



Universidade Estadual
da Região Tocantina
do Maranhão

UNIVERSIDADE ESTADUAL DA REGIÃO TOCANTINA DO MARANHÃO -
UEMASUL
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS SOCIAIS TECNOLÓGICAS E LETRAS (CCHSTL)
CURSO DE LETRAS LÍNGUA PORTUGUESA E LITERATURAS DE LÍNGUA
PORTUGUESA

LEANDRO SOUZA BEZERRA

**CRIATIVIDADE LEXICAL NA CONTEMPORANEIDADE: A PRODUÇÃO
NEOLÓGICA NO *TWITTER* DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19**

Açailândia-MA
2022



Universidade Estadual
da Região Tocantina
do Maranhão

LEANDRO SOUZA BEZERRA

**CRIATIVIDADE LEXICAL NA CONTEMPORANEIDADE: A PRODUÇÃO
NEOLÓGICA NO *TWITTER* DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Letras Licenciatura em Língua Portuguesa e Literaturas de Língua Portuguesa, do Centro de Ciências Humanas, Sociais, Tecnológicas e Letras (CCHSTL), da Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão (UEMASUL), *Campus* Açailândia como pré-requisito para obtenção do grau de Licenciatura em Letras.

Orientadora: Profa. Dra. Gabriela Guimarães Jeronimo

Açailândia-MA
2022

B574c

Bezerra, Leandro Souza

Criatividade lexical na contemporaneidade: a produção neológica no *twitter* durante a pandemia da covid-19 / Leandro Souza Bezerra – Açailândia: UEMASUL, 2022.

85 f. : il.

Monografia (Curso de Letras) – Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão – UEMASUL, Açailândia, MA, 2022.

1. Pandemia. 2. *Twitter*. 3. Neologismos. I. Título.

CDU 81'1:004.738.5



Universidade Estadual
da Região Tocantina
do Maranhão

LEANDRO SOUZA BEZERRA

**CRIATIVIDADE LEXICAL NA CONTEMPORANEIDADE: A PRODUÇÃO
NEOLÓGICA NO *TWITTER* DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19**

Monografia apresentada ao Curso de Letras
Licenciatura em Língua Portuguesa e Literaturas
de Língua Portuguesa, do Centro de Ciências
Humanas, Sociais, Tecnológicas e Letras
(CCHSTL), da Universidade Estadual da Região
Tocantina do Maranhão (UEMASUL), *Campus*
Açailândia como pré-requisito para obtenção do
grau de Licenciatura em Letras.

Aprovado em: 08/08/2022

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Gabriela Guimarães Jerônimo (Orientadora)

Doutora em Linguística e Língua Portuguesa
Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão

Profa. Esp. Silvana Oliveira do Nascimento

Especialista em Letras
Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão

Profa. Ma. Rosana Sousa Pereira

Mestre em Educação
Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão

Dedico este trabalho a mim mesmo, por persistir e não deixar as dúvidas sobre minha capacidade me abalarem durante a sua construção, além disso, dedico a minha mãe maravilhosa Maria Souza Bezerra (Rose) por sempre me motivar e fazer acreditar em mim mesmo

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, pela dádiva da vida e por não permitir que eu desviasse do meu foco, agradeço por sempre estar ao meu lado nos momentos mais felizes e complicados, só tenho gratidão.

A duas pessoas muito importantes em minha vida, em especial minha mãe, Maria Souza Bezerra, vulgo Rose Bloom, por me apoiar em todos os momentos da minha vida, e sempre me incentivar a buscar um futuro melhor, sempre pegando no meu pé para que eu não perdesse o prazo de entrega deste presente trabalho, e não me permitindo desistir dos meus objetivos. À minha irmã querida Ivana Cristina de Sousa Ribeiro que sempre me aturou e me motivava durante toda a graduação. Amo vocês.

À minha orientadora, Profa. Dra. Gabriela Guimarães Jeronimo, por me dar a honra de tê-la como orientadora, obrigado por aceitar meu convite, mesmo sabendo que seria uma fase bem complicada acreditei na sua experiência e você acreditou na minha capacidade de concluir uma pesquisa muito útil e maravilhosa como esta. Obrigado pela paciência, evidencio aqui minha admiração pela profissional que você é.

As docentes que fizeram parte da minha banca, Profa. Esp. Silvana Oliveira do Nascimento, Profa. Ma. Rosana Sousa Pereira, agradeço por ter aceitado o convite, além disso, sou grato pelas atribuições dadas ao meu trabalho, pois foram de grande valia.

À minha parceira de graduação Elizandra Dias, passamos juntos por muitos estresses e muitas risadas, obrigado amiga pelo incentivo quando precisava e por sua amizade, você é uma mulher incrível, que nossa amizade prevaleça por muitos e muitos anos. Também não poderia deixar de agradecer ao acadêmico de Letras Alex Cardoso, da minha turma, obrigado por me prestar auxílio quando mais precisei. Além disso, agradeço a minha colega de turma, Vanessa Magalhães, sou grato por sua positividade e sua amizade.

Por fim, mas não menos importante, a meu primo Lendeson Bezerra, este me aturou muito durante meus cinco anos de graduação, obrigado por estar sempre disponível para tirar minhas dúvidas sobre uma formatação de um trabalho, além de outras coisas que sempre lhe mandava.

“A persistência é o caminho para o êxito”.

Charles Chaplin

RESUMO

O presente trabalho tem como intuito identificar e analisar as produções neológicas presentes em publicações na plataforma *Twitter*, no Brasil, durante os dois primeiros anos da pandemia, ou seja, do ano de 2020 até janeiro de 2022. Além disso, tem como objetivos específicos: i) conhecer a plataforma *Twitter*, seu funcionamento e impacto na sociedade; ii) discutir sobre língua e cultura através do *corpus* de pesquisa; iii) refletir a respeito da relação do ser humano com o universo, através dos processos de nomeação. Com a finalidade de atingir os objetivos desse trabalho, fizemos o uso da pesquisa bibliográfica de cunho qualitativo com leitura orientada, tendo como principais teóricos Alves (1994), Carvalho (1987), Vilela (1997), dentre outros. Diante disso, foi realizada uma pesquisa na plataforma *Twitter* daqueles neologismos que tiveram maior frequência de usos pelos usuários. Como resultado da pesquisa, verificou-se que a plataforma *Twitter* possui grande produção de neologismos de diferentes tipos, seja ele estrangeirismo, por empréstimo, semântico, e etc. Portanto, a pesquisa é relevante, pois nos permite estarmos envolvidos e com conhecimentos a cerca das novas produções neológicas nesta rede social que é bastante utilizada e que possui grande influência em diversas áreas da nossa sociedade. Igualmente, esta pesquisa é útil para professores e acadêmicos que se interessam por essa temática, por discutir as novas produções de unidades lexicais em nossa língua portuguesa.

Palavras-chave: Pandemia. *Twitter*. Neologismos.

ABSTRACT

The present work aims to identify and analyze the neological productions present in publications on the Twitter platform, in Brazil, during the first two years of the pandemic, that is, from the year 2020 to January 2022. In addition, it has the following specific objectives: i) get to know the Twitter platform, its functioning and impact on society; ii) discuss language and culture through the research corpus; iii) to reflect on the relationship of the human being with the universe, through the naming processes. In order to achieve the objectives of this work, we made use of qualitative bibliographic research with guided reading, having as main theorists Alves (1994), Carvalho (1987), Vilela (1997), among others. In view of this, a survey was carried out on the Twitter platform of those neologisms that were most frequently used by users. As a result of the research, it was found that the Twitter platform has a large production of neologisms of different types, be it foreign, borrowed, semantic, and so on. Therefore, the research is relevant, as it allows us to be involved and with knowledge about the new neological productions in this social network that is widely used and that has great influence in several areas of our society. Likewise, this research is useful for professors and academics who are interested in this topic, for discussing the new productions of lexical units in our Portuguese language.

Keywords: Pandemic. Twitter. Neologisms.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Como Tweetar	18
Figura 2 - Responder um tweet postado por outra pessoa.	19
Figura 3 - Interface pesquisar usuário ou assunto de interesse	20
Figura 4 - Envio de Mensagens Privadas	21
Figura 5 - Meme	22
Figura 6 - Telão do programa Encontro	22
Figura 7 - Mecanismo de busca oferecida pela rede social Twitter	30
Figura 8 - Mecanismo de busca oferecida pela rede social Twitter	31
Figura 9 - Dicionario da Lingua Portuguesa	32
Figura 10 - Vocabulario Brasileiro	33
Figura 11 - Dicionário Histórico do Português do Brasil	34
Figura 12 - Dicionário Aurélio	35
Figura 13 - Dicionário Aulete (online)	36
Figura 14 - Dicionário Houaiss (online)	36
Figura 15 - Dicionário Houaiss (online)	43
Figura 16 - Dicionário Houaiss (online)	44
Figura 17 - Dicionário Houaiss (online)	44
Figura 18 - Barriga chapada	45
Figura 19 - BBB	46
Figura 20 - Ex-BBB	47
Figura 21 - Fogo no parquinho	48
Figura 22 - Geração minimalista	49
Figura 23 - Miranha	50
Figura 24 - Pós-faxina	51
Figura 25 - Dicionário Linguee	52
Figura 26 - Print	52
Figura 27 - Sextou	53
Figura 28 - Story	54
Figura 29 - Storie	55
Figura 30 - Tattoo	55

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	12
1 TWITTER: UM DIÁRIO ABERTO AO PÚBLICO?	14
2 COMO CRIAMOS AS PALAVRAS?.....	24
2.1 Léxico e neologia.....	24
2.2 Tipos de neologismos.....	26
2.3 Metodologia.....	29
3 QUE INVENÇÕES LEXICAIS ENCONTRAMOS NO TWITTER?	38
3.1 Apresentação do <i>corpus</i>	38
3.2 Análises	42
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	58
REFERÊNCIAS.....	60
ANEXOS	62
ANEXO A – CORPUS DA PESQUISA.....	63

INTRODUÇÃO

O objeto desta pesquisa são as produções neológicas no *Twitter*, com isso, é indispensável discutir acerca da mudança da língua na sociedade. Partindo desse princípio, buscamos, através deste trabalho, falar sobre a criatividade lexical na contemporaneidade, através da plataforma *Twitter*, especialmente, durante os dois primeiros anos da pandemia da COVID-19, isto é, de janeiro de 2020 até janeiro de 2022. Optamos por esse recorte, porque nesse período a maioria das pessoas, no mundo inteiro, se viu obrigada a ficar em casa, como uma das medidas de segurança para evitar o contágio da doença. Portanto, entendemos que a utilização, não só dessa rede social, mas de outras teve mais acessos, como fator de entretenimento e de comunicação.

Em virtude disso, o objetivo geral da pesquisa é identificar e analisar as produções neológicas presentes em publicações na plataforma *Twitter*, no Brasil, durante os dois primeiros anos da pandemia, ou seja, do ano de 2020 até janeiro de 2022. Além disso, tem como objetivos específicos: i) conhecer a plataforma *Twitter*, seu funcionamento e impacto na sociedade; ii) discutir sobre língua e cultura através do *corpus* de pesquisa; iii) refletir a respeito da relação do ser humano com o universo, através dos processos de nomeação.

Mediante esses objetivos, torna-se possível respondermos no corpo do trabalho, a pergunta que levantamos como nossa problematização da pesquisa: o que as produções neológicas utilizadas pelos usuários do *Twitter*, a partir do ano de 2020, revelam sobre a contemporaneidade, especialmente, com relação aos aspectos culturais, históricos e sociais?

Com o intuito de atingir os objetivos deste trabalho, fizemos o uso da pesquisa bibliográfica, de cunho qualitativo, com leitura orientada, na busca de livros, artigos científicos, tendo como principais teóricos: Alves (1994), Carvalho (1987), Vilela (1997), entre outros nomes que foram auxílios fundamentais na construção de nossas reflexões.

Outrossim, para a verificação das unidades lexicais selecionadas seriam um neologismo ou não, utilizamos diferentes dicionários de língua geral, para de fato concluirmos se essa palavra seria realmente uma nova lexia. Os dicionários usados na verificação das novas unidades lexicais foram: *Vocabulário Brasileiro*, de Braz da Costa (1853), *Diccionario da Lingua Portuguesa*, de Antonio de Moraes (1798), *Dicionário Histórico do Português do Brasil: séculos XVI, XVII e XVIII*, *Mini Dicionário Aurélio* (2004), *Dicionário Aulete* (*online*), e o *Dicionário Houaiss* (*online*), dando ênfase ao último, pois sua atualização acontece permanentemente.

No que se refere ao *corpus* da pesquisa, foram identificadas, no total, 89 (oitenta e nove) novas unidades neológicas, sendo selecionadas 10 (dez) para as análises. Ademais, notamos que, a maioria das unidades lexicais se referem à temáticas distintas: *reality show BBB*, *memes*, *challenge* de vídeos de internet, produção relacionada à olimpíada, entre outros assuntos banais, ou seja, os *tweets* desse período pandêmico, não estavam pautados sobre a pandemia, mas em sua maioria estavam relacionadas ao programa televisivo BBB. Ressaltamos que todos *tweets* que constituem o *corpus* estão disponíveis ao final do trabalho (Anexo A).

Dessa maneira, dividimos o trabalho em três capítulos, o primeiro apresentamos a história do *Twitter*, o impacto que esse possui em nossa sociedade e suas funcionalidades. No segundo capítulo, trazemos a teoria, onde abordamos com auxílio de teóricos da área, sobre o conceito e o valor do léxico, neologia, neologismos e seus tipos, e por último deixamos esclarecida a metodologia utilizada. Por fim, no terceiro capítulo, evidenciamos o nosso *corpus* para análises, os quais mostraram os neologismos que identificamos na plataforma *Twitter*.

1 TWITTER: UM DIÁRIO ABERTO AO PÚBLICO?

A plataforma *Twitter*, a rede social selecionada para a análise nesse trabalho, foi desenvolvido em 2006, possuindo como seus idealizadores os seguintes nomes: Jack Dorsey, Evan Williams e Bill Stone. A priori, esse canal de troca de mensagens foi desenvolvido e direcionado para um público de um *site* americano denominado ODEO, que tinha um sistema de compartilhamento de mensagens semelhante ao SMS, após dar muito certo dentro dessa empresa, a proposta foi lançada para computadores em uma escala pública, já em 2007 torna-se uma empresa própria.

Dessa forma, sua popularidade cresceu de forma extraordinária, substancialmente pelo fato do festival de música e filme que acontecia na época, festival esse conhecido como *South by Southwest Web* (SXSW), que atraiu diversos empresários e criadores da área tecnológica. Além disso, grandes veículos importantes de informações como o *New York Times*, *Down Jones* e o *blog Defamer* utilizaram o *Twitter* para divulgação de notícia local, ou até mesmo fofocas.

O destaque do Twitter chegou ao auge durante um evento que ficou conhecido como “Milagre do Hudson, quando um Airbus A-320, com 155 passageiros a bordo, decolou do aeroporto de LaGuardia, Nova York, e foi atingido por um bando de aves. O avião posou em segurança no rio Hudson. Uma foto dos passageiros evacuando o avião, tirada por um turista de uma balsa, foi postada no Twitter, e dali correu toda a internet, noticiários, jornais e revistas. (BILTON, 2013, p.160).

