14.125)
SHOT	I	m p	Para ir beber uns <i>shots</i> de <i>tequilla</i> em Carlyle, (...) (16.121)
SIDE BOARD	I		Side board anos 60, pés cromados e portas em madeira (...) (15.139)
SILKSCREEN	I		(...), substituindo-a por uma técnica de impressão sobre tela (<i>silkscreen</i>) que reforça o carácter anónimo e industrial da execução. (14.139)
SKA	I		(...) como banda de <i>ska</i> , (...) (19.155)
SKATER	I	m p	(...) a caminhar junto aos <i>skaters</i> , ciclistas (...) (21.132)
SKYDOME	I, M	m s	(...) um botão para accionar o <i>Skydome</i> . (17.59)
SLINGBACK	I	p	Slingbacks em pele envernizada, (...) (17.136)
SMOCK	I	p	Fato de banho anos 50 com <i>smocks</i> , (...) (21.122)
SNOW-BIZ	I	m s	A Gata Borracheira do Bronx virou a Cinderela do <i>show-biz</i> . (15.38)
SOCIALITE	I	f p	(...) as senhoras do <i>old money</i> ou as <i>socialites</i> emergentes, (...) (15.41)
SOFT-CORE	I		(...) para apresentar as suas reveladoras propostas e venceu as vozes críticas que apelidaram o evento de pornografia <i>soft-core</i> . (15.34)
SOFT ROCK	I	m s	Vai do <i>soft rock</i> à moda de Billy Joel, (...) (20.64)
SOUKOUS	I	m s	(...) vão do flamenco ao <i>soukous</i> congolês. (21.59)

SOUL POP	I		(...) na companhia dos Queens Of The Stone Age às baladas <i>soul pop</i> com a colaboração do maestro David Arnold. (14.132)
SOUND/FLAMENCO	I		(...) e uma “monstruosa” versão <i>disco sound/flamenco</i> de outro clássico, (...) (14.132)
SPA	I	m s	(...) e alguns conselhos indicados pelo Canyon Ranch, um <i>spa</i> americano que, desde 1979, é uma referência mundial na área da saúde e beleza. (14.157)
SPA	M	m s	“Vale-oferta”, Um dia no <i>Spa</i> , (...) (16.70)
SPF	M		Forma também uma barreira flutuante de <i>SPF</i> contra o sol. (14.9)
SPINNING	I		25 a 35 minutos de bicicleta ou aula de <i>spinning</i> de nível intermédio. (18.126)
SPOOK	A	p	(...) se elas existem mesmo ou são “spooks” – que em inglês quer dizer “fantasmas”, (...) (18.104)
SPORTSWEAR	I	m s	(...) para os <i>bâtons</i> como o <i>sportswear</i> está para o <i>prêt à porter</i> . (21.68)
SPORTWEAR	I	m s	(...), influenciada pelo <i>sportwear</i> , (...) (18.88)
SPROCK	I		“Chamo-lhe <i>sprock</i> music, porque tem música <i>soul, pop</i> e <i>rock</i> ”. (18.96)
STAR SYSTEM	I	m s	Os retratos de vedetas e pessoas famosas atestam o seu fascínio pelos <i>mass media</i> , o <i>star system</i> e o <i>glamour</i> mundano. (14.139)
STATEMENT	I	m s	(...) fez um <i>statement</i> , e diz qualquer coisa sobre a sua vida. (17.60)
STEPPER	I	m s	20 a 25 minutos na máquina elíptica ou no <i>stepper</i> . (18.126)
STILL LIFE	I		(...) elege a <i>still life</i> como o seu assunto favorito. (22.10)
STRASS	I	m s	(...), as riscas coloridas, o <i>strass</i> e as frases humorísticas (...) (19.192)
STREET	I		“Nada de <i>trendy</i> , nada de <i>street</i> , mas algo que (...) (16.103)
STREET FASHION	I		Mas adoro <i>street fashion</i> ... (20.118)
STREET-PUNK	I		(...) Gwen começou a afastar-se de uma estética <i>street-punk</i> (...) (19.155)
STREET WEAR	I	f s	Muitas vezes são a ponta-de-lança da <i>street wear</i> . (18.153)
STREETWEAR	I	m s	(...) mais orientadas para o <i>streetwear</i> , (...) (22.49)
STRETCH	I		Vestido bordado em cetim <i>stretch</i> , Tom Ford para Gucci. (15.65)
STRETCH			(...) como o linho ou misturas de algodão <i>stretch</i> . (20.118)
STRING	I		Soutien e <i>string</i> em algodão estampado, (...), Women’Secret. (14.34)
STYLING	I	p	(...) quando você acumula processamentos químicos e <i>stylings</i> a quante, (...) (17.91)

STYLING			(...), com <u>styling</u> de por Paulo Macedo. (17.18)
STYLISH	I		(...) se apaixonou pelas senhoras mais <u>stylish</u> da alta sociedade (...) (22.20)
STYLIST	I	m p	Os <u>stylists</u> de sucesso têm (...) (15.127)
STYLIST		m s	(...), ela própria concebeu em colaboração com o seu <u>stylist</u> . (15.123)
SUPERMODEL	M	m s	Nada de extraordinário, se calhar, para quem ganhou, aos 15 anos, o <u>Supermodel</u> no Brasil. (14.68)
SWINGING SIXTY	I	m p	Em 1967, no apogeu dos <u>swinging sixties</u> , (...) (17.78)
TANK	I	p	Tanks em malha de algodão com cristais Swarovski, (...) (19.38)
TANK TOP	I	m s	À direita, <u>jeans</u> Habitual, com casaco Marc Jacobs e um <u>tank top</u> , fotografia de Terry Richardson, <u>styling</u> de Camilla Nickerson. (14.87)
TASK FORCE	I	f s	(...) continua uma <u>task force</u> para esta fase especial (...) (19.218)
TECNOPOP	I		(...) que inclui <u>tecnopop</u> , o <u>reggae-dub</u> , e o <u>rock</u> . (21.58)
TEEN	I		(...) porventura a primeira estrela <u>teen</u> de figurino multicultural. (19.98)
TEST-DRIVE		m s	Faça um <u>test-drive</u> , um <u>comfort-drive</u> e um <u>space-drive</u> (...) (21.37)
THE PILL BOX HAT	I		(...) um pequeno chapéu que ficaria na História da Moda como <u>the pill box hat</u> . (19.84)
TIE-DYE	I	m s	(...), vestido em seda com estampado <u>tie-dye</u> , (...) (18.140)
TIE DYE			(...) esta forma artesanal de tingir os tecidos (<u>tie dye</u>) afirma (...) (21.38)
TIE-DYED	I		Vestido em <u>chiffon tie-dyed</u> , Prada. (15.88)
TITLE DESIGNER	I		Hitchcock tinha sido <u>title designer</u> no cinema mudo (...) (21.49)
TOMBOY CHIC	I		(...) a palavra de ordem e o conceito <u>tomboy chic</u> , a principal orientação. (19.70)
TOP COAT	I	m s	Se preferir não usar o <u>look</u> total pode optar por cobrir o verniz habitual com um <u>top coat</u> opalescente (...) (15.67)
TOP-MODEL	I	f s	São duas cabeleireiras que matem uma <u>top-model</u> . (22.96)
TRACKING	I		Chama-se <u>tracking</u> , o que significa tentar conseguir o projecto (...) (22.37)
TRANCE	I	m s	O paraíso da cultura psicadélica do <u>trance</u> , dos mercados (...) (22.52)
TRANSFER	I	p	(...) inclui passagens a éreas, sete noites no hotel Alila Manggis, <u>transfers</u> e <u>forfait</u> de 10 mergulhos. (19.78)

TRASH-CHIC	I		Homenagem ao <i>jazz</i> numa silhueta anos 20, com pormenores de delicadeza em contraste com um <i>look</i> desportivo e <i>trash-chic</i> . (14.108)
TREKKING	I		(...) se estiver a fazer <i>trekking</i> nas zonas frias da Antártida. (21.41)
TRENCH	I	m s	(...): o <i>trench</i> caqui, “Chanelizado” com entremeios de <i>tweed</i> nas costuras. (16.115)
TRENCH COAT	I	m p	(...), os <i>trench coats</i> deste Verão recuperam o sentido sóbrio (...) (18.46)
TRENDSETTER	I	m s	(...), é considerado um <i>trendsetter</i> e (...) (17.37)
TRENDY	I		Em exclusivo para cães muito <i>trendy</i> . (16.26)
TRICKY	M		Foi a voz que contribuiu para levar <i>Tricky</i> à ribalta. (14.132)
TRUNK	I	p	Trunks em tela monogramada. (20.130)
TRUNK SHOW	I	m s	Para celebrar um <i>trunk show</i> da Halston (...) (21.19)
T-STRAP	I, M		(...), na altura dos seus sapatos <i>T-strap</i> e dos <i>pumps</i> , que desculpa, inexplicavelmente, a silhueta antiquada da linha, (...) (16.112)
TURBO DIESEL	M		Com motores a gasolina de 1.4 16v 98cv, 1.6 16v 115cv ou 2.0 16v 136cv, e <i>Turbo Diesel</i> de 1.5 dCi 80 cv ou 1.9 dCi 120cv, (...) (14.97)
TURNAROUND	I	m s	É a partir dos 30 que o <i>turnaround</i> celular começa a decrescer e a pele não responde tão eficazmente (...) (14.152)
TWILL	I		Lenço <i>twill</i> em seda, (...) (18.141)
TWIN SET	I		(...) <i>twin set</i> de caxemira. (21.45)
TYE DYE	I		(...) e corsários <i>tye dye</i> da Prada. (21.42)
ULTRA-SEXY	I		(...) os <i>stilettos ultra-sexy</i> da Christian Dior que comprou (...) (21.94)
UP-GRADE	I	m s	Buchinho é um <i>up-grade</i> de charme. (16.26)
VESTIDO-SMOKING	I		Vestido- <i>smoking</i> em tule de seda. (14.32)
VINTAGE	I	m s	Por isso, o <i>vintage</i> é sempre qualquer coisa de especial (19.42)
VINTAGE DEALER	I	m p	O resultado é uma corrida ao tesouro que pôs os <i>vintage dealers</i> , os adolescentes modernos, (...) (14.86)
VINTAGEMANIA	I	f s	A <i>vintagemania</i> também chegou à coleção da Adidas (...) (22.19)
VISUAL DIRECTOR	I		(...) pela autora do livro e <i>visual director</i> da loja, Linda Fargo. (16.16)
VOUCHER	I	p	Oferecer cheques-prenda ou <i>vouchers</i> . (14.94)