Ademais, atualmente, a plataforma possui mais de 180 milhões de usuários pelo mundo todo, sendo utilizado, principalmente, pelos jovens, proporcionando um ambiente de compartilhamento de conteúdo, seja através de mensagem escrita, fotografia ou material audiovisual. A plataforma também disponibiliza aos usuários a ferramenta *Trending Topics*, esse recurso permite aos *twitteiros* estarem atualizados dos assuntos mais falados no Brasil e pelo mundo.

O *Twitter* atende à conversa pública há 15 anos e acreditamos que a conversa pública é melhor quando o maior número possível de pessoas pode participar. Com essa filosofia em mente, trabalhamos arduamente para promover uma participação saudável em nosso serviço. Superamos desafios significativos em 2020 e progredimos na promoção de uma participação

saudável em nosso produto, na implementação de políticas e na cultura de nossa empresa. (DORSEY, 2020, p.2).

Perante o exposto acima, verificamos que desde a criação do *site*, também disponível para *androids* e *ios*, a plataforma se preocupa em como a comunicação acontecerá entre as pessoas que usam a rede. Desse modo, a prioridade está em oferecer a melhor forma de atender todos aqueles que já operam e os futuros desfrutadores desta rede social. Além disso, há um investimento por uma experiência agradável, em busca de que os seus utilizadores abracem as diversas possibilidades de comunicação dentro dela, tornando-se um instrumento de uso contínuo, Dorsey (2022, p. 2) segue afirmando que:

Nosso trabalho não está concluído, mas nosso progresso e nossa clareza de propósito nos posicionam bem para continuar melhorando a saúde da conversa pública. Estamos construindo confiança por meio de transparência e responsabilidade. Para tornar a nossa empresa mais forte e servir melhor os nossos clientes. Estamos comprometidos com a responsabilidade corporativa, sustentabilidade e filantropia, que são fundamentais para servir ao nosso propósito e acreditamos que são a coisa certa a fazer. Nós nos esforçamos para unir a filantropia com nossos objetivos de negócios e ser bons administradores nas comunidades onde trabalhamos e vivemos. [...] Estamos orgulhosos do que realizamos até agora e esperamos que nosso trabalho inspire outras pessoas, mas sabemos que temos muito mais a fazer. Estamos sempre ouvindo suas ideias e comentários. Acreditamos que assim tornaremos o *Twitter* e o mundo mais fortes, juntos.

A partir de 2020, especialmente, em decorrência da pandemia da COVID-19, o consumo de internet, bem como a utilização das redes sociais aumentou ainda mais. Dessa forma, devido a questões sanitárias, a população teve que entrar em quarentena e manter o isolamento social por um período muito longo (como sabemos, já estamos no final do segundo ano de pandemia, voltando aos poucos à normalidade). Assim, as plataformas digitais se tornaram a alternativa mais segura de se manter conectado com o outro.

A integração potencial de texto, imagens e sons no mesmo sistema – interagindo a partir de múltiplos pontos, no tempo escolhido (real ou atrasado) em uma rede global, em condições de acesso aberto e de preço acessível – muda de forma fundamental o caráter da comunicação. E a comunicação, decididamente, molda a cultura [...]. (CASTELLS, 2002, p. 414).

Sob esse viés, ressaltamos que a internet revolucionou o mundo da comunicação, visto que se tornou muito fácil se comunicar com diversas pessoas através de plataformas como: o *Twitter*, *Instagram*, *Facebook*, entre outras. Essas redes sociais se transformaram em ferramentas de massa, na formação de opinião sobre diferentes temáticas, conseqüentemente, isso se reflete na língua também, sendo um campo frutífero para criação e/ou circulação de novas palavras, fazendo com que a língua esteja em constante movimentação e mudança.

Trazendo a discussão para o nosso *corpus*, “[a] a alta taxa de engajamento torna o *Twitter* um meio de disseminação de informação e propaganda extremamente efetivo, além de promover a interação social em tempo real entre vários usuários simultâneos” (OLIVEIRA, 2020). Com isso, ao decidir criar uma conta na plataforma, o usuário vai ter, no primeiro momento, acesso à interface, a *timeline* (linha do tempo) mostrará as publicações, *retweets*, *likes* (curtidas) de *posts* de pessoas que esse segue ou não, pois dentro mesmo da rede social *Twitter* pode aparecer *posts* de tópicos que talvez o *twitter* possa curtir e, se desejar, colocar a opção para seguir esse determinado tópico, ou seja, a todo instante os consumidores desta rede social estão sujeitos a verem postagens de temáticas diversas em sua página inicial.

Hoje, o *Twitter* se tornou uma ferramenta significativa em se tratando da troca de informações e comunicação, permitindo que os usuários tenham acesso a diversos conteúdos: manifestações, debates, posições políticas, catástrofes que estão acontecendo ao redor do mundo. É visível o impacto que esta rede tem na vida das pessoas que a utilizam, propiciando não apenas o consumo de informação, mas a possibilidade de se posicionar, ou seja, registrar um comentário sobre determinada publicação, por exemplo.

Vale ressaltar, que a plataforma permite ao usuário expressar seus pensamentos através de textos de até 280 caracteres (antigamente eram apenas 140), vídeos, fotos, *gif* e enquete. Outra função que está sendo bastante utilizada é a do espaço, onde o usuário abre um espaço de conversa com outras pessoas através do microfone, tendo a mesma função de um *podcast* ao vivo.

Acreditamos que a conversa pública é melhor quando o maior número de pessoas possível participa. Com essa filosofia em mente, trabalhem duro para promover conversas saudáveis em nosso serviço. [...] Nosso objetivo é atingir um adequado equilíbrio entre o fortalecimento da liberdade de expressão e criando um serviço seguro para conversa participativa e pública. (DORSEY, 2020, p.7).

Diante disso, podemos notar que as pessoas, atualmente, possuem a curiosidade de saber o que está acontecendo ao redor do mundo, logo, o *Twitter* é uma plataforma muito útil

nesse processo de busca, pois no próprio site a comunidade tem acesso livre aos assuntos mais falados no dia, informações sobre o andamento da pandemia, além de notícias específicas que a plataforma indica para o perfil do sujeito acessar, caso tenha curiosidade de saber sobre aquilo que esta sendo comentado.

Assim, compreendemos que a rede social *Twitter* é uma plataforma de texto, isto é, esse assume a valorização da palavra escrita. Com isso, como estamos abordando conteúdo sobre o léxico e neologismos, logo, percebemos que esse *site* seria essencial para a busca de nosso *corpus*, pois estamos falando sobre a criações de novas palavras na língua.

Certamente, o *Twitter* não é a rede social mais popular entre as outras que existe, mas com certeza é uma das mais influentes no meio digital. As redes sociais mais utilizadas são: o *Facebook* com 87% e, em seguida o *YouTube* com 68%, já o *Twitter* aparece em quarta posição com 50%, mas em relação ao uso destas pelo *smartphone*, o *Twitter* é uma das que mais geram interações (PAREDES, 2020). Tendo entre seus usuários, personalidades famosas, como presidentes da república, cantores, atores e atrizes do mundo todo, além de indivíduos comuns da sociedade em geral. Dessa forma, podemos afirmar que a plataforma é um meio de comunicação e divulgação de informação muito ágil, as mensagens que são normalmente curtas, podem obter um grande alcance, fazendo assim que a popularidade desta rede social esteja em um processo contínuo de crescimento.

Uma vez que o *Twitter* é a rede social onde coletamos os dados dessa pesquisa, é importante também conhecermos as suas funções, pois esta rede social é vista como um grande veículo de informação, possibilitando aos seus consumidores, praticarem ou não seu senso de criticidade sobre determinadas temáticas discutidas, seja opinando em um comentário em algum *tweet* postado por outra pessoa ou até mesmo o próprio *user tweetar* o que desejar. A Figura 1 apresenta como funciona o processo de *tweetar*.

Figura 1 - Como *Tweetar*



Fonte: Plataforma *Twitter* (2022)

Desse modo, observando a imagem, podemos ver que ao sujeito pensar em *tweetar* algo, será identificado nessa própria função, o seguinte questionamento: o que está acontecendo? Ou seja, o que o internauta deseja registrar. Isto porque a plataforma funciona como uma espécie de diário, ou até mesmo como se a pessoa estivesse em um confessionário, relatando suas vivências do dia a dia, de forma síncrona, através de textos curtos. Ao escolher seu texto, o usuário tem a opção de fazer o *tweet* de modo público (todos poderão visualizar) ou privado (selecionando aquelas pessoas que ela quer que vejam a publicação). É possível também permitir que qualquer pessoa responda esse *tweet* ou não.

Com relação aos tipos de postagens, existem as seguintes opções: imagem, vídeo, *giff* ou aplicando a ferramenta de enquetes. Por fim, a pessoa poderá decidir se fornecerá ou não a sua localização. Caso queira publicar, sequencialmente, mais de um *tweet*, basta selecionar o ícone + que significa “adicionar outro *tweet*” e clicar na parte superior do lado direito a opção *tweetar*.

Outras funções que a rede disponibiliza é a opção de seguir e deixar de seguir uma pessoa, seja famosa, anônima ou empresa; já para responder um *tweet tweetado* por outra criatura basta clicar na opção de resposta no *tweet* que você está interessado em comentar, o *user* do dependente e de outros, caso estiver mencionado neste determinado *tweet*, estará em

evidência, ao responder surgirá a seguinte frase em sua caixa de resposta: “responder para”. Na Figura 2 podemos visualizar como acontece esse processo:

Figura 2 - Responder um *tweet* postado por outra pessoa.

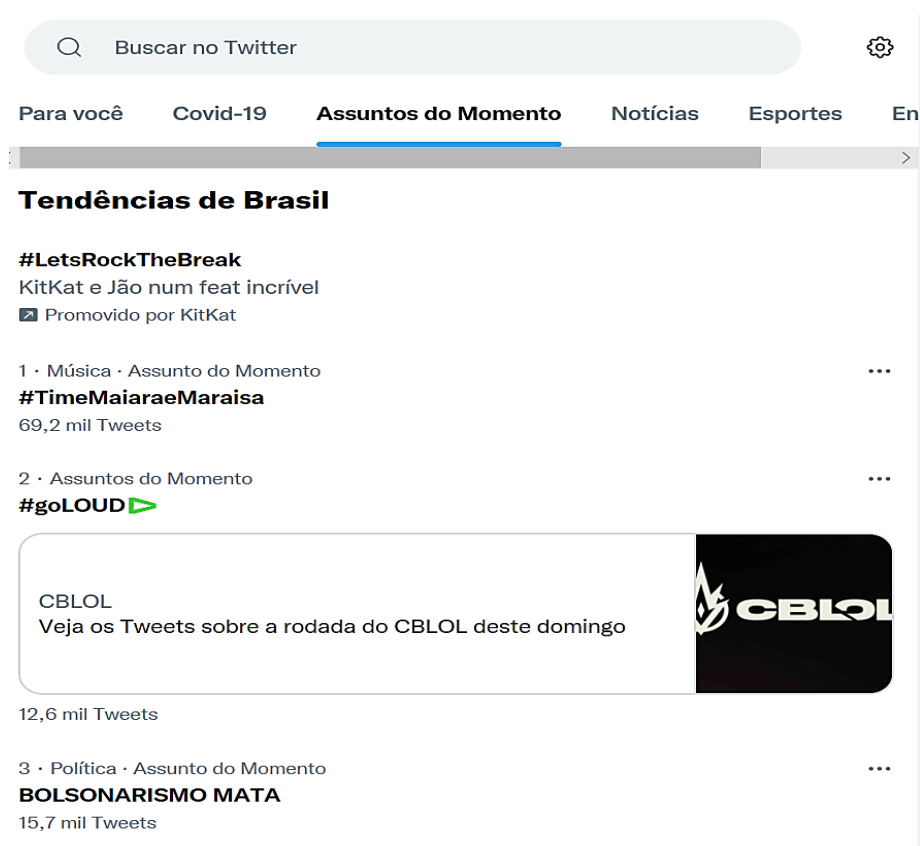


Fonte: Plataforma *Twitter* (2022)

Através da imagem, podemos observar este funcionamento de resposta dentro de um *tweet*, caso o sujeito queira, em sua resposta, adicionar outro usuário, basta digitar o “@” que, automaticamente, irão aparecer os perfis e, em seguida, selecionar o *user* desejado. Vale lembrar que, nesses casos, o limite de caracteres continua sendo o mesmo, possuindo as mesmas limitações e atribuições de uma postagem feita no seu próprio perfil, como explicitado anteriormente a respeito da função *tweetar*.

Por conseguinte, ao clicar em seu perfil, serão identificadas as seguintes opções: *tweets* (as publicações que o internauta mesmo *tweeta*); *tweets* e *respostas* (publicações que você *retuitou* ou fez um comentário em outro *tweet* que não o seu); *mídia* (aquelas que o usuário posta imagem, *gif*, vídeos); *curtida* (aparecerão todas aquelas publicações que o *twitteiro* curtiu). Já para identificação de um perfil de outra pessoa ou fazer a procura de um determinado assunto, basta clicar no ícone que possui o formato de uma lupa, que significa pesquisar, como demonstrado na Figura 3:

Figura 3 - Interface pesquisar usuário ou assunto de interesse



Fonte: Plataforma *Twitter* (2022)

Com relação a buscar por determinado assunto, o processo é ainda mais fácil: o usuário deve digitar uma palavra-chave relacionada à temática de interesse e, imediatamente, aparecerão os tweets relacionados ao assunto, em questão. Além desta funcionalidade, ao clicar na lupa encontraremos também as tendências do momento “*trends topic*”, permitindo-nos a ver os principais assuntos discutidos no Brasil e no mundo naquele dia. Ademais, outros recursos aparecerão, como na opção “para você”, trazendo temáticas que, possivelmente, são de interesse daquele usuário. Igualmente, aparecerão as preferências por notícias, esporte e entretenimento. Um recurso utilizado com frequência nessa rede social é a *hashtags*.

Uma hashtag é uma palavra precedida de um caractere “#”, (‘#BomDia’, por exemplo). Estas palavras são indexadas separadamente e os usuários podem consultar a plataforma para encontrar tweets com hashtags específicas. Hashtags evoluíram para um fenômeno social e seu uso foi adotado por várias mídias sociais (on-line e não on-line) como um método simples de significar e conceitualizar uma expressão em uma mensagem curta (JHUANG, 2010, p. 173-177, apud OLIVEIRA, 2020, p. 2)

Seguindo essa linha de raciocínio, é notório que existem inúmeras oportunidades de uso desta função, intimamente relacionadas aos *trend topics*, que como já foi relatado, envolvem os assuntos mais comentados, tornando essa funcionalidade bastante utilizada pelos *twitteiros*, porque esse recurso facilita a busca e viabiliza determinados temas na rede, sendo muito utilizada pelos *fandom* (grupos de pessoas que são fãs de uma determinada coisa em comum) de celebridades, no intuito de proporcionar mais visibilidade ao artista e colocá-lo nos assuntos mais falados da rede social.

Em sequência, finalizando a apresentação das funções dentro da plataforma, deixamos para comentar por último a respeito do recurso de envio de mensagem entre os *twitteiros*, ou seja, existe a possibilidade da comunicação acontecer de forma privada. Para isso, o dependente precisa clicar no ícone que possui o formato de uma carta e, logo em seguida, selecionar o *user* da pessoa com quem pretende interagir, como consta na figura 4:

Figura 4 - Envio de Mensagens Privadas



Fonte: Plataforma *Twitter* (2022)

Outro ponto de destaque é o *meme* (pensamento curto, com teor cômico ou irônico, transmitido por imagens ou vídeos), sendo o *Twitter* considerado o berço dessa nova forma de comunicação. Na maioria das vezes, os *memes* utilizados em outras redes sociais vêm do *Twitter*, num processo chamado *viralização*. Além disso, o *Twitter* foi/é referência em matérias usadas em mídias tradicionais, ou seja, notícias que saíram primeiro na plataforma e, posteriormente, foram utilizadas como fonte para elaboração de matérias e reportagens, principalmente, pela televisão. A Figura abaixo nos mostra um exemplo de *meme*.

Figura 5 - Meme



Fonte: Plataforma *Twitter* (2022)

Podemos observar que, essa imagem gera um ar cômico, mostrando a situação que ocorre com diversos estudantes, quando estudam um determinado assunto para uma prova e quando vai fazê-la cai algo totalmente diferente do que foi estudado, este fenômeno do *meme* gera muita interação em todas as redes sociais.

Logo, esta rede proporciona também, muito engajamento para programas ao vivo, um exemplo disso é o próprio programa da maior rede de televisão rede globo, chamado *Encontro com Fátima Bernardes*, que diariamente retira um momento da programação para verificar quais os assuntos mais populares no *Twitter*, como podemos observar na figura a seguir:

Figura 6 - Telão do programa Encontro



Fonte: Plataforma *Twitter* (2022)

Notamos, então, que as palavras da imagem que estão em maiores proporções são aquelas que naquele dia estão sendo mais populares na rede social. Além disso, programas de *realitys shows*, campeonatos de esportes proporcionam muitos *tweets* durante a edição em tempo real, deixando em diversas vezes estes assuntos nos *trend topics*.

Então, a partir disso, constatamos o quanto esta rede social possui grande influência em nosso meio, pois todo acontecimento que ocorre em nossa sociedade, os utilizadores do *Twitter* reagem de maneira instantânea, expressando suas opiniões ou elaborando *memes* sobre aquela determinada questão. Ademais, o *Twitter* tem um efeito relevante em *viralizar* diversas coisas, seja um filme, programa televisivo, valorização de um candidato para vencer uma eleição, ou seja, tudo isso acontece no imediatismo. Portanto, quanto mais a plataforma cresce, mais podemos então compreender e verificar as tendências em relação a nossa sociedade. Diante disso, sendo uma rede de simplicidade, com fácil acesso, mas que gera muito efeito.

2 COMO CRIAMOS AS PALAVRAS?

Nesse capítulo, discutimos sobre a relevância e funcionalidade do léxico, bem como os conceitos de neologia e neologismos e suas tipologias. Apresentamos também a metodologia utilizada e salientamos que para as discussões teóricas nos embasamos nos estudos de Ieda Alves (1994), Vilela (1997), Carvalho (1987), entre outros.

Na seção 2.1 abordamos o que é léxico, a importância de compreendermos os itens lexicais existentes em nossa língua, além disso, apontamos o que é neologia, neologismo e sua relevância no processo de mudança da língua. Na seção 2.2 exemplificamos os diferentes tipos de neologismos e como ocorre a construção de cada um deles. Na seção 2.3 apresentamos a metodologia que foi utilizada durante todo o processo do trabalho, desde a constituição do *corpus* até análises.

2.1 Léxico e neologia

Para falarmos de léxico, primeiramente, é de suma importância entender o que seria léxico. Conforme Biderman (1998, p.91) “o léxico de uma língua constitui uma forma de registrar o conhecimento do universo”. Logo, compreendemos que este aglomera todas as palavras de uma língua.

Já de acordo com Vilela (1997, p.31), “o léxico é, numa perspectiva cognitivo-representativa, a codificação da realidade extralinguística interiorizada no saber de uma dada comunidade linguística”. Dessa forma, observamos que sem o léxico a língua não existe, pois é por meio dele que temos o entendimento do funcionamento, estruturação e mudança das unidades lexicais.

Com isso, verificamos que o léxico está ligado à cultura, saberes de um povo, “no léxico podemos encontrar, configurados em signos, os valores culturais, as crenças, os costumes, os modelos de comportamentos, as marcas da história da comunidade [...]” (COELHO, 2013, p. 28). Ademais, este está sujeito à entrada de novos signos em seu sistema, já que é um sistema aberto da língua.

Nessa perspectiva, compreendemos que o léxico da língua é passível de sofrer mudanças, além disso, seu acervo de palavras sempre expandirá. No entanto, a língua falada e escrita está em constante desenvolvimento, ou seja, podemos observar que a formação de novas unidades lexicais se trata de um processo natural e que ocorre em todas as línguas, pois “é a língua que serve de instrumento diário de comunicação entre indivíduos componentes de

uma nação” (SILVA, 2010, p.15). Com isso, entendemos que todo indivíduo que se utiliza de uma determinada língua possui, naturalmente, a criatividade lexical.

Diante disso, precisamos salientar as motivações que levam o/a falante a criar palavras no sistema aberto de uma língua. Segundo Gonçalves (2016, p. 12-24) a criação de novas palavras pode acontecer “por necessidade de nomear novas experiências; para expressar uma ideia numa classe de palavras diferentes, para fazer o texto progredir, para expressar ponto de vista, para se identificar com um grupo”.

Por conseguinte, sabemos que estamos frequentemente sujeitos a nos depararmos com novas palavras em nosso sistema linguístico, isso se dá pelo fato dos surgimentos de novos fenômenos ou de novas invenções, um exemplo disso é a criação da unidade lexical COVID-19, que precisou ser construída pela necessidade de nomeação e, para referirmos à doença durante o período pandêmico. Esse tipo de construção é bastante presente na área da tecnologia e medicina, áreas que normalmente encontram novas doenças, e produzem novos equipamentos, etc.

Portanto, é através da neologia que acontece a expansão do léxico. Consoante Alves (1996, p.11) “o conceito de neologia refere-se a todos os fenômenos novos que atingem uma língua”, ou seja, é a partir da neologia que sucede o processo de formação e aplicação de novas unidades lexicais. Isto é, falar sobre neologia é percorrer a mudança de nossa história linguística, isto é, através de uma unidade neológica podemos também identificar os aspectos históricos, sociais e culturais de uma sociedade, bem como, entender de que forma esses aspectos influenciam no processo do desenvolvimento da língua. Então, nota-se que a neologia é um recurso importante para a manutenção da língua.

Diante desse ponto de vista, é de suma importância evidenciar, que a partir da neologia surge os neologismos (palavras novas), ademais, podemos perceber que a construção de novas unidades advém de uma forma bastante natural em diferentes setores na sociedade, nesse sentido, o neologismo, produto resultante da neologia, de fato coopera em todas as línguas com a constituição de uma expressão ou palavra inédita.

Neologismos são incessantemente criados em uma língua. Intimamente ligados à cultura de uma sociedade, eles refletem essa sociedade em todos os seus aspectos. Por essa razão, a criação de novas palavras está sempre associada a eventos ou situações de diferente natureza: políticos, religiosos, artísticos, esportivos, científicos (ALVES, 2007, p. 153).

Em seguida, é necessário verificar se esta nova palavra será bem aceita, inserida no ambiente social, pois para um vocábulo continuar sendo utilizado torna-se indispensável que a sociedade utilize no seu dia a dia. Dessa forma:

[...] falando em neologismos, os pontos de referências serão sempre mudança, evolução, novidade, novo, criação, surgimento, inovação. Daí o neologismo ser algo tão ligado à sociedade atual, algo tão ao gosto do homem de hoje, sequioso de mudanças e novidades (CARVALHO, 1987, p. 8).

Sob esse viés, um dos critérios bastante utilizados em pesquisas que estudam o surgimento de novas unidades lexicais é o critério lexicográfico, onde diferentes dicionários gerais da língua são consultados visando verificar se a determinada palavra (considerada nova) está nele inserida. “Por dicionário geral da língua entende-se o dicionário que tem como objetivo dar conta do maior número possível de unidades de uma língua, bem como do maior número possível de acepções relativamente a cada unidade” (CORREIA, 2012, p.28).

Com isso, caso a unidade lexical não seja encontrada, podemos afirmar que esta é um neologismo. Ademais, é importante ressaltar que os neologismos podem sim passar pelo processo de dicionarização e, conseqüentemente, quando uma nova palavra passa por esse processo, não pode ser mais considerada um neologismo, pois esta passou pelo processo de desneologização, ou seja, já faz parte da língua geral.

2.2 Tipos de neologismos

Podemos compreender a tipologia do neologismo em duas divisões: tipos comuns (processo de derivação e composição); tipos especiais (abreviação, redução ou truncamento, siglação, cruzamento vocabular, reduplicação e onomatopeia) (COELHO, 2013).

A derivação “é um processo de formação de palavras que envolvem operações entre afixos e bases” (COELHO, 2013, p.43-44). Mediante isso, podemos encontrar dois tipos principais de derivação: o prefixal (quando o afixo é inserido antes da palavra base); sufixal (sendo o afixo agregado posterior à palavra base).

O prefixal sempre terá uma palavra base, como em *feliz/infeliz*, inseriu-se o prefixo *in* na palavra base. É importante ressaltar que a classe gramatical da palavra em questão pode sofrer alteração ou não. Já por sufixação, “o sufixo, elemento de caráter não-autônomo e

recorrente, atribui a palavra-base a que se associa uma ideia acessória e, com frequência alterando a classe gramatical” (ALVES, 1994, p.29), como em *isolar/isolamento*, nota-se que se criou uma derivação da palavra *isolar*, foi acrescentado a palavra base o sufixo **mento**, constituindo assim um substantivo.

Além destes dois citados, temos também o tipo prefixal-sufixal, se desenvolve pela mistura dos dois já mencionados, “os afixos, prefixos e sufixos, são agregados a uma base em comum para que suceda a formação de um novo produto morfolexical” (COELHO, 2013, p. 47). Neste caso, tanto o prefixo quanto o sufixo, não precisam ser, necessariamente, inseridos à palavra base de modo instantâneo, podemos agregar um prefixo a uma palavra que já tenha um sufixo, e vice-versa, nesta construção o autor cita como exemplo a palavra *felizmente/infelizmente*, podendo ser usada com o sem um dos afixos.

Outro tipo de derivação é o denominado parassintético, este é semelhante ao prefixal-sufixal, mas o seu diferencial é que “nesse processo, é fundamental, que os dois afixos se incorporem ao mesmo tempo à palavra-base” (ALVES, 1994, p.40), a autora nos traz o exemplo do verbo *apalhar*, constituído da derivação a partir do substantivo *palhaço*, então, observamos que foi acrescentado tanto um prefixo **a**, como o sufixo **ar**, concomitantemente.

A derivação regressiva “ocorre [...] quando a criação de uma nova unidade léxica se deve à supressão de um elemento, considerado de caráter sufixal” (ALVES, 1994, p.71), sendo muito usada na produção de substantivo derivado de verbo, havendo uma supressão em uma parte do elemento da palavra, por exemplo: *lacrar/lacre*, verificamos que o verbo *lacrar* perde o elemento **ar** e, logo em seguida, há o acréscimo da vogal temática **e**.

Sobre a formação por composição, de acordo com Coelho (2013, p. 55), “[...] é um processo que exige combinatória de, no mínimo, duas bases vocabulares. Alves (1994, p. 41) nos diz que “implica a justaposição de bases autônomas ou não-autônomas”.

Podemos compreender a formação de palavra por composição em dois tipos: i) justaposição (uso de duas unidades lexicais, sem sofrer alteração nas palavras usadas como base), como em *barriga chapada* (refere-se ao abdômen humano em processo de hipertrofia com baixa porcentagem de gordura), isto é, duas unidades lexicais que, juntas, nomeiam um único referente; ii) aglutinação (na junção de uma unidade com a outra, há perda de algum elemento de uma das palavras bases), podemos compreender esse processo através do item lexical *planalto*, nota-se que há duas palavras bases: plano + alto, isto é, quando estas se aglutinam há perda da vogal temática "o" da primeira palavra base, assim ficando.

Sobre os tipos especiais, temos a reduplicação, que conforme Alves (1994, p.71), “a reduplicação refere-se a um recurso morfológico em que uma mesma base é repetida duas ou mais vezes, a fim de constituir um novo item léxico, geralmente pitoresco, por causa do inusitado procedimento de formação”. Desse modo, esta tipologia é usada normalmente quando um falante dá ênfase na sua expressividade, através desta podemos encontrar dois processos de construção: i) a repetição que acontece na sílaba tônica de prenomes, como exemplo *Cícera / Cicí*; ii) a reduplicação do elemento de um verbo para constituir um substantivo, exemplificando: *pega-pega* (brincadeira infantil, onde o objetivo da criança é alcançar o outro), notamos que houve a repetição do elemento do verbal para a derivação de um substantivo.

Hipocrização, neste, o processo ocorre a partir da abreviação de nomes próprios, ou seja, tanto o prenome como o sobrenome estão sujeitos a sofrer redução em sua forma. De acordo com Gonçalves (2016, p.72), “são reservados ao tratamento por parte de familiares, amigos íntimos ou pessoas com que haja relação afetiva. Por isso, são bastante frequentes nas redes sociais, e pouco usuais na escrita formal”, sendo assim, como exemplo temos: *Lina* (sendo um hipocorístico), já que esta forma modificada continua mantendo a identidade de seu prenome, *Marcelina*.

Neologismo por truncação, também chamado por truncamento, “são formas encurtadas que projetam palavras prosódicas próprias e, como resultado, podem adquirir licenciamento para atuar como palavra morfológica independente” (GOLÇALVES, 2016, p. 80), com isso, o elemento esquerdo da palavra sempre é preservado, servido para a construção morfológica como determinante da palavra, utilizando o próprio exemplo do autor, a palavra *baterista/ batera*, identificamos que o elemento esquerdo da palavra permaneceu, é importante que nessa formação, o falante tenha compreensão básica da estrutura de formação das palavras. Esse processo de redução é muito utilizado pelos jovens, que frequentemente utilizam em seus discursos, reduções de palavras.

Ademais, identificamos também, a tipologia por siglagem, de acordo com Alves (1994, p.56), “a formação de unidades neológicas por meio de siglas, ou acronímica, resulta da lei de economia discursiva. O sintagma é reduzido, de modo a tornar-se mais simples e mais eficaz no processo da comunicação”. Portanto, essa se constitui na redução de expressões com denominação longas e complexas, podendo ser pronunciada pela sigla ou silabação da palavra, a exemplo, *DHPB (Dicionário Histórico do Português do Brasil)*, a pronúncia desta, se dá em letra por letra, já *ONU (Organização das Nações Unidas)* a pronúncia é efetuada por silabação.