WALK-IN CLOSET	I	m s	(...) (O marido tem o seu próprio <i>walk-in closet</i> cheio (...)) (21.119)
WALLPAPER			(...): com screensaver, <i>wallpaper</i> , bolsa maleável e (...) (19.109)
WATER-RESISTANT	I		A referência <i>water-resistant</i> significa que o protector solar continua a dar a mesma protecção depois de 80 minutos na água. (22.113)
WEB DESIGN	I	m s	(...), o <i>design</i> industrial, as artes, o <i>design</i> gráfico, o <i>web design</i> , a arquitectura e (...) (16.16)
WEBSITE	I	m s	(...), é claro que o traseiro, o <i>culo</i> , o “rabiosque” ou até o “ <i>ga dunk a dunk</i> ” (como é chamado no dicionário de calção do <i>website</i> Urbandictionary.com) (...) (14.160)
WIDESCREEN	I		Daó a ideia de filmar em <i>widescreen</i> ? (18.182)
WORLD	I	m s	(...), numa vaga de fusão dança/ <i>world</i> antecipada por este “Electric Gypsyland”, (...) (14.130)
WORLD MUSIC	I	f s	Há muito que a música cigana dos Balcãs ultrapassou os plácidos circuitos da <i>world music</i> . (14.130)
WRAP-AROUND	I		(...), com os escorregadios vestidos <i>wrap-around</i> , feitos à medida para as “pêras”, (...) (14.162)
ZIP	I		(...) veste os tradicionais <i>jeans</i> de corte recto com <i>zip</i> e perna estreita. (19.70)

2) Francês:

ALLURE	I	f s	Com aquela <i>allure</i> de que falávamos há instantes. (17.24)
AMUSE-GUEULE	I	m p	Os <i>amuse-gueules</i> , com pequenas aparas de trufa ou o <i>morceaux de foie gras</i> , simbolizam o amor e o respeito (...) (22.106)
ARGENTÉ	I		Écharpe em pêlo de raposa <i>argenté</i> , (...) (15.98)
ART DÉCO	M	f s	(...); detalhes fundamentais numa estação que revive os anos da <i>Art Déco</i> (...) (16.28)
ART DECO	M	f s	O esplendor da <i>Art Deco</i> revisitado e (...) (16.26)
ART DECO	I, M	m s	Galheteiro <i>Art Deco</i> com base em prata portuguesa, (...) (17.170)
ART NOUVEAU	I		(...) com fachadas <i>art nouveau</i> , umas atrás das outras. (21.134)
AU NATUREL	I		E o que se revela <i>au naturel</i> é um Bowie que, (...) (19.180)
AUTEUR	I	m s	(...), como também com o mais reverenciado <i>auteur</i> da sua geração (...) (17.130)
AVENUE		f s	(...), mas era demasiado pequena, estamos também a projectar uma loja na <i>avenue Montaigne</i> ”.
BAGUETTE	I	f s	(...), Fernanda mostra grande à-vontade a distinguir uma <i>clutch</i> de uma <i>baguette</i> , (...) (15.58)

BANDELETTE	I		Bandelette com penas (...) (22.125)
BANLIEU	I	m s	(...) nas colinas do <i>banlieu</i> parisiense, (...) (18.100)
BARETTE			À esquerda, <i>barette</i> e pulseira Frise em ouro cinzento com <i>pavé</i> de diamantes. (15.98)
BAS FOND	I	m s	Filha do <i>bas fond</i> de Nova Orleães, (...) (16.43)
BATON		m s	Acho mesmo que o <i>baton</i> é um acessório indispensável (...) (17.19)
BATÔN	I		Na montra está a saia Prada com padrão <i>batôn</i> da colecção (...) (19.43)
BÂTON-SUCCESSO	I	m s	Em baixo, desenho de Rouge Baiser, o <i>bâton-succeso</i> das décadas de 1930 a 1950, (...) (16.43)
BEAU MONDE	I	m s	(...), onde a maioria deste <i>beau monde</i> – polacos, alemães e alguns russos – se hospedava. (21.132)
BÊTE DE MODE	I	f s	Essa é mesmo uma <i>bête de mode</i> . (22.96)
BONNE MINE	I, A		Num fórmula de longa duração, cada tom realça a cor natural dos lábios e das maçãs do rosto através de um efeito “ <i>bonne mine</i> ”, luminoso e fresco. (14.170)
BON VIVANTE	I	m s	(...) fez dele um <i>bon vivante</i> sem limites. (22.42)
BOUCLÉ	I		Pele com <i>bouclé</i> e fita em cetim de seda, (...), Vicini. (14.54)
BOUDOIR	I	m s	Na intimidade do <i>boudoir</i> , na alcove, como lhe chamava Eça de Queiroz, a sexualidade é preguiçosa, mostra o seu lado mais manso, de doce pecado. (14.31)
BOUDOIR-CHIC	I	m s	Com base em tendencias tão diferentes como o <i>boudoir-chic</i> e o <i>partisan-chic</i> , o <i>patchwork</i> fin-se-siè cle (...) (14.38)
BRASSERIE	I	f s	(...), esta <i>brasserie</i> cosmopolita tem (...) (17.167)
BRIOLETTE	I		Colar em platina, diamante e nove safiras <i>briolette</i> . (21.146)
BUSTIER		m s	(...) pelo <i>stylist</i> Paul Cavaco, que elegeu este <i>bustier</i> (...) (14.151)
CABOCHON	I		Platina com diamantes e brilhantes com pendente móvel em rubis gravados, esmeraldas <i>cabochon</i> e brilhantes, Mauboussin. (14.58)
CACHE-COEUR	I	m s	O novo romantismo de Lars Niessen para Nina Ricci neste <i>cache-coeur</i> em malha de algodão bicolor. (18.38)
CAOUTCHOU		m s	(...) <i>caoutchou</i> vulcanizado, aço polido, ouro, (...) (18.86)
CHAISE LONGUE	I	f s	Fala com orgulho da <i>chaise longue</i> Hans Wegner e dos cartazes (...) (19.42)
CHALET	I	m p	(...) o <i>Kapani Lodge</i> é composto por <i>chalets</i> espaçosos (...) (22. 137)
CHAMPAGNE			Taça de <i>champagne</i> , (...) (14.245)

CHANDELIER	I		Jewel com brincos <i>chandelier</i> da linha Empress da H. Stern. (14.78)
CHANTEUSE	I	f s	(...) a transformar-se numa <i>chanteuse</i> , (...) (19.156)
CHARMEUSE	I	m s	Uma sócia de Billie Holiday, dramaticamente sedutora no seu <i>charmeuse</i> rosa e (...) (16.107)
CHEF	I	m s	(...) antigo <i>chef</i> e gerente do restaurante Armani (...) (16.142)
CHÈVREFEUILLE	I	m s	(...) na memória olfactiva o odor do <i>chèvrefeuille</i> (...) (19.118)
CHIC	I	m s	(...) para nós, representa o cúmulo do <i>chic</i> . (17.24)
CHIFFON	I		Vestido em <i>chiffon tie-dyed</i> , Prada. (15.88)
CHIFFON DÉGRADÉ	I		(...) nos seus vestidos em <i>chiffon dégradé</i> e (...) (17.36)
CHIGNON	I	m p	Em alternativa aos <i>chignons</i> e outros apanhados requintados, (...) (17.88)
COCHÈRE	I	f s	(...), e uma <i>cochère</i> de grande porte. (19.168)
COFFRET	I	m s	Edição limitada e numerada de 4000 exemplares de um <i>coffret</i> (...) (19.136)
COGNAC	I		Os estofos em pele <i>cognac</i> combinam o conforto (...) (17.59)
COQUETERIE	I		(...) e todos os detalhes de <i>coqueterie</i> como laços, (...) (16.116)
COQUETTE	I		Coquette em vida, a agente X-27 sê-lo-ia também na morte. (16.42)
COQUETTERIE	I	f s	No século XVI, a rainha Isabel I de Inglaterra não deixava a <i>coquetterie</i> por mãos alheias. (16.45)
COUTURE	I		(...) um vestido <i>couture</i> , um hambúrguer ou (...) (17.61)
COUTURE SALON	I		(...), passou a ser uma espécie de <i>couture salon</i> não oficial (...) (15.124)
COUTURIER	I	f s	Uma amiga minha conheceu a grande <i>couturier</i> Elsa Schiaparelli (...) (18.78)
CRÈME DE LA CRÈME		m s	Roger Viver considerado o <i>crème de la crème</i> de todos os designers de sapatos, (...) (15.20)
CRÈME OF CREAM	I	m s	(...) em nenhuma das suas viagens prescindia do <i>crème of creams</i> . (20.91)
CROISIÈRE	I	p	(...), criadora da famosa marca Lenny de fatos de banho, saídas de praia e <i>croisières</i> de luxo. (15.41)
DERRIÈRE	I	m s	(...), pode ter sido reavivada pelo anúncio da Virgin em que ela fotocopia o seu <i>derrière</i> e depois o mostra ao mundo. (14.160)
DÉVORÉ	I		Top e saia em veludo <i>dévoré</i> , (...) (21.83)
DÔME DES INVALIDES	M	m s	(...): era o encadernador do <i>Dôme des Invalides</i> que vinha à noite com o seu caderninho de folhas de ouro (...) (14.100)
DU JOUR	I		Agora, o próprio traseiro passou a ser a zona erógena <i>du jour</i> . (14.160)