Por fim é bom lembrar que o processo de siglação não se detém apenas em denominações de instituições e de objetos, também opera em nomes próprios de pessoas que alcançaram certa notoriedade, principalmente políticas, como JK (Juscelino Kubitscheck), AMC (Antônio Carlos Magalhães), FHC (Fernando Henrique Cardoso), processo muito ao gosto da imprensa jornalística (COELHO, 2013, p.62).

Cruzamento vocabular, também conhecida por *blend*, *portmanteau* ou *contaminação*, as novas unidades que fazem parte dessa tipologia de neologismos não são raras de serem criadas, são bem populares na criatividade do falante, trazendo consigo algum tipo de humor, “ao contrário da composição, seus constituintes não são morfemas plenos, mas parte das palavras” (GONÇALVES, 2016 p.75), como, por exemplo, *namorido* (*namorado*+ *marido*). Então, compreendemos que essa unidade foi constituída pelo processo da fusão de duas palavras bases, sofrendo perda em alguma parte do elemento da palavra. Ademais, encontramos a tipologia formada pelo processo de onomatopeias:

A criação de onomatopaica está calçada em significantes inéditos. Entretanto, sabemos que a formação de palavras onomatopaica não é totalmente arbitrária, já que ela se baseia numa relação, ainda que imprecisa, entre a unidade léxica criada e certos ruídos [...] (Alves, 1994, p.12).

Desta forma, na palavra *toque-toque*, ocorre à reprodução da lexia por um som. Por último, salienta-se a existência de mais dois neologismos: 1) o estrangeirismo (onde a palavra importada de outra língua mantém a sua ortografia e suas características fonológicas do seu sistema de origem), como, por exemplo, a unidade lexical *challenge*, importada do inglês, sem sofrer alteração em suas características; 2) empréstimo (palavra importada de outra língua, sofrendo alterações, adaptando-se à língua receptora), observamos esse processo na palavra *balé*, vindo do francês *ballet* (ALVES, 1994).

Notamos, portanto, que o surgimento de novas unidades lexicais nos mostra o quanto a língua é dinâmica, ou seja, é viva e está em constante processo mudança. Certamente, é de suma importância que venhamos ter compreensão de como ocorre o processo de criação de um neologismo, em que trouxemos acima, os tipos mais comuns de formação de palavras no português brasileiro.

2.3 Metodologia

Como já mencionado, o *corpus* deste trabalho é constituído por neologismos

encontrados no *Twitter*. Para tal, fizemos o levantamento das publicações feitas nos dois primeiros anos da pandemia, ou seja, de janeiro de 2020 a janeiro de 2022, sendo este o nosso primeiro recorte. Logo em seguida, como segundo recorte, selecionamos os *tweets* de mais interação dentro da rede social, isto é, incluindo *likes* (curtidas), *retweets* e *comentários*.

Para que isso fosse possível, estudamos qual seria a melhor maneira de fazer essa busca, já que se torna muito complicado encontrar *tweets* antigos, uma vez que essas publicações acontecem a todo o momento, de forma muito rápida. Dessa forma, localizamos uma função de busca avançada que a própria plataforma oferece, possibilitando, assim, a eficácia nesta etapa da pesquisa, como podemos ver na figura 7:

Figura 7 - Mecanismo de busca oferecida pela rede social *Twitter*

Engajamento

Número mínimo de respostas
Exemplo: 280 · Tweets com pelo menos 280 respostas

Número mínimo de curtidas
Exemplo: 280 · Tweets com pelo menos 280 curtidas

Número mínimo de Retweets
Exemplo: 280 · Tweets com pelo menos 280 Retweets

Fonte: Plataforma *Twitter* (2022)

Ao realizarmos a busca pelas postagens, utilizamos esta ferramenta que nos fornece, de forma refinada, os dados a respeito das postagens que obtiveram maior engajamento. Com isso, colocamos o número mínimo em cada espaço, no intuito de verificar aquelas publicações que receberam mais interações. Em sequência, foi determinado o período específico de cada *tweet*, como consta na figura 8:

Figura 8 - Mecanismo de busca oferecida pela rede social *Twitter*

Datas

De

De
01/01/2020

Para

Para
31/01/2020

Fonte: Plataforma *Twitter* (2022)

Como garantia de busca completa, fizemos a pesquisa de *tweets* publicados a cada mês naquele determinado ano, como podemos visualizar acima. Finalizada essa parte, passamos para segunda etapa: identificar as possíveis unidades neológicas. Para nos certificarmos de que estaríamos diante de uma nova palavra, consultamos seis dicionários publicados em diferentes épocas, a saber:

Figura 9 - Dicionario da Lingua Portugueza

DICCIONARIO
D A
LINGUA PORTUGUEZA
COMPOSTO
PELO PADRE
D. RAFAEL BLUTEAU,
REFORMADO, E ACCRESCENTADO
POR
ANTONIO DE MORAES SILVA
NATURAL DO RIO DE JANEIRO.
TOMO PRIMEIRO.

A—K



*J. de Deus compra
a Agostinho vendedor
de livros*

LISBOA,
 NA OFFICINA DE SIMÃO THADDEO FERREIRA.
ANNO M. DCC. LXXXIX.
*Com Licença da Real Mesa da Comissão Geral, sobre o Exame, e
Censura dos Livros.*

*Vende-se na loja de Borel Borel, e Companhia, quasi defronte da Igreja nova
de Nossa Senhora dos Martyres, na esquina.*

Fonte: Biblioteca Brasileira Guita e José Mindlin (2022)

Figura 10 - *Vocabulário Brasileiro*

VOCABULARIO 23045

BRASILEIRO

para servir de complemento aos dicionários
da língua portuguesa

POR

BRAZ DA COSTA RUBIM.



RIO DE JANEIRO

EMP. TYP. DOUS DE DEZEMBRO DE PAULA BRITO
IMPRESSOR DA CASA IMPERIAL.

1853.



Fonte: Biblioteca Brasileira Guita e José Mindlin (2022)

Figura 11 - *Dicionário Histórico do Português do Brasil*



Dicionário Histórico do Português do Brasil

Maria Tereza Camargo Biderman (*in memoriam*)
Clotilde de Almeida Azevedo
Murakawa

Pesquisar

Fonte: DHPB (2022)

Figura 12 - Dicionário Aurélio



Fonte: acervo do autor

Figura 13 - Dicionário Aulete (online)

Sua língua na Internet | **Dicionário Caldas Aulete** | Gramática básica | Dicionário analógico

Página principal | O que é | Palavra do dia | Downloads | Convide um amigo

Aulete
DIGITAL

Lexikon | obras de referência

Verbo Atualizado

Não foi encontrado o verbo "Carrefour". Na ordem alfabética o verbo mais próximo do pesquisado? AAAA

- 1
- 2
- 3

R\$ 945,74 R\$ 949

Disponível no App Store

Conheça o **Novíssimo Aulete** disponível nas melhores livrarias

Coloque o Aulete no seu blog ou site

Fonte: *Aulete* (2022)

Figura 14 - Dicionário Houaiss (online)

uol | INGRESSO.COM | UOL HOST | PAGBANK | CURSOS | BUSCA | BA

Aguarde...

Com o Dicionário Houaiss você tem

- ✓ Milhões de verbetes
- ✓ Atualização permanente
- ✓ Conjugação em todos os tempos verbais
- ✓ Plurais, femininos, aumentativos e diminutivos
- ✓ Gênero, número, origem e datação
- ✓ Sinônimos e antônimos
- ✓ Homônimos, parônimos, gramática, etc.

Para ter acesso completo e muito mais assine UOL

Conheça os planos de assinatura

Aplicativos e serviços para empresas ou grupos

Houaiss Corporativo

D i R C o
o a N i

Fonte: *Houaiss* (2022)

Vocabulário Brasileiro, de Braz da Costa (1853), *Diccionario da Lingua Portugueza*, de Antonio de Moraes (1798), *Dicionário Histórico do Português do Brasil: séculos XVI, XVII e XVIII*, *Mini Dicionário Aurélio* (2004), *Dicionário Aulete* (online), e o *Dicionário Houaiss* (online), dando ênfase ao último, pois sua atualização acontece permanentemente.

Identificados os neologismos, partimos para a quarta etapa: a exclusão dos *tweets* em que não constavam nenhuma palavra nova, permanecendo somente aqueles em que foram localizadas unidades neológicas (Anexo A). No que se refere ao *corpus*, ao todo, foram encontrados 89 (oitenta e nove) neologismos utilizados pelos usuários do *Twitter*. Na próxima seção, apresentamos o *corpus* mais detalhadamente, bem como as análises realizadas a partir dos estudos feitos na área da Morfologia, com foco na formação de palavras no português brasileiro.

3 QUE INVENÇÕES LEXICAIS ENCONTRAMOS NO *TWITTER*?

3.1 Apresentação do *corpus*

O *corpus* dessa pesquisa é constituído por 89 (oitenta e nove) neologismos encontrados em *tweets* publicados de janeiro de 2020 a janeiro de 2022 e organizados da seguinte forma: na primeira coluna, colocamos, em ordem alfabética, os itens lexicais da forma como aparecem nas postagens; na segunda coluna, inserimos a frequência com que cada unidade aparece no *corpus*.

Tabela 1 – *Corpus* da pesquisa

Unidade lexical	Frequência
1. ADD	1x
2. ÁLBUM OF THE YEAR	1x
3. AUXÍLIO EMERGENCIAL	1x
4. BABADEIRO	1x
5. BABANDO O OVO/ BABA OVO	1x
6. BARRIGA CHAPADA	1x
7. BBB	23x
8. BBB 19	1x
9. BBB 20	3x
10. BBB21	1x
11. BEIRA DA LOUCURA	1x
12. BIGFONE	1x
13. BLOGUEIRINHA	1x
14. BRAZILIAN CULTURE	1x

15. BUSÃO	1x
16. CARREFOUR	1x
17. CARTÃO VIRAR	1x
18. CHALLENGE	1x
19. CIS HÉTERO	1x
20. CLOSE	2x
21. COE	2x
22. CORONAVAC	1x
23. CORONGA	1x
24. CRINGE	1x
25. CROCS	1x
26. CROPPED	1x
27. DATE	2x
28. DECOLONIAL	1x
29. DEDÉ DAS IDEIAS	1x
30. DIAMANTE LAPIDADO	1x
31. DOGUINHO	1x
32. EX BBB	2x
33. EXCEL	1x
34. EXPOSED	1x
35. FAROFA	1x
36. FILME FAROFA	1x
37. FOGO NO PARQUINHO	1x

38. 4SHARED	1x
39. GAGAVERSO	1x
40. GERAÇÃO MINIMALISTA	1x
41. GLOBO	4x
42. HAPPY MONDAY	1x
43. HOW YOU LIKE THAT	1x
44. INFLUENCER	1x
45. INSTA/INSTAS	1x
46. ISOLAMENTO SOCIAL	1x
47. JOGO DA DISCÓRDIA	1x
48. LACE	1x
49. LACRE	1x
50. LAVA JATO	1x
51. LIVE	1x
52. LUVAS BIÔNICAS	1x
53. MACHO ESCROTO	1x
54. MAKES	1x
55. MEAN GIRLS	1x
56. MEDIA PLAYER	1x
57. MERMÃO	1x
58. MINI GOL	1x
59. MINI SURTO	1x
60. MIRANHA	1x

61. MONDAY	1x
62. ON	1x
63. PAVÊ E PACUMÊ	1x
64. PIX	1x
65. PÔ	1x
66. POBRE CULTURE	1x
67. POCHETINHA	1x
68. POCS	1x
69. POP IT	1x
70. PÓS TERMINO	1x
71. PÓS-FAXINA	1x
72. PRÉ SAVE	1x
73. PRINT	3x
74. PUBLI	1x
75. PUTZ	1x
76. QUEBRANDO TABU	1x
77. REALITY	1x
78. REGIME ABERTO	1x
79. RTZINHO	1x
80. SEXTOU	1x
81. SOLD OUT	1x
82. STORY/STORIE	4x
83. TATTOO	1x

84. TCHECAS	1x
85. TENSÃO SEXUAL	1x
86. TIMELINE	1x
87. VAPO	2x
88. VITTARLOVERS	1x
89. WEB NAMORO	1x

3.2 Análises

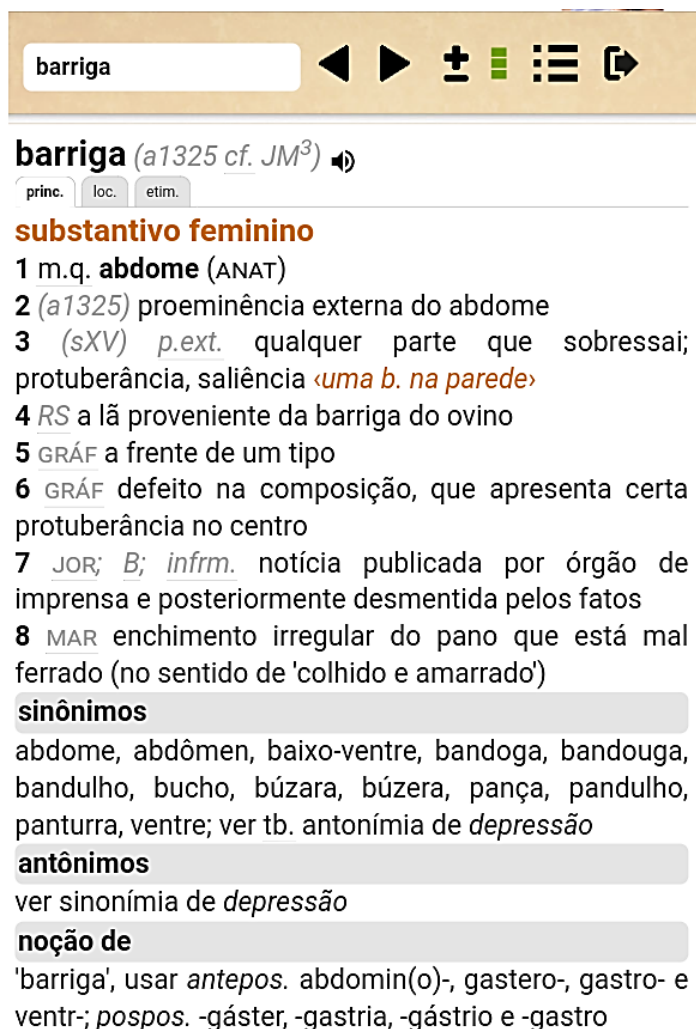
Considerando a relação entre língua e cultura, bem como o estudo na área da Morfologia, especialmente, em se tratando da criação de novas palavras, realizamos as análises de alguns neologismos presentes no *corpus* apresentado na seção anterior. Uma vez que não seria possível analisar todos os neologismos que encontramos, seguimos alguns critérios para selecionar aqueles que comporiam esta etapa do trabalho.

Dessa forma, analisamos 10 (dez) das 89 (oitenta e nove) palavras novas, a partir dos seguintes critérios: i) frequência no *corpus* (selecionamos as unidades lexicais mais frequentes); ii) engajamento (dos neologismos que obtiveram a mesma frequência no *corpus*, selecionando aqueles cuja postagem teve maior interação, incluindo *comentários*, *retweets* e *curtidas*, ou seja, optamos por aqueles que alcançaram mais pessoas). Finalizada esta etapa, chegamos aos seguintes neologismos: *barriga chapada*, *BBB*, *fogo no parquinho*, *geração minimalista*, *miranha*, *pós-faxina*, *print*, *sextou*, *story*, *tattoo*.


Barriga Chapada – Selecionada por engajamento

Antes de analisarmos a unidade lexical *barriga chapada*, é importante trazermos a definição da lexia *barriga*, como consta na figura abaixo:

Figura 15 - Dicionário Houaiss (*online*)



The image shows a screenshot of the online dictionary Houaiss. At the top, there is a search bar containing the word 'barriga' and several navigation icons. Below the search bar, the word 'barriga' is displayed in a larger font, followed by its etymology '(a1325 cf. JM³)' and a speaker icon. There are three tabs: 'princ.', 'loc.', and 'etim.', with 'princ.' selected. The main content is under the heading 'substantivo feminino' and lists eight numbered definitions: 1 m.q. abdome (ANAT); 2 (a1325) proeminência externa do abdome; 3 (sXV) p.ext. qualquer parte que sobressai; protuberância, saliência <uma b. na parede>; 4 RS a lã proveniente da barriga do ovino; 5 GRÁF a frente de um tipo; 6 GRÁF defeito na composição, que apresenta certa protuberância no centro; 7 JOR; B; infm. notícia publicada por órgão de imprensa e posteriormente desmentida pelos fatos; 8 MAR enchimento irregular do pano que está mal ferrado (no sentido de 'colhido e amarrado'). Below the definitions are sections for 'sinônimos' (abdome, abdômen, baixo-ventre, bandoga, bandouga, bandulho, bucho, búzara, búzera, pança, pandulho, panturra, ventre; ver tb. antonímia de depressão), 'antônimos' (ver sinonímia de depressão), and 'noção de' ('barriga', usar antepos. abdomin(o)-, gastero-, gastro- e ventr-; pospos. -gáster, -gastria, -gástrio e -gastro).

barriga (a1325 cf. JM³) 

princ. loc. etim.

substantivo feminino

1 m.q. **abdome** (ANAT)

2 (a1325) proeminência externa do abdome

3 (sXV) *p.ext.* qualquer parte que sobressai; protuberância, saliência <uma b. na parede>

4 RS a lã proveniente da barriga do ovino

5 GRÁF a frente de um tipo

6 GRÁF defeito na composição, que apresenta certa protuberância no centro

7 JOR; B; *infm.* notícia publicada por órgão de imprensa e posteriormente desmentida pelos fatos

8 MAR enchimento irregular do pano que está mal ferrado (no sentido de 'colhido e amarrado')

sinônimos

abdome, abdômen, baixo-ventre, bandoga, bandouga, bandulho, bucho, búzara, búzera, pança, pandulho, panturra, ventre; ver tb. antonímia de *depressão*

antônimos

ver sinonímia de *depressão*

noção de

'barriga', usar *antepos.* abdomin(o)-, gastero-, gastro- e ventr-; *pospos.* -gáster, -gastria, -gástrio e -gastro

Fonte: Houaiss (2022)

Tendo a definição da palavra, o dicionário Houaiss também nos permite visualizar as locuções formadas a partir dela, então, identificamos que não há nenhuma menção à *barriga chapada*, como podemos observar na imagem a seguir:

Figura 16 - Dicionário Houaiss (online)

Resultados
 ✓ **barriga**
feminino singular
 ✓ **barrigada**
feminino singular
 ✓ **barrigal**
2 gêneros singular
 ✓ **barrigana**
 ✓ **barriganha**
 🌐 **bariga**

barriga (a1325 cf. JM³) 🔊
 princ. loc. etim.
barriga da perna (1569)
 m.q. **panturrilha**
barriga de samburá B, N.E.
 aquele que tem a barriga crescida
carregar uma barriga MA
 estar grávido; estar de barriga
chorar de b. cheia fraseologia
 lamentar-se sem razão para isso; falar de barriga cheia
chorar na b. da mãe fraseologia
 perceber que tudo acontece de acordo com seus desejos; realizar-se
com a barriga no espinhaço
 1 muito magro
 2 com muita fome
comer barriga *infrm.*
 cometer erro ou perder uma oportunidade por desatenção
de barriga
 m.q. **grávido** (no sentido de 'prenhe')
empurrar com a b. fraseologia B
 não tomar as providências necessárias; adiar soluções
encher b. de corvo fraseologia RS
 morrer
falar de b. cheia fraseologia

Fonte: Houaiss (2022)

Já sobre a palavra Chapada, o dicionário Houaiss traz a seguinte definição:

Figura 17 - Dicionário Houaiss (online)

chapado (a.sXV cf. IVPM) 🔊
 princ. etim.
 part. de **chapar** f.hist. sXV *chapada*, a1536 *chapado*; datado a partir do fem.substv.

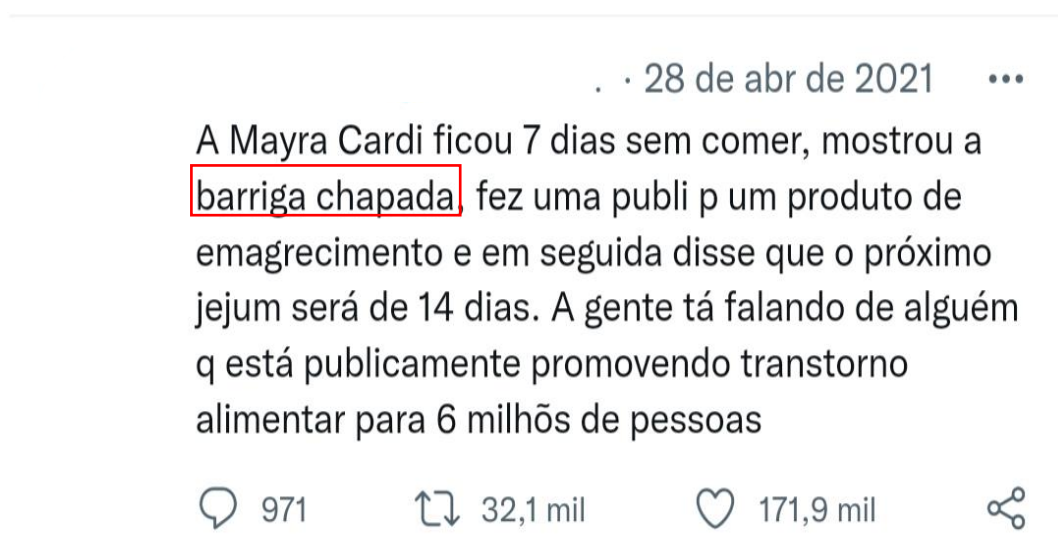
chapar (a.sXV cf. IVPM) 🔊
 princ. conj. etim.
verbo
 1 *t.d.* pôr ou aplicar chapa(s) em; chapear <c. calças, jaquetas>
 2 *t.d.* dar forma de chapa a <c. um metal>
 3 *bit.* (*prep.: em*) colocar (chapa, placa, folha etc.) em (superfície) <c. lajes no chão> <c. um cartaz na parede>
 4 *bit.* (*prep.: em*) aplicar chapa apropriada para imprimir ou estampar desenho ou marca em <c. o ferrete no gado> <c. o carimbo num documento>
 5 *t.d.* cunhar (moeda)
 6 *bit.* (*prep.: em*) atirar ou arremessar (pasta ou substância análoga) em (alguém ou algo), achatando <c. uma torta na cara de alguém como nas comédias-pastelão>
 7 *t.d.*; *fig.*; *infrm.* dizer sem rodeios <c. um elogio>
 8 *bit.* (*prep.: em*); *fig.*; *infrm.* aplicar com força; pespegar <c. um soco em alguém>
 8.1 *t.d.*; *fig.*; *MG*; *infrm.* golpear, bater em <João chapou o rival bem na entrada do colégio>
 9 *pron.* cair de chapa; estirar-se, estatelar-se <chapou-se na areia>
 10 *t.d.*; *GRÁF* cobrir (área de impressão) com tinta de modo uniforme e sem meios-tons

Fonte: Houaiss (2022)

Então, analisando esta unidade lexical, pudemos entender que *chapado* é o particípio do verbo *chapar* (dar forma de chapa), isto é, *chapar* é uma derivação de *chapa* que, por sua vez, traz em uma de suas acepções o seguinte significado: qualquer superfície lisa, plana; espelho, face. Portanto, daí tiramos o ponto primordial que pode ter motivado o uso de *chapada*, na construção do neologismo em análise.

Ademais, partindo para o neologismo *barriga chapada*, compreendemos que esta foi formada pelo processo de composição por justaposição, *barriga chapada* tem um significado específico (aquela barriga que não aparece resquícios de gordura, lisa, reta), isto é, houve a combinação de duas unidades já existentes em nossa língua, sem sofrer nenhuma alteração em sua estrutura para designar um único referente.

Figura 18 - Barriga chapada



Fonte: Plataforma *Twitter* (2022)

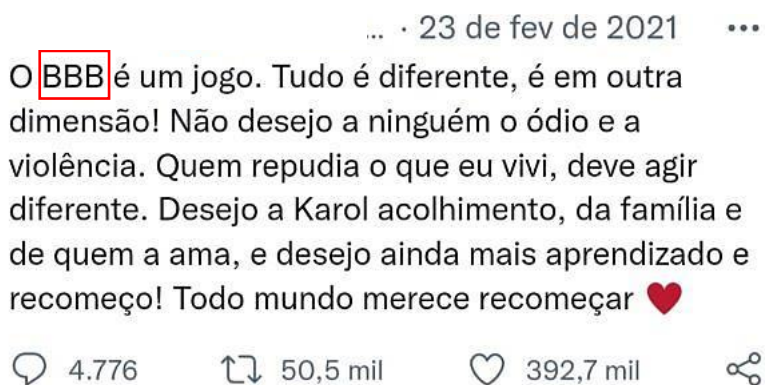
Neste *tweet*, a autora tem como intuito discutir sobre uma determinada celebridade, que promete produtos que funcionariam para o emagrecimento na região da barriga, além disso, o sujeito tenta conscientizar as pessoas que verão esta postagem, ressaltando a falta de consciência dessa blogueira, em promover transtorno alimentar para as pessoas.

BBB – Seleccionada por frequência

Formada através do processo de siglagem, com a redução dos sintagmas, sendo pronunciada pelas iniciais de *Big Brother Brasil*. Além do processo de construção por sigla, é interessante ressaltar que os dois primeiros itens lexicais são originados de palavras importadas do inglês, com isso, junto a estes empréstimos, vem o substantivo próprio (*Brasil*), ou seja, temos uma composição por justaposição. *Brasil*, nesse caso, dá origem à sigla BBB, já que *Big Brother* é um *reality show* que existe em diferentes países.

Então, essa nova unidade lexical (*BBB*) também é um processo de composição por justaposição, onde houve a junção de duas palavras estrangeiras seguidas de uma em português brasileiro, sem sofrer alteração na sua grafia original, igualmente, *Brasil*, que apesar de ser um substantivo assume função adjetival, ou seja, de determinante.

Figura 19 - BBB



Fonte: Plataforma *Twitter* (2022)

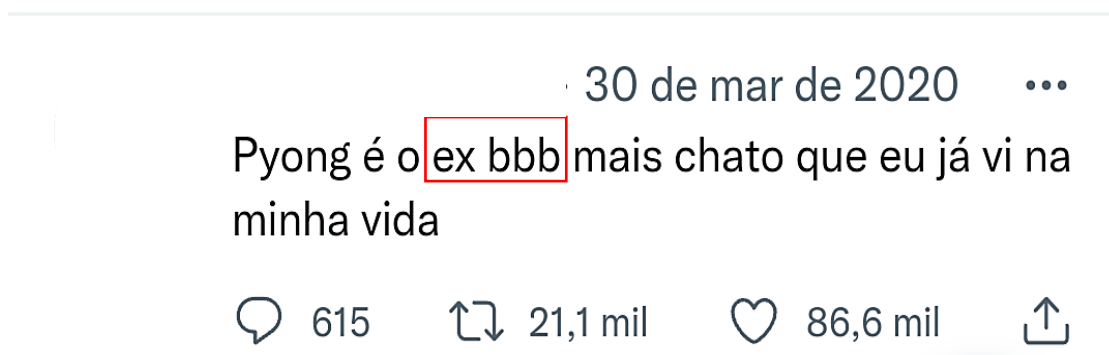
BBB é a palavra de maior frequência, aparecendo no *corpus* vinte três vezes (23) em diferentes *tweets*. Isso nos mostra que esta unidade lexical tem um fluxo grande, mas é viável salientar que ela é utilizada com maior frequência no período em que este *reality show* está na programação da grade da Rede Globo de televisão. Dessa forma, a plataforma *Twitter*, durante essa época, que normalmente começa em janeiro e vai até março, fica em uma repleta “guerra de torcidas” dos participantes que estão na casa, fazendo com que a plataforma alavanque seus índices de *tweets* postados.

Desse modo, proporciona mais audiência para Rede Globo, principalmente, em dias de *prova do líder*, *formação de paredão*, que são dinâmicas bastante famosas e que propiciam comentários na plataforma *Twitter* de modo simultâneo, ou seja, as pessoas assistem ao programa e comentam na rede social, fazendo com que os assuntos relacionados a este *reality* estejam nos *trend topics*, isto é, assuntos mais falados do momento na plataforma *Twitter*.

A imagem que colocamos na análise contextualiza um momento em que o participante e autor do *tweet* (que passou por momentos delicados enquanto ainda estava no programa) conscientiza as pessoas a não terem atitudes ruins em relação à outra participante bem polêmica da edição, que saiu com uma rejeição de 99,17% pela votação popular.