EAU DE PARFUM	I	f s	(...) o aroma inovador da <i>eau de parfum</i> (...) (22.49)
EAU DE TOILETTE	I	f s	Carteira Jean Paul Gaultier “recheada” com uma <i>eau de toilette</i> , (...) (19.136)
ECRÃN		m s	(...) e o pequeno <i>ecrân</i> . (17.120)
ESPRIT	I	m s	Este prodígio de animação foi feito com <i>esprit</i> francês (...) (18.100)
FAIT ACCOMPLI	I	m s	(...) e o eventual <i>fait accompli</i> do projecto, (...) (18.100)
FEMME FATALE	I	f p	(...), conhecido pelos retratos de <i>femme fatales</i> ruivas, (...) (19.97)
FIN-DE-SIÈCLE			Com base em tendencias tão diferentes como o <i>boudoir-chic</i> e o <i>artisan-chic</i> , o <i>patchwork fin-de-siècle</i> (14.38)
FOND DE TEINT	I	m s	(...) com uma base ou <i>fond de teint</i> mais escuro (...) (2167)
FORFAIT	I		(...) inclui passagens aéreas, sete noites no hotel Alila Manggis, <i>transfers</i> e <i>forfait</i> de 10 mergulhos. (19.78)
FOULARD	I	m p	Os nossos <i>foulards</i> são fabricados na grande tradição de Lyon (...) (14.102)
FRISSON	I	m s	Há um certo <i>frisson</i> quando se encontra um Scaasi <i>vintage</i> (...) (19.176)
GRAND SALON	I	m s	O <i>grand salon</i> da Avenue Montagne onde se apresentavam as coleções. (14.98)
GUIPURE	I		(...), graciosos vestidos <i>georgette</i> microestampados, saias em renda <i>guipure</i> , e (...) (16.115)
HAMAC	I	m s	Eduardo Longo relaxado no <i>hamac</i> da sua sala de convívio. (14.223)
JACQUARD	I		Malha <i>jacquard</i> de lã, € 79, Pepe Jeans. (14.56)
LÈSE-MAJESTÉ	I	f s	(...) este exemplo atraente da <i>lèse-majesté</i> gerou (...) (21.107)
LINGERIE FUCHSIA	I		(...), vestidas com <i>lingerie fuchsia</i> e (...) (16.116)
MADemoiselle			(...); <i>mademoiselle</i> Coco Chanel nos jardins (...) (17.121)
MAISON	I	f s	Logótipo da <i>maison</i> desenhado por Thayaht em 1919 (...) (14.98)
MÉNAGE À TROIS	I	f s	Ambras as partes admitiram ter tido uma <i>ménage à trois</i> (...) (19.175)
MESDAMES	I		Seis anos mais tarde, <i>mesdames</i> Vigée-Lebrun e a ruinosamente cara Rose Bertin, (...) (21.107)
MÉTIER	I	m s	(...) é um <i>métier</i> apaixonante e envolvente (...) (19.192)
MINAUDIÈRE	I	f s	(...); para um jantar importante, quando tiver dúvidas, leve uma <i>minaudière</i> Calvin Klein dourada ou prateada. (16.120)
MINIVESTIDO-CORSET	I		À direita, <i>minivestido-corset</i> em seda e organza, (...) (16.94)

MOIRÉ	I		Casaco em seda <i>moiré</i> bordada a lantejoulas, com gola em pêlo (...) (22.85)
MORCEAU	I	m s	Os <i>amuse-gueules</i> , com pequenas aparas de trufa ou o <i>morceaux</i> de <i>foie gras</i> , simbolizam o amor e o respeito (...) (22.106)
MOSAIQUE	I, M		Toalha de praia <i>Mosaique</i> em algodão, (...) (15.26)
MOUSSELINE	I		Ao lado, vestido de noite em <i>mousseline</i> de seda rosa, Verão 1933, e vestido em crepe de seda, em tom açafraão, 1918. (14.100)
MUSETTE		f s	Um mosaico de recordações que vão da <i>musette</i> ao bel canto, (...) (20.64)
NAÏV	I	f s	(...) as roupas que os <i>designers</i> israelitas desenham agora são um pouco <i>naïve</i> , (...) (21.47)
NEON	I		(...) calças de ganga da Levis e um <i>top neon</i> ”, (...) (22.17)
NEZ	I	m p	Ralf Schweiger e Natalie Feisthauer foram os <i>nez</i> (ou perfumistas) (...) (18.130)
NOIR	I		A lembrar as telas de Edward Hopper e os filmes <i>noir</i> de Otto Preminger. (18.139)
OUVRAGE DES DAMES	I, A		(...) – uma trabalhosa técnica da província francesa chamada “ <i>ouvrage des dames</i> ” – e mandou reproduzi-la (...) (16.115)
PAILLETE	I	f p	As <i>pailletes</i> , não importa a cor de verniz escolhida, (...) (15.67)
PAILLETTE	I	p	Fato de banho bordado com <i>paillettes</i> , (...) (20.108)
PARTISAN-CHIC	I	m s	Com base em tendências tão diferentes como o <i>boudoir-chic</i> e o <i>partisan-chic</i> , o <i>patchwork</i> fin-de-siècle (...) (14.38)
PASSARELLE	I	f p	A modelo que investe todo o tempo livre nos jogos de póquer e que regressou às <i>passarelles</i> é hoje a imagem da Fendi. (14.81)
PASSERELE		f p	E põem as <i>passereles</i> da Primavera/Verão num alvoroço. (16.35)
PASTA ZOMBIE	I	m p	(...), o padrinho do <i>gore</i> e de Lucio Fulci, o rei dos <i>pastas zombies</i> . (16.52)
PAVÉ	I		Dual 1500 com <i>pavé</i> de diamantes, (...), Lacman. (14.62)
PETIT	I		(...) Madame Souza com z obriga o seu <i>petit</i> Champion a treinar (...) (18.100)
PIED-DE-POULE			(...) sobre saia em <i>piéd-de-poule</i> de lã com saioite em tule de ferro, (...) (14.178)
PIERROT	I	m p	Bonecas de inspiração vitoriana em John Galliano, <i>pierrots</i> renovados em Comme des Garçons... (16.66)
PIQUET	I		Pólo em <i>piquet</i> de algodão, Lacoste. (18.33)
PIQUE-CHEVEUX	I		Pique-cheveux em prata e plumas cor-de-rosa, (...) (17.88)

POCHETTE	I	f p	(...) pequenas <i>pochettes</i> e carteiras em tela (...) (16.28)
PEPELINE	I		(...) camisa e écharpe em <i>popeline</i> de algodão, (...) (18.177)
POTPOURRI	I		Elton Rocks, <i>potpourri</i> em pedras com cheiro para apoiar a Elton John AIDS Foundation, Slatkin & C. ^a na Zen. (14.36)
POUDRÉ	I		O lado mais açucarado, e <i>poudré</i> , do sexo. (14.31)
PRÊT À PORTER	I		No início da temporada de coleções de <i>prêt a porter</i> (...) (21.30)
PRÊT À PORTER		m s	(...) havia <i>mise en scène</i> no seu <i>prêt a porter</i> ? (21.49)
RIVIÈRE	I	p	Stiletos em cetim de seda com <i>rivières</i> com <i>strass</i> , (...) (19.150)
RUE		f s	Abre o seu negócio no número 222 da <i>rue</i> de Rivoli, em Paris (...).(14.98)
SALON	I	m s	(...), o que o levou a abrir o seu próprio <i>salon</i> em 1968. (19.85)
SALOPETE		p	Salopetes em cetim de seda, (...) (17.137)
SAVOIR FAIRE	I		Demasiada etiqueta e <i>savoir faire</i> podem assassinar (...) (22.108)
SOI DISANT	I		São os remoques <i>soi disant</i> de esquerda. (22.96)
SOIGNÉE	I		(...) ela gosta de ser a noiva <i>soignée</i> do cavalheiro inglês. (19.156)
SOMMELIER	I	m s	(...), pergunta a um <i>sommelier</i> com uma carta de vinhos (...) (22.106)
TROMPE L'OEIL	I	m s	Na verdade, era um <i>trompe l'oeil</i> , um seio feito em tecido. (18.78)
TROMP L'OEIL	I	m s	Um <i>tromp l'oeil</i> bem conseguido por Guilherme Mata (...) (15.41)
ULTRACHIQUE			O charme <i>ultrachique</i> de umas férias no Mediterrâneo. (16.26)
ULTRA-CHIQUE			Compacto de sombras ultra-chique, (...) (17.94)
URBANO-CHIQUE		m s	O NOVO <u>URBANO-CHIQUE</u> (17.58)
VESTIDO CORSET	I		Vestido <i>corset</i> em cetim de seda com saio em tule de seda, (...) (14.182)
VESTIDO-CORSET	I	p	(...) desenhou <i>vestidos-corsets</i> para a casa Rochas. (18.36)
VOILE	I	f p	(...), vestidas com tecidos leves e esvoaçantes, como as <i>voiles</i> de seda drapeadas ou plissadas. (15.17)
VOILLE	I		Vestido- <i>corset</i> em <i>voille</i> , tule e renda de seda, (...) (19.222)