É importante trazer também para discussão o fato de que a sigla *BBB* vem adquirindo características de uma palavra língua, ou seja, a partir dela outras podem ser criadas a partir dela. No próprio *corpus* pudemos identificar algumas: *ex-BBB*, por exemplo, trata-se de uma derivação prefixal, refere-se a um participante que já passou pelo programa de televisão:

Figura 20 - Ex-BBB

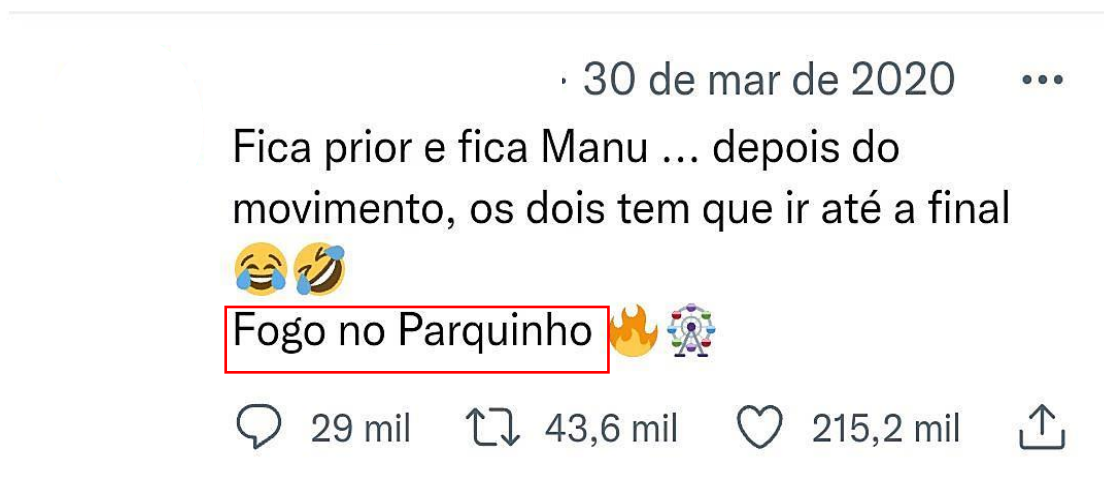


Fonte: Plataforma *Twitter* (2022)

Fogo no parquinho – Selecionada por engajamento

É uma construção neológica que surge a partir da composição por justaposição, onde há uso de duas palavras bases unidas pela preposição *no*. Todas são palavras que existem em nosso sistema linguístico, mas que, nesse caso, formam uma única palavra (lexia complexa) com um significado específico. No caso do *tweet* selecionado, observamos a intencionalidade do autor em provocar as pessoas que estavam torcendo para que um dos participantes saíssem da casa:

Figura 21 - Fogo no parquinho



Fonte: Plataforma *Twitter* (2022)

Fogo no parquinho, levando em consideração o *tweet* acima, se refere a brigas, confusões de torcidas que ocorreram durante um paredão de dois participantes do *BBB 2020*, o autor do *tweet* sabia do alvoroço que estava acontecendo, pois muita gente estava comentando em todas as redes sociais. Além disso, nesse período, estávamos no início da pandemia, então, esse programa se tornou, ainda mais um veículo de entretenimento para as pessoas.

Dessa forma, as personalidades famosas do nosso país manifestaram torcida por um dos participantes (inclusive, o autor desse *tweet* acima, é um jogador de futebol), de modo que toda essa movimentação fez com que esse paredão entrasse para o *Guinness* com um recorde com mais de 1,5 milhões de votos populares.

Geração minimalista – selecionada por engajamento

Formação neológica que se constitui pelo processo de composição por justaposição. Percebe-se que nenhum elemento fônico das bases envolvidas foi alterado durante a combinação junção. Ademais, a unidade adquire mais um significado, pois *geração minimalista*, no caso do *tweet* abaixo, está se referindo ao fato de que o estilo minimalista está presente, inclusive, na identidade visual de algumas redes sociais e emissoras de televisão. Com isso, observamos a repulsa que o autor da postagem sente em relação a esse tipo de estética.

Figura 22 - Geração minimalista



Fonte: Plataforma Twitter (2022)

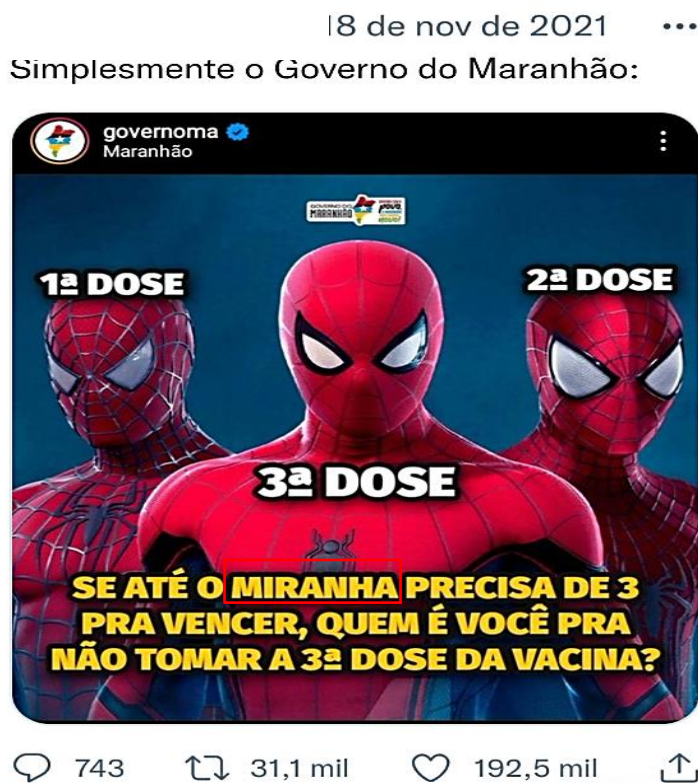
Miranha - Selecionada por engajamento

Para entendermos o processo de construção da lexia *Miranha*, primeiramente, é importante falarmos sobre a unidade lexical *Homem-Aranha* (versão brasileira de Spider-Man), tanto a palavra *homem* quanto *aranha* existem no nosso acervo lexical, trata-se da versão brasileira do nome da personagem em quadrinhos da *Marvel Comics*.

O neologismo *Miranha* trata-se de um cruzamento vocabular em que tanto a palavra *homem*, quanto *aranha*, perderam alguns elementos. Notamos que a letra “h” foi suprimida, uma vez que não possui som, bem como os fonemas [o] e [m] da palavra *homem* e o fonema [a] da palavra *aranha*. Além disso, o fonema vocálico [e] passou para [i] através do alçamento da vogal. Provavelmente, esse processo foi motivado devido à velocidade com que a palavra estava sendo pronunciada no cotidiano das pessoas, em que criamos uma hipótese das etapas desse processo: *homem-aranha* > *homi aranha* > *miranha*. Além dessa necessidade de tornar a comunicação mais rápida, é possível perceber também que essa construção traz uma expressividade de intimidade entre o público e a personagem.

Vale lembrar que a palavra *Miranha* se popularizou com o vídeo¹ *Singaro da Cãnser* (Cigarro dá câncer) do humorista Lucas Vinícius, a partir daí alcançou diversas pessoas.

Figura 23 - Miranha



Fonte: Plataforma *Twitter* (2022)

A nova palavra foi utilizada pelo governo do Maranhão durante a pandemia da COVID-19 como incentivo, de forma descontraída e bem-humorada, para as pessoas se vacinarem. A tática foi trazer o Homem-Aranha, herói retratado nas revistas em quadrinhos estadunidenses publicados pela *Marvel Comics* que, futuramente, ganhou versões em *live action* no cinema. Por se tratar de uma personagem bastante conhecida e bem quista pela maioria das pessoas que tem gostam desse tipo de histórias, foi uma estratégia interessante relacioná-la com a questão da vacinação, fazendo com que esse *tweet* chamasse a atenção dos usuários da plataforma, o que é possível notar através da grande interação.

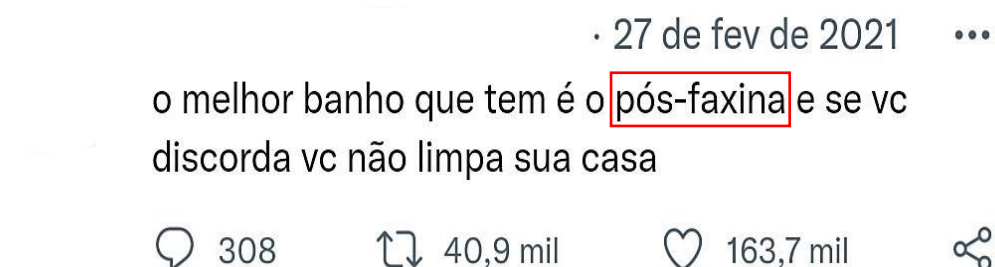
Pós-faxina - Selecionada por engajamento

Lexia desenvolvida pelo processo de derivação prefixal, resultado mediante ao acréscimo do prefixo *pós* antes da palavra base *faxina*. Dessa forma, *pós* (significa após algo,

¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=XdptJh92tJY>. Acesso em 18 de julho de 2022.

em seguida), diante disso, esta unidade lexical é usada somente quando será feito alguma coisa, por alguém, após esta terminar de fazer sua *faxina* (limpeza).

Figura 24 - Pós-faxina



Fonte: Plataforma *Twitter* (2022)

***Print* – Selecionada por frequência**

Vem do inglês *print screen*, essa expressão era bastante utilizada na área da informática, quando era necessário imprimir o código de um computador. De acordo com o Dicionário *Linguue (online)*, traduzindo para o português do Brasil, *print screen* significa reprodução de tela, como mostra a figura 25:

Figura 25 - Dicionário Linguee

The screenshot shows the Linguee dictionary interface. At the top, there is a search bar containing the text 'print screen' and a magnifying glass icon. To the right of the search bar, there are two language selection buttons: 'PT' (Portuguese) and 'EN' (English). Below the search bar is a button with a pencil icon and the text 'Traduzir texto'. Underneath this is a header for the dictionary: 'Dicionário inglês-português'. The main content area shows the search results for 'screen print', which is identified as a 'substantivo' (noun). Below this, the Portuguese translation 'serigrafia f' is shown. A section titled 'Veja também:' (See also) lists several related terms: 'print (sth.) v - imprimir (algo) v', 'print s - impressão f' and 'reprodução f', 'screen s - tela f', 'vídeo m', 'ecrã m', 'screen (sb./sth.) v - exibir v', and 'print adj - impresso adj'. At the bottom of the interface, there are links for 'Ver traduções alternativas' and a copyright notice: '© Dicionário Linguee, 2022'.

Fonte: Linguee (2022)

Ou seja, temos a palavra base estrangeira *print*, passando pelo processo de redução, eliminando o *screen*. Trazendo esta discussão para o nosso *corpus*, temos a composição por justaposição *mandar print*, identificada na postagem do usuário do *Twitter*, como consta na figura 26:

Figura 26 - Print

The screenshot shows a tweet from February 25, 2021. The text of the tweet is: "Vou te mandar print" é algo que me deixa FELIZ a fofoca completa me satisfaz. The phrase "Vou te mandar print" is highlighted with a red box. Below the text, there are icons for replies (2.296), retweets (46,5 mil), and likes (139,6 mil), along with a share icon.

Fonte: Plataforma *Twitter* (2022)

No caso do uso dessa unidade lexical no discurso do usuário do *Twitter*, *print* significa capturar imagem da tela pelo próprio celular, computador, etc. Além disso, observa-se que essa função proporciona um grande entusiasmo na autora do *tweet*, pois, para ela, faz com que esteja inteirada da fofoca por completo, através da captura de tela da conversa, ou seja o repasse de informações.

Observa-se que o sujeito do *tweet* utiliza de um verbo *mandar*, no infinitivo, como auxiliador no uso da palavra *print*, aqui podemos ver o processo de composição por justaposição, onde temos a palavra base estrangeira + o verbo no infinitivo em português, sem sofrer nenhuma alteração na grafia de ambas.

Portanto, é importante ressaltar, que já é possível notar que a lexia *print* vem passando por transformações ao ser incorporada na língua portuguesa falada no Brasil. Dessa forma, atualmente, já encontramos a derivação *printar*, sendo um empréstimo (palavra importada de outra língua, sofrendo alteração em seu elemento), esta, passa a ser usada como um verbo, formado pelo processo de derivação sufixal: base *print* + o sufixo formador de verbos da 1ª conjugação - ar.

Sextou - Selecionada por engajamento

Construção neológica desenvolvida através da flexão do verbo *sextar*, que vem do uso do substantivo *sexta*, dia da semana, isto é, *sexta-feira*, transformando-se em uma unidade lexical simples (sofrendo redução), ou seja, retirando uma parte da palavra, e utilizando seu radical *sext* + o sufixo formador de verbos na 1ª conjugação *ar*, constituindo um verbo de ação. Então, aqui temos uma unidade derivada de um substantivo, tendo em seu processo a derivação sufixal.

Figura 27 - Sextou



Fonte: Plataforma *Twitter* (2022)

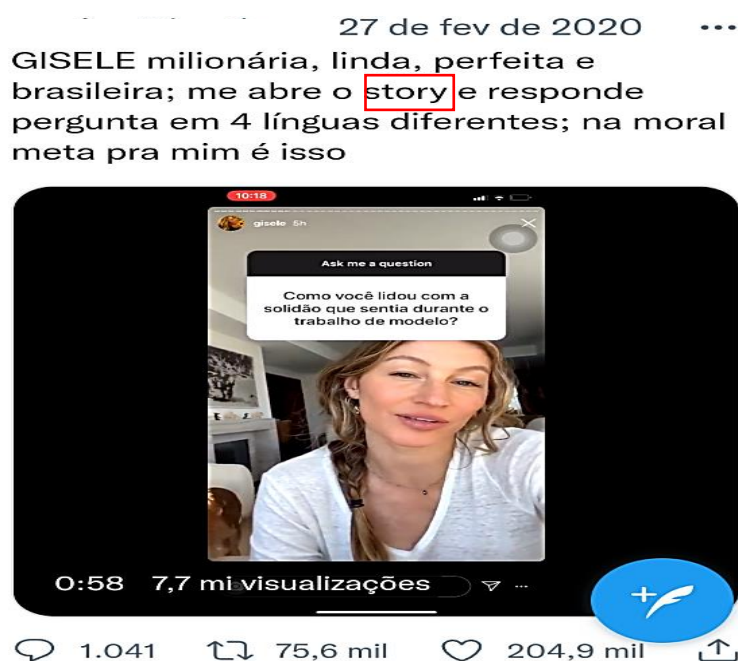
Analisando o *tweet* acima, verifica-se que o sujeito está utilizando a lexia *sextou* no modo indicativo, do pretérito perfeito, na 3ª pessoa do singular. Nessa postagem, o autor está anunciando a chegada da *sexta-feira*, normalmente *sextou* traz algum tipo de sentimento

relacionado à diversão, relaxamento, pois a semana está terminando. No caso desse *tweet*, o usuário se questiona se vai ser ou não uma sexta saudosista, especialmente, devido à pandemia, em que não era possível sair de casa para bares e programações parecidas.

***Story/Storie* – Seleccionada por frequência**

Construção neológica através de um estrangeirismo cujo significado é história. Essa unidade lexical é uma das ferramentas que encontramos na rede social *Instagram*, onde os usuários possuem a opção de postar suas histórias, através de vídeos, fotos, etc, por meio da função *story*.

Figura 28 - *Story*



Fonte: Plataforma *Twitter* (2022)

Este *tweet* evidencia a admiração do autor pela celebridade Gisele Bündchen, *top model* brasileira. Além disso, ressalta a função (*story*) presente na plataforma *Instagram*, uma funcionalidade que pode ser usada por qualquer pessoa que tenha acesso a essa rede. Salienta-se que a pronúncia em algumas situações a palavra *story* tem sido registrado ortograficamente pelos usuários obedecendo a maneira como ela é pronunciada no português brasileiro, então, é possível encontrar essa palavra redigida seguinte forma: *storie*, como mostra a figura 29:

Figura 29 - Storie



Fonte: Plataforma *Twitter* (2022)

Tattoo - Selecionada por engajamento

Lexia simples que, no *tweet*, foi escrita de acordo com as regras gramaticais da língua inglesa:

Figura 30 - Tattoo



Fonte: Plataforma *Twitter* (2022)

Considerando apenas a grafia de *tattoo* na imagem acima, poderíamos dizer que se trata de um estrangeirismo, pois não houve nenhuma alteração, ou seja, as regras ortográficas da língua de origem foram mantidas. Entretanto, sabemos e temos base em dicionários, que a partir de *tattoo* há em nossa língua palavras derivadas, como *tatuagem*, *tatuar*, ou seja, nesses

casos estaríamos diante de um empréstimo linguístico, pois a palavra importada da outra língua sofreu alterações em sua estrutura.

Ademais, a pronúncia de *tattoo* no português brasileiro é [ˈtatu], provavelmente de onde derivou o substantivo tatuagem (tendo seu primeiro registro em textos escritos em 1881), sendo acrescentado à palavra base tatu- o sufixo formador de substantivo *-agem*. Já na lexia tatuar (primeiro registro em textos escritos em 1899), foi acrescentado o sufixo formador de verbos da 1ª conjugação *-ar*.

É válido pontuar também que, de acordo com o Dicionário Houaiss, *tattoo* pode ter vindo do taitiano *tatau* no sentido de *sinal*, ou talvez por influência do francês *tatouer* no sentido de *tatuar*. É neste contexto de tatuar (registrar algo na pele) que este *tweet* está se referindo. No caso da imagem acima, trata-se de uma tatuagem feita por um pai com orgulho de sua filha, ou seja, uma declaração de amor. Portanto, tanto *tattoo* quanto *tatuagem* são bastante utilizadas por nós brasileiros, principalmente por aqueles que são adeptos a essa arte, e que apreciam essa cultura de gravar desenhos em seu corpo.

Diante das palavras analisadas, percebemos que os neologismos mais recorrentes, bem como os *tweets* com mais engajamento não estão relacionados à pandemia da COVID-19, em exceção da palavra *Miranha*, que está no contexto do período pandêmico. Isso nos conduz ao seguinte questionamento: por qual motivo as principais publicações com mais engajamento na rede *Twitter* não estão se referindo à pandemia?

Poderíamos elaborar algumas respostas hipotéticas para essa pergunta: i) a população não entendia ou ignorava a situação sanitária do Brasil e do mundo; ii) o uso das redes sociais se intensificou durante a pandemia, servindo como uma espécie de fuga, ou seja, pão e circo para o povo; iii) brasileiras e brasileiros, culturalmente, são fissurados em *reality shows*. Contudo, para além das hipóteses que poderíamos trazer para a discussão, o fato é que não temos como responder a esses questionamentos com todo rigor científico necessário, portanto, trata-se apenas de algumas provocações.

No entanto, em termos científicos, como vimos discutindo ao longo desse trabalho, é sabido que o léxico carrega a cultura de um povo, ou seja, é o que faz da língua um patrimônio sociocultural e histórico. No caso do *corpus* dessa pesquisa, em se tratando especificamente da rede social *Twitter*, a unidade lexical mais recorrente é *BBB*, aparecendo vinte de três (23) vezes em diferentes *tweets*. Em contrapartida, as únicas palavras do *corpus* relacionadas à pandemia são: *auxílio emergencial*, *coronga* e *isolamento social*, todas apareceram apenas uma vez no *corpus*, ou seja, possuem uma frequência baixa e, além disso, não estão entre os *tweets* de maior engajamento. Vale ressaltar também que a fama do

Miranha fez com que um *tweet* de incentivo à vacinação, divulgado pelo Governo do Maranhão, chamasse a atenção dos usuários da plataforma, como consta na análise apresentada.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando iniciamos a pesquisa, constatamos que havia novidades em relação às produções de novas palavras na rede social *Twitter*, por isso notamos a importância de estudarmos sobre essas novas unidades lexicais, surgidas na contemporaneidade. Dessa forma, tivemos como tema: criatividade lexical na contemporaneidade: a produção neológica no *twitter* durante a pandemia da COVID-19.

Diante disso, a pesquisa teve como objetivo geral identificar e analisar as produções neológicas presentes em publicações na plataforma *Twitter*, no Brasil, durante os dois primeiros anos da pandemia, ou seja, do ano de 2020 até janeiro de 2022. Desse modo, identificamos um total de 89 (oitenta e nove) neologismos nos *tweets* de maior engajamento.

O objetivo específico inicial era conhecer a plataforma *Twitter*, seu funcionamento e impacto na sociedade. Através da pesquisa, percebemos o quanto a rede social influencia em nosso meio, além disso, foi possível identificar suas diferentes funções: como *tweeter*, responder um *tweet*, entre outras funcionalidades. Ademais, vimos o quanto esta rede é uma grande ferramenta no aspecto da comunicação e informação.

O segundo objetivo foi discutir sobre língua e cultura através do *corpus* de pesquisa, entendemos que língua e cultura estão intimamente ligadas, já que não tem como falarmos de uma sem aprofundarmos na outra. Logo, a língua é um dos nossos principais meios de comunicação. Além disso, por meio dela, podemos acompanhar as mudanças que ocorrem na sociedade, uma vez que a relação do ser humano com o universo ao seu redor se dá, especialmente, através dos processos de nomeação (JERONIMO, 2018).

Já o terceiro objetivo específico era refletir a respeito da relação do ser humano com o universo, através dos processos de nomeação. Dessa forma, observamos que as novas produções lexicais, evidenciam o pensamento humano sobre determinados assuntos existentes em nosso universo, observamos ainda que a maioria das novas palavras estão relacionadas a questões triviais, considerando que estávamos e ainda estamos vivenciando uma pandemia.

No que diz respeito ao problema de pesquisa, constatamos, através da análise do *corpus*, que as temáticas que mais chamavam a atenção dos usuários, durante os dois primeiros anos de pandemia, instigando-os a interagir, estavam relacionadas ao *reality show* BBB. Verificamos também que as novas unidades são formadas sobre diferentes contextos e temáticas, mostrando assim que a língua permanece em constante movimento, bem como a maneira como o léxico vem se expandindo através da *web*, especialmente, no que diz respeito às redes sociais.

É importante compartilharmos que, inicialmente, nossa hipótese era de que a maioria dos neologismos seriam por empréstimo ou por estrangeirismo. No entanto, das dez (10) unidades neológicas analisadas, apenas duas eram resultantes do contato com a língua inglesa, mas não podemos ignorar também o fato de que boa parte dos termos utilizados para nomear as funções da plataforma não vêm do português brasileiro.

Vislumbrando projetos, a pesquisa, aqui, apresentada, poderá ser utilizada em sala de aula, tanto no Ensino Básico (trazendo algo da realidade dos alunos, ou seja, uma plataforma que muitos utilizam, possibilitando uma aprendizagem de forma mais agradável e de mais fácil entendimento), quanto no Ensino Superior, especialmente, em se tratando das discussões em torno da Morfologia, com ênfase na formação de palavras no português brasileiro. Além disso, as reflexões iniciadas nesse trabalho podem ser expandidas no sentido de entendermos de que forma as redes sociais funcionam e qual o impacto em nosso cotidiano, bem como na constituição de nossas identidades e subjetividades.

Salientamos também que a rede social *Twitter* possui uma vasta gama de publicações feitas a todo instante, de modo que, para esta pesquisa, foram necessários alguns recortes, em que buscamos somente pelos *tweets* que tiveram mais *curtidas*, *comentários* e *retweets*, sendo essa apenas uma das possibilidades de busca que a plataforma oferece. Nesse sentido, deixamos como sugestão às pesquisadoras e aos pesquisadores, que têm o interesse em desenvolver um trabalho nesse mesmo viés, que testem outras formas de busca e investigação, diferentes recortes, pois seria interessante verificar quais resultados teríamos, uma vez que, somente nesse trabalho, identificamos 89 (oitenta e nove) palavras novas que podem ou não permanecer em nossa língua, hipótese que deixamos em aberto para investigações futuras.

REFERÊNCIAS

ALVES, I. M. (1994). *Neologismo: criação lexical*. São Paulo: Editora ática.

ALVES, Ieda Maria. Aspectos Sociais dos Neologismos do Português Brasileiro. *Dictionaries: Journal of the Dictionary Society of North America*, v. 28, n. 1, p. 153-156, 2007. Disponível em: <https://muse.jhu.edu/article/458961/summary>. Acesso em: 05 fev. 2022.

ALVES, Ieda Maria. O conceito de neologia: da descrição lexical à planificação linguística. **ALFA: Revista de Linguística**, v. 40, 1996.

AULETE, Caldas. **Aulete Digital – Dicionário contemporâneo da língua portuguesa**: Dicionário Caldas Aulete, VS online. Disponível em: <https://aulete.com.br/>. Acesso em: 14 jun. a 24 jul. de 2022.

BIDERMAN, Maria Tereza Camargo. Dimensões da palavra. **Filologia e linguística portuguesa**, v. 2, n. 1, p. 81-118, 1998.

BIDERMAN, M. T. C.; MURAKAWA, C. DE A. A. (org.). **Dicionário Histórico do Português do Brasil**: séculos XVI, XVII e XVIII. Araraquara: FCL-UNESP, 2021. Disponível em: <http://dicionarios.fclar.unesp.br>. Acesso em: 09 jun. a 24 jul. 2022.

Bilton, Nick. **A Ecloração do Twitter**: uma aventura de dinheiro, poder, amizade e traição. Portifolio-Penguin, 2013.

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

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em rede**. 6. Ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

COELHO, Braz José. **Formação de palavras**: textos de apoio a aulas. Catalão: Kaio G., 2013. 122 p.

CORREIA, Margarita. **Neologia em português**. São Paulo: Parábola Editorial, 2012.

Da SILVA, José Pereira. **Gramática histórica da língua portuguesa**. Edição do autor, 2010.

DORSEY, Jack. **Global impact report**. Twitter, 2020. Disponível em: https://blog.twitter.com/pt_br/topics/company/2021/apresentando-o-relatorio-de-impacto-global-do-twitter. Acesso em: 27 mai. 2022.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Miniaurélio Século XXI**: o minidicionário da língua portuguesa. 5. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2004.

GONÇALVES, Carlos Alexandre. **Por que criamos palavras novas?** In: GONÇALVES, Carlos Alexandre. *Atuais Tendências de Formação de Palavras*. São Paulo: Contexto, 2016, p. 11-28

GONÇALVES, Carlos Alexandre. **Os processos não concatenativos de formação de palavras**. In: GONÇALVES, Carlos Alexandre. *Atuais Tendências de Formação de Palavras*. São Paulo: Contexto, 2016, p. 67-85.

HOUAISS, A. Grande Dicionário da Língua Portuguesa. Disponível em: https://houaiss.uol.com.br/corporativo/apps/uol_www/v6-0/html/index.php#0. Acesso em: 14 jun. a 24 jul. de 2022.

JERONIMO, Gabriela Guimarães. *Dos saberes da roça: entre plantas, memórias e palavras*. 2018. 354 f. Tese (Doutorado em Linguística e Língua Portuguesa) – Faculdade de Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista, Araraquara, 2018.

LINGUEE. **Online Dictionary Linguee**. 2022. Disponível em: <https://www.linguee.com.br/>. Acesso em: 13 jul. 2022.

OLIVEIRA, Felipe R, **Metodologias de Pesquisas Direcionadas ao Twitter**, 2020.

PAREDES, Arthur. As redes sociais mais utilizadas: números e estatísticas. **IEBS, Innovation and Entrepreneurs Business School**, 2020. Disponível em: <https://www.iebschool.com/pt-br/blog/social-media/redes-sociais/as-redes-sociais-mais-utilizadas-numeros-e-estatisticas/>. Acesso em: 06 jul. 2022.

RUBIM, Braz da Costa. **Vocabulário brasileiro para servir de complemento aos dicionários da língua portuguesa**. Rio de Janeiro, Emp. Typ. Dous de Dezembro de Paula Brito, 1853. 80 p. Disponível em: <https://www.bbm.usp.br/pt-br/dicionarios/vocabulario-brasileiro-para-servir-de-complemento-aos-dicionarios-da-lingua-portuguesa/>. Acesso em: 09 jun. a 24 jul. 2022.

SILVA, Antonio de Moraes. BLUTEAU, Rafael. *Diccionario da lingua portugueza composto pelo padre D. Rafael Bluteau, reformado, e accrescentado por Antonio de Moraes Silva natural do Rio de Janeiro*. 1. ed. Lisboa, Simão Tadeu Ferreira, MDCCLXXXIX [1789]. 2v.: v. 1: xxii, 752 p.; v. 2: 541 p. Disponível em: <https://www.bbm.usp.br/pt-br/dicionarios/diccionario-da-lingua-portugueza-recompilado-dos-vocabularios-impressos-ate-agora-e-nesta-segunda-edicao-novamente-emendado-e-muito-acrescentado-por-antonio-de-moraes-silva/>. Acesso em: 09 jun. a 24 jul. 2022.

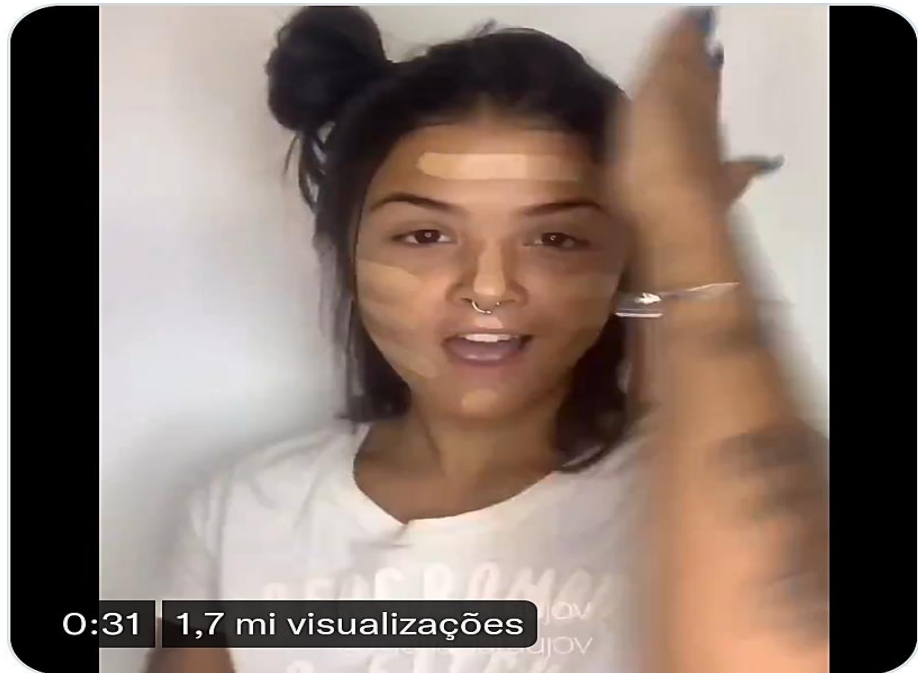
VILELA, Mário. **O léxico do português: perspectiva geral**. Filologia e Linguística Portuguesa, n. 1, p. 31-50, 1997.