Elle Brasil

1) Inglês:

AFFAIR		m s	Publicaram que ele teve um <u>affair</u> com Nicole Kidman (...) (5.105)
ANTI-BUSHIANO	A	m p	(...): ele e outros “ <u>anti-Bushianos</u> ”, (...) (3.96)
ANTIFRIZZ		m s	(...) aplicar um <u>antifrizz</u> para modelar e controlar os fios arrepiados (6.46)
ARGYLE	I		(...): xadrez com tie dye, <u>argyle</u> (desenho de losangos) (...) (3.127)
BABYLISS		m s	Depois, enrolou mechas finíssimas em um <u>babyliss</u> (...) (6.144)
BABY-LISS			(...), usar <u>baby-liss</u> ou bobes médicos (...) (3.46)
BEACHWEAR			(...) assina a primeira coleção de <u>beachwear</u> para a Speedo. (4.22)
BIKE		f s	(...): forre o assento da <u>bike</u> – geralmente duro – com uma capa de gel. (3.51)
BLACK JEANS		m s	No lugar de um tecido nobre, escolha o <u>black jeans</u> para o paletó. (8.102)
BLACK POWER		m s	(...) nasceu da vontade de fazer o oposto do <u>black power</u> apresentado na colação de inverno da SPFW (...) (6.72)
BLEND	A	m s	(...) está em fazer um “ <u>blend</u> ” de glosses que faz a boca saltar (...) (3.102)
BLIND DATE	I	m s	É o famoso <u>blind date</u> : aquele encontro arranjado (...) (6.76)
BLOG		p	(...) e dão palpite sobre tudo em <u>blogs</u> – diários virtuais que transformam qualquer internauta em protagonista de novela. (8.65)
BLOGUEIRO		m p	(...), coletânea com pensamentos inspirados de 11 <u>blogueiros</u> . (8.65)
BODY		m s	(...) o <u>body</u> surpreende como blusa. (6.105)
BODY PUMP			(...), as poderosas aulas de <u>body pump</u> ainda são a melhor saída. (7.142)
BOOKER			(...) deixou o oposto de <u>booker</u> de uma agência de modelos (...) (6.64)
BOTOX	M	m s	E as nova-iorquinas estão enloquecidas com o <u>Botox</u> (...) (3.107)
BRAZILIAN BIKINI WAX I			Carrie, por exemplo, encara a depilação na virilha (que ficou conhecida como <u>brazilian bikini wax</u> nos EUA). (5.62)
BUSINESS		m s	(...) uma disposição ininterrupta para o <u>business</u> . (6.148)
BUTTER PECAN			Charlotte compra aqui um sorvete de <u>butter pecan</u> (...) (5.64)
CAMISETA-OUTDOOR		f p	(...) algumas das frases estampadas nas <u>camisetas-outdoor</u> de idéias modernas (...) (6.65)

CASUAL CHIC		f s	(...) a <u>casual chic</u> da Tod's e Hogan, marcas do megaempresário (...) (7.64)
CASUAL SEX	I	m s	(...) quem dirá um <u>casual sex</u> tipo Samantha em <i>Sex and the city</i> . (3.62)
CATCHUP			Para comer sem <u>catchup</u> e sem culpa. (4.53)
CHARM BRACELETE		m s	Na estação passada o <u>charm bracelete</u> da Louis Vuitton virou febre. (5.30)
CHEESECAKE		m s	(...) ainda pode se consolar com um belo <u>cheesecake</u> . (6.78)
CHINESE STYLE	I	m s	Ford não sucumbiu ao <u>chinese style</u> sozinho. (8.56)
CITY TOUR		p	(...) (que pode até ser feita em eficientes <u>city tours</u> , (...)) (8.141)
CLUBBER			(...) entrou no circuito <u>clubber</u> da capital alemã. (6.92)
COFFEE SHOP		m p	(...) não é mais um daqueles <u>coffee shops</u> escurinhos (...) (7.85)
COFFEE TABLE BOOK		p	Na saleta: muito branco e <u>coffee table books</u> . (8.24)
CONCEPT STORE		f s	(...), onde está a <u>concept store</u> Villa Moda, (...) (6.150)
CORNER		m p	Miranda escolhe os <u>corners</u> de uma das lojas de departamento (...) (5.64)
COSMOPOLITAN		m s	Já estou no meu terceiro <u>cosmopolitan</u> . (5.62)
CREAM CHEESE			(...) com recheio de <u>cream cheese</u> , (...) (7.148)
CUP CAKE		p	Servir <u>cup cakes</u> significa: (...) (5.78)
DENIM		m s	(...): <u>denim</u> desbotado com botas pretas de salto, écharpe e boinas. (3.58)
DESESTRESSAR			(...) ganhei um fôlego incrível e <u>desestressei</u> ", (...) (3.51)
DESIGNER DISCOUNT STORE		f s	(...) abriu a primeira <u>designer discount store</u> de Paris, (...) (7.62)
DMAE	M		(...): os cremes com <u>DMAE</u> , (...) (3.24)
DRIVE-THRU		m s	(...) quando era atendente em um <u>drive-thru</u> da McDonald's, (...) (7.74)
DRUM'N'BASS		m s	(...) apaixonados pelo <u>drum'n'bass</u> . (8.71)
FAKE		m s	Se o seu cabelo é longo, crie um curto <u>fake</u> : (...) (4.134)
FASHION			(...) atrás dos movimentos <u>fashion</u> . (3.8)
FASHIONISTA		m p	(...); o café Barista, favorito dos <u>fashionistas</u> locais (...) (3.59)
FASHION VICTIM		f s	Ok, eu confesso que sou uma <u>fashion victim</u> ! (5.66)

FEEL GOOD MOVIE	A	m s	(...) o que se pode chamar de um “ <u>feel good movie</u> ”, ou seja, feito para fazer o público se sentir bem. (3.68)
FIFTIES		m p	(...), as saias amplas dos <u>fifties</u> , (...) (3.8)
FIVE POCKET		p	Calça de gabardine stretch <u>five pockets</u> . (5.95)
FLAGSHIP		f s	Os preços são menores do que a <u>flagship</u> de uptown, mas (...) (7.60)
FLOWER POWER		m s	(...). o <u>flower power</u> dos 70, (...) (3.8)
FOREVER			(...) e a <u>forever top</u> Linda Evangelista. (4.40)
FROZEN YOGURT		m s	(...), como o famoso <u>frozen yogurt</u> (servido no Café 504, no segundo andar) (...) (7.85)
FUSION FOOD		f s	O cardápio investe na <u>fusion food</u> . (8.143)
FUSIONWEAR	I	m s	(...) fazendo um <u>fusionwear</u> ”, (...) (3.60)
GLITTER		m s	(...) e batom lilás (sem o <u>glitter</u> , please) de Carrasco. (3.131)
GLOSS		p	(...) está em fazer um “blend” de <u>glosses</u> que faz a boca saltar (...) (3.102)
GRUNGE			Calças largas demais, estilo skatista ou <u>grunge</u> , (...) (3.84)
HANDMADE		m s	“Isabela Capeto exercitou o <u>handmade</u> com inteligência. (8.109)ff
HEALTH CLUB		m p	(...), nasceu nos <u>health clubs</u> americanos, (7.142)
HIGH SOCIETY			(...) mas sempre com ares de <u>high society</u> . (3.151)
HIGH TECH			(...), a tendência é ser <u>high tech</u> . (8.62)
HYPADO			Com o <u>hypado</u> conceito de “bar de perfumes”, (...) (3.48)
HYPE		m s	(...) e se tornam o <u>hype</u> da estação. (5.136)
ÍNDIGO-BLUE		m s	(...) a grife francesa se rende ao <u>índigo-blue</u> . (7.134)
IPOD	M	m s	(...) não se desgruda do seu <u>iPod</u> , o tocador de música digital da Apple. (8.75)
JAQUETA BOMBER			Jaqueta bomber Zoomp, R\$ 940. (7.30)
JET SETTER			Esta calça não amassa e faz o estilo <u>jet setter</u> . (6.38)
JUKEBOX		f s	(...) e uma incrível <u>jukebox</u> antiga. (4.149)
KIDULT	I	p	São os adultescentes (ou <u>kidults</u>), gente grande que adora manter um pé na infância. (8.63)
LEAVE-IN		m s	O <u>leave-in</u> , ou condicionador sem enxágüe, (...) (3.44)
LIGHT SHEER		m s	(...) o laser utilizado deve ser o <u>light sheer</u> , ou de diodo, que (...) (7.50)