ANEXOS

ANEXO A – *CORPUS* DA PESQUISA

CORPUS DA PESQUISA

... · 20 de jan de 2020 ...
eh **challenge** de gêmeas que vocês
querem? então toma ✨🦋



1.300 20 mil 139,9 mil

· 15 de jan de 2020 ...

Victor, branco e rico. Agrediu a ex-esposa grávida. Tem provas. Foi condenado a 18 DIAS, EM **REGIME ABERTO**.

Rafael Braga, catador de recicláveis. Portava um pinho sol e 0,6 gramas de maconha. Não há provas, apenas o relato dos policiais. Condenado a 11 ANOS E 3 MESES.



981 45.5 mil 100.8 mil

· 27 de jan de 2020 ...

Billie Elish ganhou **"album of the year"** com 18 anos

Beyoncé tem 38 anos e nunca ganhou "album of the year"

Pensem sobre isso quando a gente fala de privilégio branco

1.055 23,6 mil 109,7 mil

26 de jan de 2020 ...

Eu sou a favor de fazerem um **BBB** só com pessoas estupidamente estressadas, do tipo que buzina no meio do engarrafamento com tudo parado.

Esse eu assistiria real.



983 7.154 80,4 mil

20 de jan de 2020 ...

não tem nada no clipe de parabéns que que não tenha na maioria dos outros clipes isso é tão injusto quer por restrições coloque em todos os outros então mas que saco! Continuem assistindo o clipe no YouTube e nas plataformas **vittarlovers**

1.479 8.167 64,3 mil

· 26 de fev de 2020 ...

vc não perdeu o **busao** foi o busao q te perdeu . vamo se valoriza

708 41,5 mil 104,1 mil

· 25 de fev de 2020 ...

a volkswagen fez um **mini gol** pra um casal de anões e eu to achando fofo demais????????



943 15,8 mil 104,7 mil

· 26 de fev de 2020 ...

um menino **(cis hetero)** fez um tweet ontem zombando do amigo q pegou uma travesti, eu expliquei pra ele que isso era transfobia, ele apagou o post e me pediu referências de vídeo pra aprender mais.

hj eu ensinei oq é transfobia pra um gay, e ele me mandou calar a boca e descansar

578 14,3 mil 113 mil

· 30 de mar de 2020 ...

jogador de futebol pra doar durante a
pandemia: 🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔
😓😓😓😓😓😓😓😓

jogador de futebol quando macho escroto
tá no paredão: 😄😄😄 sE A mAnU 🥳🥳
🥳 Salr vAI 😄😄😄😄 TeR cAMiSa 🥳🥳
MiNhA aSSiNaAdA 💰💰💰💰

💬 1.096 ↻ 36,6 mil ❤️ 89,8 mil 📤

30 de mar de 2020 ...

espero que no futuro os professores de
história reservem um slide pra dizer que no
meio de uma pandemia o brasileiro discutia
BBB

💬 800 ↻ 28,8 mil ❤️ 108,6 mil 📤

30 de mar de 2020 ...

A galera faz piada com o corona vírus e
briga pelo bbb eu NAO CONSIGO
ENTENDER

💬 1.394 ↻ 18,5 mil ❤️ 120,5 mil 📤

· 27 de abr de 2020 ...

Uma geração que nunca vai saber a
sensação que era baixar músicas no

4shared

 1.009  36,9 mil  108,7 mil 

. · 28 de abr de 2020 ...

MEU DEUS MEU DEUS É
CAMPEAAAAA!!!!!!!!!! MEU DEUS
OBRIGADA OBRIGADA OBRIGADA GENTE
QUE ISSO THELMA CAMPEÃ BBB20

 3.896  37,1 mil  251,3 mil 

· 28 de abr de 2020 ...

Juro que assistir esse bbb 20 chegou a me
dar vontade de participar de um bbb. Não
tem como, mas deu.

 2.952  7.844  135,8 mil 

set de 2020



Dona de casa vai à Justiça por auxílio emergencial de US\$ 1 mil, citado por Bolsonaro na ONU, em vez dos R\$ 2,4 mil que recebeu glo.bo/3cy2BMp #G1



2.228



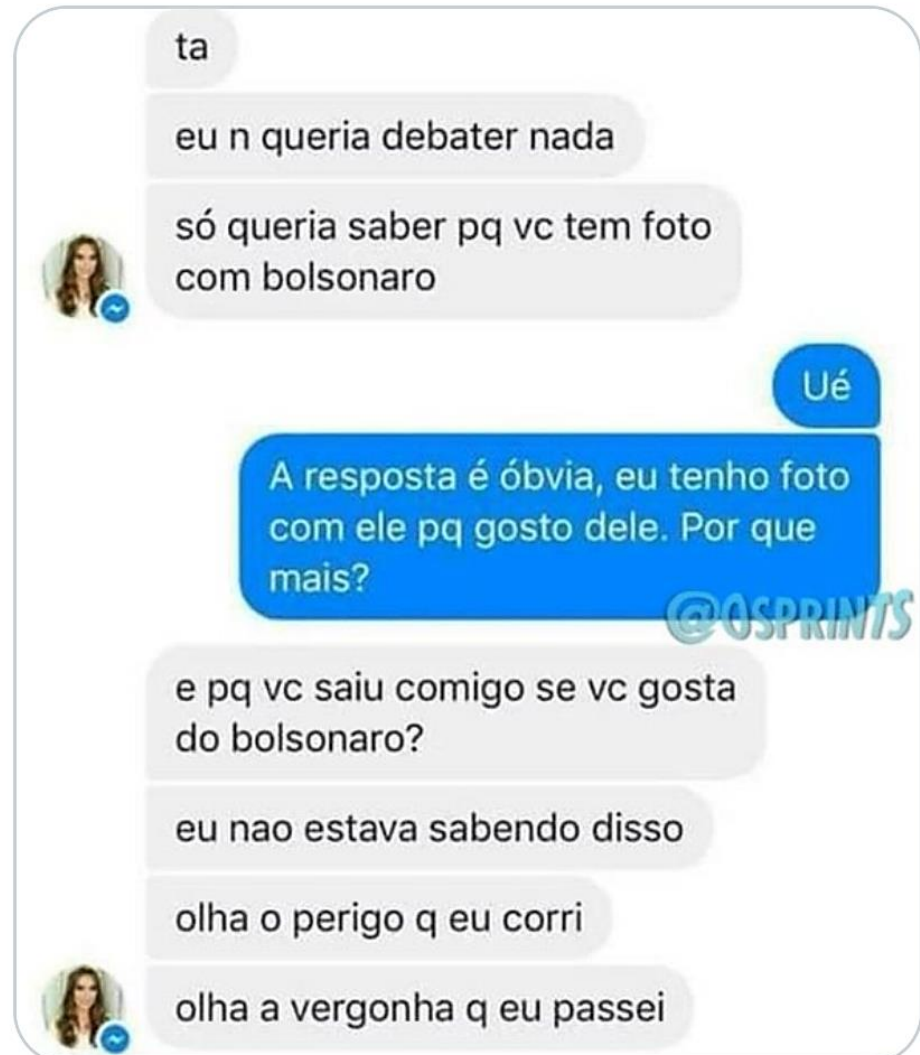
6.505



39,9 mil



22 de nov de 2020

fodase eu amo esse **print**

634 25,1 mil 144,9 mil

28 de dez de 2020

**brazilian culture** é vc ta vendo um filme e falar "É A VOZ DO ADAM SANDLER"

446 21,5 mil 132,5 mil

22 de dez de 2020 ...

a **tensão sexual** que nunca existiu e passa a existir depois de sonhar com alguém

642 21,7 mil 122,5 

30 de jan de 2021 ...

O **BBB** tá deixando bem claro que muitas vezes o cancelador tem mais a aprender do que o cancelado, né?

766 6.940 44,5 mil 

30 de jan de 2021 ...

a pocah é tão estrategista, o **bigfone** tocou e ela nem se mexeu da cama para não correr o risco de ser a opção de voto [#bbb21](#)



327 6.205 60,6 mil 

.. · 30 de jan de 2021 ...

Ano passado o **bbb** nos ensinou sobre machismo e esse ano é sobre a necessidade de fazer terapia.

459 15,2 mil 82,1 mil

· 28 de jan de 2021 ...

o povo do **bbb** tá com medo de ser cancelado pq vcs criaram isso, agora pega o entretenimento aí que vcs sempre quiseram. Lacre atrás de lacre mana

419 28,9 mil 140,6 mil

· 30 de jan de 2021 ...

a karol é a maior decepção do **bbb21**

623 17,2 mil 121 mil

28 de jan de 2021 ...

a prova do líder vai ser assim cada um vai tomar um **exposed** quem aguentar o cancelamento por mais tempo sem chorar ganha

519 25 mil 138,7 mil

.. · 26 de jan de 2021 ...

O erro da Globo é querer botar famosinho no **BBB**. No dia que eles botarem 4 favelada que discute batendo palma e 8 viado favelado eles vão ver o que é explosão de audiência no dia da prova de força jogando queimado.

623 34,8 mil 175 mil

· 28 de jan de 2021 ···

Gente, o vencedor do **BBB** vai ganhar o que? Uma vaga de estágio no **quebrando tabu**?

751

36,2 mil

187,1 mil



25 de jan de 2021 ···

a pandemia foi criada pela globo pra dar audiência pro **bbb**

353

28,3 mil

193,3 mil



ceci @_cedilia · 29 de jan de 2021 ···

“adoro fulano no **bbb**” aí no dia seguinte o fulano em questão chuta uma grávida

516

37,3 mil

181,4 mil



· 25 de fev de 2021 ···

pobre culture é saber o lado do ônibus q n bate sol

481

27,7 mil

124,9 mil



22 de fev de 2021 ···

A xepa do **BBB** é basicamente o almoço normal de uma família brasileira. Essa galera não tem contato com gente normal, é um mundo de riqueza inimaginável pra quem acorda cedo pra trabalhar e só volta pra casa à noite.

355

21,6 mil

128,3 mil



5 de fev de 2021



Venci o período **pós término** sem postar a caixinha de perguntas no insta 🙌🙌🙌
Nunca foi sorte smp foi alcool

675

12,5 mil

138,9 mil



· 25 de fev de 2021



“Vou te **mandar print**” é algo que me deixa FELIZ a fofoca completa me satisfaz

2.296

46,5 mil

139,6 mil



· 26 de fev de 2021



Garotos parado conversando // mulheres e **pocs** tendo que passar por lá



684

16,3 mil

96,6 mil



· 29 de mar de 2021

como assim vcs realmente VOTAM no **bbb**... eu so declaro meu voto na internet e espero dar certo

605

34 mil

140 mil



30 de mar de 2021

E se a globo cancelasse o **bbb** e filmasse a casa da tata werneck 24hrs por dia pra gente poder ver clara maria o dia todo

480

34,2 mil

165,3 mil



... · 28 de abr de 2021

A Mayra Cardi ficou 7 dias sem comer, mostrou a **barriga chapada**, fez uma publi p um produto de emagrecimento e em seguida disse que o próximo jejum será de 14 dias. A gente tá falando de alguém q está publicamente promovendo transtorno alimentar para 6 milhões de pessoas

971

32,1 mil

171,9 mil



· 23 de abr de 2021

fico revendo meu **story** até sumir kkkkkkjk eu sou obcecada por mim

214

29,5 mil

72,2 mil



a · 25 de abr de 2021



afrodite tem **pochetinha**. ❤️ relaxa, **influencer**.



469

23,3 mil

145,6 mil



· 29 de mai de 2021 ...

Um hit é um hit: manifestação pelo impeachment de Bolsonaro dá **SOLD OUT** na Avenida Paulista em São Paulo. [#29MForaBolsonaro](#)



0:08 728,9 mil visualizações

De **Pedro Paraíso**

317

4.295

22,4 mil



· 25 de mai de 2021 ...

Pedi uns "donuts" no "delivery".

O porteiro **(decolonial)** me interfonando quando a entrega chegou:

- Foi você que pediu R O S C A?

687

9.730

120,4 mil



24 de mai de 2021

...

uma menina acabou de **postar print** que a média diária dela no celular é de 3 horas e com isso ela acabou com a minha semana provavelmente com a minha vida

 2.418

 19,1 mil

 112,9 mil



· 30 de mai de 2021

...

Eu tenho preguiça de gente que tudo tem que ser edificante, a pessoa não lê um livro ruim, não vê um **filme farofa**, tudo que ela faz parece uma grande pesquisa pra TCC

 223


 20,7 mil

 81,6 mil



26 de jun de 2021

...

essa semana li a palavra **cringe** mais de 100 vezes o desemprego tá afetando geral 

 279

 8.857

 79,4 mil



· 26 de jul de 2021 ···

Vapo e medalha. A Fadinha @Rayssa_Leal_Sk8 é brabaaaaaa! Aulas 🧑🏻



321

4.715

89,6 mil



· 29 de jul de 2021 ···

Classe social: Não posso agora, só quando o cartão virar

665

33 mil

88,2 mil



28 de jul de 2021

...

a reportagem sobre usuário de **crocs** sempre vai ser um dos melhores videos ja feitos



1.622

18,1 mil

58,1 mil



· 26 de jul de 2021

...

A Lady Gaga tá em todo lugar, o **gagaverso** é real



461

12,4 mil

78,3 mil



· 25 de jul de 2021 ...

Toda olimpíada eu fico passado como qualquer esporte é tão superior ao futebol e todo mundo só **baba o ovo** de futebol né

926

19 mil

73 mil



· 23 de ago de 2021 ...

todo dia isso



10,6 mil

23,2 mil

122,8 mil



25 de ago de 2021 ...

parar? Kkkkkkk não atrapalhei em momento algum a profissional aplicar a minha vacina. Dei meu **close** pq eu estava BELÍSSIMA de Jacaroa SIM. As enfermeiras amaram. Gays do Twitter vcs não tem oq falarrrr



cris... @iamx... · 24 de ago de 2021

gente????? parem pelo amor de deus véi

[Mostrar esta sequência](#)



1.070

9.569

105,4



22 de ago de 2021 ...

achei interessantíssimo que em espanhol o meme é pavê ou pacumê é 'pero es paella o panosotros?'

 557  11,8 mil  106,9 mil 

28 de set de 2020 ...

João Carlos Martins tocando piano com o auxílio de luvas biônicas, 20 anos depois

esse é o tweet.

twitter.com/buitengebieden...

 948  53,2 mil  210,2 mil 

· 29 de out de 2021 ...

NÃO MEUS AMORES MAS ISSO AQUI

  **Aleff Brunhari**
6 h · 🌐 

Vocês sabiam que a Jean Grey é a drag do professor Xavier? Por isso ele é careca, mais fácil por a lace



 790  19,3 mil  152,7 mil 