LUCITE			(...) traz jóias de <u>lucite</u> inspiradas (...) (3.51)
MAIN FLOOR	m	s	O <u>main floor</u> é todo Dolce & Gabbana. (6.149)
MAKE	m	s	O look clean dos cabelos e do <u>make</u> de Robert Estêvão. (3.131)
MAKE UP	m	s	(...) como você vai usar – das produções ao <u>make up</u> . (8.91)
MAKE UP ARTIST	m	s	(...), o <u>make up artist</u> confessou, (...) (6.40)
MAXIPULL		p	A primeira coleção tem <u>maxipulls</u> , (...) (5.30)
MEGAHAIR			Você já raspou a cabeça, usou <u>megahair</u> , ficou morena. (7.89)
MEGAOUTLET	m	s	O Serravalle é o primeiro <u>megaoutlet</u> italiano, (...) (7.64)
MEGASHOPPING	m	p	(...) – um dos <u>megashoppings</u> a céu aberto (...) (7.60)
MEGATOP	f	s	(...), a <u>megatop</u> Fernanda Tavares é um dos maiores ícones (...) (4.83)
MINIBLUSA	f	s	(...): <u>miniblusa</u> e calças justas demais. (3.24)
MIX	m	s	O resultado do <u>mix</u> (...) (3.8)
MUSK			O aroma é uma versão mais leve e moderna do óleo de <u>musk</u> que (...) (8.58)
NEW AMERICAN			(...) é completada pela cozinha <u>new american</u> do chef Dan Silverman. (4.148)
NEW FACE	A	f p	(...) é uma das “ <u>new faces</u> ” de 2004 apresentadas pela ELLE Japão. (3.76)
NEW WAVE			New wave cinquentinha nos óculos de armação multicolorida (...) (5.80)
NINE TO FIVE	I		(...) eu jamais me adaptaria à vida <u>nine to five</u> (<i>nove às cinco, horário comercial americano</i>). (4.88)
OFF WHITE	m	s	Tricôs e twin sets de lã fina do <u>off white</u> ao preto. (5.69)
OIL FREE			Peles oleosas e mistas combinam com bases líquidas <u>oil free</u> (livre de óleo). (8.132)
ONLINE			(...), em seus formatos impresso e <u>online</u> , (...) (7.81)
OPTICAL DIFUSER	I	p	(...) produtos chamados <u>optical difusers</u> (difusores óticos), (...) (6.42)
OVER			É fácil ser <u>over</u> e difícil ser simples. (7.68)
OVERSIZE			(...): bata <u>oversize</u> . (4.105)
OVERSIZED			Saias longas, calças <u>oversized</u> , (...) (8.125)
PARTNER	m	s	(...), teve que ouvir do seu <u>partner</u> algo do tipo (...) (3.8)
PASHMINA	f	p	Pashminas indianas. (8.24)

PEEP TOE		(...) tem a cara da estação: <u>peep toe</u> com estampa de oncinha (...) (6.62)
PERSONAL SHOPPER		(...) lançaram o serviço de <u>personal shopper</u> : um especialista que sabe onde encontrar o que você quer. (5.90)
PERSONAL TRAINER	m s	Dizer que a vida de um <u>personal trainer</u> é corrida (...) (4.34)
PET	m s	Paulo Vergueiro (21 2274 7967) mixa o <u>pet</u> a couro e barbante. (8.30)
PET SHOP	f s	(...) foi direto a uma <u>pet shop</u> e comprou, (...) (6.99)
PIERCING	m s	Nessa nova Índia, o <u>piercing</u> de argolas douradas (...) (3.58)
PINK		(...): bolsa <u>pink</u> Chanel e flor gigante. (3.22)
PINK-ÁCIDO		Pense em vestidos frente-única vermelho-tomate, short <u>pink-ácido</u> , (...) (7.132)
PLEASE		(...) (em ritmo acelerado, <u>please</u> , senão o treino surtirá (...) (3.50)
PLUS	m s	(...) com o <u>plus</u> de deixar seu corpo durinho. (3.50)
POINT	m s	A primeira parada é Mikonos, o <u>point</u> mais fervido do mar Egeu. (8.141)
POPSTAR	f s	Bem diferente da <u>popstar</u> , (...) (3.95)
PORTA-IPOD	m s	A Dior foi a primeira a lançar um <u>porta-iPod</u> , (...) (8.75)
PORTA-POST-IT		Mini-espelho e <u>porta-post-it</u> (<i>abaixo</i>): á venda no novo site. (8.71)
PULL	p	Eles passaram uma década tramando <u>pulls</u> , (...) (5.30)
REALITY SHOW	m s	(...) para protagonizar um <u>reality show</u> . (6.99)
ROAD MOVIE	m s	(...) que será mais um <u>road movie</u> , seu gênero preferido. (7.93)
ROCK'N'ROLL		(...) – jaqueta <u>rock'n'roll</u> e bota caubói. (5.128)
SELF-HEALING		(...) terapeuta de <u>self-healing</u> (método de autocura que ajuda a driblar tensões e prevenir doenças), (...) (5.50)
SERIAL KILLER	f s	Para encarnar a <u>serial killer</u> , ficou irreconhecível. (4.60)
SHAPE	m s	(...): a calça com <u>shape</u> masculino é compra sempre acertada. (7.111)
SHOPPING BAG	p	(...) há bolsas de mão, <u>shopping bags</u> e carterias. (6.66)
SHOT	p	Na sua cobertura, em Nova York, há <u>shots</u> de Helmut Newton, (...) (8.60)
SHOWBIZZ	m s	(...) que havia sido criado dentro do <u>showbizz</u> americano (...) (3.95)
SHOW ROOM	p	(...), além de 60 <u>show rooms</u> e 118 lojas próprias. (6.130)

SILK	m p	(...) adesivos de marcas esportivas, listras e até <u>silks</u> debochados (...) (3.125)
SILKADO		Modelo de algodão <u>silkado</u> Renner, R\$ 26. (8.38)
SKATISTA		Calças largas demais, estilo <u>skatista</u> ou grunge, (...) (3.84)
SKY DIVING		Você, moça aventureira, que pratica <u>sky diving</u> e (...) (6.76)
SKYLINE	m s	Torres de aço e vidro dominam o <u>skyline</u> da cidade, (...) (8.54)
SOFT		Leve e quente: manta de <u>soft</u> (...) (8.66)
SORRY		Se respondeu sim a essas questões, <u>sorry</u> , garota, você pode (...) (6.78)
SPINNING	m s	Versão molhada do <u>spinning</u> , ou ciclismo indoor, (...) (3.51)
START POINT	I	(...), já serviram de <u>start point</u> para suas coleções. (8.60)
STEP	m s	(...), reúne os benefícios da esteira, do <u>step</u> , e da bicicleta. (3.51)
STONE WASHED		(...) apenas duas versões: <u>stone washed</u> e azul-escuro. (6.130)
STREETWEAR	m s	(...); Caio Gobbi moderniza o <u>streetwear</u> da TNG (...) (3.28)
STYLING		(...): bom <u>styling</u> , cores fortes (...) (3.132)
STYLIST	f s	(...), é o preferido da <u>stylist</u> brasileira Leda Gorgone, (...) (4.149)
SUBCISION		Mas também podem ser utilizadas a <u>subcision</u> , (...) (4.141)
SUPERCOOL		Butique <u>supercool</u> no Soho. (4.150)
SUPERFASHION		“As clientes daqui são <u>superfashion</u> ”, (...) (4.44)
SUPERGLAMOUROSO		(...) um vestido de noite <u>superglamouroso</u> . (8.126)
SUPERKIT	m s	(...) ganharam este <u>superkit</u> de produtos Vichy. (5.15)
SUPERSEXY		Fica <u>supersexy</u> ”, acrescenta Saulo Fonseca. (3.99)
SUPER-SEXY		(...) com um apelo <u>super-sexy</u> . (3.102)
SWEETY	I	(...): “Olá, <u>sweety</u> , você poderia mandar para o meu e-mail (...) (8.60)
TECHNO		As batidas de rock, pop e <u>techno</u> (...) (6.92)
THE BEST	I	Dezenas de shoppings, com <u>the best</u> dos produtos globalizados (...) (6.149)
TIE DYE		(...): xadrez com <u>tie dye</u> , <u>argyle</u> (desenho de losangos) (...) (3.127)
TIE-DYE		Camisetas grafítadas, desenhadas, paetizadas, seringafadas, <u>tie-dye</u> , com slogans. (5.70)

TOP	f p	(...): as <u>tops</u> Kate Moss e Sophie Dahl (...) (3.157)
TRENCH	m p	(...), tem os <u>trenchs</u> como fiéis companheiros. (4.26)
TRENDY		(...) sabe dizer quais as mais <u>trendy</u> (para as modernas, ...) (7.61)
TWIN SET		(...) e um casaqueto de <u>twin set</u> . (4.118)
ULTRASEXY		Quer uma lingerie <u>ultrasexy</u> ? (4.149)
UP	m s	O colar dourado de várias voltas dá um <u>up</u> até osbre a camiseta branca. (6.36)
UPTOWN		Os preços são menores do que a flagship de <u>uptown</u> , mas (...) (7.60)
VERY BRITYSH	I	(...) passar o dia garimpando peças das grifes <u>very british</u> (...) (7.61)
VINTAGE		(...) para quem procura roupas <u>vintage</u> . (3.158)
WAPSITE	m s	(...) ou acessar nosso <u>wapsite</u> pelo celular (saiba como abaixo). (6.16)

2) Francês:

ART NOVEAU	f s	Uma inovação oposta à <u>art nouveau</u> que todos faziam (...) (4.45)
BALONÊ		A difícil saia <u>balonê</u> (Zoomp) apareceu em quase todos os desfiles. (8.99)
BIEN SÛR	I	(...) criadores belgas, alemães e franceses, <u>bien sûr</u> . (7.62)
BIJOU	p	(...) na caixa de <u>bijoux</u> . (3.27)
BRULÉE		O creme <u>brulée</u> com chocolate e rosas é de matar. (5.64)
CACHE-COEUR		Cache-coeur Le Lis Blanc, R\$ 340. (4.102)
CHAMOIS	m s	Feito para durar muitas estações, o <u>chamois</u> está mais colorido (...) (7.30)
COULIS		(...) o sorvete de queijo-de-minas com <u>coulis</u> quente de goiaba (...) (7.147)
CRÈME DE LA CRÈME	m s	A especialidade da casa é o <u>crème de la crème</u> mesmo. (7.60)
CRÉOLE	I	(...) com solo vulcânico, cultura <u>créole</u> , relevo montanhoso e, (...) (5.166)
CRÊPE	I	(...) ela sim chamada de <u>crêpe</u> . (6.90)
DEGRADÊ		Entre no jogo de tons <u>degradê</u> . (5.136)
DEMAQUILANTE		(...): <u>demaquilante</u> , espuma de lompeza, (...) (3.17)

DÉVORÉ		Brilhante, cotelê, <u>dévoré</u> ... (4.24)
DEVORÊ		(...): túnica de veludo <u>devorê</u> Doc Dog. (6.20)
DIJON		(...), com molho de azeite, salsinha e mostarda <u>dijon</u> ”, conta. (7.26)
EAU DE TOILETTE	f s	Versão mais leve do perfume Glamourous, a <u>eau de toilette</u> Glamourous Daylight Ralph Lauren, (...) (8.44)
ÉCHARPE	f s	uma <u>écharpe</u> volumosa fica linda (...) (5.36)
FOGAUSSE	I	(...), um chapéu de <u>fogausses</u> (versão francesa da <i>focaccia</i>) (...) (7.84)
GALETTE	I f s	(...), fazem aqui a <u>galette</u> como se deve – (...) (6.90)
GEORGETTE		(...) e saias de <u>georgette</u> e musselina, (...) (4.22)
GRAND MONDE	I m s	O <u>grand monde</u> vem com o estilista italiano, (...) (6.72)
LÉZARD		Para garantir os casados de <u>lézard</u> com vison, (...) (4.22)
MAISON	f s	No fim do século 19, a <u>maison</u> começa a vender objetos (...) (4.47)
MANTEAU	m s	Surpreende tomando o lugar de um <u>manteau</u> clássico de lã (...) (3.137)
MUSSELINE		Troque os brilhos pelo movimento de tecidos como georgette e <u>musseline</u> . (8.34)
NOIR		(...) ambientes que lembram filmes <u>noir</u> . (5.167)
PAIN	I	(...) trocadilho com a palavra <u>pain</u> (pão, francês). (7.84)
PERFUM	I m s	(...) não aquele para um <u>parfum</u> matador. (6.135)
PIED-DE-POULE	m s	Mais tarde, aposte nos de jeans, de couro ou com padronagens, como o <u>pied-de-poule</u> . (4.26)
RICHELIEU		(...) uma bermuda de renda <u>richelieu</u> branca. (8.121)
RUE	f s	(...), o ateliê do seu professor no número 29 da <u>rue</u> Montorgueil, (...) (4.46)
SALADE DU CHEF	I	Salade du chef do bar Vendôme, do Hotel Ritz, (...) (7.26)
SOUFFLÉE		Batatas <u>soufflées</u> são: (...) (5.78)
SUPERCHIC		Um cinto fino de metal ou pérola sobre o lenço fica <u>superchic</u> . (5.36)
TARTARE	m s	(...), uma das sobremesas é o <u>tartare</u> . (8.70)
ULTRACHIC		Prepare-se para um inverno <u>ultrachic</u> . (3.117)
VICHY		Nunca as estampas foram tão exempladas: coqueiro, borboleta, <u>vichy</u> , (...) (8.128)
VOILÀ		Voilà: nascida o corte Chanel, de fios retos e na altura do queixo. (7.55)

Elle Portugal

1) Inglês:

ACCOUNT		(...), enquanto <u>account</u> , habituou-se a lidar com clientes. (188.106)
AEROBUILDING		Tinha aulas diárias de <u>aerobuilding</u> , que combinava aeróbica com ginástica localizada com pesos. (189.76)
ANTI-STRESS		(...), em gabinete, programas <u>anti-stress</u> de cinco dias (...) (189.236)
ATELIER-SHOWROOM-SALÃO	m s	(...) abriu o seu <u>atelier-showroom-salão</u> de provas no nº 12A de Savile Row, a rua dos grandes alfaiates londrinos. (187.214)
BABY BOOMER	m p	(...) por parte dos <u>baby boomers</u> (...) (189.146)
BABY DOLL		Baby doll em algodão e renda, (...) (189.26)
BABYDOLL		Babydoll em cetim, (...) (190.32)
BABYGROW		Conjunto de <u>babygrow</u> , gorro, botas e body (...) (187.44)
BABY SHOWER	m s	Organizámos um <u>baby shower</u> para grávidas (...) (188.101)
BABY-SHOWER	m s	(...) perguntas próprias de um <u>baby-shower</u> . (188.212)
BAD GIRL		(...) tops sexy completam esta linha <u>bad girl</u> . (186.46)
BAR LOUNGE	m s	(...), um <u>bar lounge</u> ao ar livre. (188.248)
BEACHWEAR	m s	Entre o <u>beachwear</u> , o vintage americano, (...) (186.201)
BEAT	m p	(...) os Da Weasel entraram nos <u>beats</u> da música portuguesa. (191.57)
BEAUTIFUL PEOPLE	f s	(...) é ponto de encontro da <u>beautiful people</u> . (187.215)
BEAUTY CENTER	m s	(...): o hamam, o <u>beauty center</u> , a piscina (...) (189.126)
BEST OF	m s	Um verdadeiro <u>best of</u> da pintura do século XX, (...) (186.94)
BESTSELLER	m p	Os <u>bestsellers</u> de John Grisham têm originado (...) (186.092)
BLASER	m s	(...) <u>blaser</u> branco, (...) (186.170)
BLOCKBUSTER	m p	Outro forte candidato a um dos <u>blockbusters</u> do ano. (189.104)

BODYCOMBAT	m s	(...) não é coisa de meninas, como o <u>bodycombat</u> , (...) (189.74)
BOOK	m p	Pode ficar a par da evolução dos <u>books</u> dos modelos (...) (186.42)
BOTOX		(...) às injeções de <u>botox</u> . (189.170)
BRITISH BOY		(...) tudo isto aliado a uma vida campestre de <u>british boy</u> . (188.254)
BROADCAST		(...) o dobro da resolução do vídeo <u>broadcast</u> . (190.64)
CARDIO-FITNESS		(...) banho turco e sala de <u>cardio-fitness</u> , (...) (188.156)
CASUAL	m s	(...) perfumem com Michael Kors, o rei do <u>casual</u> de luxo. (186.66)
CASUAL CHIC		Vão fotografar um look <u>casual chic</u> : (...) (186.71)
CHIEF MAKEUP	m s	(...) afirma o <u>chief makeup</u> M.A.C., Gordon Espinet. (189.144)
CHILL-OUT		Aquele conceito de <u>chill-out</u> como música (...) (187.84)
CINEMA TRASH	m s	(...) à glória do <u>cinema trash</u> – que é bem capaz de (...) (188.112)
CLEAN		(...) com uma filosofia muito <u>clean</u> . (187.153)
CLUTCH	p	Destaque para as carteiras, desde as <u>clutch</u> às extra large. (186.42)
COFFEE HOUSE	p	(...) a abertura de mais três <u>coffee houses</u> (...) (188.244)
COMIC	m p	(...), autor de culto dos <u>comics</u> americanos (...) (186.92)
CONCEPT STORE	f s	(...) também têm a sua <u>concept store</u> . (190.168)
COOL		(...) três hotéis chiques, mas <u>cool</u> . (187.217)
CORN FLAKE	p	Leite com <u>corn flakes</u> . (187.113)
COSY		(...) está uma cafeteria muito <u>cosy</u> (...) (188.136)
COUTURE		(...) aprecia o espírito <u>couture</u> de algumas peças. (187.96)
COWGIRL	f s	Uma <u>cowgirl</u> dos tempos modernos. (187.183)
DAY SPA		Hotel spa ou <u>day spa</u> . (188.152)
DENIM		(...), sejam em tecido ou em <u>denim</u> . (188.126)
DESTRESSAR		(...) <u>destressando-o</u> . (186.131)
DINER	m s	(...) também abriu um excelente <u>diner</u> americano (...) (187.215)
DRESS CODE	m s	(...), o <u>dress code</u> foi Versailles Chic. (189.32)

DRUM'N'BASS			(...) esses ritmos muito parecidos com os de <u>drum'n'bass</u> . (189.101)
DUB	m	s	(...) o mais moderno <u>dub</u> de cariz altamente hipnótico. (191.58)
ELECTRO	m	s	(...) do minimal ao <u>electro</u> , das melodias house ao pop. (189.102)
FACELIFT	m	s	(...) mesmo que tinha feito um <u>facelift</u> . (189.156)
FASHION			(...) com os tons pastel mais <u>fashion</u> (...) (186.201)
FASHION VICTIM	f	s	(...) sem no entanto ser uma <u>fashion victim</u> . (187.94)
FASHION-VICTIM	m	s	(...) (se tiver medo de parecer demasiado <u>fashion-victim</u> . (187.96)
FAST-FOOD	f	s	O grande conselho é: afastem-se da <u>fast-food</u> . (188.188)
FLIRTER	m	s	Mais uma vez, sou assediada por um <u>flirter</u> ou kamaki. (188.249)
FLIRTING WOMAN			Era apenas descrita como <u>flirting woman</u> . (187.60)
FLOATING (E)MOTION			(...) se destaca a terapia de <u>floating (e)motion</u> (...) (190.167)
GATE	A	f s	Fecha a “ <u>gate</u> ” (portão) para que mais nada penetre (...) (187.126)
GEL-CREME			(...), cuja textura em <u>gel-creme</u> , (...) (188.164)
GEL-SPRAY	m	s	O <u>gel-spray</u> de fixação moderada (...) (191.89)
GERAÇÃO BEAT	A	f s	Embora Bowles rejeitasse a ligação com a “ <u>geração beat</u> ”, (...) (190.142)
GIFT-WITH-PURCHASE	f	s	(...) designada <u>gift-with-purchase</u> , (...) (187.161)
GIRLSPOWER			A cultura <u>girlspower</u> (um grupo de amigas que só se quer divertir e que não se importa de usar o seu sex appeal para o fazer), nascida nos anos 90 (...) (191.79)
GLAM			(...), onde aplica a sua chama <u>glam</u> como jornalista (...) (187.74)
GLOSS	m	s	Um <u>gloss</u> com um efeito cristalino nos lábios (...) (186.126)
GLOSSY			(...) um creme de cor um pouco <u>glossy</u> (heath rose) (...) (189.142)
GROOVY			Funky, dub, pop, <u>groovy</u> , soul, (...) (17.84)
GUERREIRO-COOL	m	s	Ken Watanabe convenceu como <u>guerreiro-cool</u> (...) (186.62)
HEROIN-CHIC	f	p	(...) e as <u>heroin-chic</u> incendiaram a publicidade. (191.101)
HIPERSEXY			(...) os vestidos <u>hipersexy</u> das estrelas (...) (186.43)
HOBBIT	m	p	(...) <u>hobbits</u> pequerruchos lutando contra exércitos (...) (186.64)
HOLLYWOODESCO			(...) torna tudo muito verdadeiro, menos <u>hollywoodesco</u> , (...) (189.110)

HOME MOVIE		p	Entre <u>home movies</u> e entrevistas, (...) (187.86)
HOTEL SPA			Hotel spa ou day spa. (188.152)
HOT LIST	f	s	(...) faz parte da <u>hot list</u> da maioria dos guias chiques (...) (188.239)
HOT-PANT		p	Hot-pants em ganga (...) (187.192)
HOT SPOT	m	s	Um <u>hot spot</u> para o surf (...) (189.36)
HOUSE			(...) considerar um álbum funk, dub e <u>house</u> em slow-mothion, (...) (187.84)
INDIE	A		(...), Seigny ganhou já um estatuto de dama “ <u>indie</u> ”. (187.74)
INDY			A atriz <u>indy</u> nomeada pela academia, (...) (188.62)
I-POD	M		I-Pod, o hardware mais trendy do planeta, em várias cores. (189.102)
JEANSWEAR			(...), pelas estreitas ruelas dos souks, casual e <u>jeanswear</u> (...) (190.134)
JERSEY			Top rosa, estampado, em <u>jersey</u> de algodão (...) (187.190)
JET SET			Uma diva <u>jet set</u> que encarna a perfeição. (188.126)
JUNGLE	m	s	(...), ritmo de Carnaval, agual ao <u>jungle</u> e o baião ao dub. (189.101)
JUNK FOOD			(...) (<u>junk food</u> , quotidiano sedentário) (...) (189.164)
KING SIZE			Nove suites <u>king size</u> , como cabanas à beira da piscina (...) (189.236)
LAST BUT NOT LEAST			(...), <u>last but not least</u> , uma sala de projecção (...) (187.216)
LEGGING	m	p	Leggings roxos, (...) (187.194)
LIFT	A	m p	(...) sem esquecer os já clássicos “ <u>lifts</u> ” cirúrgicos ao rosto (...) (187.149)
LIPGLASS		m s	(...) comprar um batôn ou um <u>lipglass</u> Viva Glam V que, (...) (188.62)
LOFT		m s	Um <u>loft</u> no Soho, em Nova Iorque, (...) (187.209)
LOOK BOOK		m s	(...) com a ajuda de poloroids e do <u>look book</u> . (186.70)
LOOP		p	(...) todo concebido em computador, com samples, <u>loops</u> e (...) (189.70)
LUREX			Top com riscas em malha <u>lurex</u> , (...) (187.190)
MAIL	m	p	(...) um recorde de <u>mails</u> recebidos (...) (190.44)
MAINSTREAM		m s	(...), antes de chegar aos patamares do <u>mainstream</u> , (...) (190.62)
MAJOR	A	f p	(...) algumas delas eram distribuídas nos Estados Unidos pelas “ <u>majors</u> ”. (190.62)

MARCEL		(...) camisa branca em algodão, <u>marcel</u> em algodão canelado (...) (186.27)
MARSHMALLOW	m p	(...) recheie com o chocolate e os <u>marshmallows</u> . (186.195)
MEGASTORE	f s	(...), a marca de calçado Seaside abriu uma <u>megastore</u> (...) (189.46)
MINI-BAR	m p	Esqueça os <u>mini-bares</u> e o ginásio. (188.241)
MIX	m s	Um <u>mix</u> de todas as tendências: (...) (191.89)
MIXER	m s	Misture no <u>mixer</u> , filtre e reserve no frigorífico. (191.138)
MUFFIN	p	(...) coloque num tabuleiro especial para <u>muffins</u> . (186.195)
MULE	p	(...), e <u>mules</u> em tela estampada, (...) (189.190)
MUST	m p	(...) de marcar as tendências, de fazer os <u>musts</u> da estação, (...) (189.22)
NEOPRENE		Biquini em elastano e <u>neoprene</u> , (...) (189.44)
NEW AGE	f s	(...) dada aos sentimentos com o apogeu da <u>new age</u> . (191.78)
NON STOP		(...) para 24 horas de hidratação <u>non stop</u> . (187.8)
NOTEBOOK	m s	(...): telemóvel, o <u>notebook</u> , a máquina fotográfica digital... (187.160)
ONE MAN SHOW	m s	Quase um <u>one man show</u> (...) (187.86)
OPEN-SPACE		Em <u>open-space</u> , o lobby do hotel é (...) (188.239)
OPINION-MARKER	m p	(...) se conquistam os chamados <u>opinion-markers</u> . (186.58)
OPINION MARKER	m s	É uma figura conhecida e controversa, um <u>opinion marker</u> , (...) (188.90)
OVER BOOKING	m s	Mas, hoje em dia, é o <u>over booking</u> que é o sinal de elite. (190.96)
PACKAGING	f s	(...) desde a <u>packaging</u> à comunicação nacional (...) (189.233)
PALM-PILOT	f s	(...), um telemóvel ou uma <u>palm-pilot</u> ? (190.122)
PARTY ANIMAL	p	(...) os estudantes, gays e <u>party animals</u> que esperam (...) (188.249)
PATCH	m s	Prático e engenhoso, o <u>patch</u> garante uma eficácia ideal, (...) (186.14)
PEELING	m s	(...), com o <u>peeling</u> de ácido salicílico (...) (191.100)
PENTHOUSE	f s	É ele o criador da <u>penthouse</u> de Lenny Kravitz, (...) (187.211)
PERSONAL TRAINER	m s	(...) cultura do “ <u>personal trainer</u> adelgaçante” (...) (188.172)
PIN UP		(...) (necessárias para compor este look <u>pin up</u>). (189.206)

PLEXIGLAS		Com saltos em <u>plexiglas</u> e couro polido, (...) (188.102)
PLEXIGLASS		Pulseira em <u>plexiglass</u> , (...) (189.28)
POLOROID	p	(...) com a ajuda de <u>poloroids</u> e do look book. (186.70)
POOL LOUNGE	m s	Descanse no <u>pool lounge</u> e (...) (188.153)
POP-FOLK		É <u>pop-folk</u> , quente, sensual e ingénuo. (191.153)
POSTER BOY	m s	Josh é o <u>poster boy</u> do momento, (...) (189.96)
PRODUTO-STAR	m s	Complete o look com o <u>produto-star</u> da maquilhagem (...) (189.156)
PUFF		Puff com purpurinas da H&M. (189.142)
PUNK-ROCK		(...), é também uma espécie de <u>punk-rock</u> , funk e rap (...) (191.57)
R&B		(...) é <u>R&B</u> , é funk, é gospel e é a spoken word de Carl Hancock Rux. (191.58)
RAPPER	m s	(...), e o <u>rapper</u> do grupo Wu-Tang Clan, à esquerda. (189.104)
REPULP	A	(...), a desconstracção alisante e o efeito “ <u>repulp</u> ” transformam (...) (187.23)
REPULPADO		Fortificada, alisada, uniformizada e <u>repulpada</u> , (...) (187.23)
RESORT	m s	Um <u>resort</u> luxuoso e um fantástico spa, com vista para o mar (...) (186.188)
REVIVAL	m s	Devemos encarar este <u>revival</u> como uma forma de brincar (...) (188.126)
ROAD NOVEL	m p	(...), dentro da melhor tradição dos <u>road novels</u> , (...) (191.61)
ROAD TRIP	A	Remete para um imaginário de “ <u>road trip</u> ”, “beachwear” e (...) (186.44)
ROCK AND ROLL	m s	(...) com muito <u>rock and roll</u> como música de fundo. (186.46)
ROCK CHICK	f p	(...) como umas verdadeiras <u>rock chicks</u> . (187.209)
ROCKER		O estilo de Marissa é <u>rocker</u> . (189.58)
SAIA PENCIL	f p	As <u>saias pencil</u> também são fundamentais, (...) (188.122)
SET		Set de dois sofás, AU, Setsu e Shinobu Ito, Edra, em poliuretano, (...) (189.231)
SEX-APPEAL		(...), look <u>sex-appeal</u> . (188.126)
SEX-SHOP	f s	(...), uma <u>sex-shop</u> chique. (187.215)
SEX-SYMBOL		O actor <u>sex-symbol</u> Gael Garcia Bernal aparece (...) (188.100)
SEXY-GLAM		(...) num dos ícones de moda <u>sexy-glam</u> , (...) (188.20)

SHOES ADDICT	f	p	(...) todas as <u>shoes addicts</u> que gostam de Gucci, (...) (188.102)
SHOOTING			5 dias de <u>shooting</u> , 500 rolos de fotografia, (...) (186.70)
SHOPPING-CENTER		p	(...) uma paixão por roupas e por <u>shopping-centers</u> (...) (186.88)
SIDE BY SIDE			(...) máquina de lavar louça e frigorífico <u>side by side</u> . (191.132)
SLOW-MOTION			(...) um álbum funk, dub e house em <u>slow-motion</u> , (...) (187.84)
SOUL MUSIC	f	s	A <u>soul music</u> está na moda. (188.110)
SPA	m	s	No prato, no <u>spa</u> ou em suplementos alimentares, (...) (186.144)
SPF	M	m	s (...), em caso de exposição moderada ou em descanso do <u>SPF 60</u> . (189.140)
SPOKEN WORD	f	s	(...) é gospel e é a <u>spoken word</u> de Carl Hancock Rux. (191.58)
SPORT-CHIC			Look <u>sport-chic</u> com calças (...) (189.30)
STAND BY			(...) era de a manter em <u>stand by</u> , numa zona abrigada, (...) (189.248)
STANDING OVATION			(...) teve <u>standing ovation</u> . (188.20)
STRASS	m	p	(...), bordado com pequenos <u>strasses</u> dourados, (...) (186.159)
STREET WEAR	f	s	(...) lá pode encontrar a <u>street wear</u> mais trendy (...) (190.168)
STRETCH			Micro-saias, calças justas em materiais <u>stretch</u> , (...) (186.46)
STRING			Lingerie em cetim elástico de soutien, € 29,95, e <u>string</u> , (...) (187.34)
STYLIST			(...), mais próxima da moda, como <u>stylist</u> e designer. (186.82)
SWEAT-SHIRT	f	s	(...) e <u>sweat-shirt</u> cinzenta, (...) (191.116)
TAKE-AWAY			Agora, graças a uma carta <u>take-away</u> , (...) (190.173)
TANK			Tank cinza em algodão, (...) (187.190)
TEST-DRIVE	m	s	(...) e disso nos deu conta o <u>test-drive</u> que efetuámos (...) (189.244)
TIE&DYE			(...) combinou-os com casaco <u>tie & dye</u> Prada. (190.36)
TO GRAFT			Em inglês, o verbo <u>to graft</u> significa transplantar ou enxertar. (187.208)
TOP	f	p	(...) na lista das <u>tops</u> mais tops do Brasil. (191.154)
TOP-ESPARTILHO			(...): <u>top-espartilho</u> em organza com mini frou-frou (...) (188.229)
TOP-MODEL	f	s	A <u>top-model</u> Natália Vodianova, à esquerda, (...) (190.39)

TOP TEN	m s	(...) inclui no <u>top ten</u> das suas principais referências. (189.130)
TRENCHCOAT	m s	(...), em encarnado, do clássico <u>trenchcoat</u> , (...) (186.70)
TRENCH COAT	m s	A modelo veste um <u>trench coat</u> em tafetá de seda, (...) (186.17)
TRENCH-COAT	m s	(...) <u>trench-coat</u> preto, (...) (186.168)
TREND-SETTER	f s	Já a <u>trend-setter</u> Sarah Jessica Parker escolheu (...) (190.36)
TRENDY		A garrafa, muito <u>trendy</u> , foi desenhada por Paolo Gerani. (186.42)
TWIN-SET		(...): <u>twin-set</u> com saia pencil ou um <u>tailleur</u> (...) (188.126)
ULTRA-FASHION		Ultra-fashion, sobre a parte de baixo de um biquini. (187.96)
VERY IMPORTANT PEOPLE	f p	As novidades das <u>very important people</u> (...) (186.80)
VESTIDO-BUSTIER		Vestido-bustier em chiffon de seda branco (...) (188.104)
WALLPAPER		(...): com <u>screensaver</u> , <u>wallpaper</u> , bolsa maleável e (...) (189.97)
WANNA BE	A m p	(...) episódios muito curiosos sobre os “ <u>wanna bes</u> ” (...) (186.22)
WEB DESIGNER	m s	(...), e um <u>web designer</u> de 29, no sábado seguinte. (191.78)
WHITE SOUL GIRL	f s	(...) esta arrebatadora <u>white soul girl</u> . (187.83)
WORKAHOLIC	f s	Ou então é uma <u>workaholic</u> , uma executiva, (...) (187.112)
WORLD MUSIC	f s	(...) o melhor da <u>world music</u> (...) (188.88)
ZIP		Mini-saia em sarja com bolsos e <u>zip</u> à frente, (...) (186.40)

2) Francês

À LA CARTE		(...), três ou cinco dias, e tratamentos <u>à la carte</u> , o spa (...) (191.137)
À LA COQUE		Brunch: ovo <u>à la coque</u> , salmão (...) (187.111)
ASSEMBLAGE		(...) (pintura, desenho, escultura e <u>assemblage</u>) (...) (189.108)
BAS FOND		São cenas de uma noite <u>bas fond</u> portuguesa, (...) (191.154)
BUSTIER		Bustier em sarja elástica com ilhós e zips (...) (187.34)
CACHECOEUR		Cachecoeur em malha de algodão, (...) (187.44)

CHEF	m s	(...), comandada pelo <u>chef</u> francês (...) (188.240)
CHIC		Com a sua perícia e o seu olhar sexy e <u>chic</u> , (...) (188.20)
CHIFON		Vestido em <u>chifon</u> de seda estampado (...) (186.28)
CHOUCROUTE		Peixe com <u>choucroute</u> . (187.113)
COLLANT		(...) esculpindo o seu corpo como se fosse um <u>collant</u> . (188.173)
DEGRADÉE		Óculos com lentes <u>degradées</u> e armação metálica, (...) (189.36)
EAU DE PARFUM		Oferta de 1 <u>eau de parfum</u> de 50 ml (...) (188.197)
ETNO-CHIC		(...) cores vibrantes de um colar <u>etno-chic</u> (...) (187.94)
EVASÉE		Casaco em cetim e saia <u>evasée</u> em tule (...) (189.30)
FÉTICHISTA		(...) os sapatos não são acessórios <u>fétichistas</u> . (188.102)
FOND DE TEINT	I m p	(...) a suavidade dos cremes e dos <u>fonds de teint</u> (...) (186.107)
FUSEAU	p	Diana Pereira veste <u>fuseaux</u> de lycra branco (...) (186.161)
GANACHE		Bolinhos de chocolate com creme <u>ganache</u> (186.195)
JOUISSANCE	A f s	(...) comporta uma alegria, uma “ <u>jouissance</u> ”, sempre patente. (188.94)
LA VIE EN ROSE		(...) a paisagem é quase, literalmente, <u>la vie en rose</u> , (...) (189.236)
MARCEL		Marcel em algodão, (...) (189.56)
MATELASSÉ		carteira <u>matelassé</u> , versão quadrada. (186.35)
MÉNAGE À TROIS	m s	(...) têm fétiches com um <u>ménage à trois</u> , etc... (191.68)
NAÍF	p	Inocentes, cintados, cobertos de motivos <u>naïfs</u> ou mais figurativos, (...) (188.122)
NEZ	m s	(...), explica Alberto Morillas, o <u>nez</u> e criador de Le Baiser (...) (187.154)
NOIR	A m s	Agora, as ambiências do “ <u>noir</u> ” dão lugar ao ritmo pulsante (...) (187.86)
PAILLETTE	p	(...) vestido bordado a <u>paillettes</u> e corais, (...) (186.178)
PAPILLOTE	m p	Deite-o sobre os <u>papillotes</u> . (189.242)
PORNO-CHIC		(...) (daí o tema <u>porno-chic</u> sexy-glam no qual (...)). (188.20)
POUFF	p	Sofá e <u>pouffs</u> , Fuji e Moon, coleção lúdica da Mogu (...) (189.230)
PRÊT-A-PORTER	m s	O que diferencia, afinal, a alta-costura do <u>prêt-a-porter</u> ? (187.26)

STARLETTE	f	p	(...) a pele das <u>starlettes</u> que em meados do século passado (...) (189.202)
TON SUR TON			Permitido: bâton e gloss <u>ton sur ton</u> . (190.106)
ULTRA-CHIC			Ultra-chic, o alfinete de ombro sobre um top. (187.96)
ULTRACHIQUE			(...) em lojas de segunda mão <u>ultrachiques</u> (...) (188.124)
VINAGRETE			Alcachofras com <u>vinagrete</u> . (187.114)
VINAGRETTE			Alcachofras com <u>vinagrette</u> , (...) (187.113)
VOILÁ	I		Voilà, tem a casa só para si! (189.98)